

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย

FACTORS AFFECTION BURGLAR ALARM SYSTEM USAGE IN HOME



พัชรพงษ์ แก้วเจริญ

PATCHARAPONG KAWJARONE

อ.พ.

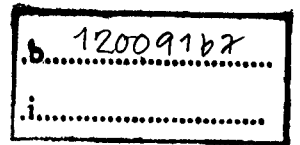
พ 516 21

2551

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน..... 85366

วัน,เดือน,ปี..... 10 พ.ย. 2551



การศึกษาอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2551

FACTORS AFFECTION BURGLAR ALARM SYSTEM USAGE IN HOME

PATCHARAPONG KAWJARONE

**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MANTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2008

COPYRIGHT 2008

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย
นักศึกษา	นายพัชรพงษ์ แก้วเจริญ
รหัสนักศึกษา	49066153
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2551
ประธานกรรมการการศึกษา	รองศาสตราจารย์กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร
กรรมการการศึกษาอิสระ	รองศาสตราจารย์ อมรศรี ดันพิพัฒน์

บทคัดย่อ

ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยมีบทบาทสำคัญในการตรวจจับบุคคลที่บุกรุกเข้ามาซึ่งที่พักอาศัยโดยไม่ได้รับอนุญาต ซึ่งสามารถแจ้งสัญญาณไปยังเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการดูแลความปลอดภัย ให้เข้ามาดูแลซึ่งที่เกิดเหตุได้ทันถ่วงที ซึ่งในประเทศไทยนั้นยังไม่ได้มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย จากการศึกษถึงการรับรู้ของคุณสมบัติ ทักษะ และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สัญญาณกันขโมยของผู้บริโภค สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาด และกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่าย สัญญาณกันขโมย ได้ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคหันมาใช้ระบบนี้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จากบุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความสามารถในการซื้อระบบสัญญาณกันขโมย จำนวน 154 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยข้อมูลของผู้บริโภคทั่วไป แสดงผลในรูปของอัตราส่วนร้อยละ การวิเคราะห์จำแนกประเภท และหาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการใช้สัญญาณกันขโมย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย สมรสแล้ว มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี การศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนส่วนใหญ่อยู่ที่ 30,001 – 40,000 บาท ต่อเดือนมีจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่รวม 3-4 คน กลุ่มตัวอย่างรู้จักระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยจากสื่อโทรทัศน์ และโดยส่วนใหญ่ยังไม่เคยใช้งานระบบมาก่อน ส่วนบุคคลที่เคยใช้งานนั้น ให้ความเห็นว่าระบบสามารถใช้งานได้ในระดับพอใช้ได้ เรื่องการรับรู้ถึงคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมยนั้น ส่วนใหญ่มีระดับความรู้อยู่ในระดับ รู้ ทุกเรื่อง ซึ่งมีความรู้ในเรื่องระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถส่งเสียงดังในขณะที่ผู้บุกรุกได้มากที่สุด ส่วนความสามารถแจ้งเหตุไปยังหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีหน้าที่รับเหตุการณ์ผิดปกติได้ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้ค่อนข้างต่ำ ตามลำดับ เรื่องทักษะที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมยนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติว่าการติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้

ในที่พักอาศัยสามารถช่วยทำให้ลดสถิติการก่ออาชญากรรมในคดีลักทรัพย์หรือปล้นทรัพย์ได้ และไม่มีความแน่ใจในเรื่องค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง และดูแลหลังการขายไม่สูง ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย ในด้านของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่อง ความผิดพลาดในการตรวจจับสัญญาณ ความดังในการแจ้งเตือนที่หน้างาน และความรวดเร็วในการตรวจจับสัญญาณมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น เรื่องชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายระบบมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้มาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น การให้ความรู้เกี่ยวกับความสามารถ และการใช้งานของระบบ มีความสำคัญมากที่สุด ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ นั้น ในเรื่องของผลกระทบจากสังคมเช่น จำนวนการก่อเหตุอาชญากรรมในปัจจุบันมีผลต่อการเลือกใช้ระบบมากที่สุด ผลการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับสถิติการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมยนั้น พบว่าระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกที่พักอาศัยร่วมกัน มีความสัมพันธ์กับการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมย

สำหรับข้อเสนอแนะเรื่องแหล่งข้อมูลที่สามารถประชาสัมพันธ์เรื่องระบบได้ดีที่สุด คือ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ เรื่องผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นให้ความรู้ในเรื่องความสามารถในการทำงานของระบบ ให้ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมยมากยิ่งขึ้น และปรับปรุงเรื่องความผิดพลาดในการแจ้งเหตุของระบบสัญญาณกันขโมย ให้มีความผิดพลาดน้อยที่สุด ส่วนในเรื่องการทำตลาดนั้น ควรมุ่งเน้นกับกลุ่มที่มีระดับความรู้สูง เพราะผู้บริโภคที่มีความรู้สูงมีสถิติการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมยมากกว่าผู้มีระดับความรู้ต่ำ ในเรื่องหน่วยงานที่มีหน้าที่ควรที่จะต้องหาทางปรับปรุงแก้ไขให้มีความสามารถในการรองรับการใช้งานมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคในการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยให้มากยิ่งขึ้น

Title	Factors Affecting Burglar Alarm System Usage in Homes
Student	Mr.Patcharapong Kawjarone
Student ID	49066112
Degree	Master of Business Administrator
Major	Business Administration
Year	2008
Advisor	Associate Professor Dr.Kunkanya Napompech
Co-Advisor	Associate Professor Dr.Amonsee Tunpipat

ABSTRACT

Burglar alarms systems have important roles in detecting intruders. Home burglar systems are programmed to dial the police to come to the scene immediately. In Thailand, these burglar alarms systems are not popular. Thus, the study of properties recognition, attitude and factors that affect consumers' decision to purchase burglar alarms can benefit manufacturers and distributors in their market and market strategic planning. The data were collected from 154 consumers who live in Bangkok. This study used percentage method, discriminant analysis and studied the relationship among factors.

The research found that most of samples were male, married, average age 31 – 40 years old, held a bachelor's degree, earned a monthly income of 30,001 – 40,000 baht, had 3-4 members in home, and learned about burglar alarm systems on television. Most of respondents never used the burglar alarm systems. The people who did use the burglar alarm systems were satisfied with them.

Most of the people in the sample have some knowledge about the quality and operation of burglar alarm systems; they know that the burglar alarm system makes a loud noise when an intruder enters the home. Not everyone in the sample knew that burglar alarm systems can call the police station. The members of the sample agreed that using the burglar alarm systems reduces crime. They were not sure about cost of installation and maintenance.

In the product aspect, the respondents emphasized the false alarm, the sound of notification and the speed of detection alarm. For the channel distribution aspect, reliability of distributors influence on purchasing decision. For the promotion aspect, training about capability and methods of using burglar system is most important. Crime reduction is the most important

social factor. There is a correlation between education and use of burglar alarm systems. There is also a correlation between the number of people in the household and usage of burglar alarm systems.

The suggestion from the study, television media are the best publicity. The vendor should train the customers about knowledge of the burglar alarm systems so that people know about their quality. The vendor should sell the product to the highly educated people, because highly educated people know more about using burglar alarm systems than less educated people do. The government and the other organization should increase the burglar alarm systems support for increase popularity of burglar alarm systems in Thailand.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาระดับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความอนุเคราะห์ และความกรุณาอย่างสูงของ รองศาสตราจารย์กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร ประธานกรรมการการศึกษาระดับปริญญาตรี และรองศาสตราจารย์ อมรศรี ตันพิพัฒน์ กรรมการการศึกษาระดับปริญญาตรีที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และชี้แนวทางในการศึกษา ตลอดจนตรวจสอบ และแก้ไขปรับปรุงรายงานการศึกษาระดับนี้ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา จนทำให้การศึกษาระดับนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณผู้ให้ความอนุเคราะห์เอื้อเฟื้อข้อมูลที่นำมาประกอบการศึกษาระดับนี้ทุกท่านที่มี อาจกล่าวนามได้ครบถ้วน ซึ่งมีส่วนช่วยเหลือให้การทำการศึกษาระดับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี นอกจากนี้ผู้ศึกษาต้องขอขอบคุณคณาจารย์ใน โครงการปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ ภาควิชา บริหารธุรกิจเกษตร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบังที่ได้ให้ความรู้ทางวิชาการอันเป็นสิ่งที่มีความค่ายิ่ง รวมถึง คุณพาววิญ ชูอำไพ และเจ้าหน้าที่ ธุรการ หลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจหัตถ์ทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อ ประสานงาน และอำนวยความสะดวก มาโดยตลอด และขอขอบคุณสำนักงานตลาดนัด กรุงเทพมหานคร และสำนักงานบริหารการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน ที่ให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ตลอดมา

ท้ายสุดขอขอบคุณครอบครัวที่ได้มอบกำลังใจอันมีค่า และเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้ ศึกษา มาโดยตลอด และขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท MBA 11 ทุกท่านที่คอยให้ความ ช่วยเหลือ และให้กำลังใจมาโดยตลอด

พัชรพงษ์ แก้วเจริญ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ	I
ABSTRACT.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง	VIII
สารบัญภาพ.....	IX
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
1.4 ขอบเขตการศึกษา	2
1.5 นิยามศัพท์.....	3
1.6 การตั้งสมมุติฐาน.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวิธีการศึกษา	
2.1 แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้.....	5
2.2 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค	6
2.3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.4 แนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค	11
2.5 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	14
2.6 การตรวจเอกสาร.....	18
2.7 วิธีการศึกษา	21
2.8 วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	22
2.9 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	23
2.10 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
บทที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย	
3.1 ระบบสัญญาณกันขโมย.....	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 บทบาทของระบบสัญญาฉบับกันข โมย.....	27
3.3 ประเภทของระบบสัญญาฉบับกันข โมย	28
3.4 อุปกรณ์ของระบบสัญญาฉบับกันข โมย.....	29
3.5 การทำงานผิดพลาดของระบบสัญญาฉบับกันข โมย.....	32
3.6 ผลกระทบที่ธุรกิจรักษาความปลอดภัย.....	33
3.7 ระบบรักษาความปลอดภัยในการควบคุม.....	34
3.8 ค่าใช้จ่ายของธุรกิจรักษาความปลอดภัย.....	34
3.9 เหตุผลที่ทำให้คนไทย ไม่อยากติดสัญญาฉบับกันข โมย.....	35
3.10 แนวทางการฟื้นฟูธุรกิจระบบรักษาความปลอดภัย.....	36
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	39
4.2 ข้อมูลด้านการรู้จักและการใช้งานระบบสัญญาฉบับกันข โมย.....	42
4.3 ประสิทธิภาพการใช้งานของบุคคลที่เคยใช้.....	43
4.4 การรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาฉบับกันข โมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย.....	44
4.5 ทศนคติที่มีต่อระบบสัญญาฉบับกันข โมยที่ใช้ในที่พักอาศัย.....	45
4.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ.....	49
4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการใช้ระบบ.....	53
บทที่ 5 สรุปการวิจัยและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	55
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	56
บรรณานุกรม.....	58
ภาคผนวก	
ภาคผนวก แบบสอบถาม.....	59
ประวัติผู้เขียน.....	67

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงข้อมูลการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นของอสังหาริมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพ 7 ลำดับแรก.....	23
4.1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	39
4.2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	40
4.3 จำนวนร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด.....	40
4.4 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	40
4.5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	41
4.6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่พักอยู่ร่วมกัน.....	41
4.7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง.....	42
4.8 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักระบบสัญญาณกันขโมยนี้.....	42
4.9 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้งาน.....	43
4.10 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสิทธิภาพความสามารถในการใช้งานระบบ.....	43
4.11 ความถี่ ร้อยละ และระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบ.....	44
4.12 ความถี่ ค่าร้อยละ ระดับคะแนนเฉลี่ย และการแบ่งระดับของทัศนคติที่มีต่อระบบ.....	47
4.13 ความถี่ ค่าร้อยละ และการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ.....	49
4.14 ความถี่ ค่าร้อยละ และการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ.....	51
4.15 ความถี่ ค่าร้อยละ และการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้.....	51
4.16 ความถี่ ค่าร้อยละ และการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ.....	52
4.17 ความถี่ ค่าร้อยละ และการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ.....	53
4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการใช้สัญญาณกันขโมย.....	54

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 รูปแบบพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อขาย.....	7
2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ.....	9
2.3 แนวคิดส่วนประสมการตลาด.....	17

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ระบบการรักษาความปลอดภัย (Security Systems) สามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ ระบบการรักษาความปลอดภัยโดยใช้บุคลากร หรือที่เรียกกันว่าพนักงานรักษาความปลอดภัย และระบบการรักษาความปลอดภัยโดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งระบบการรักษาความปลอดภัยทั้ง 2 ประเภทนี้ จะเข้ามาช่วยดูแลจัดการความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สิน โดยการวิจัยระบบสัญญาณกันขโมย (Burglar Alarm Systems) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ ระบบการรักษาความปลอดภัย โดยใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ใช้ติดตั้งภายในอาคารบ้านเรือน สำนักงานหรือร้านค้า โดยทำงานเป็นส่วนการแจ้งเตือนให้รับทราบ (Display Section) คือ เมื่อมีเหตุผิดปกติ หรือมีการบุกรุกโดยไม่ได้รับอนุญาต ระบบจะมีการแจ้งสัญญาณเตือนดังขึ้นที่จุดเกิดเหตุ และส่งข้อมูลไปยังหน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง เพื่อเข้ามาตรวจสอบยังสถานที่เกิดเหตุ ซึ่งสัญญาณกันขโมยนี้ มีความสามารถในการป้องกันการเกิดอาชญากรรม ในเรื่องของ การขโมยสินทรัพย์ภายในบ้าน ทำร้ายร่างกาย หรือ ปล้นบุคคลที่อาศัยอยู่ในที่พักอาศัย สำนักงาน และตามร้านค้า ซึ่งในต่างประเทศสามารถใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และ มีความสามารถในการช่วยดูแลรักษาความปลอดภัยภายในที่พักอาศัยได้ เป็นอย่างดี ตัวอย่างเช่น ประเทศ ออสเตรเลีย เกาหลี สิงคโปร์ ประชาชนจะให้ความสำคัญกับ ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้กับ อาคารบ้านเรือน ร้านค้า โดยจะมีการติดตั้งระบบแจ้งเหตุนี้ เกือบจะทุกที่ ในเขตตัวเมือง และเมื่อมีเหตุร้ายเกิดขึ้น ระบบจะทำงาน โดยมีสัญญาณดังขึ้น ณ จุดเกิดเหตุ รวมถึง มีการเชื่อมต่อกับระบบกับ เจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือ บริษัทที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัย เพื่อเข้ามาตรวจสอบจุดเกิดเหตุดังกล่าว ได้อย่างทันถ่วงที และดูเหมือนว่า ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในต่างประเทศนั้น จะเป็นเรื่องปกติที่ทุก ๆ ที่จะต้องมี เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย นั้น ระบบ สัญญาณกันขโมย จะเป็นเรื่องที่บุคคลทั่วไปไม่รู้เรื่อง หรือ ไม่ได้ได้รับความสนใจมากเท่าที่ควร

จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ระบบสัญญาณกันขโมยของ ผู้บริโภค โดยเริ่ม ศึกษาจากบุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีความสามารถในการซื้อ ระบบสัญญาณกันขโมย เช่นบ้านเดี่ยว ผู้อยู่อาศัยในขอบเขตหมู่บ้านที่มีกำลังในการซื้อ หรือ ค่อยข้างมีฐานะดี การจัดทำกรวิจัยนี้ สามารถทำให้รู้ถึงสาเหตุหรือปัจจัย ที่มีผลต่อการใช้ระบบ สัญญาณกันขโมย ภายในที่พักอาศัย เพื่อเป็นแนวทางที่จะทำให้การใช้งานระบบได้รับความนิย

มากยิ่งขึ้น และเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการระบบ สัญญาณกันขโมย ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย มี 3 ประการดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ของผู้บริโภค เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมย ที่ใช้ในอาคารพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมยที่ ใช้ในอาคารพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมย ที่ใช้ในอาคารพักอาศัยของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยนี้ คาดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์หลายประการ ดังต่อไปนี้

1. ทำให้ทราบถึงการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมย ที่ใช้ในอาคารพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมย ที่ใช้ในอาคารพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ระบบสัญญาณกันขโมย ที่ใช้ในอาคารพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความไม่มั่นใจต่อผู้ใช้ระบบสัญญาณกันขโมยในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ วางแผนทางการตลาด และผลิตสินค้าของผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการระบบสัญญาณกันขโมย ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

เพื่อให้ตรงต่อบุคคลที่มีระดับความสามารถในการคิดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยนี้ ประชากรที่ศึกษาจะทำการศึกษา บุคคลที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ระบบสัญญาณกันขโมย คือ ผู้พักอาศัยในอาคารบ้านเรือนที่พักอาศัย และ กลุ่มตัวอย่างจะต้องมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท

ต่อเดือนขึ้นไป โดย จะศึกษาเฉพาะจังหวัด กรุงเทพมหานคร ในเขตพื้นที่ที่มีแนวโน้มในการเพิ่มพื้นที่เป็นที่อยู่อาศัยมากที่สุด โดยอ้างอิงจากข้อมูลการจดทะเบียน อสังหาริมทรัพย์ มากที่สุด 7 ลำดับแรก ได้แก่ ประเวศ บางกะปิ ลาดกระบัง หนองจอก บางขุนเทียน คลองสามวา สายไหม (สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย. 2549)

ช่วงเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ในการใช้เครื่องมือแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง อยู่ในช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2551 ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2551

1.5 นิยามศัพท์

1. ระบบรักษาความปลอดภัยแบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นระบบรักษาความปลอดภัยที่ใช้ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เข้ามาใช้ปกป้องดูแลสถานที่ให้ครอบคลุมพื้นที่ตลอด 24 ชั่วโมง ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยเน้นความรวดเร็ว แม่นยำและบันทึกเหตุการณ์เพื่อเป็นหลักฐานประกอบการพิจารณา เมื่อมีเหตุฉุกเฉินหรือมีเหตุร้ายเกิดขึ้น จุดเด่นนี้ได้พัฒนาข้อจำกัดต่าง ๆ ที่มีอยู่นั้นหมดไป ซึ่งระบบรักษาความปลอดภัยแบบอิเล็กทรอนิกส์นี้ จะมีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน และจะขาดความคล่องตัว โดยระบบรักษาความปลอดภัยแบบอิเล็กทรอนิกส์แบ่งออกเป็น

- 1.1 ระบบสัญญาณเตือนการบุกรุก หรือสัญญาณกันขโมย (Intrusion or Burglar Alarm)
- 1.2 ระบบสัญญาณเตือนอัคคีภัย (Fire Alarm)
- 1.3 ระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV)
- 1.4 ระบบควบคุมการเข้าออก (Access Control)

2. Display Section เป็นส่วนที่ทำหน้าที่แจ้งเตือนเมื่อระบบพบสิ่งผิดปกติ ซึ่งการแจ้งเตือนนั้น สามารถ แจ้งเตือนได้หลายลักษณะ คือ ลักษณะสัญญาณเสียง แสง และสัญญาณลักษณะอื่น ๆ หรือแม้กระทั่งการส่งสัญญาณ ไปยังสถานที่อื่น ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือหรือศูนย์

3. ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้ซื้อ หรือเป็นผู้ใช้ที่มีส่วนร่วมในการพิจารณาใช้ระบบสัญญาณกันขโมย

4. Control panel เป็นผู้ควบคุมการทำงานของระบบทั้งหมด ทำหน้าที่ประมวลผล และสั่งการงานตามที่ได้ตั้งค่าไว้ โดยจะมีอุปกรณ์และวงจรไฟฟ้าต่าง ๆ บรรจุอยู่ในตู้

5. Main board แผงวงจรควบคุมหลัก เป็นวงจรประมวลผลและควบคุมให้วงจรต่าง ๆ ของระบบทำงานร่วมกัน

1.6 การตั้งสมมติฐาน

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกที่พักอยู่ร่วมกัน และ สถานะภาพ กับการใช้สัญญาณกันขโมย ในอาคารพักอาศัย โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

H_0 : ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกที่พักอยู่ร่วมกัน และ สถานะภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้สัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย

H_1 : ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกที่พักอยู่ร่วมกัน และ สถานะภาพสมรส มีความสัมพันธ์ต่อการใช้สัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และวิธีการศึกษา

2.1 แนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

เสรี (2542 : 84-87) ได้อธิบายเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์ว่าประกอบด้วย

1. องค์ประกอบทางด้านเทคนิค (Technical Factors) ประกอบด้วย

1.1 ขนาดผู้บริโภคมักจะรับรู้ของขนาดใหญ่ต้องมีราคาแพงกว่า คุณภาพดีกว่า เนื้อกว่าของที่มีขนาดเล็ก

1.2 สี (Color) สีนั้นจะบ่งบอกถึงบุคลิกลักษณะของบุคคลได้ ซึ่งสีแต่ละสีจะมีความหมายในตัวเอง

1.3 ความเข้ม (Intensity) หมายถึง ความเข้มของการโฆษณาร้านค้าที่รับสินค้าไว้อขาย ในบางครั้งจะพิจารณาการเอาจริงของการใช้งบประมาณการโฆษณา ซึ่งแสดงออกด้วยจำนวนครั้ง และความถี่ในการโฆษณาขององค์กร

1.4 การเคลื่อนไหว (Movement) ส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาทางโทรทัศน์ เพื่อจูงใจให้เกิดการเปิดรับข่าวสารและสนใจในข่าวสาร

1.5 ตำแหน่ง (Position) หมายถึง ตำแหน่งของตราสินค้าจะเห็นได้จากตราสินค้าที่เป็นสปอนเซอร์โฆษณา

1.6 ความแตกต่าง (Contrast) เพื่อต้องการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งหรือแตกต่างจากคนอื่น

1.7 การจับแยก (Isolation) การแยกออกมาย่อมมีความพิเศษ จะสังเกตได้จากสินค้าที่ทำการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) สินค้าจะไม่อยู่ในชั้นวางของปกติ แต่จะเป็นสินค้าในกองโชว์พิเศษซึ่งแยกตัวออกมาเพราะถ้าสินค้าประเภทเดียวกันอยู่บนชั้นปกติเหมือนกันจะไม่ทราบ ว่าสินค้านี้กำลังทำการส่งเสริมการขาย

2. ความพร้อมทางด้านสมองของผู้บริโภค (Mental Readiness of Consumer to Perceive) มีดังนี้

2.1 ความฝังใจหรือการยึดมั่น (Perceptual Fixation) เป็นความฝังใจที่จะมองเช่นนั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ (Image) การออกสินค้าใหม่ครั้งแรกจะต้องสร้างภาพลักษณ์ ที่ดีให้เกิดขึ้น เพื่อถ้าหากภาพลักษณ์ไม่ดีจะมาแก้ไขที่หลังนั้นทำได้ยากมาก

2.2 นิสัยในการมอง (Perceptual Habit) หมายถึง นิสัยการมองของบุคคล บางคนมองโลกในแง่ร้าย บางคนมองโลกในแง่ดี

2.3 ความมั่นใจและความรอบคอบ (Confidence and Caution) หมายถึง มีความมั่นใจตัวเองหรือมีความหวาดระแวง

2.4 ความใส่ใจ (Attention) การมองแบบใส่ใจจะเห็นสิ่งที่มองไม่เห็นกัน ผู้ที่ใส่ใจจะมองเป็นรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่ผู้ที่ไม่ใส่ใจจะมองไม่เห็นสิ่งเหล่านั้น

2.5 โครงสร้างในสมอง (Mental Set or Track of Mind) หมายถึง เรามองอะไร อย่างไร แค่นั้น บางคนคิดไม่ดี เราพูดธรรมดา แต่ตีความไปในทางไม่ดี

2.6 ความคุ้นเคย (Familiarity) เช่น ความใกล้ชิด ก่อให้เกิดความชินชอขึ้นมาได้

2.7 ความคาดหวัง (Expectations) เป็นความคาดหวังของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังคำกล่าวที่ว่าคนเราได้เป็นสิ่งที่เราอยากเป็น ได้ยินสิ่งที่อยากได้ยิน

3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experience of the Consumer) ซึ่งถือว่าประสบการณ์ในอดีตเป็นเรื่องที่สำคัญเพราะผู้บริโภคมักจะใช้สินค้าไปตามคำกล่าวและการบริการที่ดี (Best Service)

4. สภาวะอารมณ์ (Mood) คือ ความพร้อมทางด้านจิตใจ ถ้าจิตใจไม่มีความพร้อมจะไม่เกิดผลใด

5. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมจากการรับรู้ของผู้บริโภค (Social and Cultural Factors of Consumer Perception) ต้องมีการเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมนั้นด้วยเพราะแต่ละสังคมมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

2.2 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

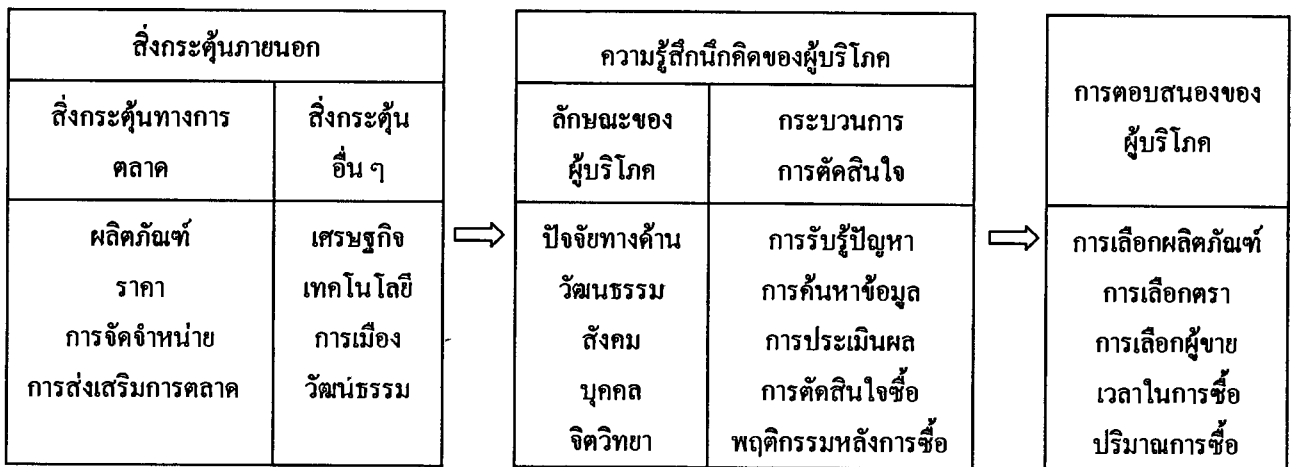
สิริวรรณ และ คณะ (2541: 124) ได้ให้ความหมายเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของคนที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้า ซึ่งนักการตลาดจำเป็นต้องศึกษา และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการกล่าวคือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์การตลาดสามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่า การทำให้ลูกค้าพึงพอใจด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2.3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) ที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ที่เป็นไปได้ (Potential Demand) นั้น เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ การศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อ โดยเมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นด้านอื่น ๆ จนทำให้เกิดความต้องการผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) โดยที่ผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ตามลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการการตัดสินใจซื้อ จนมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ซึ่งอธิบายรายละเอียดรูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ ได้ดัง โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (ภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 รูปแบบพฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาซื้อ

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

2.3.1 สิ่งกระตุ้น (Stimulus)

สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อสินค้า (Buying Motive) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก (Outside Stimulus) นักการตลาดอาจจะต้องสนใจ และจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ โดยใช้เหตุจูงใจให้ตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลหรือด้วยความต้องการ

สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

2.3.1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งนักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อระบบสัญญาณกันขโมย ประกอบด้วย

1. สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ
2. สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสม
3. สมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาลูกค้าเป้าหมาย
4. สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

5. สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมด้านการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณา สัมภาษณ์ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

2.3.1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งบริษัทควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค เช่น รายได้ของผู้บริโภค ภาวะเศรษฐกิจ

2. สิ่งกระตุ้นทางด้านเทคโนโลยี (Technological) ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีของระบบใหม่ เช่น การติดตั้งจากเดิมต้องเดินสายจะเปลี่ยนเป็นการติดตั้งแบบไร้สาย

3. สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมาย และการเมือง (Law and Political) การปรับลดโครงสร้างภาษีอุปกรณ์ที่ประกอบภายในประเทศ เป็นต้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป

4. สิ่งกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม (Cultural) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ระบบสัญญาณกันขโมย ได้แก่ สถานะทางด้านสังคม และสถานะทางครอบครัว เป็นต้น

2.3.2 ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)

ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงได้พยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อให้พบ เพื่อจะได้จัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Decision Process)

2.3.2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อ มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) วัฒนธรรมเป็นพฤติกรรม และสิ่งที่คนในกลุ่มสร้างขึ้นจากการเรียนรู้จากกันและร่วมใช้ชีวิตอยู่ในกลุ่มของตน วัฒนธรรมจะมีผลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้ซื้อ เนื่องจากวัฒนธรรมได้แทรกซึมอยู่ในการดำเนินชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่พิจารณาให้เห็นถึงการบริโภคและใช้สินค้าต่าง ๆ ตลอดจนตอบสนองความพอใจของผู้ซื้อแต่ละคน

2. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) ปัจจัยทางด้านสังคมที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว สถานภาพ และบทบาทของผู้บริโภคในสังคม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ได้แก่ อายุ ครอบครัว อาชีพ รายได้ส่วนบุคคล การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยาคำนี้คือ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ

2.2.2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (Consumer Buying Decision Process) ซึ่งอธิบายรายละเอียดกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อดังโมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (ภาพที่ 2.2)



ภาพที่ 2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ

การตัดสินใจซื้อระบบสัญญาณกันขโมยของผู้บริโภคนั้นประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และการประเมินค่าหลังการซื้อ

1. การรับรู้ความต้องการเป็นสภาวะที่ผู้บริโภคยอมรับว่าความต้องการของตนเองกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นยังมีข้อแตกต่างกัน เช่น ผู้บริโภคที่ใช้ระบบสัญญาณกันขโมยย่อมมีความปรารถนาที่จะใช้ระบบสัญญาณกันขโมยทุกวัน แต่ถ้าในบางวันระบบไม่สามารถใช้งานได้แล้ว ผู้บริโภคนั้นก็ยอมรับว่าเกิดปัญหาขึ้นแล้ว การยอมรับปัญหาของผู้บริโภคจะก่อให้เกิดความต้องการที่จะหาทางแก้ไขปัญหา ซึ่งผู้บริโภคจะเสาะหาข้อมูลเกี่ยวกับวิธีหรือทางเลือกในการแก้ไขปัญหาคือ

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิธีหรือทางเลือกในการแก้ไขปัญหาดัง ๆ ผู้บริโภคจะใช้ความพยายามในการค้นหาข้อมูลมากน้อยเพียงไรนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีอยู่แล้ว และความสำคัญของปัญหาที่จะหาทางแก้ไข แต่ในบางกรณีที่มีข้อมูลมีอยู่มาก ผู้บริโภคอาจไม่รวบรวมข้อมูลมาทั้งหมดก็ได้ เช่น ผู้บริโภคที่ต้องการข้อมูลในการเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมย เพื่อมาเพิ่มความปลอดภัยให้กับทรัพย์สินภายในบ้าน อาจจะเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าใดสินค้าหนึ่งที่สนใจเท่านั้น

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หลังจากค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะกำหนดเป็นเกณฑ์ต่าง ๆ ขึ้นมา เพื่อทำการวัดหรือเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้รวบรวมมา เกณฑ์เหล่านี้ได้แก่ข้อมูลที่พึงประสงค์และข้อมูลที่ไม่พึงประสงค์ ถ้าเกณฑ์ประเมินค่ามีมากกว่าหนึ่งอย่าง ผู้บริโภคอาจใช้วิธีกำหนดน้ำหนักความสำคัญให้แก่เกณฑ์ต่าง ๆ สำหรับข้อมูลทุกส่วน จากนั้นนำคะแนนรวมมาเปรียบเทียบกัน แล้วเรียงลำดับจากคะแนนมากไปหาน้อย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยการประเมินค่าทางเลือกจากปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาประกอบการพิจารณา เช่น ผู้บริโภคกำลังจะซื้อระบบสัญญาณกันขโมย หลังจากการประเมินค่าทางเลือกแล้วปรากฏว่า ระบบสัญญาณกันขโมยตรา ก. อยู่ในอันดับหนึ่ง ระบบสัญญาณกันขโมยตรา ข. อยู่ในอันดับสอง ซึ่งผู้บริโภคควรจะซื้อระบบสัญญาณกันขโมยตรา ก. มากที่สุด แต่มีปัจจัยอื่นเข้ามาประกอบการพิจารณา คือ ระบบสัญญาณกันขโมย ตรา ก. ไม่มีของแถม แต่ ระบบสัญญาณกันขโมย ตรา ข. มีของแถม ดังนั้นอาจทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อระบบสัญญาณกันขโมยตรา ข. ก็ได้

5. การประเมินค่าหลังการซื้อ (Post purchase Evaluation) หลังจากได้ซื้อระบบสัญญาณกันขโมยมาและได้ใช้งานแล้ว ผู้บริโภคจะสามารถทราบว่าผลิตภัณฑ์สามารถแก้ปัญหาได้จริงหรือไม่ สร้างความพึงพอใจได้มากน้อยเพียงใด เกณฑ์การวัดความพึงพอใจนั้น ผู้บริโภคจะใช้ความคาดหวังที่ตั้งไว้ก่อนการซื้อเป็นมาตรฐาน ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์มากกว่าที่

คาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจมาก ถ้าผลิตภัณฑ์ให้ประโยชน์น้อยกว่าที่คาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกไม่พอใจ ในกรณีที่ผู้บริโภคพอใจหรือพอใจมาก ที่ได้ใช้สัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยที่ซื้อ มา หากถึงคราวที่ต้องซื้ออีก โอกาสที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อตราเดิมย่อมมีมาก และผู้บริโภคอาจจะบอกต่อ ๆ กัน ไปถึงความดีเด่น และประโยชน์ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยที่ได้สร้างความพึงพอใจให้หลังจากการใช้งาน

2.3.3 การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response)

การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) เช่น การเลือกซื้อระบบสัญญาณกันขโมย แบบเดินสาย หรือ เลือกซื้อระบบสัญญาณกันขโมยแบบไร้สาย เป็นต้น
2. การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) เช่น การเลือกซื้อระบบสัญญาณกันขโมย จาก ผู้ผลิตตราต่าง ๆ เป็นต้น
3. การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) เช่น การเลือกตัวแทนจำหน่ายระบบสัญญาณกันขโมย ตามบริษัทต่าง ๆ เป็นต้น
4. การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) เช่น การเลือกซื้อในช่วงเวลาที่มีการจัดแสดงสินค้าระบบสัญญาณกันขโมย หรือเลือกซื้อตามรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ เป็นต้น
5. การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) ปริมาณในการซื้อระบบสัญญาณกันขโมย ตามจำนวนอุปกรณ์ไว้ใช้ในที่พักอาศัย ที่ต้องติดตามพื้นที่ที่จำเป็น เป็นต้น

2.4 แนวคิดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่าง ๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด หรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ผ่านเข้ามา ในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อซึ่งเปรียบเสมือนกล่องคำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขาย และนักการตลาด คือ ค้นหา และเข้าใจผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ ซึ่งเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอก และการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อว่าลักษณะของผู้ซื้อ และความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมาย จะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาดคือทราบความต้องการ และลักษณะของลูกค้า เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ กระตุ้น และสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.4.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors)

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งจนถึงรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนด และควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ในสังคมหนึ่ง ๆ ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น

2.4.1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลที่อยู่ในสังคม เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทย

2.4.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) หมายถึงวัฒนธรรมแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันที่มีอยู่ในสังคมขนาดใหญ่ และสลับซับซ้อน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยเกิดจากพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ และลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ เช่น กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว และกลุ่มอาชีพ เป็นต้น

2.4.1.3 ชั้นของสังคม (Social Class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน โดยที่สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะอย่างเดียวกัน และสมาชิก ในชั้นสังคมที่แตกต่างกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกันด้วย แต่ละชั้นสังคมจะมีลักษณะค่านิยม และพฤติกรรมการบริโภคเฉพาะอย่าง นักการตลาดนั้นต้องศึกษาชั้นสังคมเพื่อเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย รวมทั้งจัดส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละชั้นสังคมได้ถูกต้อง ชั้นสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ได้ 3 ระดับ คือ ระดับสูง (Upper Class) ระดับกลาง (Middle Class) และระดับต่ำ (Lower Class)

2.4.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

ปัจจัยด้านสังคมเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย

2.4.2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยม รวมถึงพฤติกรรม และการดำเนินชีวิตของบุคคลในกลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตาม และยอมรับความคิดเห็นจากกลุ่มอิทธิพล

2.4.2.2 บทบาท และสถานภาพ (Roles and Status) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาท และสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

2.4.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่าง ๆ ได้แก่

2.4.3.1 อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน

2.4.3.2 วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคล ในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติ และค่านิยมของบุคคล ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

2.4.3.3 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้า และการบริการที่แตกต่างกัน

2.4.3.4 รายได้ (Income) หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้า และบริการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้ การออมสินทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน เป็นต้น

2.4.3.5 การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

2.4.3.6 รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) รูปแบบการดำรงชีวิตในโลกโดยการแสดงออกในรูปของ AIOs ซึ่งประกอบด้วย กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) แบบการดำรงชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรม ชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคลนักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิต

2.4.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors)

การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ และการใช้สินค้าปัจจัยภายในประกอบด้วย

2.4.4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึงพลังกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ แม้ว่าการจูงใจเกิดภายในตัวบุคคลแต่อาจกระทบจากปัจจัยภายนอกได้ เช่น วัฒนธรรมชั้นทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการซึ่งถือว่าเป็นความต้องการของมนุษย์อันประกอบด้วย ความต้องการ

ทางร่างกาย และความต้องการด้านจิตวิทยาต่าง ๆ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะหาสินค้ามาบำบัดความต้องการ

2.4.4.2 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับการเลือกสรรจัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึงกระบวนการความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อโลกที่บุคคลนั้นดำรงชีวิตอยู่ เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในเช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ อารมณ์ และยังขึ้นอยู่กับลักษณะปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น การรับรู้

2.4.4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม และความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น และจะเกิดการตอบสนอง ได้แก่ทฤษฎี “สิ่งกระตุ้น การตอบสนอง” (Stimulus-Response (SR) Theory) นักการตลาดได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ด้วยการโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีกหรือจัดการส่งเสริมการขาย เพื่อทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และใช้สินค้า

2.4.4.4 ความเชื่อ (Belief) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต

2.4.4.5 ทักษคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อในขณะเดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติจากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อจะมีความสัมพันธ์กัน

2.4.4.6 บุคลิกภาพ (Personality) เป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง หรืออาจหมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาที่มีลักษณะแตกต่างของบุคคลซึ่งนำไปสู่การตอบสนองที่สม่ำเสมอ และมีปฏิกิริยาต่อสิ่งกระตุ้น

2.4.4.7 แนวคิดของตนเอง (Self Concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่อตนเองอย่างไร เช่น วัยรุ่นที่นิยมเปลี่ยนรุ่นโทรศัพท์เคลื่อนที่บ่อย ๆ หรือเลือกใช้บริการเสริมบางประเภทเพื่อต้องการให้เพื่อนมองว่าเป็นคนทันสมัย เป็นต้น

2.5 ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่มีการควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจสามารถใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (ภาพที่ 2.3)

2.5.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งจะประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ กิจกรรม องค์กร หรือบุคคล ในการกำหนด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย

2.5.1.1 การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน หมายถึง การดำเนินการในเรื่องของการออกแบบชุดความแตกต่างที่มีความหมายให้การเสนอของบริษัทมีความโดดเด่นแตกต่างจากการเสนอของคู่แข่ง

2.5.1.2 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นกิจกรรมในการกำหนดข้อเสนอและภาพลักษณ์ของบริษัท เพื่อเข้าครอบครองตำแหน่งทางการแข่งขัน โดดเด่นและมีมูลค่า หรือคุณค่าให้อยู่ในจิตใจของลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย

2.5.1.3 กลยุทธ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เป็นการพิจารณาถึงคุณสมบัติที่มีลักษณะที่โดดเด่นและแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่ง ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ ประโยชน์พื้นฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้าโดยตรง
2. รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้ อันประกอบด้วย คุณภาพ รูปร่างลักษณะ รูปแบบ การบรรจุหีบห่อ ตราสินค้า ฯลฯ
3. ผลิตภัณฑ์ควบ ผลประโยชน์หรือบริการเพิ่มเติมที่ลูกค้าได้รับหลังจากการซื้อสินค้านั้น
4. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง สิ่งที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์
5. ศักยภาพผลิตภัณฑ์ มีลักษณะริเริ่มที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2.5.2 ราคา (Price)

ราคาเป็นมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกในรูปของตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้า ดังนั้น ผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบมูลค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากมูลค่าของผลิตภัณฑ์มีสูงกว่าราคาก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น เพราะฉะนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึง

1. การยอมรับของลูกค้า โดยต้องสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2. ต้นทุนของสินค้า รวมถึงค่าใช้จ่ายและกำไรของผู้ผลิต
3. ลักษณะการแข่งขัน

2.5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากองค์การไปยังตลาดการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย

2.5.3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง และผู้บริโภค

2.5.3.2 การกระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิต ไปยังผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการประสานงานให้เกิดขึ้นใน การจัดจำหน่ายต่ำสุด โดยมีระดับการให้บริการลูกค้าที่เหมาะสมและมุ่งหวังกำไร ในการกระจายตัวสินค้า ซึ่งสามารถสรุปหน้าที่ได้ดังนี้

1. การคาดคะเนยอดขาย เป็นการประมาณยอดขายที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง เพราะยอดขายที่เกิดขึ้นจะเกี่ยวข้องกับการเตรียมสินค้าคงเหลือให้เหมาะสม
2. การวางแผนการจัดจำหน่าย เป็นการเตรียมงานแต่ละงานที่จะปฏิบัติเกี่ยวกับการกระจายตัวสินค้า
3. การบริหารสินค้าคงเหลือ เป็นการจัดการให้มีผลิตภัณฑ์ขายในตลาดโดยไม่ขาดแคลนและมีในปริมาณที่เหมาะสม
4. การดำเนินงานเกี่ยวกับ การสั่งซื้อ เป็นขั้นตอนในการจัดการตามใบสั่งซื้อของลูกค้า
5. การบรรจุภัณฑ์ เพื่อรักษาและคุ้มครองสินค้าให้อยู่ในสภาพที่ดี
6. การคลังสินค้า เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดทิศทางการเคลื่อนไหวของสินค้าเพื่อให้เกิดการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย
7. การจัดการวัสดุ เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้อุปกรณ์ เครื่องมือที่เหมาะสม เพื่อให้การเคลื่อนย้ายเกิดการสูญเสียน้อยที่สุด
8. การขนส่ง เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าว่าจะใช้วิธีไหน และอย่างไรจึงเหมาะสมและประหยัดที่สุด

2.5.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ

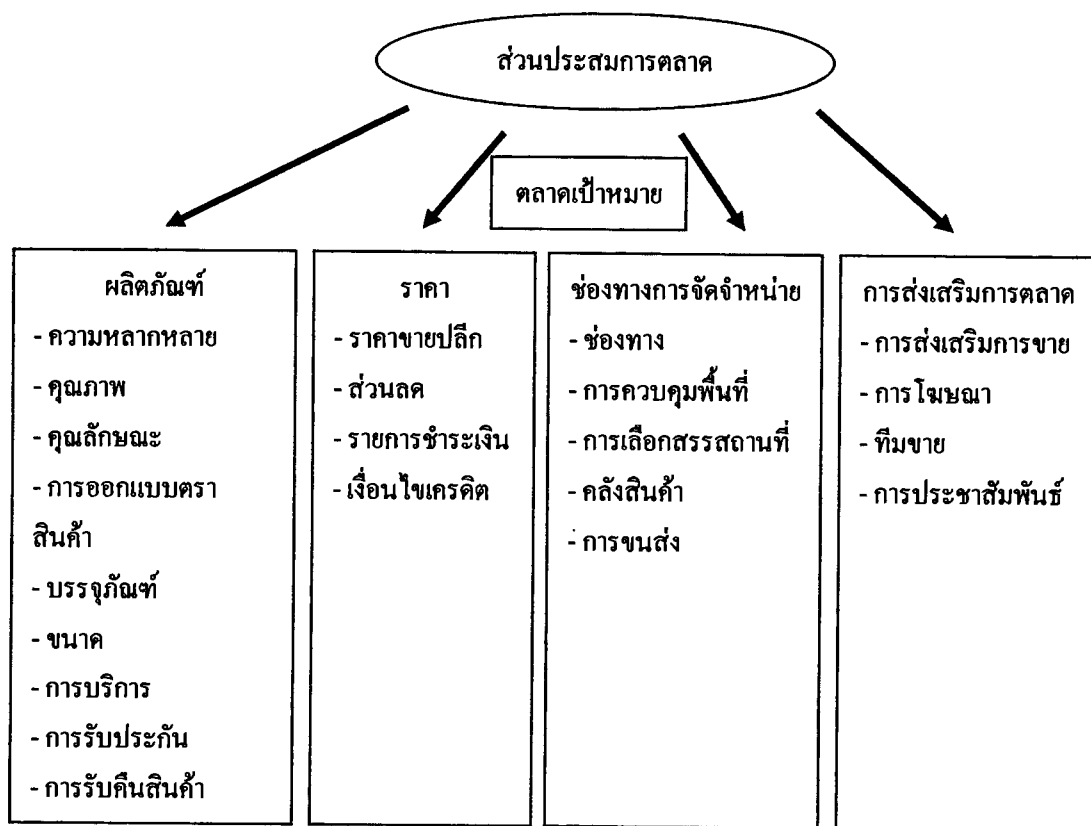
2.5.4.1 การโฆษณา เป็นเครื่องมือที่ดีที่สุด สำหรับการสร้างรูปแบบของการติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช้บุคคลที่ต้องจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์ เพื่อนำเสนอและส่งเสริมความคิดของสินค้าหรือบริการ

2.5.4.2 การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือระยะสั้นเพื่อส่งเสริมให้มีการติดตามหรือซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เช่น คุปอง การประกวด การให้ของแจก เป็นต้น โดยบริษัทจะใช้เครื่องมือการส่งเสริมการขายเพื่อสร้างการตอบสนองที่เร็วให้กับข้อเสนอของผลิตภัณฑ์และเพื่อกระตุ้นยอดขาย

2.5.4.3 การประชาสัมพันธ์ เป็นแผนการที่กำหนดขึ้นมาเพื่อส่งเสริมหรือสร้างภาพพจน์ของบริษัท เนื่องจากการประชาสัมพันธ์จะมีความน่าเชื่อถือสูง เพราะข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจะมีความเป็นจริงต่อลูกค้ามาก

2.5.4.4 การขายโดยใช้พนักงานขาย จะเป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยตรง เป็นลักษณะของการเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้า โดยพนักงานขายสามารถ นำเสนอสินค้า และตอบข้อซักถามให้กับลูกค้าจนเกิดความต้องการและเกิดการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุด

2.5.4.5 การตลาดทางตรง เป็นรูปแบบการตลาดที่มีการใช้สื่อหลายรูปแบบเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น โทรศัพท์ จดหมาย เป็นต้น ซึ่งลักษณะข่าวสารที่ส่งไปสามารถจะให้กับผู้รับแต่ละคนได้



ภาพที่ 2.3 แนวคิดส่วนประสมการตลาด ที่มา (Kotler. 1997: 98)

2.6 การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้น และเป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และบทความที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

มานพ หอมสุวรรณ (2550) ได้มีการกล่าวในบทความเรื่อง “นวัตกรรมอุปกรณ์ป้องกันภัย” จากการเป็นผู้จัดการฝ่ายบริษัท โรเบิร์ต บ็อบ จำกัด เจ้าตลาดธุรกิจระบบรักษาความปลอดภัย ซึ่งกล่าวถึงสาเหตุสำคัญที่ทำให้ธุรกิจระบบรักษาความปลอดภัย น่าสนใจมากขึ้นในเมืองไทย เป็นเพราะถูกกระตุ้นจากหลายสาเหตุด้วยกัน เช่น สถานการณ์ทางภาคใต้ การลอบก่อการร้ายมีผลกระทบต่อโรงงานต่าง ๆ อาคารภายในกรุงเทพฯ เหตุการณ์แผ่นดินไหวรวมไปถึง พ.ร.บ.อาคารชุดที่จะต้องติดอุปกรณ์เตือนภัยก็เป็นอีกผลหนึ่งของการตื่นตัวในธุรกิจรักษาความปลอดภัย ใน พ.ศ.2550 ตลาดธุรกิจด้านรักษาความปลอดภัยมีมูลค่ากว่า 3,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มตลาดนี้จะโตขึ้นเรื่อย ๆ นายมานพ หอมสุวรรณ กล่าวถึง แนวโน้มของธุรกิจรักษาความปลอดภัยเองที่กำลังพัฒนาไปสู่ระบบดิจิทัลด้วยเช่น ไม่ว่าจะเป็น intrusion Alarm Burglar Alarm ผลิตภัณฑ์ระบบเตือนการบุกรุก fire alarm system ผลิตภัณฑ์ระบบแจ้งเตือนอัคคีภัย และ Access Control and Building Integrated Systems ผลิตภัณฑ์ระบบควบคุมการเข้าออกอาคาร และระบบควบคุมอาคาร ปัจจุบันอาจจะต้องทำงานผ่านระบบดิจิทัลทั้งหมด ยกตัวอย่างเช่นเมื่อเกิดอัคคีภัยขึ้นแล้วพนักงานจะต้องวิ่งมาทูปกระดิ่งเพื่อเตือนให้มีการอพยพผู้คน แต่ปัจจุบันการป้องกันภัยมีการพัฒนามากขึ้นโดยเชื่อมโยงระบบข้อมูลการทำงานผ่านทาง ระบบ ดิจิทัล ดังนั้นเมื่อเกิดเหตุอัคคีภัยขึ้น ระบบจะควบคุมและสั่งงานไปที่ประตูปิดเปิดโดยอัตโนมัติ รวมทั้งควบคุมระบบต่าง ๆ ที่มีการวางโครงข่ายไว้แต่เริ่มต้นว่าจะเตือนอะไร ตรงไหนบ้างจะส่งสัญญาณความช่วยเหลือไปที่ใครได้บ้าง การพัฒนาระบบต่าง ๆ เหล่านี้ก็เพื่อให้ใช้งานได้ง่าย ติดตั้งได้ง่ายเหมาะกับการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน ที่รวมไปถึงการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการควบคุมโดยไม่ต้องวางระบบเพิ่มเติมภายในเหมือนเมื่อก่อน เรื่องของจอร์นภาพ CCTV หรือที่คุ้นกับคำว่า ทีวีวงจรปิด ในปัจจุบันมีวงจรปิดที่ฉลาดขึ้น เช่น สามารถสแกน และรายงานผลได้ด้วย สามารถวิเคราะห์ได้ว่าลักษณะของคนที่เดินมานั้นเป็นคนแบบไหน มีลักษณะเป็นผู้ต้องสงสัย หรือไม่ หรือ รถที่วิ่งสวนทางมาแสดงความผิดปกติหรือไม่ หรือจุดต่อแหลมที่มีคนนำกระเป๋ามาวางไว้จากแต่เดิมที่ต้องมี รปภ. คอยตรวจสอบในห้องควบคุมตลอดเวลา ปัจจุบันอาจไม่ต้องเพราะระบบจะตรวจจับ และรายงานผลได้ในทันที สิ่งเหล่านี้คือ ความสามารถใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ และตลาดใหม่ ๆ ที่ธุรกิจขนาดกลางไม่ควรมองข้าม

นิตยสาร Home Care (2550) ภัยจากมิถุนาซีพีมีด้วยกันอยู่หลายประเภท ผู้บริโภคที่ตัดสินใจติดตั้งระบบสัญญาณเตือนภัยขโมย มีเหตุผลเพราะห่วงทรัพย์สินที่มีเก็บอยู่ในบ้าน รวมถึง สวัสดิ

ภาพของคนที่อาศัยอยู่ในบ้าน จึงทำให้ต้องติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมย และยังมีเหตุผลอื่นที่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเลือกที่จะตัดสินใจใช้หรือไม่ใช้สัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยดังต่อไปนี้

1. ราคาที่ผู้บริโภครู้เห็นตั้งแต่เริ่มแรกก่อนการดูเรื่องรายละเอียดที่สูง ทำให้ไม่อยากจะติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมย ควรเข้าไปดูรายละเอียดก่อนการตัดสินใจ ว่าสามารถลดจำนวนของจุดติดตั้งเพื่อลดงบประมาณลงได้หรือไม่ เพราะการให้เจ้าหน้าที่สำรวจ และตีราคา โดยที่ผู้บริโภคนั้น ไม่ได้มีการกำหนดจุดเฉพาะที่สำคัญ และจำเป็นจริง ๆ ทำให้เจ้าหน้าที่จะออกแบบในลักษณะที่ครอบคลุมเผื่อไว้มากจนเกินไป เพราะไม่ทราบวงเงินงบประมาณจริงของลูกค้า จนทำให้ตัวเลขที่นำเสนอสูง หลังจากที่เราทราบราคาอุปกรณ์ต่อหน่วยในขั้นแรกแล้ว ควรให้ตัวเลขงบประมาณคร่าว ๆ กับเจ้าหน้าที่ และเลือกติดตั้งระบบที่มีเซ็นเซอร์หรือตัวตรวจจับความเคลื่อนไหว ในตำแหน่งที่ขโมยเดินผ่านอย่างแน่นอน ทำให้ลดจำนวนลงได้และราคาดังได้

2. การทำงานที่ผิดพลาดของระบบจะต้องไม่เกิดขึ้นบ่อย เพราะระบบมีการรักษาเสถียรภาพของไฟฟ้าที่ดีพอ กล่าวคือ ต้องมีแบตเตอรี่สำรองไฟของระบบโดยทั่วไปจะทำงานโดยใช้ไฟฟ้ากระแสตรง 12 โวลต์ ซึ่งมาจ่ายให้กับวงจรอิเล็กทรอนิกส์ โดยในบางครั้ง ผู้ติดตั้งไม่ได้ใส่แบตเตอรี่สำรองไฟไว้ หรือเกิดจากแบตเตอรี่ ที่ใช้เป็นแบตเตอรี่ที่ชาร์จไฟได้ซึ่งจะหมดอายุการใช้งานหลังจากใช้งานไปได้ประมาณ 2 ปี ดังนั้นหากมีการบำรุงรักษาโดยการเปลี่ยนแบตเตอรี่ทั้งระบบทุก ๆ 2 ปี ประกอบกับการติดตั้งอุปกรณ์โดยผู้จำหน่ายอย่างถูกต้อง ก็จะลดปัญหาการทำงานที่ผิดพลาดของระบบลงได้

3. เงินไม่ได้เป็นสิ่งที่สำคัญ แต่ผู้สูงอายุ ภรรยา และลูก จะไม่มีความปลอดภัยเพราะเมื่อไม่มีผู้ชายอยู่ในบ้าน การถูกบุกรุกจากบุคคลอื่นที่ไม่ได้รับอนุญาตแล้ว เป็นเรื่องที่ไม่ปลอดภัย ขณะที่ไม่มีผู้ชายอยู่บ้าน การที่มีสัญญาณเตือนภัยจากการบุกรุกบริเวณชั้นล่างของบ้านในช่วงเวลาที่ทุกคนเข้านอนแล้ว จะดีกว่าปล่อยให้นอนแล้วรู้สึกกลัวเมื่อได้ยินเสียงผิดปกติจากการบุกรุกเข้ามาดังอยู่

4. บุคคลที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่คิดว่ามีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี อยู่แล้วไม่ควรนิ่งนอนใจ เพราะหากบริเวณหลังบ้านหรือข้างบ้าน เป็นที่ดินว่างเปล่าหรือที่ร้าง และรั้วของหมู่บ้านที่สร้างไว้ไม่สูงพอ หรือไม่ได้ทำของมีคมติดตั้งอยู่บนรั้วเพื่อป้องกันจากการปีนเข้าออกได้ จะไม่ปลอดภัย พวกขโมยมักจะเลือกเอาสิ่งที่มีขนาดเล็กแต่มีค่ามากเช่นพระเครื่อง คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก โทรศัพท์มือถือ และอื่น ๆ ไปก่อนที่จะมองอุปกรณ์ใหญ่ เช่น โทรทัศน์สี 29 นิ้วหรือเครื่องเสียงโฮมเธียเตอร์ พอได้ของแล้วก็ปีนออกด้านหลังบ้านไปเลย กรณีนี้ถือว่า รั้วก็ทำหน้าที่ไม่ครบพ่อง เพราะไม่สามารถที่จะเข้าไปในบริเวณบ้านเพื่อตรวจตราได้ครบทุกหลัง

5. การที่มีการติดเหล็กคัต หากเป็นเหล็กคัตที่ทำจากเหล็กแผ่นแบน จะถูกขโมยที่มีเครื่องมือทำลายได้ไม่ยาก หรือถ้าหากเป็นแบบยึดสกรูเข้ากับวงกบแล้ว สามารถไขออกได้โดยไม่ต้องตัด เพราะถ้าคิดจะติดเหล็กคัตควรเป็นเหล็กเส้นเหล็กลมหนา หรือเส้นกลมตัน แล้วทำครอบลงไปรอบ

ช่องหน้าต่างโดยใช้ฟูกเหล็กหรือนี้อัดชั้นยึด แล้วเชื่อมหัวนี้อัดไม่ให้ขันได้ ซึ่งจะมีความคงทนถาวร ทำลายได้ยาก และถ้าจะมีการถอดออกเองเพื่อจุดประสงค์อะไร หรือไม่อยากจะติดเหล็กตัด เพราะไม่มีความสวยงาม หรือไม่มีความปลอดภัยของคนในบ้านในขณะที่เมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้ขึ้น จะไม่สามารถถอดออกได้ง่าย

6. ควรที่จะมีเลือกใช้บริการจากผู้จำหน่ายที่มีที่อยู่เป็นหลักแหล่ง ถ้าสามารถไปคุยที่ตั่งบริษัท หรือร้านที่จำหน่ายได้ ซึ่งสามารถสอบถามถึงองค์กรอ้างอิงที่ผู้ให้บริการเคยไปติดตั่งให้มาแล้ว จะทำให้มีความมั่นใจได้มากขึ้นว่า จะไม่ละทิ้งการบริการ เนื่องจากจะไม่คุ้มกับชื่อเสียงที่เขาเคยสะสมมานาน ในทางตรงกันข้ามถ้าหากใช้บริการกับช่างอิสระหรือผู้ให้บริการที่ไม่สามารถอ้างอิงหลักแหล่งได้ก็ควรสอบถามให้แน่ชัด และมั่นใจถึงการบริการหลังการขาย บริษัทใหญ่หรือร้านเล็กไม่ใช่เรื่องที่สามารถบ่งชี้ถึงความรับผิดชอบเสมอไป โดยเฉพาะหากผู้ให้บริการนั้นได้รับการแนะนำกันมาจากคนที่รู้จักและเชื่อถือได้ก็เป็นเครื่องสร้างความมั่นใจได้ในระดับหนึ่งว่าจะไม่ถูกทอดทิ้งการบริการหลังการขายได้

รัชดาพรรณ (2548) มีการวิเคราะห์ทิศทางการดำเนินธุรกิจรักษาความปลอดภัย ลักษณะของธุรกิจรักษาความปลอดภัยในปัจจุบันยังคงมีรูปแบบการดำเนินกิจการเฉพาะอย่างมากกว่าการทำแบบครบวงจร เช่น พนักงานรักษาความปลอดภัย ระบบความปลอดภัยเฉพาะรถยนต์เฉพาะร้านค้า-สำนักงาน เฉพาะที่อยู่อาศัย หรือซอฟต์แวร์ อันเป็นการทำตลาดแบบเจาะจง (niche market) ซึ่งข้อดีคือเป็นการสร้างการจดจำแก่ลูกค้าในเรื่องเฉพาะด้านที่ทางบริษัทชำนาญ และเป็นการสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้าที่ใช้บริการ แต่ข้อเสียคือกลุ่มลูกค้ามีขนาดเล็ก และไม่ได้ถ่ายทอดเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการหลายรายจะเริ่มเข้าทำตลาดซอฟต์แวร์รักษาความปลอดภัยมากขึ้น และถ้าหากในรายใดไม่มีความถนัดในเรื่องแอปพลิเคชันต่าง ๆ จะใช้วิธีบุคคลนอกองค์กร หรือหาพันธมิตรมาร่วมกันดำเนินกิจการเพื่อให้ครบวงจร รวมถึงการร่วมกับบริษัทด้านประกันภัย ทำให้ขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้กว้าง โดยกลุ่มลูกค้าจะมีทั้งกลุ่มโทรคมนาคมรวมถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ต กลุ่มธุรกิจการเงินการธนาคาร กลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต กลุ่มพลังงาน กลุ่มสถาบันการศึกษา และกลุ่มร้านค้า อาคารพาณิชย์ ระบบจะเน้นเป็น ระบบอินทิเกรต ซิเคียวริตี้ ซึ่งเป็นการนำระบบรักษาความปลอดภัยหลาย ๆ ระบบมาทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ กลุ่มลูกค้าใหม่ที่ทางธุรกิจรักษาความปลอดภัยให้ความสนใจคือ โครงการบ้านพักอาศัยระดับพรีเมียม และผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยโครงการบ้านพักอาศัยได้มีการนำระบบสื่อสารความเร็วสูงบรอดแบนด์ติดตั่งในบ้าน เพื่อให้สามารถชมภาพเคลื่อนที่ต่าง ๆ ภายในบ้านได้ ระบบอินเทลลิเจนต์ อะลาร์ม ที่นำเทคโนโลยีเชื่อมต่อระหว่างการแจ้งเตือนจากสัญญาณเตือนภัยไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเจ้าของบ้าน และสถานีตำรวจ ส่วนตลาดผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ จะมีการนำซิเคียวริตี้ นอกจากนี้รัฐบาลมีโครงการขนาดใหญ่ ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนด้านความปลอดภัยจำนวนมากเช่นสนามบินสุวรรณภูมิ ระบบ

ขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร โครงการมักกะสัน คอมเพล็กซ์ โครงการเอ็นเนอร์จีคอมเพล็กซ์ ซึ่งจะเป็นศูนย์รวมด้านธุรกิจ ที่พักอาศัย เอนเตอร์เทนเมนต์ ศูนย์แสดงสินค้า และศูนย์ประชุม

สำนักวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย (2548) คาดว่ามูลค่าตลาดรวมของธุรกิจอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยสูงถึง 19,750 ล้านบาท แบ่งเป็นธุรกิจรักษาความปลอดภัยที่มีการเติบโตร้อยละ 10 คิดเป็นมูลค่าตลาด 19,250 ล้านบาท และธุรกิจซอฟต์แวร์รักษาความปลอดภัย (Security-Software) ประมาณ 500 ล้านบาทเติบโตร้อยละ 20 โดยผลิตภัณฑ์ที่จะได้รับความนิยมมากขึ้นคือระบบโทรทัศน์วงจรปิด และคู่แข่งต่างชาติจะเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจซอฟต์แวร์รักษาความปลอดภัยกล่าวคือ ระบบสัญญาณกันขโมยยังไม่ได้ได้รับความนิยมมาก เมื่อเทียบกับระบบอื่น ๆ ในกลุ่มของระบบรักษาความปลอดภัย

2.7 วิธีการศึกษา

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้มาจากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีบ้านพักอาศัย และร้านค้า ที่มีความสามารถที่จะติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยได้ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ที่มีบ้านพักอาศัย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ข้อมูลที่บ่งบอกถึงความสามารถที่จะติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การรู้จักและการทำงานของระบบสัญญาณกันขโมยเป็นแบบสอบถามถึงการรู้จักระบบที่เรียกว่า สัญญาณกันขโมย แหล่งข้อมูลที่ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบสัญญาณกันขโมย และการทำงาน

ส่วนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย เป็นการสอบถามถึงการรับรู้ในเรื่องของ คุณสมบัติและความสามารถต่าง ๆ ของระบบสัญญาณกันขโมย

ส่วนที่ 4 ทศนคติที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมย

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมย เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้งานระบบสัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย

ส่วนที่ 6 เป็นข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น เพิ่มเติม ที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ธุรกิจต่าง ๆ อินเทอร์เน็ต และผลการศึกษามีผู้รวบรวมไว้ก่อนแล้ว เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับระบบสัญญาฉบับขโมย เช่น รายละเอียดของระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในปัจจุบัน ข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับระบบสัญญาฉบับขโมย ข้อมูลด้านสถานการณ์ในปัจจุบันในเรื่องของระบบความปลอดภัย เป็นต้น

2.8 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ บุคคลที่มีอำนาจตัดสินใจ ในอาคารพักอาศัย ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

ดังนั้นในการคำนวณเพื่อหากกลุ่มตัวอย่างจึงใช้การคำนวณในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากร หรือจำนวนประชากรมีจำนวนไม่แน่นอน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบขนาดของประชากรทั้งหมด จากสมการของ W.G.cochran ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P) Z^2}{0.01^2} \quad (2.1)$$

โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม ในที่นี้กำหนดให้ $P = 1/250$ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในกลุ่มที่มีอำนาจในการตัดสินใจซึ่งจากการคาดการณ์มีจำนวนน้อย

Z = ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ในที่นี้กำหนดให้ $Z = 1.96$ (Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 ; มั่นใจ 95%)

d = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ ในที่นี้กำหนดให้

$d = 0.01$ (1%)

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น} \quad n &= \frac{(1/250)(1 - 1/250)1.96^2}{0.01^2} \\ n &= 154 \end{aligned}$$

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จำนวนกลุ่มประชากรตัวอย่างมีจำนวนทั้งหมด 154 ตัวอย่าง เพื่อให้เกิดการกระจายของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาจึงได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

1. เลือกข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากร บุคคลที่มีอำนาจตัดสินใจ ในอาคารพักอาศัย โดยคัดเลือกจากเขตพื้นที่ ที่มีจคทะเบียน อสังหาริมทรัพย์ มากที่สุด 7 ลำดับแรก ได้แก่ ทั่วประเทศ บางกะปิ ลาดกระบัง หนองจอก บางขุนเทียน คลองสามวา สายไหม (สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย. 2549)

2. เมื่อได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่มแล้ว ในการสุ่มตัวอย่างแต่ละเขตพื้นที่นั้น ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มแบบ Quota Sampling ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นการกระจายแบบสอบถามไปตามสัดส่วนของจำนวนอาคารพักอาศัยที่จดทะเบียนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละออกมา เพื่อป้องกันการผิดพลาดของข้อมูล (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 แสดงข้อมูลการจดทะเบียนเพิ่มขึ้นของอสังหาริมทรัพย์ ในเขตกรุงเทพ 7 ลำดับแรก

ลำดับ	เขตพื้นที่ที่เลือกศึกษา	จำนวนการจดทะเบียนเพิ่ม	%	แบบสอบถาม (ชุด)
1	ทั่วประเทศ	933	17.77	27
2	บางกะปิ	927	17.66	27
3	ลาดกระบัง	782	14.90	23
4	หนองจอก	628	14.13	22
5	บางขุนเทียน	628	11.96	19
6	คลองสามวา	620	11.81	18
7	สายไหม	618	11.77	18
	รวม	5,250	100.00	154

2.9 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการใช้ระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาในเรื่องของความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ต่าง ๆ กับการใช้สัญญาฉบับขโมยในอาคารพักอาศัย

กรอบแนวคิดด้านประชากรศาสตร์กับใช้ระบบสัญญาณกันขโมยกำหนดให้

1. ตัวแปรอิสระ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกที่พักอยู่ร่วมกัน และ สถานะภาพสมรส
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การใช้ระบบสัญญาณกันขโมย

กรอบแนวคิดด้านการรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมย จะศึกษาถึงการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง ว่ามีระดับการรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมยมากน้อยเพียงใด และศึกษาถึงทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยว่าเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยเพียงใดกับทัศนคติที่เกี่ยวกับระบบสัญญาณกันขโมย

ในการศึกษาด้านปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด จะทำการศึกษาถึงปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย และ ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย

2.10 การวิเคราะห์ข้อมูล

รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistic Package for Social Science) โดยใช้ สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

1. ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จะใช้ค่าความถี่ (Frequency) และการหาความถี่เป็นสัดส่วนร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อมูลเรื่องการใช้ระบบสัญญาณกันขโมยก่อนตอบแบบสอบถาม นั้นจะใช้คัดแบบสอบถามที่ไม่รู้จักระบบสัญญาณกันขโมยออกไม่ใช้ในการวิเคราะห์

2. การศึกษาเรื่องแหล่งข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักระบบสัญญาณกันขโมย และ ข้อมูลการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมย จะใช้ค่าความถี่ (Frequency) และการหาความถี่เป็นสัดส่วนร้อยละ (Percentage)

3. การรับรู้ เกี่ยวกับคุณสมบัติ ของระบบสัญญาณกันขโมย วัดจากคะแนนการตอบแบบสอบถามโดยกำหนดให้การไม่รับรู้มีคะแนน 1 คะแนน การที่ไม่แน่ใจมีคะแนน 2 คะแนน และการที่รู้คุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมย มีคะแนนเป็น 3 โดยการคำนวณช่วงของระดับคะแนนในแต่ละระดับความสำคัญดังต่อไปนี้

$$\frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้นที่จะแบ่ง}} = \frac{3-1}{3} = 0.67$$

คำนวณออกมาได้ระดับการรับรู้คุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมยดังต่อไปนี้

ระดับการรับรู้	ค่าเฉลี่ย
ไม่รู้	1.00 – 1.66
ไม่แน่ใจ	1.67 – 2.33
รู้	2.34 – 3.00

4. ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมย กำหนดให้มีค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ถ้าผู้ตอบเลือกไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนนเป็น 1
ถ้าผู้ตอบเลือกไม่เห็นด้วย	ให้คะแนนเป็น 2
ถ้าผู้ตอบเลือกไม่แน่ใจ	ให้คะแนนเป็น 3
ถ้าผู้ตอบเลือกเห็นด้วย	ให้คะแนนเป็น 4
ถ้าผู้ตอบเลือกเห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนนเป็น 5

ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นการหาค่าเฉลี่ยเพื่อใช้วิเคราะห์ระดับทัศนคติของผู้บริโภคต่อระบบสัญญาณกันขโมย ได้โดยใช้สเกลของลิเคิท (The Likert Scale) การกำหนดช่วงของแต่ละทัศนคติคำนวณมาจากหาความกว้างของชั้น (I) ดังนี้ (กัลยา, 2542: 29)

$$\frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้นที่จะแบ่ง}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

จากการคำนวณสามารถกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับทัศนคติได้ดังนี้

ระดับทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย
ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.00-1.80
ระดับไม่เห็นด้วย	1.81-2.60
ระดับไม่แน่ใจ	2.61-3.40
ระดับเห็นด้วย	3.41-4.20
ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.21-5.00

5. ปัจจัยที่เป็นส่วนผสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยทั่วไปของผลิตภัณฑ์ของระบบสัญญาณกันขโมย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ได้แก่ หน่วยงานที่รองรับ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมย กำหนดให้มีค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญน้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น 1
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญน้อย	ให้คะแนนเป็น 2

ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญปานกลาง	ให้คะแนนเป็น 3
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญมาก	ให้คะแนนเป็น 4
ถ้าผู้ตอบเลือกความสำคัญมากที่สุด	ให้คะแนนเป็น 5

และสูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต ทำได้โดยการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับความสำคัญ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด จากนั้นคำนวณช่วงของระดับคะแนนในแต่ละระดับความสำคัญดังต่อไปนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่จะแบ่ง}} = \frac{5 - 1}{5} = 1.33$$

การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย ใช้วิธีการประเมินคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดช่วงการวัด ดังนี้

ระดับทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด	1.00-1.80
ระดับความสำคัญน้อย	1.81-2.60
ระดับความสำคัญปานกลาง	2.61-3.40
ระดับความสำคัญมาก	3.41-4.20
ระดับความสำคัญมากที่สุด	4.21-5.00

6. สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าไครสแควร์ (Chi Square) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกที่พักอยู่ร่วมกัน และ สถานะภาพ กับสถิติการใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทที่ 3

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย

3.1 ระบบสัญญาณกันขโมย (Burglar Alarm Systems)

ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ติดตั้งภายในบ้าน สำนักงาน หรือสถานที่ที่ต้องการรักษาความปลอดภัยจากการบุกรุก หรือ โจรกรรม ระบบจะทำหน้าที่แจ้งเตือนเมื่อมีผู้บุกรุกเข้ามาภายในบริเวณที่มีการรักษาความปลอดภัย โดยการทำงานพื้นฐานนั้นจะรวมถึง สัญญาณเตือนภัยฉุกเฉิน เช่นการจีบลิ้น หรือกรณีที่น่าสงสัยอื่น ๆ ระบบสามารถแจ้งเหตุผ่านโทรศัพท์บ้าน มือถือ หรือหน่วยงานที่มีหน้าที่เข้ามาตรวจสอบเหตุร้ายต่าง ๆ และส่งเสียงดังเตือน ณ ที่เกิดเหตุ ระบบสัญญาณเตือนการบุกรุกนั้น จะแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนตรวจจับ ส่วนประมวลผล และส่วนแสดงผล ระบบสัญญาณกันขโมยประกอบด้วยอุปกรณ์สำหรับตรวจจับการจับประตูหน้าต่าง ตรวจจับการเคลื่อนไหว และยังมีอุปกรณ์สำหรับตรวจจับแก้วร้าว จับควันไฟ หรือเพลิงไหม้อย่างง่าย ๆ ได้ด้วย เมื่อระบบตรวจจับการบุกรุกได้ เราสามารถตั้งให้แจ้งเตือนเป็นเสียงไซเรน หรือให้โทรศัพท์โทรไปยังเบอร์ที่ตั้งโปรแกรมไว้ได้ ทำให้ทราบถึงการบุกรุกและสามารถเข้าระงับเหตุได้ทันทั่วทั้ง

3.2 บทบาทของระบบสัญญาณกันขโมย

ความมั่นคงปลอดภัย เป็นสิ่งที่คนเราทุกคนต้องการ นอกเหนือไปจากความต้องการทางด้านปัจจัยสี่ ความมั่นคงปลอดภัยที่แต่ละคนต้องการอาจมีความแตกต่างกันออกไป บางคนอาจห่วงในด้านของสุขภาพและชีวิต ในขณะที่บางคนอาจเป็นห่วงไกลออกไปถึงฐานะความเป็นอยู่ และความมั่นคงในอนาคต แต่สิ่งที่คุณส่วนใหญ่จะเห็นพ้องต้องกัน และยอมรับว่าเป็นความมั่นคงปลอดภัยพื้นฐานที่คุณเราต้องการก็คือความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน หนึ่งในบรรดาทรัพย์สินที่อาจถือได้ว่ามีค่าที่สุด และ ผูกพันกับชีวิตความเป็นอยู่ของแต่ละคนในครอบครัวก็คือ บ้าน และทรัพย์สินต่าง ๆ ภายในบ้าน และเนื่องจาก สภาพความเป็นอยู่ของคนในสังคมปัจจุบันมีความกดดันทางด้านเศรษฐกิจ และ สถานะความเป็นอยู่สูง ปัญหาทางด้านสังคมและภัยอันตราย จากโจร ผู้ร้าย จึงมีสูงตามไปด้วย ผู้คนจำนวนมากจึงเริ่มให้ความสำคัญและหาทางป้องกันหรือหลีกเลี่ยงต่อภัยอันตรายดังกล่าว ด้วยเหตุนี้เอง สัญญาณกันขโมย จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทในการปกป้องชีวิต และทรัพย์สินของผู้อยู่อาศัยในบ้านจากบรรดาโจรผู้ร้าย หรืออย่างน้อยก็เพิ่มความอบอุ่นใจให้แก่ผู้ใช้ได้ เพราะถึงแม้ว่าการติดตั้งสัญญาณกันขโมยจะไม่สามารถรับประกันความปลอดภัยได้เต็มที่ แต่ก็น่าจะช่วยให้โจรผู้ร้ายต้องใช้ความพยายามมากขึ้น และลดความเสี่ยงได้ระดับหนึ่ง สัญญาณกันขโมย หรือบางครั้งอาจ

เรียกว่า เครื่องกันขโมย หรือเครื่องเตือนภัยอัตโนมัติ (บริษัทเจริญร์กซ์ออกแบบ และก่อสร้าง จำกัด. 2551)

3.3 ประเภทของระบบสัญญาณกันขโมย

ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยแบ่งชนิดตามระบบของการทำงานออกได้ เป็น 2 ระบบ คือระบบใช้สายไฟและ ระบบไร้สาย

3.3.1 สัญญาณกันขโมยระบบใช้สายไฟ

สัญญาณกันขโมยแบบนี้เป็นระบบที่ใช้ สายไฟเป็นตัวเชื่อมต่อ การทำงานระหว่างอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณเครื่องรับสัญญาณ หรือเครื่องควบคุม และอุปกรณ์ส่งสัญญาณเสียง ระบบนี้มีข้อดีคือ ให้ความแน่นอนในการส่งสัญญาณเนื่องจากเชื่อมต่อด้วยระบบสายไฟ การติดตั้งอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณสามารถวางได้ทุกตำแหน่งโดยปราศจากอุปสรรคหรือสัญญาณรบกวนต่าง ๆ บำรุงรักษาง่าย ราคาไม่แพงมาก แต่มีข้อเสีย คือ การติดตั้งยุ่งยาก เพราะต้องมีการเดินสายไฟ ยิ่งถ้าเป็นการเดินสายไฟแบบฝังภายในผนัง หรืออยู่เหนือฝ้าเพดานแล้ว เวลาเกิดปัญหาขึ้นการตรวจสอบ และ แก้ไขจะทำได้ยาก แต่ถ้าเป็นการเดินสายไฟแบบเดินสายลอยภายนอก เวลาเกิดปัญหาขึ้นการตรวจสอบ แก้ไขก็สามารถทำได้ไม่ยาก การทำงานของสัญญาณกันขโมยในระบบนี้ค่อนข้างเชื่อถือได้จึงมีผู้นิยมใช้

3.3.2 สัญญาณกันขโมยระบบไร้สาย

สัญญาณกันขโมยระบบนี้มีระบบการทำงานพื้นฐาน และอุปกรณ์ประกอบต่าง ๆ คล้ายคลึงกับระบบใช้สายไฟ เพียงแต่การเชื่อมต่อการทำงานระหว่างอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณ และ เครื่องรับสัญญาณ หรือเครื่องควบคุมนั้นจะใช้ระบบคลื่นวิทยุแทนเท่านั้น โดยอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณจะทำหน้าที่เป็นเครื่องส่งคลื่นวิทยุไปด้วยในตัว เพื่อกระตุ้นให้เครื่องรับสัญญาณทำงาน เมื่อมีเหตุผิดปกติเกิดขึ้นระบบนี้มีข้อดี คือ ติดตั้งง่าย ไม่ต้องเดินสายไฟให้ยุ่งยาก เหมาะสำหรับบ้านหรือห้องพักอาศัยที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วและเรียบร้อย แต่ระบบนี้ก็ยังมีข้อเสีย คือ มีข้อจำกัดในการวางตำแหน่งของตัวอุปกรณ์ต่าง ๆ เพราะถ้าวางในตำแหน่งที่ไม่เหมาะสมการส่ง และการรับสัญญาณคลื่นวิทยุของอุปกรณ์ต่าง ๆ อาจถูกรบกวนหรือบดบังทำให้การทำงานในบางจุดไม่ได้ผล ระบบนี้จึงไม่เหมาะสำหรับบ้านขนาดใหญ่ หรืออาคารที่มีหลายชั้น ซึ่งต้องติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ อย่างกระจัดกระจาย การบำรุงรักษาก็ยากกว่าระบบใช้สายไฟต้องคอยเปลี่ยนแบตเตอรี่ซึ่งใช้เป็น พลังงานในการส่งคลื่นวิทยุของอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณตามระยะเวลาที่กำหนด เพราะถ้าเกิดลืมน เปลี่ยนปล่อยให้แบตเตอรี่หมด หรืออ่อนกำลังลง เครื่องก็จะไม่ทำงาน อีกทั้งระบบนี้มีราคา

ค่อนข้างสูงจึงมีผู้นิยมใช้สัญญาณกันขโมยระบบนี้ในวงจำกัด (บริษัทเจริญรักษาออกแบบ และก่อสร้าง จำกัด. 2551)

3.4 อุปกรณ์ของระบบสัญญาณกันขโมย

ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยมีอุปกรณ์ดังต่อไปนี้

3.4.1 อุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณ (Sensor)

อุปกรณ์นี้จะทำหน้าที่ตรวจจับสิ่งผิดปกติที่เกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ และส่งสัญญาณไปยังเครื่องรับสัญญาณ หรือเครื่องควบคุมเพื่อทำการเตือนภัย โดยมีอุปกรณ์พื้นฐานที่นิยมใช้กันทั่วไป ได้แก่ สวิตช์แม่เหล็ก (magnetic contact) ซึ่งจะติดตั้งบริเวณประตูหรือหน้าต่าง เมื่อเวลาประตูหรือหน้าต่างถูกงัดหรือเปิดออกสัญญาณก็จะดังขึ้น อุปกรณ์ป้องกันการทุบกระจก (glass break detector) ซึ่งจะติดตั้งกับกระจกประตู หรือหน้าต่าง การทำงานจะอาศัยการตรวจจับความสั่นสะเทือน เมื่อมีการทุบหรือกรีดกระจก สัญญาณก็จะดังขึ้น เครื่องตรวจจับด้วยแสงอินฟราเรด (infrared detector) ซึ่งจะติดตั้งในบริเวณห้อง การทำงานจะอาศัยการตรวจจับการเคลื่อนไหวที่ตัดผ่านลำแสงที่เกิดขึ้นในบริเวณห้องนั้นเป็นต้น นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณพื้นฐานดังกล่าวแล้ว ยังมีการนำเอาอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณชนิดอื่นเข้ามาใช้ร่วมด้วยเพื่อเพิ่มความปลอดภัยในด้านอื่น ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการเฉพาะกรณีและความสามารถของระบบที่จะยอมรับได้ เช่น เครื่องตรวจจับความร้อน และควันไฟ เมื่อเกิดอัคคีภัยขึ้นเครื่องควบคุมการเปิดและปิดไฟอัตโนมัติ เมื่อมีเหตุการณ์ผิดปกติเกิดขึ้นเป็นต้น นอกจากนี้ยังมีอุปกรณ์เสริมอื่น ๆ เช่นเครื่องแจ้งเหตุผ่านทางระบบโทรศัพท์เป็นต้น อุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1.1 สวิตช์แม่เหล็ก (Magnetic contact) เป็นสวิตช์ที่สามารถปิดเปิดตามสนามแม่เหล็ก ซึ่งสนามแม่เหล็กมักจะมาจากแม่เหล็กอันเล็ก ๆ ที่ฝังไว้ที่ตัวประตูหรือหน้าต่าง ส่วนตัวสวิตช์มักจะถูกฝังไว้ที่ขอบประตู หรือหน้าต่างเมื่อมีการปิดเปิดประตูก็จะเหนี่ยวนำให้สวิตช์มีการปิดเปิดตามไปด้วย Magnetic contact จะมีสายต่อไปยัง Control panel ถ้าสวิตช์มีการปิดเปิด Control panel จะสามารถรู้ได้ด้วยค่าความต้านทานที่เปลี่ยนไป สวิตช์แม่เหล็ก นี้ แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ แบบฝัง (Recessive) แบบนี้ คือ จะต้องเจาะประตู และวงกบประตูเพื่อที่จะฝังสวิตช์ลงไป และอาจจะไปคิดไว้ตามลิ้นชักตู้ที่เราต้องการให้มีการเตือนเมื่อมีการเปิด และแบบลอย (Surface mount) จะใช้ในกรณีที่ไม่คิดแบบฝังได้ยาก ซึ่งจะติดตั้งได้ง่ายกว่า แต่ก็สวยงามน้อยกว่าแบบฝัง

3.4.1.2 อุปกรณ์ป้องกันการทุบกระจก (glass break detector) เป็นอุปกรณ์ที่เป็นลักษณะสี่เหลี่ยมซึ่งจะมี สวิตช์อยู่ด้านใน และมีแผ่นกระจกอยู่ด้านหน้า ซึ่งจะทำงานก็ต่อเมื่อมี

บุคคลไปกดทำให้กระจกแตก และสวิทช์ที่อยู่ด้านในจะทำงาน เป็นการส่งสัญญาณมาที่ผู้ควบคุม ซึ่งกระจกที่แตกสามารถถอดเปลี่ยนได้ใหม่ได้

3.4.1.3 อุปกรณ์ที่ตรวจจับสัญญาณด้วยแสงอินฟราเรด (Motion Detector) เป็นอุปกรณ์ที่ใช้กันมาก และบ่อยที่สุด ซึ่งใช้จับกลุ่มของความร้อนที่เคลื่อนไหวได้ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วก็คือสัตว์เลือดอุ่น อุปกรณ์ตรวจจับความเคลื่อนไหวจะทำงานด้วยคลื่นไมโครเวฟ และรังสีอินฟราเรดแบบ Quantum Plus

3.4.2 เครื่องรับสัญญาณหรือเครื่องควบคุม (Receiver or Control unit)

เครื่องรับสัญญาณ หรือเครื่องควบคุมนี้ถือเป็นหัวใจในการทำงานของระบบ เพราะจะทำหน้าที่รับสัญญาณจากอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณทุกจุด ควบคุม และประสานการทำงานของอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้สัมพันธ์กัน และส่งสัญญาณเตือนภัยให้ดังขึ้นเมื่อมีสิ่งผิดปกติเกิดขึ้น การกดรหัสเพื่อปิด หรือเปิดเครื่องตลอดจนการเลือกรูปแบบของการทำงานต่าง ๆ นั้นจะต้องทำได้ในส่วนนี้ เครื่องรับสัญญาณ หรือเครื่องควบคุมที่มีประสิทธิภาพสูง โดยสามารถใช้งานร่วมกับอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณได้มากจุด และหลากหลายรูปแบบ นอกเหนือจากอุปกรณ์ตรวจจับสัญญาณหลักที่ได้กล่าวมาแล้ว เช่น สามารถใช้กับเครื่องตรวจจับความร้อน และ คว้นไฟ เมื่อเกิดอัคคีภัยสามารถใช้กับเครื่องควบคุมระบบไฟฟ้าฉุกเฉิน สามารถใช้งานร่วมกับเครื่องควบคุมระยะไกล สามารถตั้งเวลาการทำงานของเครื่องได้โดยอัตโนมัติ หรือแม้กระทั่งสามารถส่งสัญญาณแจ้งเหตุไปยังสถานีตำรวจเมื่อเกิดเหตุร้ายขึ้นดังนั้นมูลค่า หรือราคาของระบบสัญญาณกันขโมยจึงมักอยู่ที่เครื่องควบคุมนี้เป็นหลัก Control panel ปกติจะเป็นกล่องเหล็กสีเหลี่ยม มีขนาดต่างกันไป โดยทั่วไปประมาณ กว้าง 11.25 นิ้ว สูง 11.25 นิ้วหนา 3.5 นิ้ว เมื่อเปิดฝากล่องออกมาก็จะเห็นส่วนประกอบหลักภายใน คือ

3.4.2.1 แผงวงจรควบคุม (Main board) ซึ่งเป็นหัวใจของระบบจะเป็นแผงวงจรที่มีความสูง เกือบเท่ากับขนาดของกล่อง Control panel หรือตู้ควบคุม และมีช่องต่อสาย (terminal connection) จำนวนมากเพื่อเชื่อมต่อกับส่วนอื่นของระบบ

3.4.2.2 การ์ดวงจรแผงโซน (Accessory board) จะเป็น board ที่มักจะขายแยกต่าง ต้องซื้อเสริมเข้ามาเพื่อเพิ่มความสามารถของระบบมาหลากหลายชนิดมากมายซึ่งต้องใช้ของบริษัทเดียวกัน และมักจะเสียบใส่ช่องที่เตรียมไว้แล้วได้เลย แต่มักจะต้องมีการต่อสายจาก Main board ไปยัง Accessory board เหล่านี้ได้แก่ Operator Telephone Interface เป็นบอร์ดที่มีประโยชน์ 4 ประการคือ ควบคุมระบบระยะไกลผ่านมือถือ เมื่อเราสามารถโทรมาที่บ้าน และกดรหัสที่ถูกต้องก็จะมี Operator ภาษาอังกฤษของระบบตอบรับและอธิบายสถานะ และขั้นตอนเพื่อให้สามารถควบคุมระบบได้ เช่น System is ready enter code to arm system is armed enter code to disarm, press *3 for alarm memory press *6 for home control menu หรือ ทำให้เราสามารถควบคุมระบบด้วย

โทรศัพท์ทุกเครื่องในบ้าน เมื่อกดปุ่ม และ ใส่รหัสที่ถูกต้อง และเราสามารถเปลี่ยนชื่อ zone เป็นคำพูดได้ เช่น Zone 1 เราอาจจะเปลี่ยนเป็น Front door เวลาเราฟังจาก Operator เขาจะพูดเป็น Front door is opened. สามารถควบคุมการเปิดปิด อุปกรณ์ไฟฟ้าผ่านระบบ ได้ถึง 32 จุด และสามารถต่อเพิ่มจำนวนโซนได้

3.4.2.3 วงจรแปลงสัญญาณแรงดันไฟฟ้า (Power Supply) โดยส่วนใหญ่แล้ว ระบบกันขโมยจะใช้ แรงดัน 12 โวลต์ และต่อแบตเตอรี่ขนาดที่มากกว่า 4 แอมฮาวร์ ขึ้นไป ถ้าไฟฟ้าดับ battery จะเลี้ยงระบบได้นานขนาดไหนขึ้นกับรุ่นของระบบ จำนวนอุปกรณ์อื่นที่ระบบต้องจ่ายไฟให้ เช่น จำนวนของอุปกรณ์ตรวจจับ และขนาดของแบตเตอรี่ แต่ถ้าแบตเตอรี่ขนาดใหญ่เกินไปก็ จะไม่สามารถใส่เข้าไปในตัวถังได้ ระบบที่ดีจะมีระบบเพื่อตรวจสอบแบตเตอรี่อย่างสม่ำเสมอ

3.4.3 ลำโพงสัญญาณเตือนภัย (Siren)

ลำโพงสัญญาณเตือนภัย หรือที่เรียกกันทั่วไปว่าไซเรน เป็นอุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ส่งสัญญาณเสียงเพื่อเตือนภัยเมื่อเกิดเหตุการณ์ ผิดปกติขึ้น การทำงานของไซเรนนี้จะรับสัญญาณมาจากเครื่องควบคุมอีกทีหนึ่ง การทำงานของไซเรนที่จะให้ได้ผลดีนั้นควรอยู่ในตำแหน่งที่ไซเรนทำงานแล้วสามารถส่งเสียงดังให้ได้ยินไปไกล และติดตั้งไว้ในจุดที่ผู้บุกรุกจะเข้าไปตัดสายได้ยาก ส่วนการจะเลือกไซเรนให้มีความดังระดับไหนขึ้นอยู่กับทำเลสถานที่ และสิ่งแวดล้อมรอบข้างด้วย ซึ่งอาจมีการทดสอบก่อนเพื่อการเลือกใช้ที่เหมาะสม ซึ่งมีประเภทดังต่อไปนี้

3.4.3.1 อุปกรณ์ส่งเสียงร้องส่วนใหญ่จะเป็นรูปฮอร์น มีความคงทนต่อ ความชื้น และแสงแดด ระบบกันขโมยที่ดีจะมีการ Supervised สายเสียง Siren ถ้ามีการตัดสาย Siren ตัวใดตัวหนึ่ง ตัวที่เหลือจะต้องส่งเสียงร้องเลขทันที

3.4.3.2 เป็นไฟแวบ (Strobe light) เพื่อที่จะให้เพื่อนบ้าน หรือ ปรก. มองเห็นได้ง่ายขึ้นว่าเหตุการณ์มาจากที่ไหน เพราะบางครั้งเสียงร้องอย่างเดียวจะบอกตำแหน่งยาก สำหรับบ้านที่เน้นความสวยงามอาจจะใช้ อุปกรณ์ส่งเสียงร้องอยู่ในตัวเดียวกันกับไฟแวบ จะมีทั้งแบบไฟหมุนเหมือนรถตำรวจ หรือ ใช้ ซึ่งมีความสว่าง และคงทน

3.4.4 แบตเตอรี่สำรอง (Backup Battery)

โดยอาศัยอุปกรณ์หลัก 3 อย่าง ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นระบบสัญญาณกันขโมยก็สามารถทำงานได้ แต่เนื่องจากอุปกรณ์ที่เป็นส่วนควบคุมไม่ว่าจะเป็นระบบใช้สายไฟ หรือระบบไร้สายจะต้องใช้ไฟฟ้าในบ้าน เพื่อเลี้ยงวงจรในการทำงาน ถ้าไฟฟ้าดับเครื่อง ก็ไม่สามารถทำงานได้ ดังนั้นระบบสัญญาณกันขโมยโดยทั่วไปจึงจำเป็นต้องมีแบตเตอรี่สำรองไว้ ซึ่งจะเป็นแบตเตอรี่ ที่สามารถชาร์จไฟได้ ในตัวเพื่อใช้ในกรณีฉุกเฉิน เช่น ในกรณีไฟฟ้าดับ หรือผู้บุกรุกตัดกระแสไฟฟ้าในบ้านสัญญาณกัน ขโมยก็ยังคงทำงานได้ตามปกติ

3.4.5 ระบบโทรออกอัตโนมัติ (Auto Voice Dialer)

เป็นตัวอุปกรณ์ที่พ่วงกับโทรศัพท์บ้าน หากเกิดเหตุระบบจะสั่งงานให้โทรออกโดยอัตโนมัติไปยังหมายเลขที่ตั้งเอาไว้ว่าจะได้ถึง 4 ถึง 5 หมายเลข พร้อมกับการส่งข้อความเสียงฉุกเฉินที่เราบันทึกเอาไว้ก่อนหน้านี้ หากจะให้โทรไปแจ้งที่สถานีตำรวจก็ได้เช่นกัน หรือในบางประเภทยังสามารถเชื่อมต่อกับหน่วยงานบริษัทเอกชนที่รองรับระบบดังกล่าว เข้ามาตรวจสอบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นที่เกิดเหตุได้และคิดค่าบริการเป็นรายเดือนเป็นต้น (บริษัท ไทยสมาร์ต โสม จำกัด. 2544)

3.5 การทำงานผิดพลาดของระบบสัญญาณกันขโมย

การทำงานผิดพลาด หรือที่เรียกว่า False alarm prevention การป้องกันการเตือนที่ผิดพลาด เป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะถ้าเกิดขึ้นอาจจะทำให้ผู้ใช้ไม่แน่ใจในระบบเป็นที่น่ารำคาญของเพื่อนบ้าน และเมื่อมีเหตุการณ์จริงเกิดขึ้น ระบบอาจจะช่วยอะไรไม่ได้เลยปัญหาเรื่องการทำงานผิดพลาดเป็นเรื่องที่สำคัญมากและถ้าระบบไม่ดีแล้ว ประมาณกันว่า ร้อยละ 95 ถึง 98 ของการเตือนภัย จะเป็นการทำงานผิดพลาด โดยสาเหตุของ การทำงานผิดพลาดมีดังนี้

3.5.1 เนื่องจากการใช้อุปกรณ์ที่ไม่ได้มาตรฐาน (Equipment Error)

เช่น สวิตช์แม่เหล็กที่ใช้คุณภาพต่ำ หรืออุปกรณ์ตรวจจับด้วยแสงอินฟราเรดถูกคลื่นวิทยุ RF (radiofrequency) ครอบงวน และที่สำคัญที่สุดถ้าเครื่องควบคุม มี False alarm feature prevention จะมี features ดังนี้

3.5.1.1 Audible exit countdown during delay time คือ เมื่อเราเปิดระบบแล้ว จะต้องออกจากบ้านภายในเวลาที่ตั้งไว้ ตั้ง Keypad ก็จะมีเสียงเตือน และจะให้จังหวะที่เร็วมากใน 10 วินาทีสุดท้าย

3.5.1.2 Automatic home mode คือ ถ้าผู้ใช้กดเปิดระบบ แล้วไม่เปิดประตูออกจากบ้าน ตัวเครื่องควบคุมก็จะเปลี่ยนเป็นปกติ ให้อัตโนมัติโดย ยกเลิก (Bypass infrared detector) ตัวที่ตั้งไว้ให้เอง

3.5.1.3 Cross zoning เราสามารถตั้งได้ว่า ต้องมีสิ่งผิดปกติ 2 โซน หรือภายในโซนเดียวกันอย่างน้อย 2 ครั้ง จึงจะให้แจ้งเหตุ เช่น โซนหน้าต่างและอินฟราเรดในห้องเดียวกันจับสิ่งผิดปกติได้ทั้งคู่ โดยขณะที่หน้าต่างถูกเปิดออกก่อน อาจจะทำให้แค่แผงกร็องก่อนซึ่งก็ดังพอสมควรที่จะทำให้ขโมยตกใจ แต่ถ้ายังเข้ามาในบ้านให้อินฟราเรดจับได้ โซนนั้นก็ร้องทันทีถ้าอุปกรณ์ ตรวจจับควันและความร้อน แจ้งเหตุระบบก็จะตรวจสอบอีกครั้งว่าในเวลาที่ตั้งไว้รายการอุปกรณ์ ยังแจ้งเหตุหรือไม่ ถ้ายังมีปัญหาจึงจะสั่งให้อุปกรณ์ ร้องแบบไฟไหม้ และ โทรแจ้งเหตุ

3.5.1.4 Swinger shutdown สามารถปิดเฉพาะโซนที่ Alarm มากผิดปกติติดต่อกันตามจำนวนครั้งที่ แจ้งเหตุ ซึ่งสามารถโปรแกรมได้

3.4.2 ปัญหาเรื่องการติดตั้ง (installation Error)

3.4.2.1 ติดตั้งสวิตช์แม่เหล็กไฟฟ้า ไม่มั่นคง ทำให้ตัวแม่เหล็ก และสวิตช์เลื่อนห่างออกจากกันเอง

3.4.2.2 ใช้เครื่องตรวจจับด้วยแสงอินฟราเรดไม่เหมาะสม เช่น ไม่ใช้รุ่น ตรวจจับความร้อนที่เคลื่อนไหวได้สำหรับบ้านที่มีสัตว์เลี้ยงติดตั้งในที่ที่มีแคคตัสมาโคนอุปกรณ์ตรวจจับ

3.4.3 ความผิดพลาดจากผู้ใช้ (User Error)

เป็นการใช้งานที่ผิดวิธี หรือไม่ถูกต้องของผู้ใช้เอง เช่น การไม่มีความรู้เรื่องการใช้งานสามารถทำให้อุปกรณ์ทำงานผิดปกติได้ หรือการตั้งค่าต่าง ๆ ไม่ถูกต้อง ซึ่งอาจจะเกิดจากผู้ใช้เองที่ กด โต้คิดผิด ไม่ได้ศึกษาระบบอย่างถ่องแท้ หรืออาจเกิดจากระบบกันขโมยเอง (บริษัท ไทยสมาร์ตโฮม จำกัด. 2544)

3.6 ผลกระทบที่ธุรกิจรักษาความปลอดภัย

ผลกระทบที่เกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยสามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้

1. สัญญาณกันขโมยสำหรับรถยนต์และอาคาร
2. ประตูควบคุมด้วยรีโมท
3. การควบคุมการเข้า ออก ซึ่งได้แก่ ระบบลิฟต์ต่าง ๆ เครื่องสแกนลายนิ้วมือ และระบบคีย์การ์ด (Access control) กลุ่มลูกค้าหลักคือธนาคารพาณิชย์
4. กล้องบันทึกภาพ และโทรทัศน์วงจรปิด โดยกลุ่มลูกค้าหลักคือห้างสรรพสินค้า ห้างทอง และธนาคารพาณิชย์
5. สัญญาณเตือนภัย โดยกลุ่มลูกค้าหลัก คือ อาคารพาณิชย์
6. เครื่องตรวจจับโลหะ กลุ่มลูกค้าหลัก คือ สนามบิน ศูนย์ประชุม และศูนย์แสดงสินค้า
7. เครื่องเอ็กซเรย์ กลุ่มลูกค้าหลัก คือ สนามบิน ศูนย์ประชุมและที่จัดแสดงสินค้า ซึ่งปัจจุบันผลกระทบที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคืออุปกรณ์ควบคุมการเข้า ออก

ส่วนแบ่งตามประเภทผลกระทบของธุรกิจรักษาความปลอดภัย จะแบ่งได้ดังต่อไปนี้ คือ ใช้พนักงานรักษาความปลอดภัยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 58 ของทั้งหมด ใช้ผลกระทบรักษาความปลอดภัย อยู่ที่ ร้อยละ 39 ของทั้งหมด และอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 3 ของทั้งหมด สำนักงานวิจัยธุรกิจ บมจ. ธนาคารกรุงไทย. 2549)

3.7 ระบบรักษาความปลอดภัยในการควบคุม

ในปัจจุบันนี้ระบบรักษาความปลอดภัยในการควบคุม มีความจำเป็นมากขึ้นทั้งในเรื่องของการควบคุมและการป้องกันอันตรายต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นประกอบกับความเร่งรีบ และความต้องการความสะดวกสบายของผู้คนในยุคไอที ดังนั้นส่งผลให้มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าออก นอกจากนี้ยังเป็นการประหยัดในเรื่องต่าง ๆ เช่น การจ่ายค่าจ้างให้พนักงานหรือยาม (Security guard) เพื่อทำหน้าที่เฝ้าตามอาคาร หอพักอีกด้วยเช่นกัน อุปกรณ์ควบคุมการเข้าออกและระบบต่าง ๆ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของระบบความปลอดภัยเกือบทั้งหมด และจะปฏิบัติงานภายใต้ระบบความปลอดภัยทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ความปลอดภัยนั้นส่วนอื่น ๆ ในระบบความปลอดภัยทั้งหมดได้แก่ ระบบควบคุมการเข้าออก ระบบโทรทัศน์วงจรปิด และระบบแจ้งเตือนภัย โดยหากออกแบบระบบความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ องค์ประกอบเหล่านี้จะสนับสนุนซึ่งกันและกันแต่ก็ยังมีนัยออกแบบจำนวนมากที่แยกองค์ประกอบดังกล่าวออกจากกันในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ทั้งนี้ในการปฏิบัติงานร่วมกันขององค์ประกอบเหล่านี้ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพทั้งหมด ของระบบความปลอดภัย (ชญานิน เศรษฐบุญตร และ อัจฉริยา วรบุญตร. 2548 : 35)

3.8 ค่าใช้จ่ายของธุรกิจรักษาความปลอดภัย

เนื่องจากธุรกิจรักษาความปลอดภัยมี 2 แบบ คือ แบบใช้บุคคลในการดูแล และรักษาความปลอดภัย และแบบใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาดูแลแทนบุคคล ค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจประเภทนี้คือเป็นระบบแบบใช้บุคคล เนื่องจากต้องอาศัยบุคลากรที่มีทักษะและต้องมีทีมงานเป็นจำนวนมากโดยในส่วนของพนักงานรักษาความปลอดภัยปัจจุบันมีประมาณ 400,000 คน อัตราค่าจ้างอยู่ที่ 5,000 ถึง 12,000 บาทต่อคน (ต่อกะละ 12 ชั่วโมง) ส่วนบุคลากรทางด้านไอทีที่มีค่าจ้างเฉลี่ยที่ 50,000 ถึง 60,000 บาท รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายด้านการขาย เนื่องจากคู่แข่งมีมากขึ้นบริษัทส่วนใหญ่จึงต้องมีการลงโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และสุดท้ายคือค่าใช้จ่ายด้านวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้บริษัทต้องให้ความสำคัญกับการคิดค้นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความโดดเด่นให้แก่บริษัท แต่ปัจจุบันบริษัทที่ขายผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยส่วนใหญ่จะนำเข้าผลิตภัณฑ์มากกว่าการคิดค้นเอง โดยนำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สำหรับสินค้าแบบ hi end ส่วนการนำเข้าจากจีน และได้หวั่นเป็นสินค้าแบบ low end และมีหลายธุรกิจที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในเรื่องการทำตราสินค้า โดยนำเข้าผลิตภัณฑ์จากจีน และได้หวั่น และนำมาติดตราสินค้าของบริษัทตนเอง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องหาวิธีลดค่าใช้จ่ายโดยนำวิธีขออนุญาตในปัจจุบัน คือ โคะเซน

มาเป็นกรอบในการถือปฏิบัติภายในองค์กรเพื่อสร้างงานที่มีคุณภาพมากที่สุด เช่นนำมาใช้ใน เรื่องการทำโปรแกรมอบรมพนักงานรักษาความปลอดภัย ให้ประหยัดเวลา และสามารถสร้าง พนักงานที่มีความชำนาญได้ภายในระยะเวลาที่น้อยที่สุด มีการวัดคุณภาพที่เห็นได้ชัดเจน และ สร้างความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในองค์กร

จากเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งทวีความรุนแรงขึ้น และการจรรยาบรรณทั้งทางทรัพย์สิน และข้อมูลมี รูปแบบที่ซับซ้อนขึ้น จึงทำให้ทั้งทางภาครัฐ และภาคเอกชนต่างให้ความสำคัญในเรื่องความ ปลอดภัยมากขึ้น โดยทำในเชิงรุก คือ หาทางป้องกันด้วยการติดตั้งอุปกรณ์ หรือมีพนักงานรักษา ความปลอดภัยเพื่อป้องกันเหตุร้ายที่อาจจะเกิดขึ้น (สำนักงานวิจัยธุรกิจ บมจ.ธนาคารกรุงไทย . 2549)

3.9 เหตุผลที่ทำให้คนไทยไม่ยอมติดตั้งสัญญาณเตือนภัยขโมย

เคยมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสัญญาณเตือนภัยขโมยมาจากเพื่อน ๆ ญาติ ๆ หรือผู้จำหน่าย บางคนก็อาจตัดสินใจติดตั้งระบบใดระบบหนึ่งให้กับบ้านมาแล้ว แต่เชื่อว่ายังคงมีข้อสงสัย จึงทำ ให้ละเอียดเรื่องนี้เอาไว้ก่อน ด้วยเหตุผลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ราคาสูง เรื่องนี้เชื่อว่าเป็นเหตุผลหลักบาง ระบบประเมินราคาจากผู้จำหน่ายแล้วเกิน กว่าครึ่งแสนสำหรับบ้านขนาด 80 ตารางวา ทำให้ผู้บริโภคบางคนคิดว่า ให้อภัยขโมยขึ้นบ้าน 2 ถึง 3 ครั้ง ยังดีกว่าการลงทุนติดตั้งสัญญาณกันขโมยเพราะค่าใช้จ่ายสูง
2. ข้อเสียดังกล่าว ในเรื่องของการทำงานผิดพลาดเรื่องนี้ที่ทำให้เจ้าของบ้านไม่ยอมติดตั้งระบบ สัญญาณเตือนภัยขโมย เพราะทำให้เพื่อนบ้านเกิดความรำคาญ หรือเคยชินกับเสียงเตือนภัย แทนที่ จะตื่นตื่นตกใจคอยช่วยระแวดระวังภัยให้
3. ความยากลำบากในการจดจำการใช้งาน ด้วยความที่ว่าเป็นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การ ใช้งานบางอย่างอาจไม่เป็นที่คุ้นเคยของผู้ใช้งานบางคนในบ้าน บุ่มต่าง ๆ ที่ใช้งานจะเป็น ภาษาต่างประเทศทำให้เข้าใจยาก
4. บ้านนั้นเป็นครอบครัวใหญ่ การเป็นครอบครัวใหญ่มักมีคนอยู่บ้านตลอดเวลา ถ้ามี คนอาศัยอยู่ที่บ้านตอนกลางวันแล้ว ไม่จำเป็นจะต้องใช้สัญญาณเตือนภัยขโมยมากพอเข้าบ้าน บาง บ้านก็มีคนรับใช้คอยเฝ้าดูแลบ้านให้ จึงไม่จำเป็นต้องติดระบบสัญญาณกันขโมย เพราะจะทำให้สิ้น เปลือง
5. อยู่ในหมู่บ้านที่มีพนักงานรักษาความปลอดภัยอยู่แล้ว ในหมู่บ้านที่มีเจ้าหน้าที่รักษา ความปลอดภัยดูแลอยู่ที่ทางเข้าออกหมู่บ้านอยู่แล้ว ทำให้ผู้บริโภคคิดว่าไม่มีความจำเป็นต้อง ติดตั้งสัญญาณกันขโมย

6. ที่บ้านคิดเหล็กคัดไว้ การคิดเหล็กคัดอยู่แล้วนั้น ป้องกันการขโมยได้ มีผู้ใช้หลายคนที่ไม่ไว้วางใจกับเหล็กคัดที่จ้างร้านเหล็กคัดมาคิดให้ ก็ใส่เหล็กคัดทุกประตูหน้าต่างแล้ว ทำให้ไม่จำเป็นต้องติดตั้งระบบ

7. การบริการหลังการขาย เป็นสาเหตุมาจากการขาดการดูแล และซ่อมแซม เมื่ออุปกรณ์ขัดข้อง หรือถึงระยะเวลาการบำรุงรักษา เช่น การเปลี่ยนแบตเตอรี่สำรองไฟฟ้าดับที่จะต้องเปลี่ยนทุก ๆ 2 ปี เนื่องจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ทุกชนิดล้วนย่อมมีโอกาสทำงานบกพร่องได้ สาเหตุบางอย่างอาจเกิดจากสิ่งเล็กน้อยประเภทเส้นผมบังภูเข่า เพียงแต่ต้องการการดูแลแก้ไขจากผู้จำหน่ายอย่างถูกต้องเท่านั้น แต่ผู้บริโภครายกลับต้องพบกับภาระจากหายไปของผู้จำหน่ายหรือช่างรับเหมาผู้ให้บริการติดตั้งอาจหมายรวมทั้งการที่ผู้นำเข้าอุปกรณ์ไปบริษัทเล็กธุรกิจไป เมื่อเกิดความจำเป็นที่จะต้องดูแลซ่อมแซมจึงหาอะไหล่ซ่อมไม่ได้ ต้องถูกปล่อยไว้นานไม่ได้ไปอีกต่อไป (นิตยสาร Home Care. 2550)

3.10 แนวทางการฟื้นฟูธุรกิจระบบรักษาความปลอดภัย

รัชดาพรธม อุดม (2548) เหตุการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ ไม่ว่าจะเป็เหตุการณ้วางระเบิดที่หาดใหญ่ รวมทั้งมีกระแสข่าวแจ้งเตือน ให้หลีกเลี่ยงการอยู่ตามแหล่งชุมชน ว่า จะมีการก่อการร้าย เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า สนามบิน โดยในช่วงวันหยุดสงกรานต์ และวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ทำให้ภาคธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดโอกาสทางการตลาด ในขยายตัวของธุรกิจประกันความเสียหาย ธุรกิจรักษาความปลอดภัย ธุรกิจขายอุปกรณ์ และเครื่องมือด้านการรักษาความปลอดภัยเติบโตเนื่องในส่วนขอของเครื่องมือรักษาความปลอดภัยนั้น มีขอดจำหน่ายขาดคิตาม ไปด้วยหลังเกิดเหตุความไม่สงบมาต่อเนื่อง อาทิ กล้องที่วิงจรปิด เครื่องมือตรวจจับวัตถุ แบบที่ใช้ตามท่าอากาศยาน เครื่องสแกนตรวจค้นตัว

แนวโน้มธุรกิจรักษาความปลอดภัยตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 ถึง 2548 ระบุว่า มูลค่าตลาดในธุรกิจรักษาความปลอดภัยคิดเป็นเงินประมาณ 18,375 ล้านบาท และมีจำนวนผู้ประกอบการราว 2,838 ราย จากข้อมูลนี้ จะเห็นได้ว่า ธุรกิจรักษาความปลอดภัยสมควรที่จะได้รับส่งเสริมและสนับสนุนอย่างจริงจังมากกว่านี้ เนื่องจากมาตรการการดูแลความปลอดภัยชีวิต และทรัพย์สินของรัฐบาล หรือหน่วยงานของรัฐ อาจยังไม่เพียงพอต่อการต่อสู้กับผู้ก่อความไม่สงบ และการป้องกันภัยที่มองไม่เห็น ซึ่งธุรกิจลักษณะนี้ จะช่วยให้ระบบการรักษาความปลอดภัยในทุก ๆ ที่ได้รับการดูแลเฝ้าระวัง และประชาชนก็จะมีความรู้สึกลปลอดภัยในชีวิตมากขึ้น ทั้งเหตุการณ์ก่อความไม่สงบในภาคใต้นั้น ทำให้โดยภาพรวม และบรรยากาศลงทุนในประเทศได้รับผลกระทบทางด้านจิตวิทยา ซึ่งนักธุรกิจทั้งใน และต่างประเทศเริ่มจะไม่เชื่อมั่นในระยะยาวว่าการก่อเหตุร้ายจะหมดไป ความมั่นคง

ในชีวิต และทรัพย์สินอาจถูกทำลายได้ตลอดเวลา รวมทั้งเกิดการเคลื่อนย้ายเม็ดเงินไปลงทุนในประเทศที่มีความเสี่ยงน้อยกว่า และการลงทุนโครงการต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมีความเสี่ยงอาจจะหยุดชะงักลง นอกจากนี้ ยังส่งผลถึงภาพลักษณ์ของประเทศในภาคการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติยกเลิกการเดินทางเข้าไปในพื้นที่ความเสี่ยงสูงต่อชีวิต และทรัพย์สิน ประเด็นที่ควรพิจารณาสำหรับธุรกิจรักษาความปลอดภัยมีดังนี้

1. ควรมีการควบคุมดูแล โดยเร่งออกกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับรองรับธุรกิจ หรือ พ.ร.บ.รักษาความปลอดภัยภาคเอกชนให้เกิดขึ้นโดยเร็ว เนื่องจากมีการร่างมากกว่า 10 ปีแล้ว ก็ยังไม่แล้วเสร็จ

2. ธุรกิจโดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการจัดจ้างบริษัทรักษาความปลอดภัยจากภายนอก เข้ามาดูแลทรัพย์สิน

3. ปรากฏว่าบริษัท รักษาความปลอดภัยที่ดูแล ไม่ได้มีการตั้งกล้องวงจรปิด บุคลากรไม่มีคุณภาพ ขาดความชำนาญในธุรกิจ รักษาความปลอดภัย และต่ำกว่ามาตรฐาน อีกทั้งไม่นำเทคโนโลยีมาใช้ในการรักษาความปลอดภัยกับโรงแรมระดับ 5 ดาว ดังนั้นการยกระดับมาตรฐานธุรกิจรักษาความปลอดภัย นี้ ต้องมีการปรับปรุงให้มีความเป็นมืออาชีพมากกว่านี้

4. เทคโนโลยีด้านความปลอดภัยมีแนวโน้มราคาจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามลักษณะป้องกันการก่อเหตุการณ์ หรือก่อเหตุร้าย รวมทั้งระบบและเทคโนโลยีมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้นทุนทำธุรกิจนี้สูงขึ้น ดังนั้น การเรียกเก็บอัตราค่าใช้บริการจากกับธุรกิจดังกล่าว จึงมีราคาแพง อาจทำให้บริษัทต่าง ๆ หลีกเลียง และไม่ให้ความสำคัญมากนัก

5. บทบาทของธุรกิจรักษาความปลอดภัยต้องมีรูปแบบที่เปลี่ยนไป คือ ต้องมีระบบการแจ้ง เตือนภัย หรือประสานงานไปยังตำรวจท้องที่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของรัฐ เพื่อเพิ่มความเข้มงวดขึ้นในด้านตรวจตราการก่อเหตุร้าย โดยพ่วงไปกับมาตรการเดิมที่มีอยู่แล้ว รวมทั้งเป็นพันธมิตรกับธุรกิจประเภทเดียวกัน และชุมชนที่เป็นเป้าหมายตั้งอยู่ด้วย

6. พนักงานรักษาความปลอดภัยควรมีอาวุธไว้ครอบครอง ขณะทำการรักษาความปลอดภัยในสถานที่นั้น ๆ หรือไม่ เนื่องจากปัจจุบันการก่อเหตุร้ายนอกจากจะทำลายทรัพย์สินแล้ว ยังก่อให้เกิดผู้บาดเจ็บ และเสียชีวิต ซึ่งข้อดีก็คือ อาจสามารถยับยั้งเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นได้ในอนาคต แต่ข้อเสียก็คือว่าอาวุธที่ใช้ในการป้องกันอาจนำไปใช้ในทางที่ผิด หรือกระทำความผิดที่เกินกว่าเหตุ แต่ก็น่าสนใจในประเด็นนี้ว่า สมควร หรือไม่ที่จะอนุญาตให้พนักงานรักษาความปลอดภัยมีอาวุธไว้ในครอบครองขณะปฏิบัติหน้าที่เท่านั้น ทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือกันช่วยยกเครื่องเรื่องการควบคุมดูแล และกำหนดมาตรฐาน ของธุรกิจการรักษาความปลอดภัย ให้เข้มงวดมากขึ้น และส่งเสริมธุรกิจรักษาความปลอดภัย เพื่อด้านภัยการก่อการร้าย ที่นับวันจะเริ่มขยายวงที่กว้างมาก

ขึ้น รวมทั้งประชาชนต้องช่วยกันสร้างเครือข่ายป้องกันและรักษาความปลอดภัยเพิ่มอีกด้วย อย่าถือว่าเป็นภาระหน้าที่ของหน่วยงานที่ดูแลรักษาความปลอดภัยเพียงอย่างเดียว (สิทธิชัย ฝรั่งทอง. 2548)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องการรับรู้ ทักษะคิด และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 154 ชุด โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้สามารถจำแนกออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบ

ส่วนที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้สัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยทางประชากรศาสตร์ กับ สถิติการใช้สัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 เพศ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 72.08 และเพศหญิงจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 27.92 (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	111	72.08
หญิง	43	27.92
รวม	154	100.00

4.1.2 อายุของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมาคืออายุตั้งแต่ 41 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 44.16 ต่ำที่สุดมีอายุ 20-30 ปี มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.39 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 30 ปี	16	10.39
31 – 40 ปี	70	45.45
41 ปี ขึ้นไป	68	44.16
รวม	154	100.00

4.1.3 ระดับการศึกษา

จากการศึกษาระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 และที่น้อยที่สุด คือ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 จำนวนร้อยละกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	30	19.5
ระดับปริญญาตรี	84	54.5
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	40	26.0
รวม	154	100.0

4.1.4 อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมา ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 ข้าราชการ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 14.93 และพนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	84	54.55
ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว	33	21.43
ข้าราชการ	23	14.93

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	9.09
รวม	154	100.00

4.1.5 รายได้ต่อคนต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 รองลงมา มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.17 ลำดับต่อมา มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 และรายได้ตั้งแต่ 50,001 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 (ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อคนต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20,001 – 30,000 บาท	28	18.18
30,001 – 40,000 บาท	70	45.45
40,001 – 50,000 บาท	48	31.17
ตั้งแต่ 50,001 บาทขึ้นไป	8	5.20
รวม	154	100.00

4.1.6 จำนวนสมาชิกที่พกอยู่ร่วมกัน

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสมาชิกที่พกอยู่ร่วมกัน 3 - 4 คน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมาคือพกอาศัย 5 - 6 มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 33.12 สมาชิกที่พกอยู่ร่วมกัน 1 - 2 คน มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 20.78 และน้อยที่สุดคือพกอาศัยอยู่ร่วมกันตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.39 (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่พกอยู่ร่วมกัน

จำนวนสมาชิกที่พกอยู่ร่วมกัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 คน	32	20.78
3 - 4 คน	55	35.71
5 - 6 คน	51	33.12

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

จำนวนสมาชิกที่พอกอยู่ร่วมกัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งแต่ 7 คน ขึ้นไป	16	10.39
รวม	154	100.00

4.1.7 สถานภาพสมรส

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานะภาพ สมรสแล้ว มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 73.38 และมีสถานะภาพ โสด มีจำนวน 41 คน คิดร้อยละ 26.62 (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานะภาพของกลุ่มตัวอย่าง

สถานะภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สมรส	113	73.38
โสด	41	26.62
รวม	154	100.00

4.2 ข้อมูลด้านการรู้จักและการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมย

4.2.1 แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย

จากการศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง บุคคลที่รู้จักระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยนี้ ซึ่งมีจำนวน 154 คน พบว่าแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักระบบนี้ ส่วนใหญ่มาจากสื่อทางโทรทัศน์ มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 41.56 รองลงมาคือรู้จักจากการศึกษาเอง มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 24.02 จากสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 12.99 เคยมีบุคคลมาเสนอขาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 เคยได้ยินจากบุคคลอื่น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 จากสื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 และ จากแหล่ง อื่น ๆ ได้แก่ จากทางโรงพยาบาลนคร มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักระบบสัญญาณกันขโมยนี้

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
จากสื่อทางโทรทัศน์	64	41.56
จากการศึกษาเอง	37	24.02
จากสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต	20	12.99

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยมีบุคคลมาเสนอขาย	14	9.09
เคยได้ยื่นบุคคลคนอื่นพุดให้ฟัง	11	7.14
จากสื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์	6	3.90
จากโรงภาพยนตร์	2	1.30
รวม	154	100.00

4.2.2 สถานภาพการใช้งานระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย

จากการศึกษาพบว่า ของกลุ่มตัวอย่างของบุคคลที่รู้จักระบบนี้ จำนวน 154 คน นั้น มีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยใช้ระบบสัญญาฉบับขโมยนี้มาก่อนมากที่สุด มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 77.27 และบุคคลที่เคยใช้ระบบสัญญาฉบับขโมยจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 22.73 (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้งาน

สถานภาพการใช้งาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เคยใช้งานมาก่อน	119	77.27
เคยใช้	35	22.73
รวม	154	100.00

4.3 ประสิทธิภาพการใช้งานของบุคคลที่เคยใช้

จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ที่เคยใช้งานระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัย จำนวน 35 คนนั้น มีความคิดเห็นว่า ระบบมีความสามารถใช้งานในระดับ พอใช้ได้ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 54.29 รองลงมา คือ ระบบสามารถใช้ได้ดี มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 31.43 และสุดท้าย มีความคิดเห็นว่าระบบ ใช้งานไม่ได้ผลจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสิทธิภาพความสามารถในการใช้งานระบบ

ความสามารถในการใช้งานระบบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ใช้ได้ดี	11	31.43
พอใช้ได้	19	54.29
ใช้ไม่ได้ผล	5	14.29
รวม	35	100.00

4.4 การรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมย ที่ใช้ในอาคารพักอาศัย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยอยู่ในระดับรู้ทุกเรื่อง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังต่อไปนี้

รู้ว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถส่งเสียงดังในขณะที่มีผู้บุกรุกได้ รองลงมา คือรู้ว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับเมื่อมีบุคคลมางัดหน้าต่างเปิด โดยไม่ได้รับอนุญาตได้ รู้ว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับเมื่อมีบุคคลมางัดประตูเปิด โดยไม่ได้รับอนุญาตได้ รู้ว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับความเคลื่อนไหวของผู้บุกรุกได้ รู้ว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับบุคคลที่เดินผ่านพื้นที่ที่ไม่ได้รับอนุญาตได้ รู้ว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตั้งรหัสเพื่อเปิดใช้งานหรือยกเลิกการใช้งานได้ รู้ว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถแจ้งเหตุผ่านระบบโทรศัพท์มือถือได้ รู้ว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถแจ้งเหตุไปยังหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีหน้าที่รับเหตุการณ์ผิดปกติได้ และรู้ว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถทำงานได้ในขณะไฟฟ้าดับ น้อยที่สุด ตามลำดับ (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 ความถี่ ร้อยละ และระดับคะแนนเฉลี่ยของระดับความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบ

คุณสมบัติของระบบ	ระดับความรู้			รวม	ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับความรู้
	รู้	ไม่แน่ใจ	ไม่รู้			
1. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถส่งเสียงดังในขณะที่มีผู้บุกรุกได้	154 (100)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	3.00	สูง
2. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับเมื่อมีบุคคลมางัดหน้าต่างเปิด โดยไม่ได้รับอนุญาตได้	150 (97.4)	4 (2.6)	0 (0)	154 (100)	2.97	สูง
3. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับเมื่อมีบุคคลมางัดประตูเปิด โดยไม่ได้รับอนุญาตได้	150 (97.4)	3 (1.9)	1 (0.6)	154 (100)	2.97	สูง

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

คุณสมบัติของระบบ	ระดับความรู้			รวม	ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับความรู้
	สูง	ไม่แน่ใจ	ไม่รู้			
4. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับความเคลื่อนไหวของผู้บุกรุกได้	117 (76.0)	32 (20.8)	5 (3.2)	154 (100)	2.73	สูง
5. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับบุคคลที่เดินผ่านพื้นที่ที่ไม่ได้รับอนุญาตได้	113 (73.4)	37 (24.0)	4 (2.6)	154 (100)	2.71	สูง
6. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตั้งรหัสเพื่อเปิดใช้งานหรือยกเลิกการใช้งานได้	95 (61.7)	44 (28.6)	15 (9.7)	154 (100)	2.52	สูง
7. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถแจ้งเหตุผ่านระบบโทรศัพท์มือถือได้	88 (57.1)	55 (35.7)	11 (7.1)	154 (100)	2.50	สูง
8. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถแจ้งเหตุไปยังหน่วยงานอื่นๆที่มีหน้าที่รับเหตุการณ์ผิดปกติได้	71 (46.1)	75 (48.7)	8 (5.2)	154 (100)	2.4	สูง
9. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถทำงานได้ในขณะไฟฟ้าดับ	72 (46.8)	65 (42.2)	17 (11.0)	154 (100)	2.36	สูง

4.5 ทักษะที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับมากที่สุดไปหาน้อยดังนี้คือ เห็นด้วยว่า การติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยช่วยให้ลดสถิติการก่ออาชญากรรมในคดีลักทรัพย์ หรือปล้นทรัพย์ได้ รองลงมา คือ เห็นด้วยว่าการติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย ทำให้สามารถแจ้งเหตุได้ว่ามีบุคคลกำลังเข้ามาในที่พักอาศัยโดย

ไม่ได้รับอนุญาตได้ เห็นด้วยว่าการติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยช่วยทำให้บุคคลอื่นไม่กล้าเข้ามาบุกรุก หรือปล้นทรัพย์สินภายในบ้านได้ เห็นด้วยว่าระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยมีวิธีใช้งานไม่ยุ่งยาก และเห็นด้วยว่าการติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยทำให้สามารถจับกุมบุคคลที่เข้ามาในที่พักอาศัยโดยไม่ได้รับอนุญาตได้ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับไม่แน่ใจ เรียงลำดับมากที่สุดไปหาน้อยดังนี้ ไม่แน่ใจว่าการติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยไม่ยุ่งยาก รองลงมา คือ ไม่แน่ใจว่าการติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยไม่ก่อให้เกิดความรำคาญต่อบุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง ไม่แน่ใจว่าค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบหลังการติดตั้งไม่สูง ไม่แน่ใจว่าการติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยใช้ค่าใช้จ่ายไม่สูง และไม่แน่ใจว่าปัจจุบันมีหน่วยงานที่รองรับการแจ้งเหตุผ่านจากระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยอยู่เพียงพอ ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12 ความถี่ คำร้อยละ ระดับคะแนนเฉลี่ย และการแบ่งระดับของทัศนคติที่มีต่อระบบ

ทัศนคติที่มีต่อระบบ	ระดับทัศนคติ					ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับ
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
1. การติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมย ที่ใช้ในที่พักอาศัยช่วยทำให้ลดสถิติการก่ออาชญากรรมในคดีลักทรัพย์หรือปล้นทรัพย์ได้	22 (14.3)	118 (76.6)	14 (9.1)	0 (0)	0 (0)	4.05	เห็นด้วย
2. การติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยทำให้สามารถแจ้งเหตุได้ว่ามีบุคคลกำลังเข้ามาในที่พักอาศัยโดยไม่ได้รับอนุญาตได้	17 (11.0)	122 (79.2)	15 (9.7)	0 (0)	0 (0)	4.01	เห็นด้วย
3. การติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยช่วยทำให้บุคคลอื่นไม่กล้าเข้ามาบุกรุกหรือปล้นทรัพย์สินภายในบ้านได้	5 (3.2)	132 (85.7)	10 (6.5)	4 (2.6)	0 (0)	3.91	เห็นด้วย
4. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยมีวิธีใช้งานไม่ยุ่งยาก	0 (0)	105 (68.2)	46 (29.9)	3 (1.9)	0 (0)	3.66	เห็นด้วย
5. การติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยทำให้สามารถจับกุมบุคคลที่เข้ามาในที่พักอาศัยโดยไม่ได้รับอนุญาตได้	12 (7.8)	78 (50.6)	51 (33.1)	13 (8.4)	0 (0)	3.58	เห็นด้วย

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

	ระดับทัศนคติ					ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับ
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยยิ่ง		
ทัศนคติที่มีต่อระบบ							
6. การติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยไม่ยุ่งยาก	5 (3.2)	60 (39.0)	59 (38.3)	30 (19.5)	0 (0)	3.26	ไม่แน่ใจ
7. การติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยไม่ก่อให้เกิดความรำคาญต่อบุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง	0 (0)	29 (18.8)	103 (66.9)	20 (13.0)	2 (1.3)	3.03	ไม่แน่ใจ
8. ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบหลังการติดตั้งไม่สูง	0 (0)	28 (18.2)	94 (61.0)	32 (20.8)	0 (0)	2.97	ไม่แน่ใจ
9. การติดตั้งระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยใช้ค่าใช้จ่ายไม่สูง	0 (0)	38 (24.7)	74 (48.1)	41 (26.6)	1 (0.6)	2.97	ไม่แน่ใจ
10. ปัจจุบันมีหน่วยงานที่รองรับการแจ้งเหตุผ่านจากระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยอยู่เพียงพอ	0 (0)	19 (12.3)	100 (64.9)	35 (22.7)	0 (0)	2.90	ไม่แน่ใจ

4.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ

4.6.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบ

จากการศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าปัจจัยเรื่องความผิดพลาดในการตรวจจับสัญญาณ ความดั่งในการแจ้งเตือนที่หน้างาน และ ความรวดเร็วในการตรวจจับสัญญาณ เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ความสามารถในการใช้งานขณะไฟฟ้าดับ ความสามารถในการแจ้งผ่านระบบโทรศัพท์ ความสามารถในการซ่อมอุปกรณ์ตรวจจับจากผู้ขายความ สามารถในการแจ้งไปหน่วยงานที่รองรับมาตรฐานไฟฟ้าในการรองรับระบบ ความสามารถติดตั้งแบบไร้สายได้ และ รูปลักษณ์ความสวยงามของอุปกรณ์เมื่อถูกติดตั้ง เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

จำนวนอุปกรณ์สั่งเริ่มใช้หรือยกเลิกที่พ่วงต่อระบบ และ ความสามารถในการรองรับจำนวนโซนแจ้งเหตุ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ปานกลาง เรียงตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13 ความถี่ คำร้อยละและการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					รวม	ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ความผิดพลาดในการตรวจจับสัญญาณ	96 (62.3)	56 (36.4)	2 (1.3)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	4.61	มากที่สุด
2. ความดั่งในการแจ้งเตือนที่จุดเกิดเหตุ	60 (39.0)	88 (57.1)	5 (3.2)	1 (6)	0 (0)	154 (100)	4.34	มากที่สุด
3. ความรวดเร็วในการตรวจจับสัญญาณ	36 (23.4)	117 (76.0)	1 (0.6)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	4.23	มากที่สุด
4. ความสามารถในการใช้งานขณะไฟฟ้าดับ	26 (16.9)	112 (72.7)	16 (10.4)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	4.06	มาก
5. ความสามารถในการแจ้งผ่านระบบโทรศัพท์	10 (6.5)	120 (77.9)	24 (15.6)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	3.91	มาก

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					รวม	ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
6. ความสามารถในการซ่อมอุปกรณ์ตรวจจับจากผู้ร้าย	38 (24.7)	56 (36.4)	58 (37.7)	2 (1.3)	0 (0)	154 (100)	3.84	มาก
7. มาตรฐานไฟฟ้าในการรองรับระบบ	13 (8.4)	97 (63.0)	43 (27.3)	2 (1.3)	0 (0)	154 (100)	3.79	มาก
8. ความสามารถในการแจ้งไปหน่วยงานที่รองรับ	15 (9.7)	76 (49.4)	63 (40.9)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	3.69	มาก
9. ความสามารถติดตั้งแบบไร้สายได้	8 (5.2)	83 (53.9)	53 (34.4)	10 (6.5)	0 (0)	154 (100)	3.58	มาก
10. รูปลักษณะความสวยงามของอุปกรณ์เมื่อถูกติดตั้ง	11 (7.1)	69 (44.8)	57 (37.0)	15 (9.7)	2 (1.3)	154 (100)	3.47	มาก
11. จำนวนอุปกรณ์ตั้งเริ่มใช้หรือยกเลิกที่พ่วงต่อระบบ	6 (3.9)	44 (28.6)	90 (58.4)	14 (9.1)	0 (0)	154 (100)	3.27	ปานกลาง
12. ความสามารถในการรองรับจำนวนโซนแจ้งเหตุ	3 (1.9)	48 (31.2)	88 (57.1)	14 (9.1)	0 (0)	154 (100)	3.26	ปานกลาง

4.6.2 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบ

จากการศึกษาปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย พบว่าปัจจัยเรื่องราคาของระบบ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด

ปัจจัยเรื่องค่าบริการหลังการขาย และความสามารถผ่อนชำระเงินได้ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก เรียงตามลำดับ (ตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14 ความถี่ คำร้อยละและการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					รวม	ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ราคาของระบบ	56 (36.4)	81 (52.6)	16 (10.4)	1 (0.6)	0 (0)	154 (100)	4.25	มากที่สุด
2. ค่าบริการหลังการขาย	33 (21.4)	105 (68.2)	16 (10.4)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	4.11	มาก
3. สามารถผ่อนชำระเงินได้	15 (9.7)	71 (46.1)	43 (27.9)	23 (14.9)	0 (0)	154 (100)	3.48	มาก

4.6.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบ

จากการศึกษา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย พบว่าปัจจัยเรื่อง ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายระบบมีความสำคัญมาก ความหลากหลายของช่องทางในการเลือกซื้อระบบ และจำนวนผู้จำหน่ายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญระดับปานกลางเรียงตามลำดับ (ตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15 ความถี่ คำร้อยละ และการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					รวม	ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายระบบ	36 (23.4)	101 (65.6)	17 (11.0)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	4.12	มาก
2. ความหลากหลายของช่องทางในการเลือกซื้อระบบ	2 (1.3)	64 (41.6)	78 (50.6)	10 (6.5)	0 (0)	154 (100)	3.38	ปานกลาง
3. จำนวนผู้จำหน่าย	1 (0.6)	59 (38.3)	84 (54.5)	9 (5.8)	1 (0.6)	154 (100)	3.32	ปานกลาง

4.6.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบ

จากการศึกษา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย พบว่าปัจจัยเรื่อง การให้ความรู้เกี่ยวกับความสามารถ และการใช้งาน ของระบบ มีระดับความสำคัญมากที่สุด

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และ การลดแลกแจกหรือแถมสินค้าและอุปกรณ์ มีระดับความสำคัญมาก ตามลำดับ (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16 ความถี่ คำร้อยละและการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					รวม	ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การให้ความรู้เกี่ยวกับความสามารถและการใช้งาน ของระบบ	52 (33.8)	86 (55.8)	16 (10.4)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	4.23	มากที่สุด
2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์	2 (1.3)	92 (59.7)	60 (39.0)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	3.62	มาก
3. การลดแลกแจกหรือแถมสินค้าและอุปกรณ์	6 (3.9)	60 (39.0)	82 (53.2)	6 (3.9)	0	154 (100)	3.43	มาก

4.6.5 ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ

จากการศึกษา ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผลกระทบจากสังคมเช่นจำนวนการก่อเหตุอาชญากรรมในปัจจุบัน การรองรับจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง การรองรับจากหน่วยงานเอกชน และ ผลกระทบจากเศรษฐกิจเช่นค่าครองชีพ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับ(ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 ความถี่ คำร้อยละและการแบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยภายนอกอื่นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ

ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ	ระดับความสำคัญ					รวม	ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแบ่งระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ผลกระทบจากสังคม เช่น จำนวนการ ก่อเหตุ อาชญากรรมในปัจจุบัน	50 (32.5)	78 (50.6)	25 (16.2)	1 (0.6)	0 (0)	154 (100)	4.15	มาก
2. การรองรับจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง	19 (12.3)	93 (60.4)	42 (27.3)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	3.85	มาก
3. การรองรับจากหน่วยงานเอกชน	8 (5.2)	97 (63.0)	49 (31.8)	0 (0)	0 (0)	154 (100)	3.73	มาก
4. ผลกระทบจากเศรษฐกิจ เช่นค่าครองชีพ	6 (3.9)	59 (38.3)	87 (56.5)	2 (1.3)	0 (0)	154 (100)	3.45	มาก

4.7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการใช้ระบบสัญญาณกันขโมย

4.7.1 จากสมมติฐานที่กำหนดว่า

H_0 = ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกที่พกอยู่ร่วมกัน และ สถานะภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการ ใช้สัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย

H_1 = ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนสมาชิกที่พกอยู่ร่วมกัน และ สถานะภาพสมรส มีความสัมพันธ์ต่อการ ใช้สัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย

ใช้วิธีสถิติ Chi-Square ในการทดสอบค่าความน่าจะเป็นของนัยสำคัญโดยใช้ค่าความน่าจะเป็นของนัยสำคัญ 0.05 จะยอมรับ สมมติฐาน หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

4.7.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการใช้ระบบสัญญาณกันขโมย

จากการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่าระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับสถิติการใช้สัญญาณกันขโมย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และพบว่าจำนวนสมาชิกที่พักอยู่ร่วมกัน มีความสัมพันธ์กับการใช้สัญญาณกันขโมย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หรือระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานะภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้สัญญาณกันขโมย (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับการใช้สัญญาณกันขโมย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	χ^2	Sig.
เพศ	0.277	0.599
อายุ	1.263	0.532
ระดับการศึกษา	12.806	0.002**
อาชีพ	5.884	0.117
รายได้ต่อเดือน	5.126	0.163
จำนวนสมาชิกที่พักอยู่ร่วมกัน	12.387	0.006**
สถานะภาพสมรส	0.535	0.464

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาถึงการรับรู้คุณสมบัติ ทักษะคติของผู้บริโภค และปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ระบบสัญญาฉบับขโมย ที่ใช้ในอาคารพักอาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบถึงข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบสัญญาฉบับขโมย ทั้งในด้านความสามารถของ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดทางทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ ทักษะคติ และทฤษฎีส่วนประสมการตลาดมาให้เป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย ที่มีความสามารถในการใช้งานระบบสัญญาฉบับขโมยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 154 คน ซึ่งมาจากการแบ่งตามเขตพื้นที่ไปตามสัดส่วนของจำนวนอาคารพักอาศัย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย สมรสแล้ว มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี การศึกษาอยู่ในช่วงระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อคนต่อเดือนส่วนส่วนใหญ่อยู่ที่ 30,001 – 40,000 บาท มีจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ร่วม 3-4 คน กลุ่มตัวอย่างรู้จักระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยจากสื่อโทรทัศน์ และโดยส่วนใหญ่ยังไม่เคยใช้งานระบบมาก่อน ส่วนบุคคลที่เคยใช้งานนั้น ให้ความเห็นว่าระบบสามารถใช้งานพอใช้ได้ และ ใช้ได้ดี ตามลำดับ

ผลการศึกษาเรื่องการรับรู้ถึงคุณสมบัติของระบบสัญญาฉบับขโมยนั้น ส่วนใหญ่มีระดับความรู้อยู่ในระดับ รู้ ทุกเรื่อง ซึ่งมีความรู้ในเรื่องระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถส่งเสียงดังในขณะมีผู้บุกรุกได้มากที่สุด รู้ว่าระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับเมื่อมีบุคคลมางัดหน้าต่างเปิดโดยไม่ได้รับอนุญาตได้รองลงมา ส่วนคุณสมบัติเรื่องความสามารถในการทำงานได้ในขณะไฟฟ้าดับ และ ความสามารถแจ้งเตือนไปยังหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีหน้าที่รับเหตุการณ์ผิดปกติได้ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้ค่อนข้างต่ำ ตามลำดับ

ผลการศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อระบบสัญญาฉบับขโมยนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติว่าการติดตั้งระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย ช่วยทำให้ลดสถิติการก่ออาชญากรรมในคดีลักทรัพย์ หรือปล้นทรัพย์ได้ และเห็นด้วยในเรื่องการติดตั้งระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยทำให้สามารถแจ้งเตือนได้ว่ามีบุคคลกำลังเข้ามาในที่พักอาศัยโดยที่ไม่ได้รับอนุญาตได้ แต่ทัศนคติเรื่องหน่วยงานที่รองรับการแจ้งเตือนผ่านจากระบบสัญญาฉบับขโมยที่ใช้ในที่พัก

อาศัยอยู่นั้น ยังไม่แน่ใจว่าเพียงพอ รองลงมายังไม่แน่ใจเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการติดตั้ง และดูแล หลังการขายไม่สูง

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในอาคารพักอาศัยนั้น ในด้านของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่อง ความผิดพลาดในการตรวจจับสัญญาณ ความคงในการแจ้งเตือนที่หน้างาน และความเร็วในการตรวจจับสัญญาณมากที่สุด เรื่องจำนวนอุปกรณ์ตั้งเริ่มใช้หรือยกเลิกที่พ่วงต่อระบบ และความสามารถในการรองรับจำนวนโซนแจ้งเหตุ มีผลต่อการเลือกใช้ระบบน้อย ในด้านปัจจัยเรื่องราคา ราคาถูกมีผลต่อการเลือกซื้อมากที่สุด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย นั้นเรื่องชื่อเสียง และความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายระบบ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้มาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น การให้ความรู้เกี่ยวกับความสามารถ และการใช้งาน ของระบบนั้นมีความสำคัญมากที่สุด ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ นั้น ในเรื่องของผลกระทบจากสังคมเช่นจำนวนการก่อเหตุอาชญากรรมในปัจจุบันมีผลต่อการเลือกใช้ระบบมากที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยภายนอกอื่น ๆ

ผลการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กับ สถิติการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมยนั้น พบว่าระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกที่พักอาศัยร่วมกัน มีความสัมพันธ์กับสถิติการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมย ส่วนปัจจัยในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ต่อเดือน และ สถานะภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับสถิติการใช้งานสัญญาณกันขโมย

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่ได้รับ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการศึกษา แหล่งข้อมูลจากโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ทำให้ระบบสัญญาณกันขโมยนั้นเป็นที่รู้จักมากที่สุด เพราะฉะนั้น สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นแนวทางที่ดีในการประชาสัมพันธ์ได้ดีที่สุด
2. จากผลการศึกษาเรื่องระดับความรู้ที่มีเกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมยนั้น ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นให้ความรู้ในเรื่องความสามารถในการทำงานได้ในขณะไฟฟ้าดับ และ ความสามารถแจ้งเหตุไปยังหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีหน้าที่รับเหตุการณ์ผิดปกติได้ เพราะเป็นเรื่องที่มีระดับความรู้ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับเรื่องอื่น ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมยมากยิ่งขึ้น
3. จากผลศึกษานั้น ในเรื่องหน่วยงานที่รองรับในการแจ้งเหตุผ่านระบบสัญญาณกันขโมยนั้น ยังไม่เป็นที่ยอมรับต่อทัศนคติของผู้บริโภค และมีระดับความสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้ระบบ เพราะฉะนั้น หน่วยงานที่มีหน้าที่ควรที่จะต้องหาทางปรับปรุงแก้ไขให้มีความสามารถในการรองรับการใช้งานมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความไว้วางใจในการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมย

4. ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ผลิตควรเน้นปรับปรุงเรื่องความผิดพลาดในการแจ้งเหตุของระบบสัญญาณกันขโมย ให้มีความผิดพลาดน้อย และให้มีความดังมากที่สุดในขณะที่แจ้งเหตุ เพราะมีผลต่อการเลือกใช้ระบบมากที่สุด ในเรื่องของราคาดังนั้นมีผลต่อการเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยมากที่สุด จึงทำให้ผู้ผลิตควบคุมต้นทุนให้การผลิตให้ต่ำ เพราะผลิตภัณฑ์ที่ราคาถูกทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้มากกว่าผลิตภัณฑ์ที่ราคาสูงกว่า การเรื่องการส่งเสริมตลาดนั้น ผู้ผลิตควรมุ่งเน้นให้ความรู้เกี่ยวกับความสามารถ และการใช้งานของระบบแก่ผู้บริโภค เพราะมีผลต่อการเลือกใช้มากกว่าปัจจัยอื่น

5. ในการทำตลาดนั้น ผู้ผลิตควรมุ่งเน้นกับกลุ่มที่มีระดับความรู้สูง เพราะผู้บริโภคที่มีความรู้สูงมีสติการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมยมากกว่าผู้ที่มีระดับความรู้ต่ำ และในกลุ่มของอาคารพักอาศัยที่มีจำนวนสมาชิกมาก จะมีสติการใช้งานมากกว่ากลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกน้อย

บรรณานุกรม

ชฎานิน เศรษฐบุตร และ อัจฉริยา วรบุตร, 2548 “ปัจจัยที่มีผลต่อระบบรักษาความภัยในหอพักนักศึกษา.” วิทยานิพนธ์เทคโนโลยีการเกษตร สาขา บริหารธุรกิจเกษตร, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

“นานาเหตุผล ที่คนไทยควรติดตั้งสัญญาณเตือนภัยขโมย” Home Care Security. 2550, ฉบับที่ 25 บริษัท เจริญรักรักษาความปลอดภัย ออกแบบ และก่อสร้าง จำกัด.

<http://www.novabizz.com/CDC/System61.htm>

บริษัท ไทยสมาร์ตโฮม จำกัด.

<http://www.thaismarthome.com/p0001.htm>

มานพ หอมสุวรรณ. 2550, 16 กรกฎาคม. “นวัตกรรมอุปกรณ์ป้องกันภัย” ประชาชาติ ธุรกิจ. หน้า 60.

รัชดาพรรณ อุดม. “ธุรกิจรักษาความปลอดภัยกับสถานการณ์ปัจจุบัน” สารวิจัยธุรกิจ. ปีที่ 9, ฉบับที่ 18. พฤษภาคม 2549.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 ก. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.

สิทธิชัย ฝรั่งทอง. 2548, 21 เมษายน “ฟื้นฟูธุรกิจ รปภ. ด้านภัยก่อการร้าย.” กรุงเทพธุรกิจ.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.

สำนักวิจัยธุรกิจ บริษัท ธนาคารกรุงไทย จำกัด มหาชน.

<http://www.scb.co.th/LIB/th/article/ktb/data/k9-18.html>

สมาคมอสังหาริมทรัพย์ไทย. 2549. ภาพรวมของที่อยู่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร และ

ปริมณฑล http://www.thairealestate.org/content4-q448_149.asp

Phillip Kotler. 1997. **Marketing Management : Analysis Planning Implementation and control.** 9th Edition. New jersey : Prentice Hall International, Inc

ภาคผนวก

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามโครงการศึกษาอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สัญญาณกันขโมยในอาคารพักอาศัย

นิยามศัพท์ ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย คือระบบที่ใช้แจ้งเหตุกรณีที่มีคนบุกรุกเข้ามาภายในอาคารโดยไม่ได้รับอนุญาตซึ่งจะส่งเสียงดังแจ้งเตือนที่ผนังจนเกิดเหตุ และสามารถโทรไปแจ้งตามที่เบอร์ โทรศัพท์มือถือของผู้ใช้ หรือ ส่งสัญญาณแจ้งไปที่เจ้าหน้าที่ตำรวจ และ หน่วยงานที่ดูแลได้

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลประกอบการทำงานวิจัยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทั่วไปส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้จักและการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมย

ส่วนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยในปัจจุบัน

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง หรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่เป็นจริงและเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

20 – 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

51 – 60 ปี

3. การศึกษา

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่ามัธยมศึกษา | <input type="checkbox"/> ระดับมัธยมต้น |
| <input type="checkbox"/> ระดับมัธยมปลาย/ปวช. | <input type="checkbox"/> อนุปริญญา/ปวส. |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> สูงกว่าระดับปริญญาตรี |

4. อาชีพ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ |
| <input type="checkbox"/> ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | |

5. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 20,001 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท | <input type="checkbox"/> 40,001 – 50,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 50,001 – 60,000 บาท | <input type="checkbox"/> มากกว่า 60,001 บาท |

6. จำนวนสมาชิกที่พักอยู่ร่วมกัน

- | | |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1-2 คน | <input type="checkbox"/> 3-4 คน |
| <input type="checkbox"/> 5-6 คน | <input type="checkbox"/> มากกว่า 7 คน |

7. สถานะภาพ

- | | |
|------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โสด | <input type="checkbox"/> แต่งงาน |
|------------------------------|----------------------------------|

8. ท่านสามารถมีอำนาจในการตัดสินใจภายในบ้านหรือไม่

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> มี | <input type="checkbox"/> ไม่มีเลย |
|-----------------------------|-----------------------------------|

(ถ้าปัจจุบันท่านไม่มีอำนาจในการตัดสินใจภายในบ้านเลย ให้ท่านข้ามไปตอบคำถามส่วนที่ 6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้จักและการใช้งานระบบสัญญาณกันขโมย

1. ท่านรู้จักระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยหรือไม่

- | | |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่เคยรู้จักมาก่อนตอบแบบสอบถามนี้เลย | <input type="checkbox"/> รู้จัก |
|---|---------------------------------|

(ถ้าท่านไม่รู้จักระบบสัญญาณกันขโมยเลยให้ท่านข้ามไปตอบคำถามส่วนที่ 6)

2. แหล่งข้อมูลที่ทำให้ท่านรู้จักระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย (ตอบเพียงข้อเดียวที่คิดว่า เป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักระบบนี้มากที่สุด)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> จากการศึกษาเอง | <input type="checkbox"/> เคยได้ยินบุคคลอื่นพูดให้ฟัง |
| <input type="checkbox"/> จากสื่อทางโทรทัศน์ | <input type="checkbox"/> จากสื่อทางวิทยุ |
| <input type="checkbox"/> จากสื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> เคยมีบุคคลมาเสนอขาย |
| <input type="checkbox"/> จากสื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... |

3. ปัจจุบันท่านใช้หรือเคยใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยหรือไม่

ใช่อยู่ เคยใช้แต่ปัจจุบันไม่ได้ใช้ ไม่เคยใช้มาก่อน

(ถ้าปัจจุบันท่านไม่เคยใช้มาก่อนเลยให้ท่านข้ามไปตอบคำถามส่วนที่ 3 โดยไม่ต้องตอบข้อต่อไป)

4. ถ้าท่านเคยใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย ท่านคิดว่าระบบนี้สามารถใช้งานได้
อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่

ใช้ได้ดี พอใช้ได้ ใช้ไม่ได้ผล

ส่วนที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัย

คุณสมบัติ	ระดับการรับรู้		
	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่รู้
1. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับ ความเคลื่อนไหวของผู้บุกรุกได้			
2. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถส่งเสียงดัง ในขณะมีผู้บุกรุกได้			
3. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตั้งรหัสเพื่อ เปิดใช้งานหรือยกเลิกการใช้งานได้			
4. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับ เมื่อมีบุคคลมาจัดประตูเปิดโดยไม่ได้รับอนุญาตได้			
5. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับ เมื่อมีบุคคลมาจัดหน้าต่างเปิดโดยไม่ได้รับอนุญาตได้			
6. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถตรวจจับ บุคคลที่เดินผ่านพื้นที่ที่ไม่ได้รับอนุญาตได้			
7. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถทำงานได้ ในขณะไฟฟ้าดับ			
8. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถแจ้งเหตุ ผ่านระบบโทรศัพท์มือถือได้			
9. ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยสามารถแจ้งเหตุไป ยังหน่วยงานอื่นๆที่มีหน้าที่รับเหตุการณ์ผิดปกติได้			

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัย

ทัศนคติ	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. การติดตั้งระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัยไม่ยุ่งยาก					
2. การติดตั้งระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัยใช้ค่าใช้จ่ายไม่สูง					
3. ค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษาระบบหลังการติดตั้งไม่สูง					
4. ระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัยมีวิธีใช้งานไม่ยุ่งยาก					
5. การติดตั้งระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัยไม่ก่อให้เกิดความรำคาญต่อบุคคลที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียง					
6. การติดตั้งระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัยช่วยทำให้บุคคลอื่นไม่กล้าเข้ามาบุกรุกหรือปล้นทรัพย์สินภายในบ้านได้					
7. การติดตั้งระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัยทำให้สามารถแจ้งเหตุได้ว่ามีบุคคลกำลังเข้ามาในที่พักอาศัยโดยไม่ได้รับอนุญาตได้					
8. การติดตั้งระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัยทำให้สามารถจับกุมบุคคลที่เข้ามาในที่พักอาศัยโดยไม่ได้รับอนุญาตได้					
9. การติดตั้งระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัยช่วยทำให้ลดสถิติการก่ออาชญากรรมในคดีลักทรัพย์หรือปล้นทรัพย์ได้					
10. ปัจจุบันมีหน่วยงานที่รองรับการแจ้งเหตุผ่านจากระบบสัญญาฉบับใหม่ที่ใช้ในที่พักอาศัยอยู่เพียงพอ					

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้ระบบสัญญาณกันขโมยที่ใช้ในที่พักอาศัยในปัจจุบัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ระดับความสำคัญ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความรวดเร็วในการตรวจจับสัญญาณ					
2. มาตรฐานไฟฟ้าในการรองรับระบบ					
3. รูปลักษณ์ความสวยงามของอุปกรณ์เมื่อถูกติดตั้ง					
4. ความสามารถในการซ่อนอุปกรณ์ตรวจจับจากผู้ร้าย					
5. ความผิดพลาดในการตรวจจับสัญญาณ					
6. ความสามารถในการรองรับจำนวนโซนแจ้งเหตุ					
7. จำนวนอุปกรณ์สั่งเริ่มใช้หรือยกเลิกที่พ่วงต่อระบบ					
8. ความดั่งในการแจ้งเตือนที่หน้างาน					
9. ความสามารถติดตั้งแบบไร้สายได้					
10. ความสามารถในการใช้งานขณะไฟฟ้าดับ					
11. ความสามารถในการแจ้งผ่านระบบโทรศัพท์					
12. ความสามารถในการแจ้งไปหน่วยงานที่รองรับ					

ปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ราคาของระบบ					
2. สามารถผ่อนชำระเงินได้					
3. ค่าบริการหลังการขายราคา					

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ระดับความสำคัญ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. จำนวนผู้จำหน่าย					

ระดับความสำคัญ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ความหลากหลายของช่องทางในการเลือกซื้อระบบ					
3. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้จำหน่ายระบบ					

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับความสำคัญ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์					
2. การลดแลกแจกหรือแถมสินค้าและอุปกรณ์					
3. การให้ความรู้เกี่ยวกับความสามารถและการใช้งานของระบบ					

ปัจจัยภายนอกอื่นๆ

ระดับความสำคัญ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การรองรับจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง					
2. การรองรับจากหน่วยงานเอกชน					
3. ผลกระทบจากเศรษฐกิจเช่นค่าครองชีพ					
4. ผลกระทบจากสังคมเช่นจำนวนการก่อเหตุอาชญากรรมในปัจจุบัน					

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็น / ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับระบบสัญญาณกันขโมยที่ให้ในที่พักอาศัย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายพัชรพงษ์ แก้วเจริญ
วันเดือนปีเกิด	20 ตุลาคม พ.ศ.2525
สถานที่เกิด	จังหวัดสมุทรปราการ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	61/32 หมู่ 5 ถนน เทพารักษ์ หมู่บ้านภัทรนิเวศน์ ตำบลบางเมือง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 10270
ประวัติการศึกษา	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาอิเล็กทรอนิกส์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ. 2548-ปัจจุบัน หัวหน้าแผนกวิศวกรงานติดตั้งระบบ บริษัท ไอเทคซัพพลายจำกัด