

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

FACTORS INFLUENCING CONSUMER SATISFACTION WITH

HOME AND CONDOMINIUM INSPECTION SERVICES



ธนภัทร ศรีภักธาพันธุ์

TANAPHAT SRIPHATARAPAN

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิศวกรรมโยธา สิ่งแวดล้อม และการจัดการงานก่อสร้าง

คณะวิศวกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ.2568

KMITL-2568-EN-M-097-034

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

FACTORS INFLUENCING CONSUMER SATISFACTION WITH
HOME AND CONDOMINIUM INSPECTION SERVICES



TANAPHAT SRIPHATARAPAN

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF ENGINEERING IN CIVIL ENGINEERING ENVIRONMENTAL ENGINEERING
AND CONSTRUCTION MANAGEMENT

SCHOOL OF ENGINEERING

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2025

KMITL-2025-EN-M-097-034

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2025

SCHOOL OF ENGINEERING

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

นักศึกษา นายธนภัทร ศรีภัทรพันธุ์

รหัสประจำตัว 66016047

ปริญญา วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา วิศวกรรมโยธา สิ่งแวดล้อม และการจัดการงานก่อสร้าง

พ.ศ. 2568

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.จักรพงษ์ พงษ์เพ็ง

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการซื้อบ้านหรืออาคารชุดถือเป็นการตัดสินใจทางการเงินที่มีความสำคัญสูง ผู้บริโภคจึงมีความต้องการบริการตรวจบ้านและอาคารชุดที่สามารถสร้างความมั่นใจในคุณภาพและความสมบูรณ์ของอสังหาริมทรัพย์ก่อนการตัดสินใจซื้อ การตรวจบ้าน (Home Inspection) มีบทบาทสำคัญในการช่วยลดความเสี่ยงในการรับทรัพย์สินที่มีข้อบกพร่อง และสนับสนุนกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมยังไม่พบนักวิจัยท่านใดที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีจุดประสงค์เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด โดยใช้แบบสอบถามในการสำรวจเปรียบเทียบมุมมองระหว่างผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 1) เปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด 2) เปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด โดยใช้วิธี Mann-Whitney Test ผลจากการวิเคราะห์ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านสามารถจัดเรียงลำดับกลุ่มปัจจัย โดยเรียงจากลำดับแรกไปลำดับสุดท้าย ดังนี้ 1) คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ 2) ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ 3) การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน 4) การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล 5) ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ ส่วนในมุมมองของผู้ซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาคารชุด สามารถจัดเรียงลำดับกลุ่มปัจจัย โดยเรียงจากลำดับแรกไปลำดับสุดท้าย ดังนี้ 1) คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ 2) ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ 3) การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล 4) การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน 5) ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ และจากการเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของปัจจัย โดยใช้วิธี Mann-Whitney Test พบว่าทั้งสองมุมมองนั้นให้ความสำคัญกับแต่ละปัจจัยไม่แตกต่างกันทั้งหมด 21 ปัจจัย

คำสำคัญ : ปัจจัย, ความพึงพอใจ, บริการตรวจบ้านและอาคารชุด



Independent Study FACTORS INFLUENCING CONSUMER SATISFACTION WITH
HOME AND CONDOMINIUM INSPECTION SERVICES

Student MR. Tanaphat Sriphatarapan

Student ID. 66016047

Degree Master of Engineer

Program Civil Engineering Environmental Engineering and
Construction Management

Year 2025

Independent Study Advisor Assoc. Prof. Dr. Jakrapong Pongpeng

Abstract

Nowadays, purchasing a house or condominium is regarded as a significant financial decision. Consumers seek home inspection services that can ensure the quality and integrity of the property before making a purchase decision. Home inspection services play a crucial role in minimizing the risks associated with acquiring defective properties and supporting consumer decision-making processes. However, based on a review of the relevant literature, no prior research was found to have studied consumer satisfaction specifically toward home inspection services. Therefore, the objective of this study was to identify the factors influencing consumer satisfaction with home inspection services by utilizing a questionnaire survey comparing the perspectives of house buyers and condominium buyers within the Bangkok Metropolitan Region.

The data analysis comprised two main steps: 1) Comparing the ranking of importance of factors influencing consumer satisfaction with home inspection services from the perspectives of house buyers and condominium buyers. 2) Comparing the similarities and differences of these factors between the two groups using the Mann-Whitney U Test. The analysis results revealed

that, from the perspective of house buyers, the groups of factors could be ranked in descending order of importance as follows: 1) Service quality and expertise, 2) Transparency and credibility, 3) Post-inspection support and warranties, 4) Communication and information delivery, and 5) Convenience and accessibility of services. Meanwhile, from the perspective of condominium buyers, the ranking was slightly different: 1) Service quality and expertise, 2) Transparency and credibility, 3) Communication and information delivery, 4) Post-inspection support and warranties, and 5) Convenience and accessibility of services. Moreover, the comparison using the Mann-Whitney U Test indicated that there were no statistically significant differences in opinions across all 21 examined factors between the two groups.

Keywords: Factor, Consumer satisfaction, Home and condominium inspection service



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และช่วยเหลือ อย่างดียิ่ง จาก รศ.ดร.จักรพงษ์ พงษ์เพ็ง ผู้ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้คำปรึกษาปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่อง ให้ความรู้ ความเข้าใจด้วยความมุ่งมั่น ตลอดจนคำแนะนำในการแก้ไขปัญหาระหว่างการ ค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ประสบ ความสำเร็จ ข้าพเจ้าจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่ช่วยให้คำแนะนำ เพื่อปรับปรุงการค้นคว้าอิสระให้มีความถูกต้องและครบถ้วนสมบูรณ์ และคณาจารย์ประจำสาขาวิชาวิศวกรรมโยธา สิ่งแวดล้อม และการจัดการงาน ก่อสร้างทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ทั้งด้านวิชาการ ความรู้ทั่วไป ประสบการณ์ และคำแนะนำสำหรับการ ค้นคว้าอิสระให้แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ ที่คอยให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ และช่วยเหลือในการค้นคว้าอิสระ รวมถึง การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ตลอดระยะเวลาที่ได้เข้ามาศึกษาในสาขาวิชานี้

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาให้ข้อมูลเพื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระของ ข้าพเจ้าด้วยความ เป็นจริงและครบถ้วน

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนในการศึกษาเล่าเรียนของข้าพเจ้ามาโดยตลอด หากไม่มีท่านคอยสนับสนุน การศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้ คงไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งในพระคุณเป็นอย่างสูง

ธนภัทร ศรีภัทรพันธุ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	i
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	iii
กิตติกรรมประกาศ.....	v
สารบัญ.....	vi
สารบัญตาราง.....	x
สารบัญรูป.....	xii
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 ปัญหางานวิจัย.....	2
1.3 วัตถุประสงค์.....	2
1.4 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	2
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.6 ประโยชน์และคุณค่าที่คาดว่าจะได้จากงานวิจัย.....	3
1.7 ขอบเขตการวิจัย.....	4
บทที่ 2 ทฤษฎีหรือแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา.....	1
2.1 บทนำ.....	1
2.2 ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	1
2.2.1 การตรวจสอบบ้าน (Home Inspection).....	1
2.2.2 ความพึงพอใจของผู้บริโภค.....	6
2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด.....	7
2.4 บทวิเคราะห์.....	18

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.5 กรอบแนวคิด	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	7
3.1 รูปแบบการวิจัย	7
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	7
3.2.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	7
3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	21
3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	22
3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	22
3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	22
3.3.2 การทดสอบเครื่องมือ	31
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	33
3.4.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล.....	33
3.4.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2: ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด.....	34
3.4.3 เปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของปัจจัย	35
บทที่ 4 ผลการวิจัย	22
4.1 บทนำ	22
4.2 วิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 1	22
4.3 วิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 2	44
4.3.1 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน.....	44

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.3.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด	47
4.3.3 เปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด โดยใช้วิธี The Wilcoxon Mann Whitney Test.....	50
4.4 สรุปผลการวิจัย.....	52
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	39
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	39
5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล	56
5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2 : เปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด	57
5.1.3 เปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด โดยใช้วิธี The Wilcoxon Mann Whitney Test.....	62
5.2 ข้อเสนอแนะ	62
5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการบริการตรวจบ้านและอาคารชุด	62
5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการใช้บริการตรวจบ้านและอาคารชุด	62
5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป.....	62
เอกสารอ้างอิง.....	64
ภาคผนวก ก. คำนิยามปฏิบัติการ	68
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม.....	71

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ค. การทดสอบเครื่องมือ	83
ภาคผนวก ง. ผลการวิเคราะห์ Mann – Whitney Test	91
ประวัติผู้เขียน	94



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 แสดงปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ในมุมมองของผู้รับเหมาและลูกค้า.....	8
ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด	15
ตารางที่ 3.1 ตัวอย่างแบบสอบถามปัจจัยหลักและปัจจัยย่อย.....	24
ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	38
ตารางที่ 4.2 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	39
ตารางที่ 4.3 แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	40
ตารางที่ 4.4 แสดงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
ตารางที่ 4.5 แสดงประสบการณ์ในการซื้ออสังหาริมทรัพย์จำพวกบ้าน หรืออาคารชุด ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	42
ตารางที่ 4.6 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกำลังอยู่ในกระบวนการการตัดสินใจซื้อบ้าน หรืออาคารชุด	43
ตารางที่ 4.7 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้าน และอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน.....	44
ตารางที่ 4.8 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด.....	47
ตารางที่ 4.9 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด	50
ตารางที่ 5.1 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยคุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 5.2 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยการติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูลในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด.....	58
ตารางที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด	59
ตารางที่ 5.4 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยความสะดวกและการเข้าถึงบริการในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด.....	60
ตารางที่ 5.5 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยการสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกันในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด	61
ตารางที่ ค.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ของสเปียร์แมนด้วยโปรแกรม SPSS	83
ตารางที่ ค.2 การทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน).....	89
ตารางที่ ค.3 การทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด).....	90
ตารางที่ ง.1 ผลการวิเคราะห์ Mann-Whitney Test	92

สารบัญรูป

หน้า

รูปภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด..19



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

การซื้อบ้านเป็นการตัดสินใจครั้งใหญ่ที่มีผลกระทบต่อทั้งในแง่ของการเงินและคุณภาพชีวิตของผู้ซื้อบ้าน เนื่องจากบ้านไม่เพียงแต่เป็นที่อยู่อาศัย แต่ยังเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่ามหาศาลและสามารถส่งต่อไปยังคนรุ่นหลังได้ อย่างไรก็ตาม การก่อสร้างที่อยู่อาศัยอาจเกิดข้อบกพร่องหรือปัญหาที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่าหรือไม่สามารถตรวจสอบได้อย่างละเอียดโดยผู้ซื้อที่ไม่มีความรู้เฉพาะทาง ส่งผลให้บริการตรวจบ้านและอาคารชุดมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในกระบวนการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์

การตรวจบ้าน (Home Inspection) เป็นบริการที่ช่วยให้ผู้ซื้อบ้านสามารถทราบถึงสภาพของบ้านทั้งในด้านโครงสร้างและระบบภายใน เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา การรั่วซึมของน้ำ และปัญหาอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ การตรวจสอบนี้ช่วยให้ผู้ซื้อบ้านสามารถตัดสินใจได้อย่างมั่นใจมากขึ้นในการซื้อบ้าน ลดความเสี่ยงในการรับบ้านที่มีปัญหา

ในบริบทของประเทศไทย การให้บริการตรวจบ้านและอาคารชุดยังคงเป็นบริการที่กำลังเติบโตและอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการยอมรับจากตลาดผู้บริโภค ผู้บริโภคบางส่วนยังไม่เข้าใจถึงประโยชน์ที่แท้จริงของการตรวจบ้านและอาคารชุด หรือมีความกังวลในเรื่องของความคุ้มค่าในการใช้บริการ ด้วยเหตุนี้ความพึงพอใจของผู้บริโภคจึงเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่ช่วยให้ผู้ให้บริการตรวจบ้านและอาคารชุดสามารถเข้าใจความต้องการของตลาด และพัฒนาคุณภาพของบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า

ดังนั้น งานวิจัยนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสำรวจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ซึ่งอาจมีความหลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น คุณภาพของการตรวจ ความชัดเจนในการให้ข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้ตรวจบ้าน ราคา และการบริการหลังการตรวจ การศึกษาปัจจัยเหล่านี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ให้บริการเข้าใจและนำไปสู่การพัฒนา ปรับปรุงบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดการให้บริการตรวจบ้านและอาคารชุดเติบโตและมีความมั่นคงมากขึ้นในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 ปัญหางานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีหลากหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการรับสร้างบ้าน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลอย่างมากต่อการตอบสนองความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค และทำให้การดำเนินการโครงการเป็นไปอย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จ แต่จากการทบทวนวรรณกรรมยังไม่พบงานวิจัยใดที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์

1.3 วัตถุประสงค์

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด

1.4 วิธีการดำเนินงานวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัยนี้คือขั้นตอนต่างๆของการศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำการศึกษาวิจัยเพื่อให้การวิจัยนี้สามารถดำเนินไปโดยมีลำดับขั้นตอนที่แน่นอน และในการทำโครงการวิจัยเฉพาะเรื่องครั้งนี้ ได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

- 1.4.1 ศึกษาค้นคว้าผลการวิจัยและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 1.4.2 วางกรอบแนวคิดของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด
- 1.4.3 จัดทำแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดของการวิจัย
- 1.4.4 ทดสอบแบบสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน
- 1.4.5 ทำการส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย
- 1.4.6 เก็บรวบรวมแบบสอบถามมาวิเคราะห์และสรุปผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยนี้คือความเข้าใจที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด อีกทั้งยังได้แนวทางในการพัฒนาการให้บริการให้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคมากขึ้น

1.6 ประโยชน์และคุณค่าที่คาดว่าจะได้จากงานวิจัย

งานวิจัยนี้จะมีประโยชน์และคุณค่าดังนี้

1.6.1 ต่อผู้ให้บริการตรวจบ้านและอาคารชุด

ผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้ให้บริการตรวจบ้านและอาคารชุดเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ทั้งในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด ทำให้สามารถปรับปรุงบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ข้อมูลที่ได้ยังสามารถนำไปใช้ในการออกแบบกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารของบริษัทรับตรวจบ้านกับผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

1.6.2 ต่อผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์

ข้อมูลจากงานวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์เห็นถึงความสำคัญของบริการตรวจบ้านและอาคารชุดในกระบวนการซื้อขายบ้าน และสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดหรือการจัดการบริการตรวจบ้านและอาคารชุดเป็นส่วนหนึ่งของแพ็คเกจการขาย ซึ่งจะช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้าน

1.6.3 ต่อผู้บริโภค

งานวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องเกี่ยวกับบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ซึ่งเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ รวมถึงช่วยให้ผู้บริโภคสามารถประเมินความคาดหวังของตนเองต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุดได้ดียิ่งขึ้น ลดความเสี่ยงในการรับบ้านที่มีปัญหา และเพิ่มความมั่นใจในการลงทุนซื้อบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6.4 ต่อวงการวิชาการ

งานวิจัยนี้จะเพิ่มความรู้และความเข้าใจในด้านการตลาดบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ซึ่งเป็นหัวข้อที่ยังคงมีการศึกษาที่จำกัดในบริบทของประเทศไทย ข้อมูลและข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการขยายขอบเขตของความรู้และสามารถนำไปใช้ในการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต

1.7 ขอบเขตการวิจัย

1.7.1 งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมุ่งเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อ หรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านใหม่ และผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุด ใหม่ จำนวน 385 คน ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพื้นที่นี้เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายในด้านที่อยู่อาศัยและมีกลุ่มผู้ซื้อที่หลากหลาย การศึกษาในบริบทนี้จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปใช้ปรับปรุงการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่เมืองใหญ่

1.7.2 ช่วงเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูลเริ่มตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม 2568 ถึง 14 เมษายน 2568

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ทฤษฎีหรือแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

2.1 บทนำ

ในบทนี้จะกล่าวสรุปการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด” จากการศึกษาวารสาร วิทยานิพนธ์ และตำราทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับการตรวจบ้าน (Home Inspection) และปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อเป็นการพัฒนาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุดให้มีความพึงพอใจอย่างสูงสุด โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดในหัวข้อถัดไป

2.2 ความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 การตรวจสอบบ้าน (Home Inspection)

สมาคม ASHI (American Society of Home Inspectors) [1] ได้กล่าวถึง ความหมายของการตรวจสอบบ้านไว้ว่า เป็นการตรวจสอบสภาพโครงสร้างและระบบต่างๆ ของบ้านอย่างเป็นกลาง ตั้งแต่หลังคาถึงฐานราก โดยปกติแล้ว การตรวจสอบบ้านเดี่ยวจะใช้เวลาประมาณ 2-4 ชั่วโมง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดและสภาพของบ้าน หลังจากเสร็จสิ้นการตรวจสอบ ผู้ตรวจสอบจะส่งรายงานการตรวจสอบมาตรฐานให้ลูกค้า (มักจะภายใน 24-48 ชั่วโมง) ซึ่งรายงานนี้จะประกอบด้วย ภาพถ่ายของระบบปรับอากาศ (ถ้าสภาพอากาศเอื้ออำนวย) ระบบประปาภายใน ระบบไฟฟ้า หลังคา ห้องใต้หลังคา และฉนวนที่มองเห็นได้ ผนัง เพดาน พื้น หน้าต่าง ประตู ฐานราก ห้องใต้ดิน และส่วนประกอบโครงสร้างต่างๆ รวมไปถึงการวิเคราะห์ และการให้คำแนะนำ

Sumes Chetthamrongchai [2] ได้ให้นิยามของการตรวจรับบ้านไว้ว่า เป็นการตรวจสอบ ดีเฟค (defect) ของบ้านที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วพร้อมส่งมอบให้กับผู้ที่ซื้อบ้าน ซึ่งการตรวจสอบจะเน้นตรวจฟังก์ชันการใช้งานของบ้าน ความปลอดภัยภายในบ้าน งานระบบหลักๆ ของบ้านที่สำคัญ ได้แก่ระบบไฟฟ้า ระบบสุขาภิบาล การรั่วซึม งานหลังคา และงานทางด้านสถาปัตยกรรมที่ต้องตรงและสามารถใช้งานได้ตามที่และติดตั้งก่อสร้างให้ได้ตามมาตรฐาน โดยเป็นการตรวจสอบด้วยสายตาเป็นหลัก พร้อมเครื่องมือพื้นฐานการตรวจสอบตามสภาพหน้างานจริงและพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ขณะทำการตรวจสอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Custer [3] กล่าวว่า การตรวจสอบบ้านเป็นการตรวจสอบด้วยสายตาเพื่อประเมินสภาพของบ้านและระบุปัญหาหรือประเด็นที่อาจเกิดขึ้นกับบ้าน การตรวจสอบมักจะทำเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาซื้อขายบ้าน ผู้ตรวจสอบบ้านจะทำการตรวจสอบตัวบ้าน รวมถึงฐานรากและหลังคา ระบบทำความร้อนและความเย็น อุปกรณ์ประปา ผนังภายในและภายนอก และพื้นที่โดยรอบ การตรวจสอบบ้านเป็นการตรวจสอบที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหาย ซึ่งหมายความว่าผู้ตรวจสอบจะไม่เจาะเข้าไปในผนัง ไม่ขุดเจาะลงดิน หรือทำการตรวจสอบเชิงลึกอื่น ๆ ที่อาจทำให้บ้านเกิดความเสียหายได้ การตรวจสอบบ้านนี้มีจุดประสงค์เพื่อช่วยให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจอย่างมีข้อมูลเกี่ยวกับบ้านก่อนทำการซื้อ และยังช่วยให้ผู้ขายทราบว่ามีส่วนใดของบ้านที่อาจต้องซ่อมแซมหรือเปลี่ยนแปลง หรือส่วนใดที่ไม่เป็นไปตามกฎระเบียบการก่อสร้าง

2.2.2 ความพึงพอใจของผู้บริโภค

นิยามและความหมาย

ความพึงพอใจเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะส่งเสริมให้การประกอบกิจการงานใดๆ ประสบความสำเร็จได้ นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการ จำเป็นต้องศึกษาความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจในสินค้าและบริการต่อลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับ

Oliver [4] ได้ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกิดจากคนทั่วโลก ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ได้รับมาจากการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการ โดยที่ผู้บริโภคคาดหวังระดับคุณภาพบางอย่างก่อนที่พวกเขาจะบริโภคสินค้านั้นๆ

Kothler [5] นิยามความพึงพอใจไว้ว่า เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงานหรือประสิทธิภาพสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้า โดยถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าก็ทำให้เกิดความพึงพอใจ และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

Lovelock [6] ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นทัศนคติหลังการประเมินจากการซื้อสินค้าหรือบริการที่ได้รับการปฏิสัมพันธ์ การประเมินความพึงพอใจคือการประเมินคุณค่าจากคุณภาพการให้บริการที่ผู้รับบริการได้รับเทียบกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวัง ซึ่งความพึงพอใจทางบวกที่ยั่งยืน และการทำให้ผู้รับบริการประทับใจ เรียกว่า Customer Delight ซึ่งประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (1) ความประทับใจจากการบริการที่เกินความคาดหวัง
- (2) ความประทับใจด้วยความตื่นต้น
- (3) ความประทับใจด้วยความรู้สึกทางบวก

2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

ในการดำเนินการซื้อขายบ้านและอาคารชุด การตรวจสอบเป็นขั้นตอนสำคัญที่มีบทบาทในการประเมินสภาพบ้านและปัญหาที่ยังคงอยู่ภายในบ้าน ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายต่างให้ความสำคัญกับการตรวจบ้าน เนื่องจากเป็นข้อมูลที่สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือเจรจาต่อรองราคาได้อย่างมีนัยสำคัญ ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุดนั้นมีหลายประการ ดังนั้นการสำรวจและทำความเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับธุรกิจที่ให้บริการนี้

สรารุช เขียนชาบ [7] ได้ประเมินปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทรับสร้างบ้าน โดยได้แบ่งปัจจัยเป็น 3 กลุ่มหลักได้แก่ ปัจจัยในกลุ่มการให้บริการ กลุ่มการออกแบบ และกลุ่มการก่อสร้าง จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่อยู่ในกลุ่มการให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า อันได้แก่

- (1) ความน่าเชื่อถือของบริษัทรับสร้างบ้าน
- (2) ประสบการณ์ของบริษัทในธุรกิจรับสร้างบ้าน
- (3) ความซื่อสัตย์ มารยาทและมีมนุษยสัมพันธ์
- (4) ความน่าเชื่อถือของทีมบริหาร
- (5) ความกระตือรือร้นในการให้บริการต้อนรับและบริการ
- (6) การให้ความกระจ่างในข้อสงสัยของลูกค้า
- (7) ความรวดเร็วในการให้บริการ
- (8) ความเอาใจใส่และตอบสนองข้อร้องเรียนของลูกค้า
- (9) ความน่าเชื่อถือของทีมบริหาร
- (10) ความเป็นธรรมในสัญญา
- (11) การให้บริการที่ดีทั้งก่อนและหลังการขาย
- (12) การรับประกัน
- (13) ความพร้อมของบุคลากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(14) การให้ความเข้าใจในด้านการก่อสร้าง

(15) การควบคุมค่าใช้จ่ายและระยะเวลา

N. Kheawkhamsaeng [8] ได้รวบรวมปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ในมุมมองของผู้รับเหมาและลูกค้า ซึ่งจากการเปรียบเทียบสามารถสรุปมุมมองของผู้รับเหมาและลูกค้า ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย ในมุมมองของผู้รับเหมาและลูกค้า

มุมมองของลูกค้า	มุมมองของผู้รับเหมา
1. ทำงานเสร็จตามระยะเวลา	1. ทำงานเสร็จตามระยะเวลา
2. ผลงานออกมาดี	2. ผลงานออกมาดี
3. มีการประสานงานที่ดี	3. ต้นทุนต่ำ
4. ไม่มีปัญหาด้านการเงิน	4. ขึ้นอยู่กับผู้ซื้อบ้าน
5. มีทักษะชีวิตที่ดีในการบริหารงาน	
6. ไม่โกหกหลอกลวง	
7. ผลงานที่ได้ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้	

Tang *et al.* [9] ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและตัวชีวิตที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลกระทบต่อลูกค้าไว้ 8 เกณฑ์ ดังต่อไปนี้

- (1) มืออาชีพให้บริการ โดยดูที่
 - (1.1) ที่มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือของคำแนะนำโดยมืออาชีพและพนักงาน
 - (1.2) ทักษะในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและที่ปรึกษาอื่นๆ ตัวอย่างเช่นสถาปนิกและวิศวกรจากสาขาวิชาที่แตกต่างกันและ
 - (1.3) มารยาท ลักษณะของทีมงานมืออาชีพ
- (2) สามารถในการแข่งขันให้บริการ โดยดูที่
 - (2.1) คุณวุฒิทางการศึกษาและเป็นมืออาชีพของมืออาชีพ เจ้าหน้าที่ด้านเทคนิค
 - (2.2) ในการแข่งขันของค่าที่ปรึกษา
 - (2.3) ติดตามบันทึกของบริษัทที่ปรึกษาในโครงการที่คล้ายกันและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (2.4) ค่าความนิยมของบริษัท
- (3) บริการตรงต่อเวลาโดยดูที่
- (3.1) ความรวดเร็วของการตอบสนองต่อคำสั่งและข้อร้องเรียนและ
- (3.2) ความสามารถที่จะตรงตามกำหนดเวลาของลูกค้า
- (4) คุณภาพดีของการออกแบบ โดยดูที่
- (4.1) การรายงานของการทำงานโดยวิศวกร
- (4.2) ความถูกต้องของข้อมูลที่ถ่ายทอดโดยการเขียนแบบวิศวกรรมและรายงาน
- (4.3) ความสะดวกสบายของความเข้าใจของรายงานแบบวิศวกรรม,และเอกสารสัญญาการผลิตและ
- (4.4) ความครบถ้วนสมบูรณ์ของสำนักงานบันทึก
- (5) ความก้าวหน้าของนวัตกรรมโดยดูที่
- (5.1) การยอมรับของทฤษฎีผู้บุกเบิกในการออกแบบ
- (5.2) การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ขั้นสูงในการออกแบบ
- (5.3) ค่าเพื่อการนวัตกรรมการเทคโนโลยีการก่อสร้างและ
- (5.4) การพิจารณาความงามของงานที่เสร็จสมบูรณ์ในอนาคต
- (6) ความสมบูรณ์ของการพิจารณาด้านอื่นๆ โดยดูที่
- (6.1) การพิจารณาด้านสิ่งแวดล้อมในการออกแบบ
- (6.2) การพิจารณาทางเศรษฐกิจในการออกแบบ
- (6.3) ค่าเพื่อการบำรุงรักษาต่ำสุดของงานที่เสร็จในอนาคต
- (6.3) ความน่าเชื่อถือของโครงสร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วและ
- (6.4) สำหรับวัตถุประสงค์
- (7) การสนับสนุนการบริการให้กับลูกค้า โดยดูที่
- (7.1) พร้อมกับที่พนักงานจะได้มีอาชีพและเข้าถึงได้โดยลูกค้าและ
- (7.2) ความกระตือรือร้นของพนักงานมืออาชีพเทคนิคในแก้ปัญหาการเลี้ยงดูจากลูกค้า
- (8) กำกับดูแลในขั้นตอนการดำเนินงาน โดยดูที่
- (8.1) คุณวุฒิทางการศึกษาและเป็นมืออาชีพของเว็บไซต์การกำกับดูแลพนักงาน
- (8.2) การควบคุมความคืบหน้าของการทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (8.3) การควบคุมค่าใช้จ่ายของการทำงาน
- (8.4) การควบคุมคุณภาพของวัสดุและคุณภาพรวมในการทำงานถาวรและ
- (8.5) ความสมบูรณ์ของการบันทึกเว็บไซต์

ธีระศักดิ์ บุญวาสนา (อ้างถึงใน อนันต์กร อมรวาที) [10] ได้ศึกษาปัจจัยใน การเลือกบริษัทรับสร้างบ้านที่สนองต่ออุปสงค์ที่อยู่อาศัยของผู้ที่สร้างบ้านบนที่ดินของตนเอง โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่ไม่ได้สร้างกับบริษัทรับสร้างบ้าน กับกลุ่มที่เลือกใช้บริการบริษัทรับสร้างบ้าน พบว่าปัจจัยที่ทุกกลุ่มใช้ในการเลือกเป็นลำดับแรกๆ นั้น จะเป็นคุณภาพและความประณีตในการก่อสร้าง การใช้วัสดุที่ดี การออกแบบและรูปแบบที่ดี รวมไปถึงภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ แต่จะมีปัจจัยที่แตกต่างกัน คือ กลุ่มที่ไม่ได้สร้างกับบริษัทรับสร้างบ้านจะเลือกที่ราคาถูก ในขณะที่กลุ่มที่เลือกบริษัทรับสร้างบ้าน จะเลือกที่การรับประกันหลังการขาย ส่วนในด้านแหล่งที่ผู้บริโภคจะใช้ในการพิจารณาเลือก บริษัทรับสร้างบ้านนั้น จะพิจารณาจากสื่อโฆษณาในนิตยสารและสำนักงานขายของผู้ประกอบการเป็นลำดับแรก โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกสถานประกอบการที่อยู่ใกล้กับสถานที่ก่อสร้างเป็นหลัก แต่หากไม่มีสถานประกอบการที่มีความน่าเชื่อถืออยู่ใกล้พื้นที่ก่อสร้าง ผู้บริโภคก็จะเลือกบริษัทรับสร้างบ้านที่มีความน่าเชื่อถือมากกว่า

ส่วน กฤต ใจวัจนสุวรรณ [11] ได้วิเคราะห์คุณภาพงานบริการของผู้รับเหมาต่างจังหวัดในโครงการก่อสร้างพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพงานบริการที่เจ้าของโครงการคาดหวัง กับคุณภาพงานบริการที่เจ้าของโครงการได้รับ โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL แบ่งการประเมินคุณภาพการบริการเป็น 5 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย

- (1) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)
 - (1.1) มีเครื่องมือ-เครื่องจักรที่เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
 - (1.2) จำนวนคนงานที่เพียงพอและมีทักษะที่เหมาะสมกับงานที่ได้รับ
 - (1.3) จัดเก็บวัสดุอุปกรณ์เป็นอย่างดี ไม่กีดขวางการทำงานและหมั่นดูแล ความสะอาดของหน้างาน
 - (1.4) คนงานแต่งกายเหมาะสมกับงานที่ได้รับ (เช่น สวมอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล แต่งกายรัดกุม)
 - (1.5) เอกสารมีรายละเอียดครบถ้วน มีการจัดระบบเป็นอย่างดี
- (2) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (2.1) มีการรักษาข้อตกลงที่ให้ไว้กับลูกค้า
- (2.2) มีการแสดงออกถึงความจริงใจต่อการแก้ปัญหา
- (2.3) ลำดับการก่อสร้างเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า
- (2.4) ความก้าวหน้าของงานก่อสร้างเป็นไปตามข้อตกลง
- (2.5) มีการรายงานความก้าวหน้าอยู่เสมอ
- (3) ด้านการตอบสนอง ความต้องการ (Responsiveness)
 - (3.1) มีการแจ้งรายละเอียดวันเวลาการทำงานอย่างชัดเจน
 - (3.2) มีการตอบสนองความต้องการของท่านอย่างรวดเร็วเมื่อลูกค้าต้องการ
 - (3.3) ยินดีให้การช่วยเหลือลูกค้าเพิ่มเติมนอกเหนือจากข้อตกลง
- (4) ด้านความมั่นใจ (Assurance)
 - (4.1) พฤติกรรมของคนงานสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า
 - (4.2) คุณภาพของงานอยู่ในระดับมาตรฐาน
 - (4.3) มีความสุภาพกับลูกค้าอย่างเสมอ
 - (4.4) มีความรู้ในการตอบข้อสงสัยของลูกค้าได้
 - (4.5) มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาอย่างถูกต้อง
- (5) ด้านการเข้าใจความรู้สึกผู้รับบริการ (Empathy)
 - (5.1) เข้าใจถึงรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
 - (5.2) มีความเอาใจใส่ต่อความรู้สึกของลูกค้า
 - (5.3) มีการป้องกันความเสียหายต่องานที่ดำเนินการแล้วเสร็จ
 - (5.4) เก็บความเรียบร้อยของงานได้เป็นอย่างดี พร้อมส่งมอบ
 - (5.5) ช่วงเวลาในการก่อสร้างเหมาะสมสะดวกต่อลูกค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ค่าความแตกต่างระหว่าง คุณภาพงานบริการที่คาดหวังกับ คุณภาพงานบริการที่ได้รับ ตามปัจจัยดังกล่าวพบว่า ค่า Gap score ติดลบ บ่งบอกถึง ความไม่พึงพอใจของลูกค้าในคุณภาพงานบริการของผู้รับเหมา

อรอุมา สุนารักษ์ และคณะ [12] ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของ บริษัท โฮมแอสเตนดาร์ด โดยในส่วนของความพึงพอใจต่อคุณภาพของการบริการที่มีต่อลูกค้า นั้น ได้มีการสรุปดังนี้

- (1) การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ
- (2) ความมั่นคงและความปลอดภัย
- (3) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- (4) ความน่าเชื่อถือ
- (5) ความมีอัธยาศัยไมตรี
- (6) สมรรถนะของผู้ให้บริการ
- (7) การติดต่อสื่อสาร
- (8) ความเชื่อมั่นวางใจได้
- (9) การเข้าถึงบริการ
- (10) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ

Torbica *et al.* [13] ได้ตรวจสอบประสิทธิภาพของผู้รับสร้างบ้านโดยวัดจากระดับความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้าน โดยได้เสนอรูปแบบการวัดระดับความพึงพอใจไว้ 3 ด้าน ได้แก่

- (1) ความพึงพอใจต่อการออกแบบบ้าน
- (2) ความพึงพอใจต่อคุณภาพบ้าน
- (3) ความพึงพอใจต่อการบริการ

ได้ข้อสรุปว่า การบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านที่สุด ประกอบไปด้วย

- (1) ความคาดหวังที่ผู้รับสร้างบ้านมอบให้ตั้งแต่ต้น
- (2) การให้บริการในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น ช่วงเย็นหรือวันหยุด
- (3) การต้อนรับที่อบอุ่น
- (4) การนำเสนอข้อดีพื้นฐานของบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (5) การอธิบายคุณค่าที่ซ่อนอยู่ของบ้าน
- (6) การปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างให้เกียรติ
- (7) ความสนใจที่บริษัทให้แก่ลูกค้า
- (8) การให้พื้นที่สำหรับการตัดสินใจ
- (9) การอธิบายทุกขั้นตอนของกระบวนการซื้อและสร้างบ้าน
- (10) การระบุช่องทางการติดต่อในระหว่างการก่อสร้าง
- (11) การอธิบายความครอบคลุมของการรับประกัน
- (12) การอธิบายความรับผิดชอบของลูกค้าในการบำรุงรักษา
- (13) การอธิบายวิธีการใช้งานส่วนต่าง ๆ ของบ้าน
- (14) ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน
- (15) ความสามารถ (ความรู้และทักษะ) ของพนักงาน
- (16) การตอบสนองต่อปัญหาอย่างรวดเร็ว
- (17) ความน่าเชื่อถือของพนักงาน
- (18) ความสุภาพของพนักงาน
- (19) การสื่อสารกับทีมงานก่อสร้าง
- (20) การตอบคำถามและข้อกังวลของลูกค้า
- (21) ทักษะคิดของบริษัทต่อการให้บริการลูกค้า (เช่น การบริการหลังการขาย)

Karna *et al.* [14] ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ในประเทศฟินแลนด์ โดยได้รวบรวมข้อมูลกว่า 346 โครงการ และจากแบบสอบถามได้แบ่งปัจจัยเป็นทั้งหมด 22 ปัจจัยภายใต้ 5 หมวดหมู่ ได้แก่

- (1) การประกันคุณภาพและขั้นตอนการส่งมอบ (Quality Assurance and Handover)
- (2) สภาพแวดล้อมและความปลอดภัยในการทำงาน (Site Environment and Safety at Work)
- (3) คุณภาพของบุคลากร (Personal)
- (4) ความร่วมมือ (Co-operation)
- (5) การกำกับดูแลไซต์และการจัดการผู้รับเหมาช่วง (Site supervision and Subcontracting)

ซึ่งจากผลการสำรวจพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกับความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ในประเทศฟินแลนด์มากที่สุดคือ

- (1) ความสามารถของบุคลากรในการทำงานร่วมกัน (Co-operation capacity)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (2) การเข้าถึงพนักงานของผู้รับเหมา (Access to supplier's employees)
- (3) ทักษะของหัวหน้า (Skill of supervisors)
- (4) การปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมาย (Tending to official obligations)
- (5) การตกลงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในงานก่อสร้าง (Agreement about changes)
- (6) คุณภาพของการบริการโดยรวม (Quality of overall service level)
- (7) คุณภาพของงานที่สัญญาไว้ (Contracted work quality)
- (8) ทักษะของแรงงาน (Skill of supplier's workers)
- (9) การตอบสนองต่อข้อบกพร่อง (Tending to Notices of Defect)
- (10) การปฏิบัติตามหน้าที่กำกับดูแลในไซต์งาน (Tending to site supervision duties)
- (11) ความสอดคล้องของผู้รับเหมาช่วงกับสัญญา (Conformity of subcontracting to contract)
- (12) การไหลของข้อมูล (Information Flow)
- (13) ความมุ่งมั่นของบุคลากรต่อเป้าหมาย (Commitment of Employees)
- (14) การปฏิบัติตามตารางเวลา (Adherence to Schedule)
- (15) การจัดการระบบประกันคุณภาพ (Quality Assurance Procedures)
- (16) การจัดการความปลอดภัย (Work Safety Management)
- (17) ระดับความสมบูรณ์ในขั้นตอนตรวจรับงาน (Degree of Completion at Handover)
- (18) ความสะอาดและความเป็นระเบียบ (Cleanliness and Order)
- (19) การจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม (Environmental Issues Management)
- (20) การซ่อมแซมข้อบกพร่องที่ตรวจพบ (Repair of Defects)
- (21) คุณภาพของเอกสารคู่มือ (Assignment Material Quality)
- (22) การใช้งานคู่มือและเอกสารส่งมอบ (Workability of Handover Materials)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแสดงให้เห็นถึงปัจจัยในหลากหลายมุมมองและวิธีการ จำแนกหมวดหมู่หลายวิธีของปัจจัยที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถสรุปความถี่ของปัจจัย ที่สามารถส่งเสริมปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุดได้ ดังตารางที่ 2.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงความถี่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคาร

ชุด

กลุ่ม ปัจจัย แบ่งตาม	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจของผู้บริโภค ต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด	รายชื่อนักวิจัยและวรรณกรรม							
		สรายุทธ เวียงขาบ, 2555	Nippitar, n.d.	Tang, S. L., 1999	อนันตกร อมรชาติ, 2555	กฤต ไชวัฒนสุวรรณ, 2559	อรอุมา สุภารักษ์, 2557	Torbica, 2001	Karna, n.d.
1. คุณภาพของ การให้ บริการและ ความ เชี่ยวชาญ	1) ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน	/	/	/	/	/	/	/	6
	2) ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการ ตรวจบ้าน	/	/	/	/	/	/	/	5
	3) ทักษะและความรู้ของพนักงาน	/	/	/	/	/	/	/	6
	4) ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ	/	/	/	/	/	/	/	4
	5) ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ	/	/	/	/	/	/	/	5
	6) การบริการที่ตรงต่อเวลา	/	/	/	/	/	/	/	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

กลุ่ม ปัจจัย แบ่งตาม	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจของผู้บริโภค ต่อบริการตรวจบ้าน	รายชื่อนักวิจัยและวรรณกรรม							
		สรสาธฺ์ เขียนขาบ, 2555	Nippitar, n.d.	Tang, S. L., 1999	อนันตกร อมรชาติ, 2555	กฤต ไ้วจันสุวรรณ, 2559	อรอมา สุนารักษ์, 2557	Torbica, 2001	Karna, n.d.
2. การติดต่อ สื่อสารและ การให้ข้อมูล	1) ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจ ง่ายและชัดเจน	/	/	/	/	/	/	/	7
	2) การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้า อย่างรวดเร็ว	/	/	/	/	/	/	/	6
	3) ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารผ่าน ช่องทางต่าง ๆ			/			/	/	3
	4) การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจ ง่ายและเป็นระเบียบ			/		/			/
3. ความ โปร่งใสและ ความ น่าเชื่อถือ	1) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบ อย่างตรงไปตรงมา	/	/			/			3
	2) การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่ เข้าข้างฝ่ายใด		/	/					2
	3) ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย		/						1
	4) การปฏิบัติตามข้อตกลง		/	/		/			/

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

กลุ่ม ปัจจัย แบ่งตาม	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความ พึงพอใจของผู้บริโภค ต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด	รายชื่อนักวิจัยและวรรณกรรม								
		สรายุทธ์ เขียนขาบ, 2555	Nippitar, n.d.	Tang, S. L., 1999	อนันตกร อมรชาติ, 2555	กฤต ไ้จวนสุวรรณ, 2559	อรอมา สุนารักษ์, 2557	Torbica, 2001	Karna, n.d.	ความถี่
4. ความสะอาด และการ เข้าถึง บริการ	1) ความสะอาดในการจองและติดต่อผู้ให้ บริการ				/		/	/		3
	2) ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้าน ในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ ลูกค้าสะดวก					/		/		2
	3) การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่าน ช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว					/	/	/		3
5. การ สนับสนุน หลังการ ตรวจและ การ รับประกัน	1) การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้ มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ	/		/	/			/		4
	2) การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนอง ต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจ บ้าน	/		/	/	/		/	/	6
	3) การให้การรับประกันคุณภาพการ ตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการ ตรวจ	/		/	/			/	/	5
	4) การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลัง การตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมี ประสิทธิภาพ			/	/	/			/	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

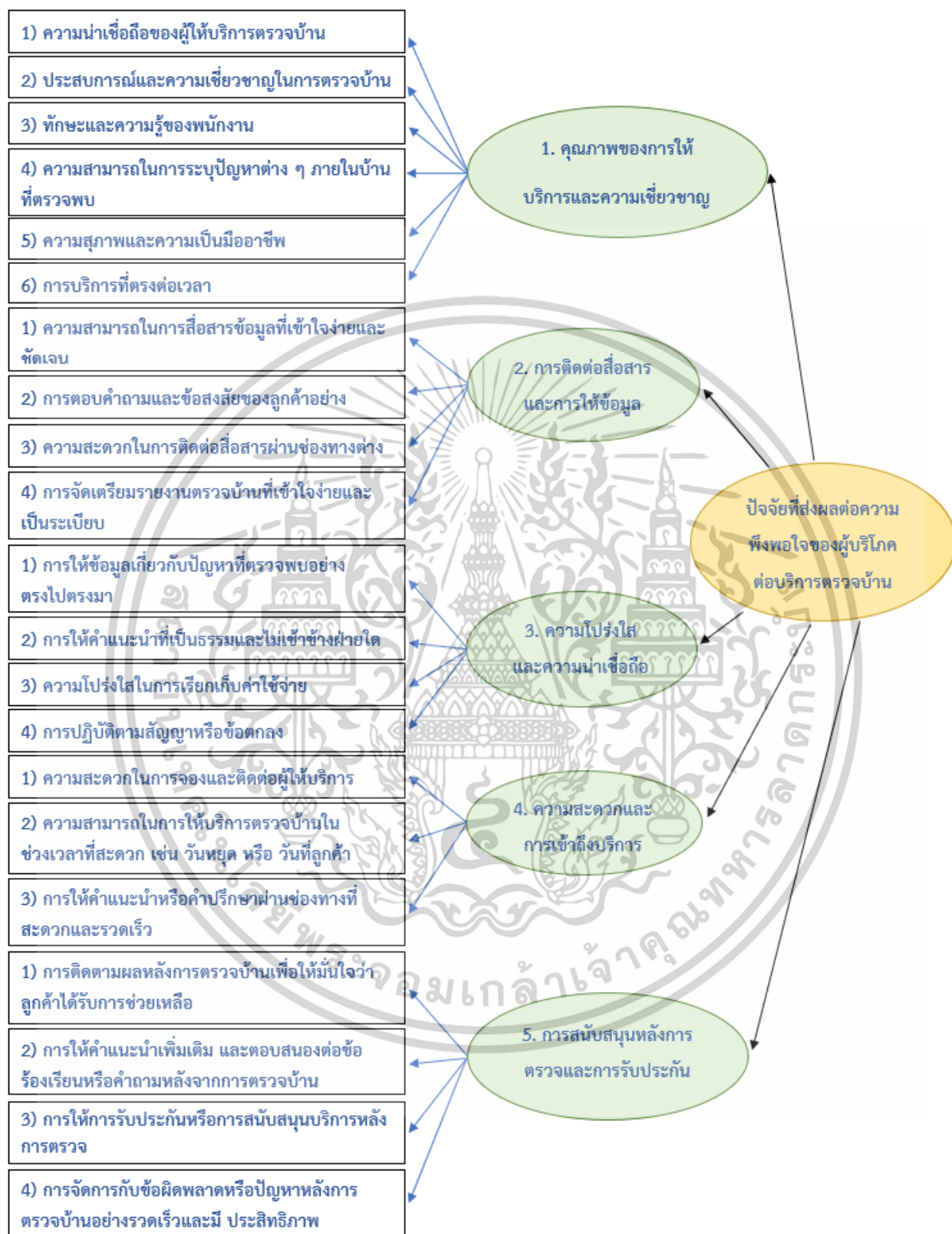
2.4 บทวิเคราะห์

จากการสืบค้นและทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา มีนักวิจัยหลายท่าน ได้เสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อธุรกิจรับเหมาก่อสร้างบ้าน และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับที่พักอาศัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า มีงานวิจัยจำนวนน้อยที่กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการตรวจบ้าน หรืออาชีพรับตรวจสอบบ้าน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ให้บริการตรวจบ้านและอาคารชุดในตลาดมากยิ่งขึ้น ดังนั้น งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาปัจจัยดังกล่าว

2.5 กรอบแนวคิด

วัตถุประสงค์: เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

กรอบแนวความคิด: (สามารถศึกษาคำอธิบายปัจจัยได้จากคำนิยามปฏิบัติการในภาคผนวก ก.)



รูปภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด การดำเนินการวิจัยนี้จึงเลือกใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการสำรวจ (Survey Method) โดยการจัดทำแบบสอบถามขึ้นมาเพื่อสำรวจระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ เปรียบเทียบลำดับของระดับความสำคัญของปัจจัย

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูล (Source of Data) ซึ่งจำแนกตามแหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ เป็น 2 ประเภท โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) หมายถึง เป็นข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมขึ้นมาเป็นครั้งแรก จากกลุ่มตัวอย่างโดยตรง ซึ่งยังไม่ได้ผ่านการวิเคราะห์หรือสังเคราะห์เป็นเอกสาร สำหรับงานวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามที่ได้ถามกลุ่มผู้มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้าน และผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุด
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) หมายถึง ข้อมูลที่ไม่ได้เก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลโดยตรง ในที่นี้คือข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หรือสังเคราะห์แล้วนำมาสร้างกรอบแนวความคิดการวิจัยครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1) ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อ หรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้าน รวมไปถึง ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุด โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด

2) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อ หรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้าน และผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุด โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ในการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ใช้สูตรคำนวณของ Cochran [15] ดังแสดงในสมการที่ 3.1 และ

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2} \quad (3.1)$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

p = สัดส่วนของประชากรที่คาดว่าจะสุ่มประมาณร้อยละ 50 หรือ 0.50 ของประชากรทั้งหมด

z = ระดับความมั่นใจ มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับนัยสำคัญ 0.05)

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5%

ได้ว่า

$$n = \frac{0.50(1-0.50)1.96^2}{0.05^2} = 385 \text{ คน}$$

ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อ หรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้าน และผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุด จำนวน 385 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้าน และผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อหรือกำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุด จำนวน 385 คน โดยช่วงเวลาในการดำเนินการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 14 มกราคม 2568 ถึง 14 เมษายน 2568 ซึ่งมีวิธีการส่งแบบสอบถามไปยังผู้ตอบ โดยใช้ Google Form ผ่านการส่งทางแอปพลิเคชันสนทนาออนไลน์

3.3 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยหรือเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการ วิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคลและองค์กร เป็นการถามถึงคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ชนิด ปลายปิด (Close - end response Question) และปลายเปิด (Open response Question) ที่มี ทางเลือกของคำตอบ กำหนดไว้คงที่ และให้ผู้ตอบคำถามได้เลือกเองเพียง 1 คำตอบ หรือเป็นคำถามที่ คำตอบไม่ได้กำหนดไว้คงที่ซึ่ง คำตอบขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้ตอบคำถาม

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลที่เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ส่วนนี้แยกคำถามออกตามกลุ่มของปัจจัย 5 ปัจจัยและแยกเป็นปัจจัยย่อยตามกลุ่มของปัจจัยนั้น ๆ โดยเป็นการสอบถามระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย ในส่วนนี้เป็นคำถามลักษณะปลายปิด (Close - end response Question) ที่ใช้สเกลความสำคัญ (Importance Scale) โดยกำหนดช่วงวัดที่มีค่าต่อเนื่องกัน 5 ระดับแบบลิเคิร์ท (Likert Rating Scale) [16] ดังนี้

- | | | |
|---|---------|---|
| 1 | หมายถึง | ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ ต่ำมากหรือไม่มี
ความสำคัญเลย ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้าน
และอาคารชุด |
| 2 | หมายถึง | ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ ต่ำ ต่อความพึงพอใจของ |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้บริโภครีบต่อการตรวจบ้านและอาคารชุด

- 3 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ ปานกลาง ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภครีบต่อการตรวจบ้านและอาคารชุด
- 4 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ สูง ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภครีบต่อการตรวจบ้านและอาคารชุด
- 5 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ สูงมาก ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภครีบต่อการตรวจบ้านและอาคารชุด

โดยข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภครีบต่อการตรวจบ้านและอาคารชุด ได้แสดงในตารางตัวอย่าง ที่ 3.1 เพื่อขอทราบระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ในลำดับต่อไป และในส่วนนี้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเพิ่มเติมปัจจัยอื่น ๆ หากเห็นว่าปัจจัยที่กำหนดไว้ยังไม่ครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 ตัวอย่างแบบสอบถามปัจจัยหลักและปัจจัยย่อย

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ						
1	ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน (หมายถึง ระดับความไว้วางใจที่ผู้ใช้บริการมีต่อผู้ให้บริการตรวจบ้าน รวมถึงไปถึงการมีใบประกอบวิชาชีพ หรือ ใบรับรอง)	5	4	3	2	1
2	ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน (หมายถึง ความชำนาญของผู้ให้บริการตรวจบ้าน ความเข้าใจในมาตรฐานการตรวจ ความละเอียดและไม่ผิดพลาด รวมถึงถึงการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตรงหน้า)	5	4	3	2	1
3	ทักษะและความรู้ของพนักงาน (หมายถึง ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานตรวจบ้านอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งวัดจากความรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับมาตรฐานการก่อสร้าง และการตรวจสอบ ความสามารถในการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการตรวจบ้าน)	5	4	3	2	1
4	ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ (หมายถึง ศักยภาพของผู้ให้บริการในการตรวจสอบและชี้ชัดข้อบกพร่องหรือปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้าน)	5	4	3	2	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลกระทบต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ						
5	ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ (หมายถึง ทักษะคติและพฤติกรรมของผู้ตรวจบ้านที่แสดงออกถึงความเคารพต่อผู้รับบริการ การสื่อสารที่สุภาพ การตอบคำถามอย่างชัดเจน และการปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบและมีมาตรฐาน)	5	4	3	2	1
6	การบริการที่ตรงต่อเวลา (หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการปฏิบัติงานตามเวลาที่นัดหมายไว้ เช่น การมาถึงสถานที่ตรงเวลา การดำเนินการตรวจสอบเสร็จสิ้นภายในกรอบเวลาที่กำหนด และการส่งมอบรายงานผลการตรวจตามกำหนดเวลา)	5	4	3	2	1
7	อื่นๆ.....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลกระทบต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล						
1	ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (หมายถึง ทักษะของผู้ให้บริการในการอธิบายผลการตรวจบ้าน และการให้ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่อลูกค้าด้วยภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย และไม่ซับซ้อน เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้และตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม)	5	4	3	2	1
2	การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (หมายถึง ระดับความรวดเร็วและความพร้อมของผู้ให้บริการในการให้คำตอบหรือแก้ไขข้อสงสัยของลูกค้า)	5	4	3	2	1
3	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ (หมายถึง ความง่ายและความหลากหลายของช่องทางที่ผู้ให้บริการมีให้ลูกค้าในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อีเมล แอปพลิเคชันสนทนาออนไลน์)	5	4	3	2	1
4	การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ (หมายถึง การจัดทำเอกสารหรือรายงานสรุปผลการตรวจบ้านที่มีข้อมูลครบถ้วน จัดเรียงเป็นลำดับอย่างชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พร้อมภาพประกอบหรือรายละเอียดเพิ่มเติมที่ช่วยให้ผู้ว่าจ้างสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ทันที)	5	4	3	2	1
5	อื่นๆ.....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลกระทบต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ						
1	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา (หมายถึง การรายงานข้อบกพร่องหรือปัญหาที่ตรวจพบในบ้านอย่างชัดเจน ถูกต้อง และไม่มีการปกปิดข้อมูล เพื่อให้ผู้บริโภครับทราบและนำไปใช้ในการตัดสินใจหรือแก้ไข้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม)	5	4	3	2	1
2	การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด (หมายถึง การให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นที่มีความเป็นกลาง โดยยึดหลักความถูกต้องเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภค โดยไม่แสดงความลำเอียงหรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับฝ่ายใด)	5	4	3	2	1
3	ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย (หมายถึง การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการให้บริการตรวจบ้านอย่างชัดเจน ถูกต้อง และตรวจสอบได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายแอบแฝง)	5	4	3	2	1
4	การปฏิบัติตามข้อตกลง (หมายถึง การดำเนินงานให้เป็นไปตามเงื่อนไข ระยะเวลา และขอบเขตงานที่กำหนดไว้ในข้อตกลงที่ได้ตกลงร่วมกันกับลูกค้า)	5	4	3	2	1
5	อื่นๆ.....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ						
1	ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ (หมายถึง ความง่ายและรวดเร็วในการจองบริการตรวจบ้าน รวมถึงการติดต่อสอบถามข้อมูลหรือขอคำปรึกษาจากผู้ให้บริการ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันบนมือถือออนไลน์)	5	4	3	2	1
2	ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก (หมายถึง ความยืดหยุ่นของผู้ให้บริการในการจัดตารางเวลาการตรวจสอบให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า)	5	4	3	2	1
3	การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว (หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบคำถามหรือให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าผ่านช่องทางการสื่อสารที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น โทรศัพท์ อีเมล หรือแอปพลิเคชันบนมือถือออนไลน์)	5	4	3	2	1
4	อื่นๆ.....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลกระทบต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน						
1	การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ (หมายถึง การดำเนินการของผู้ให้บริการตรวจบ้านที่มีเป้าหมายเพื่อประเมินและยืนยันว่าลูกค้าได้รับข้อมูล คำแนะนำ หรือการแก้ไขปัญหาที่จำเป็นหลังการตรวจบ้าน)	5	4	3	2	1
2	การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน (หมายถึง การที่ผู้ให้บริการตรวจบ้านให้ข้อมูลหรือคำแนะนำเพิ่มเติมแก่ลูกค้าเกี่ยวกับปัญหาที่พบ รวมถึงการตอบสนองอย่างรวดเร็วและเหมาะสมต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามที่เกิดขึ้นภายหลังการตรวจบ้าน)	5	4	3	2	1
3	การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ (หมายถึง การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภคว่า ผู้ให้บริการจะดำเนินการตรวจสอบอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตามขอบเขตที่กำหนดไว้ และหากเกิดข้อผิดพลาด ผู้ให้บริการจะรับผิดชอบต่อความผิดพลาดดังกล่าว ตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้)	5	4	3	2	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน						
4	การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการตรวจบ้านในการตอบสนองและดำเนินการแก้ไขข้อผิดพลาดหรือปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลังการตรวจสอบ โดยดำเนินการอย่างรวดเร็ว ชัดเจน และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด)	5	4	3	2	1
5	อื่นๆ.....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 การทดสอบเครื่องมือ

ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปสำรวจ จะต้องทำการทดสอบหาความตรง (Validity) และ ความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

3.3.2.1 ความตรง (Validity) หมายถึง ความถูกต้องแม่นยำของแบบสอบถามที่สามารถ วัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ หรือเป็นความสามารถของแบบสอบถามที่สามารถสะท้อนความหมายที่แท้จริงของแนวคิดที่ต้องการศึกษาได้อย่างสมบูรณ์และถูกต้อง โดยกำหนดการทดสอบความตรงเป็น 2 ประเด็น คือ

1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการที่เกี่ยวข้องกับการตรวจบ้าน ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 3 ท่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- ทดสอบว่าข้อความในแบบสอบถามมีความเข้าใจหรือไม่ (ถ้าไม่ควรแก้ไขอย่างไร)
- บัญชีที่แสดงในแบบสอบถามเป็นบัญชีที่มีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุดหรือไม่
- มีบัญชีอื่นๆเพิ่มเติมหรือไม่
- ท่านเห็นด้วยกับการจัดกลุ่มบัญชีตามแบบสอบถามหรือไม่ (ถ้าไม่ควรปรับปรุงอย่างไร)

หลังจากการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหากับผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์สูงแล้ว จึงทำการปรับแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำ แล้วนำแบบสอบถามให้ที่ปรึกษางานวิจัยพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยจำนวน 30 ชุด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างและความเชื่อถือได้ของสเกลที่ใช้วัดปัจจัยต่อไป

2) การทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยก่อนการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย ชั้นแรกจะทำการตรวจสอบการแจกแจงความถี่ของข้อมูลด้วยค่าความเบ้ (Skewness) ดังแสดงในสมการที่ 3.2 เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) หรือมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ (Un-normal Distribution)

$$\text{ความเบ้ของตัวอย่าง} = \frac{\Sigma(x_i - \bar{x})^3}{(n-1)(n-2)S^3} \quad (3.2)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยที่ ค่าความเบ้ที่คำนวณได้เป็นศูนย์ แสดงว่า ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ
 ค่าความเบ้ที่คำนวณได้เป็นบวก แสดงว่า ข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ
 ค่าความเบ้ที่คำนวณได้เป็นลบ แสดงว่า ข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ

ถ้าการกระจายตัวของข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติจะใช้การหาความสัมพันธ์โดยใช้เครื่องมือทางสถิติแบบไร้พารามิเตอร์ (Nonparametric Statistics) โดยทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ของ Spearman (The Spearman's Rank Correlation Coefficient) [17]

3) การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ของ Spearman (Spearman's Rank Correlation Coefficient) [17] ดังแสดงในสมการที่ 3.3 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างปัจจัยและตรวจสอบความมีเหตุผลของปัจจัยที่ได้พัฒนาขึ้น

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)} \quad (3.3)$$

โดยที่ r_s = สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Spearman ซึ่ง $-1 \leq r_s \leq +1$

d_i = ผลต่างของลำดับที่ของตัวอย่างที่ i

n = จำนวนข้อมูล

ถ้าค่า r_s เป็นบวก แสดงว่าปัจจัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าค่า r_s เป็นลบ แสดงว่าปัจจัยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน

ถ้าค่า r_s มีค่าใกล้เคียง +1 หรือ -1 แสดงว่าปัจจัยมีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้าค่า r_s มีค่าใกล้ 0 แสดงว่าปัจจัยไม่มีความสัมพันธ์กันเลยหรือมีความสัมพันธ์น้อย

หากค่า r_s ที่มีค่าสูงไม่เกิน 0.80 ผู้วิจัยจะไม่รวมปัจจัยคู่นั้นเข้าด้วยกันในการวิเคราะห์ต่อไป [16]

3.3.2.2 การทดสอบความเชื่อถือได้ของสเกล (Reliability) ซึ่งทำการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) [17] ซึ่งเป็นเทคนิคที่ใช้ในการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน (Internal Consistency) ดังแสดงในสมการที่ 3.4

$$\alpha = \frac{k \frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}}{1 + (k-1) \frac{\text{Covariance}}{\text{Variance}}} \quad (3.4)$$

โดยที่ k = จำนวนคำถาม

Covariance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนระหว่างคำถามต่างๆ

Variance = ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

ในกรณีที่มีการ Standardized แต่ละคำถาม ดังนั้นค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) จะกลายเป็น ดังแสดงในสมการที่ 3.5

$$\alpha = \frac{k\bar{r}}{1 + (k-1)\bar{r}}$$

โดยที่ \bar{r} = ค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคำถามต่างๆ

หลังจากการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างและความเชื่อถือได้ของสเกลผ่านแล้ว เข้าสู่ขั้นตอนการสำรวจแบบสอบถามจากตัวอย่างวิจัยต่อไป

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลจากการสำรวจแล้วทำการวิเคราะห์ โดยวิเคราะห์เป็นส่วน ๆ ดังนี้

3.4.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล

ทำการวิเคราะห์ในทุกข้อคำถามในส่วนที่ 1 โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ เปรียบเทียบ และการวิจารณ์ผลที่ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2: ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

- เปรียบเทียบลำดับความมีอิทธิพลของแต่ละปัจจัยโดยใช้ตัวชี้วัดระดับความมีความสำคัญ (importance Index) เทียบเคียงทฤษฎีของ Lehmann 1989 [18] ดังแสดงในสมการที่ 3.6

$$\text{ตัวชี้ระดับความสำคัญ} = \frac{\text{ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ}}{\text{ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน}} \quad (3.6)$$

สำหรับค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญซึ่งเป็นการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Measures of Central Tendency) ของระดับความสำคัญของปัจจัยจะหาได้จากผลรวมของระดับความสำคัญของปัจจัยหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในสมการที่ 3.7

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \quad (3.7)$$

โดยที่ \bar{x}	=	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ
x_i	=	ระดับความสำคัญของปัจจัยของกลุ่มตัวอย่างที่ i
i	=	กลุ่มตัวอย่างที่ 1, 2, 3, ..., n
n	=	จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งเป็นการวัดการกระจายของข้อมูล (Measures of Variability) ถ้าข้อมูลที่มีการกระจายมากจะมีประสิทธิภาพน้อยกว่าข้อมูลที่มีการกระจายน้อย ดังแสดงในสมการที่ 3.8

$$\text{S.D.} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}} \quad (3.8)$$

โดยที่ S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

\bar{x} = ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ

x_i = ระดับความสำคัญของปัจจัยของกลุ่มตัวอย่างที่ i

i = กลุ่มตัวอย่างที่ 1, 2, 3, ..., n

n = จำนวนข้อมูลทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

3.4.3 เปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของปัจจัย

การเปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด โดยใช้วิธี The Wilcoxon Mann-Whitney Test เพื่อทดสอบเปรียบเทียบคุณลักษณะบางประการของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ข้อมูลมีระดับการวัดค่า ตั้งแต่ Ordinal Scale ขึ้นไปและมีคุณสมบัติที่ไม่สามารถใช้สถิติพารามิเตอร์ทดสอบได้วิธีการทางสถิติ The Wilcoxon Mann-Whitney Test สามารถนำมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1) หาค่า m และ n เมื่อ m คือจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าน้อยที่สุด หรือจำนวนข้อมูล ชุด x_i และ n คือจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีค่ามาก หรือจำนวนข้อมูลชุด y_i
- 2) นำข้อมูลทั้งสองกลุ่มมารวมกันและมาแจกแจงความถี่รวมกันและจัดลำดับที่ใหม่ให้ N คือจำนวนข้อมูลทั้งหมด $N = m + n$ กรณีที่มีตำแหน่งซ้ำๆกัน ให้หาค่าเฉลี่ยของลำดับที่นั้นๆ
- 3) หาผลรวมของลำดับที่ในกลุ่มชุด x_i โดยกำหนดให้มีค่าเป็น W_x หรือ $W_x = \sum_{i=1}^m R_i$ เมื่อ R_i คือ ลำดับที่ในกลุ่มชุด x_i
- 4) การหาค่า p value ช่วงที่ 1 เมื่อ $m < 10$ และ $n < 10$ (หรือ $n \geq 10$ และ $m > 10$ การใช้ตารางสำเร็จไม่มีค่า p value)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1) การทดสอบทิศทางเดียว ให้นำค่า p ไปเปรียบเทียบกับ α

4.2) การทดสอบสองทิศทาง ให้นำค่า $2p$ ไปเปรียบเทียบกับ α ช่วงที่ 2 เมื่อ $m > 10$ และ $n > 10$ การใช้ตารางสำเร็จไม่มีค่า p value ใช้วิธีหาค่า Z จาก W_x , μ_x และ αW_x โดยยอมรับว่า Z มีการแจกแจงแบบโค้งปกติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 และมีค่าความแปรปรวนเท่ากับ 1

5) เมื่อได้ค่า p value ให้นำมาทดสอบสมมุติฐานของการวิจัย

โดย H_0 = ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด
ไม่แตกต่างกัน

และ H_1 = ค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด
แตกต่างกัน

5.1) ถ้า $p < \alpha$ คือตัดค้าน H_0

5.2) ถ้า $p \geq \alpha$ คือยอมรับ H_0

บทที่ 4

ผลการวิจัย

4.1 บทนำ

หลังจากที่ได้ทำการเก็บข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด โดยใช้จำนวนแบบสอบถามกับผู้บริโภคที่กำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้าน จำนวน 227 ชุด ได้รับการตอบกลับจำนวน 215 ชุด คิดเป็นร้อยละ 94.71 และใช้จำนวนแบบสอบถามกับผู้บริโภคที่กำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุด จำนวน 177 ชุด ได้รับการตอบกลับจำนวน 170 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.05 โดยใช้วิธีส่งแบบสอบถาม Google form ผ่านทางแอปพลิเคชันสนทนาออนไลน์

จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติโดยแยกเป็นส่วนๆประกอบด้วย

1. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคลทำการวิเคราะห์ในทุกข้อ คำถามในส่วนที่ 1 โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ เปรียบเทียบและการวิจารณ์ผลที่ได้
2. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2: ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด โดยเปรียบเทียบลำดับความมีอิทธิพลของแต่ละปัจจัยโดยใช้ตัวชี้ระดับความสำคัญ
3. เปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด โดยใช้วิธี The Wilcoxon Mann-Whitney Test

4.2 วิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล

เป็นการวิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ ซึ่งคำถามเหล่านี้ได้ถามเพื่อต้องการทราบข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

ส่วนที่ 1 คุณสมบัติของท่าน โดยขอทราบคุณสมบัติของท่าน ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำถามข้อที่ 1.1 เพศ

ตารางที่ 4.1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง	เพศ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ	
			ในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง	ในจำนวนทั้งหมด
ผู้ซื้อบ้าน	ชาย	109	50.70	28.31
	หญิง	96	44.65	24.93
	LGBTQIA+	10	4.65	2.60
	รวม	215	100.00	55.84
ผู้ซื้ออาคารชุด	ชาย	72	42.35	18.70
	หญิง	83	48.82	21.56
	LGBTQIA+	15	8.82	3.90
	รวม	170	100.00	44.16
รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด		385		100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงเพศของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ซื้อบ้าน และผู้ซื้ออาคารชุด ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้าน เป็นเพศชาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.31, เพศหญิง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.93 และ LGBTQIA+ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ส่วนผู้ซื้ออาคารชุด เป็นเพศชาย จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70, เพศหญิง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.56 และ LGBTQIA+ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90

คำถามข้อที่ 1.2 อายุ

ตารางที่ 4.2 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง	อายุ	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ	
			ในแต่ละกลุ่ม ตัวอย่าง	ในจำนวน ทั้งหมด
ผู้ซื้อบ้าน	ต่ำกว่า 20 ปี	5	2.33	1.30
	20 - 30 ปี	49	22.79	12.73
	31 - 40 ปี	81	37.67	21.04
	41 - 50 ปี	55	25.58	14.29
	50 ปี ขึ้นไป	25	11.63	6.49
	รวม	215	100.00	55.84
ผู้ซื้ออาคารชุด	ต่ำกว่า 20 ปี	5	2.94	1.30
	20 - 30 ปี	81	47.65	21.04
	31 - 40 ปี	56	32.94	14.55
	41 - 50 ปี	22	12.94	5.71
	50 ปี ขึ้นไป	6	3.53	1.56
	รวม	170	100.00	44.16
รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด		385		100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม ผู้ซื้อบ้าน และผู้ซื้ออาคารชุด ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้าน มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30, อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.73, อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.04, อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.29 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.49 ส่วนผู้ซื้ออาคารชุด มีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30, อายุ 20 - 30 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.04, อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55, อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71 และอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำถามข้อที่ 1.3 อาชีพ

ตารางที่ 4.3 แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง	อาชีพ	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ	
			ในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง	ในจำนวนทั้งหมด
ผู้ซื้อบ้าน	นักเรียน/นิสิตนักศึกษา	16	7.44	4.16
	พนักงานบริษัทเอกชน	95	44.19	24.68
	พนักงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	39	18.14	10.13
	เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจ ส่วนตัว	61	28.37	15.84
	อื่นๆ	4	1.86	1.04
	รวม	215	100.00	55.84
ผู้ซื้ออาคารชุด	นักเรียน/นิสิตนักศึกษา	32	18.82	8.31
	พนักงานบริษัทเอกชน	65	38.24	16.88
	พนักงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	43	25.29	11.17
	เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจ ส่วนตัว	29	17.06	7.53
	อื่นๆ	1	0.59	0.26
	รวม	170	100.00	44.16
รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด		385		100.00

จากตารางที่ 4.3 แสดงอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่กลุ่ม ผู้ซื้อบ้าน และผู้ซื้ออาคารชุด ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้าน ที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.16, เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 24.68, เป็นพนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.13, เป็นเจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.84 และอาชีพอื่น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.04 ส่วนผู้ซื้ออาคารชุด ที่เป็นนักเรียน/นิสิตนักศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.31, เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.88, เป็นพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17, เป็นเจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.53 และอาชีพอื่น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26

คำถามข้อที่ 1.4 รายได้ของท่านต่อเดือน

ตารางที่ 4.4 แสดงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง	รายได้ต่อเดือน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ	
			ในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง	ในจำนวนทั้งหมด
ผู้ซื้อบ้าน	น้อยกว่า 15,000 บาท	15	6.98	3.90
	15,000 – 25,000 บาท	15	6.98	3.90
	25,001 – 35,000 บาท	40	18.60	10.39
	35,001 – 45,000 บาท	71	33.02	18.44
	มากกว่า 45,000 บาท	74	34.42	19.22
	รวม	215	100.00	55.84
ผู้ซื้ออาคารชุด	น้อยกว่า 15,000 บาท	19	11.18	4.94
	15,000 – 25,000 บาท	29	17.06	7.53
	25,001 – 35,000 บาท	61	35.88	15.84
	35,001 – 45,000 บาท	38	22.35	9.87
	มากกว่า 45,000 บาท	23	13.53	5.97
	รวม	170	100.00	44.16
รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด		385		100.00

จากตารางที่ 4.4 แสดงรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่กลุ่ม ผู้ซื้อบ้าน และผู้ซื้ออาคารชุด ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อบ้านที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90, ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90, ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.39, ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 18.44 และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.22 ส่วนผู้ซื้ออาคารชุดที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.94, ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000 – 25,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.53, ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 25,001 –

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

35,000 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.84, ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.87 และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.97

คำถามข้อที่ 1.5 ท่านเคยมีประสบการณ์ในการซื้อสังฆาริมทรัพย์จำพวกบ้าน หรืออาคารชุด (คอนโดมิเนียม) มาก่อนหรือไม่

ตารางที่ 4.5 แสดงประสบการณ์ในการซื้อสังฆาริมทรัพย์จำพวกบ้าน หรืออาคารชุด (คอนโดมิเนียม)ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ท่านเคยมีประสบการณ์ในการซื้อสังฆาริมทรัพย์จำพวกบ้าน หรืออาคารชุด (คอนโดมิเนียม) มาก่อนหรือไม่	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
เคย	127	32.99
ไม่เคย	258	67.01
รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	385	100.00

จากตารางที่ 4.5 แสดงประสบการณ์ในการซื้อสังฆาริมทรัพย์จำพวกบ้าน หรืออาคารชุด ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อสังฆาริมทรัพย์จำพวกบ้าน หรืออาคารชุด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 32.99 และผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อสังฆาริมทรัพย์จำพวกบ้าน หรืออาคารชุด จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 67.01

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำถามข้อที่ 1.6 ท่านกำลังอยู่ในกระบวนการการตัดสินใจซื้อบ้าน หรืออาคารชุด (คอนโดมิเนียม)

ตารางที่ 4.6 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกำลังอยู่ในกระบวนการการตัดสินใจซื้อบ้าน หรืออาคารชุด (คอนโดมิเนียม)

ท่านกำลังอยู่ในกระบวนการการตัดสินใจซื้อบ้าน หรืออาคารชุด (คอนโดมิเนียม)	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
บ้าน	215	55.84
อาคารชุด (คอนโดมิเนียม)	170	44.16
รวมผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด	385	100.00

จากตารางที่ 4.6 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามกำลังอยู่ในกระบวนการการตัดสินใจซื้อบ้าน หรืออาคารชุดของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังอยู่ในกระบวนการการตัดสินใจซื้อบ้าน จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 55.84 และผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังอยู่ในกระบวนการการตัดสินใจซื้ออาคารชุด จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 44.16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 วิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 2

เป็นการวิเคราะห์หาระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด โดยเปรียบเทียบลำดับความมีอิทธิพลของแต่ละปัจจัยโดยการใช้ตัวชี้ระดับความสำคัญ

4.3.1 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน

ตารางที่ 4.7 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ตัวชี้วัดระดับความสำคัญ	ลำดับที่
คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ			54.70	
ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน	4.71	0.48	9.81	1
ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ	4.69	0.50	9.38	2
ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ	4.68	0.50	9.36	3
ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน	4.64	0.51	9.10	4
การบริการที่ตรงต่อเวลา	4.64	0.54	8.59	5
ทักษะและความรู้ของพนักงาน	4.65	0.55	8.45	6
ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ			45.04	
การปฏิบัติตามข้อตกลง	4.84	0.40	12.10	1
ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	4.80	0.42	11.43	2
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา	4.79	0.43	11.14	3
การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด	4.77	0.46	10.37	4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภค ต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด	ค่าเฉลี่ย ระดับความ สำคัญ	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ตัวชี้วัด ระดับความ สำคัญ	ลำดับที่
การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน			36.70	
การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการ ตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	4.70	0.49	9.59	1
การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือ การสนับสนุนบริการหลังการตรวจ	4.69	0.50	9.38	2
การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่า ลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ	4.68	0.50	9.36	3
การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อ ร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน	4.60	0.55	8.36	4
การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล			35.89	
การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและ เป็นระเบียบ	4.71	0.47	10.02	1
ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและ ชัดเจน	4.67	0.51	9.16	2
ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ	4.61	0.54	8.54	3
การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่าง รวดเร็ว	4.58	0.56	8.18	4
ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ			27.06	
ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ	4.67	0.48	9.73	1
การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่ สะดวกและรวดเร็ว	4.64	0.51	9.10	2
ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านใน ช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้า สะดวก	4.61	0.56	8.23	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.7 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน มีดังนี้

ลำดับที่หนึ่ง คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน ลำดับที่สองคือ ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ ลำดับที่สามคือ ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ ลำดับที่สี่คือ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน ลำดับที่ห้าคือ การบริการที่ตรงต่อเวลา และลำดับที่หกคือ ทักษะและความรู้ของพนักงาน

ลำดับที่สอง ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การปฏิบัติตามข้อตกลง ลำดับที่สองคือ ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ลำดับที่สามคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา และลำดับที่สี่คือ การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด

ลำดับที่สาม การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ลำดับที่สองคือ การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ ลำดับที่สามคือ การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ และลำดับที่สี่คือ การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน

ลำดับที่สี่ การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ ลำดับที่สองคือ ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ลำดับที่สามคือ ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ และลำดับที่สี่คือ การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ลำดับที่ห้า ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ ลำดับที่สองคือ การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว และลำดับที่สามคือ ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด

ตารางที่ 4.8 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ตัวชี้วัดระดับความสำคัญ	ลำดับที่
คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ			57.20	
ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน	4.74	0.44	10.77	1
ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ	4.69	0.48	9.77	2
ทักษะและความรู้ของพนักงาน	4.73	0.50	9.46	3
ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน	4.69	0.50	9.38	4
การบริการที่ตรงต่อเวลา	4.69	0.52	9.02	5
ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ	4.66	0.53	8.79	6
ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ			38.66	
การปฏิบัติตามข้อตกลง	4.80	0.43	11.16	1
การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด	4.74	0.51	9.29	2
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา	4.72	0.51	9.25	3
ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	4.74	0.53	8.94	4
การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล			35.01	
ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน	4.72	0.49	9.63	1
การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ	4.67	0.51	9.16	2
ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ	4.68	0.52	9.00	3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภค ต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด	ค่าเฉลี่ย ระดับความ สำคัญ	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ตัวชี้วัด ระดับความ สำคัญ	ลำดับที่
การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.55	0.63	7.22	4
การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน			34.96	
การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่า ลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ	4.69	0.50	9.38	1
การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการ ตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	4.68	0.53	8.83	2
การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อ ร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน	4.65	0.54	8.61	3
การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือ การสนับสนุนบริการหลังการตรวจ	4.64	0.57	8.14	4
ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ			25.83	
การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่ สะดวกและรวดเร็ว	4.65	0.49	9.38	1
ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ	4.64	0.52	8.92	2
ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านใน ช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้า สะดวก	4.60	0.62	7.42	3

จากตารางที่ 4.8 สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด มีดังนี้

ลำดับที่หนึ่ง คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน ลำดับที่สองคือ ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พบ ลำดับที่สามคือ ทักษะและความรู้ของพนักงาน ลำดับที่สี่คือ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน ลำดับที่ห้าคือ การบริการที่ตรงต่อเวลา และลำดับที่หกคือ ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ

ลำดับที่สอง ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การปฏิบัติตามข้อตกลง ลำดับที่สองคือ การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด ลำดับที่สามคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา และลำดับที่สี่คือ ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย

ลำดับที่สาม การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ลำดับที่สองคือ การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ และลำดับที่สามคือ ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ

ลำดับที่สี่ การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ ลำดับที่สองคือ การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ลำดับที่สามคือ การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน และลำดับที่สี่คือ การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ

ลำดับที่ห้า ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว ลำดับที่สองคือ ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ และลำดับที่สามคือ ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก

4.3.3 เปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด โดยใช้วิธี The Wilcoxon Mann Whitney Test

ตารางที่ 4.9 แสดงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้าน	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ		ค่า p-value	ความเหมือนและความแตกต่างของปัจจัย
	ผู้ซื้อบ้าน	ผู้ซื้ออาคารชุด		
คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ				
ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน	4.71	4.74	0.551	ไม่แตกต่างกัน
ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน	4.64	4.69	0.225	ไม่แตกต่างกัน
ทักษะและความรู้ของพนักงาน	4.65	4.73	0.154	ไม่แตกต่างกัน
ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ	4.68	4.69	0.940	ไม่แตกต่างกัน
ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ	4.69	4.66	0.738	ไม่แตกต่างกัน
การบริการที่ตรงต่อเวลา	4.64	4.69	0.369	ไม่แตกต่างกัน
การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล				
ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน	4.67	4.72	0.371	ไม่แตกต่างกัน
การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.58	4.55	0.947	ไม่แตกต่างกัน
ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ	4.61	4.68	0.233	ไม่แตกต่างกัน
การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ	4.71	4.67	0.459	ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้าน	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ		ค่า p-value	ความเหมือนและความแตกต่างของปัจจัย
	ผู้ซื้อบ้าน	ผู้ซื้ออาคารชุด		
ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ				
การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา	4.79	4.72	0.228	ไม่แตกต่างกัน
การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด	4.77	4.74	0.681	ไม่แตกต่างกัน
ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	4.80	4.74	0.429	ไม่แตกต่างกัน
การปฏิบัติตามข้อตกลง	4.84	4.80	0.257	ไม่แตกต่างกัน
ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ				
ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ	4.67	4.64	0.666	ไม่แตกต่างกัน
ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก	4.61	4.60	0.915	ไม่แตกต่างกัน
การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว	4.64	4.65	0.926	ไม่แตกต่างกัน
การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน				
การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ	4.68	4.69	0.713	ไม่แตกต่างกัน
การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน	4.60	4.65	0.286	ไม่แตกต่างกัน
การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ	4.69	4.64	0.407	ไม่แตกต่างกัน
การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	4.70	4.68	0.754	ไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธี Mann-Whitney พบว่าทั้งสองมุมมองให้ความเห็นไม่แตกต่างกันทั้ง 21 ปัจจัย

4.4 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด เพื่อที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการสามารถปรับปรุงบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยได้แบ่งการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด เป็น 5 กลุ่มปัจจัย และวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้บ้าน โดยใช้ตัวชี้วัดระดับความสำคัญเพื่อเรียงลำดับความสำคัญ ได้ดังนี้

ลำดับที่หนึ่ง คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน ลำดับที่สองคือ ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ ลำดับที่สามคือความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ ลำดับที่สี่คือ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน ลำดับที่ห้าคือ การบริการที่ตรงต่อเวลา และลำดับที่หกคือ ทักษะและความรู้ของพนักงาน

ลำดับที่สอง ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การปฏิบัติตามข้อตกลง ลำดับที่สองคือ ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ลำดับที่สามคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา และลำดับที่สี่คือ การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด

ลำดับที่สาม การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ลำดับที่สองคือ การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ ลำดับที่สามคือ การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ และลำดับที่สี่คือ การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน

ลำดับที่สี่ การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ ลำดับที่สองคือ ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชัดเจน ลำดับที่สามคือ ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ และลำดับที่สี่คือ การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

ลำดับที่ห้า ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ ลำดับที่สองคือ การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว และลำดับที่สามคือ ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก

และการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด โดยใช้ตัวชี้วัดระดับความสำคัญเพื่อเรียงลำดับความสำคัญ ได้ดังนี้

ลำดับที่หนึ่ง คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน ลำดับที่สองคือ ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ ลำดับที่สามคือ ทักษะและความรู้ของพนักงาน ลำดับที่สี่คือ ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน ลำดับที่ห้าคือ การบริการที่ตรงต่อเวลา และลำดับที่หกคือ ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ

ลำดับที่สอง ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การปฏิบัติตามข้อตกลง ลำดับที่สองคือ การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด ลำดับที่สามคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา และลำดับที่สี่คือ ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย

ลำดับที่สาม การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ลำดับที่สองคือ การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ และลำดับที่สามคือ ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ

ลำดับที่สี่ การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ ลำดับที่สองคือ การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ลำดับที่สามคือ การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน และลำดับที่สี่คือ การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ

ลำดับที่ห้า ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ เรียงลำดับปัจจัยย่อย ดังนี้ ลำดับที่หนึ่งคือ การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว ลำดับที่สองคือ ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการ และลำดับที่สามคือ ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก

เมื่อได้ทำการเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยไปแล้ว หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด ด้วยวิธี The Wilcoxon Mann-Whitney Test จากการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ทั้งสองมุมมองให้ความเห็นที่ไม่แตกต่างกันทั้ง 21 ปัจจัย แสดงว่าทั้งสองฝ่ายมีมุมมองที่เห็นว่าปัจจัยนั้นส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านคล้ายคลึงกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในยุคปัจจุบันที่ตลาดอสังหาริมทรัพย์มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้บริโภคมีความต้องการที่ซับซ้อนและรอบคอบมากยิ่งขึ้นก่อนตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยหนึ่งหลัง การบริการตรวจบ้านและอาคารชุดจึงกลายเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของบ้านและอาคารชุดที่มีลักษณะการก่อสร้างและมาตรฐานแตกต่างกัน การให้บริการตรวจบ้านและอาคารชุดไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมความโปร่งใส ความปลอดภัย และความรับผิดชอบต่อระบบเศรษฐกิจอสังหาริมทรัพย์อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุดนั้น ขึ้นอยู่กับหลากหลายปัจจัย ทั้งในเชิงการบริการ บุคลากร ความชัดเจนในการสื่อสาร และความเชื่อถือในผลลัพธ์ที่ได้รับ การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบจากสองมุมมองหลัก ได้แก่ ผู้ที่ซื้อบ้าน และผู้ที่ซื้ออาคารชุด ซึ่งมีลักษณะความคาดหวัง พฤติกรรมการใช้บริการ และบริบททางกายภาพที่แตกต่างกัน การวิจัยนี้จึงมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการ และผู้พัฒนาการบริการ เนื่องจากผลที่ได้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพการบริการ การปรับปรุงแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัย 5 กลุ่มปัจจัย อันได้แก่ คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน

การศึกษาเริ่มด้วยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและงานวิจัยในต่างประเทศ ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการรับสร้างบ้าน หรือการให้บริการของบริษัทรับสร้างบ้าน ซึ่งจากการศึกษายังไม่พบบัญชีวิจัยท่านใดได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

ในขั้นตอนต่อมาจึงได้เริ่มวางกรอบแนวความคิดของโครงสร้างปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด โดยพิจารณาจากประเด็นที่ได้จากการทบทวนทฤษฎีและข้อค้นพบจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานวิจัยก่อนหน้า ร่วมกับข้อสังเกตและความเชื่อของผู้วิจัย เพื่อจัดโครงสร้างของปัจจัยออกเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน พร้อมทั้งพัฒนาเครื่องมือวิจัยในรูปแบบของแบบสอบถามเพื่อใช้วัดระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ก่อนการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการที่เกี่ยวข้องกับการตรวจบ้านและอาคารชุด ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ ซึ่งได้มีการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำและเพื่อให้แน่ใจว่าเนื้อหาของแบบสอบถามมีความถูกต้องครอบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ต่อมาผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกจ่ายแบบสอบถามฉบับปรับปรุงเรียบร้อยแล้วจำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบ Spearman ในการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถาม พบว่าข้อคำถามทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันในระดับที่น่าพอใจ ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามแต่ละข้อสามารถบ่งชี้ถึงองค์ประกอบของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ผลการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha พบว่า สำหรับกลุ่มผู้ซื้อบ้านมีค่าเท่ากับ 0.923 และกลุ่มผู้ซื้ออาคารชุดมีค่าเท่ากับ 0.904 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้อยู่ในระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้ดำเนินการผ่านการแจกจ่ายแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบด้วยผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่กำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้าน จำนวน 227 ชุด ได้รับการตอบกลับจำนวน 215 ชุด คิดเป็นร้อยละ 94.71 และใช้จำนวนแบบสอบถามกับผู้บริโภคที่กำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารชุด จำนวน 177 ชุด ได้รับการตอบกลับจำนวน 170 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.05 ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย และจัดทำบทสรุปผลการศึกษาลำดับต่อไป

5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการหาค่าความถี่และร้อยละเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อบ้านและกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้ออาคารชุด ซึ่งผลการวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้อบ้านโดยส่วนใหญ่มีกลุ่มผู้บริโภคเป็นเพศชาย ช่วงอายุ 31-40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้มากกว่า 45,000 บาทต่อเดือน และในส่วนของกลุ่มตัวอย่างของผู้ซื้ออาคารชุด โดยส่วนใหญ่มีกลุ่มผู้บริโภคเป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 20-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วง 25,001 -

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

35,000 บาทต่อเดือน และจากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดส่วนใหญ่เป็นผู้ที่กำลังอยู่ในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านท และไม่เคยมีประสบการณ์ในการซื้อสังหาริมทรัพย์จำพวกบ้านหรืออาคารชุดมาก่อน

5.1.2 เปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด

คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ

ตารางที่ 5.1 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยคุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด

ลำดับความสำคัญของปัจจัย	ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน	ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด
1	ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน	ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน
2	ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ	ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ
3	ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ	ทักษะและความรู้ของพนักงาน
4	ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน	ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน
5	การบริการที่ตรงต่อเวลา	การบริการที่ตรงต่อเวลา
6	ทักษะและความรู้ของพนักงาน	ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ

จากตารางที่ 5.1 พบว่าการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกันในทั้งสองมุมมอง แต่จะเห็นว่าความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน เป็นปัจจัยที่ทั้งสองมุมมองเห็นตรงกันว่ามี ความสำคัญเป็นลำดับแรก อาจเป็นเพราะ การตรวจบ้านเป็นบริการที่ลูกค้าไม่สามารถมองเห็นคุณภาพได้ทันที ต้องอาศัยความเชื่อใจในผู้ตรวจเป็นหลัก อีกทั้งการซื้อบ้านหรืออาคารชุดมีมูลค่าสูงมาก หากเกิดการตรวจที่ผิดพลาด อาจทำให้เกิดความเสียหายทางการเงินตามมา ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการที่เชื่อถือได้ เพื่อป้องกันความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อสังหาริมทรัพย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล

ตารางที่ 5.2 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยการติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูลในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด

ลำดับ ความ สำคัญของ ปัจจัย	ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน	ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด
1	การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ	ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน
2	ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน	การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ
3	ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ	ความสะดวกในการติดต่อผ่านช่องทางต่าง ๆ
4	การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

จากตารางที่ 5.2 พบว่าการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกันในทั้งสองมุมมอง ทั้งนี้ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านอาจจะตระหนักว่า การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบนั้นมีความสำคัญเป็นลำดับแรก เพราะรายละเอียดในการตรวจสอบมีความซับซ้อนและครอบคลุมมากกว่า การตรวจอาคารชุด เช่น โครงสร้างตัวบ้าน ระบบงานต่างๆของบ้าน ฯลฯ ซึ่งผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่มักต้องนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประกอบการเจรจาต่อรองหรือวางแผนการซ่อมแซม ดังนั้นการจัดทำรายงานผลตรวจสอบที่เป็นระเบียบ เข้าใจง่าย และมีรายละเอียดครบถ้วนจึงมีความสำคัญมาก ในขณะที่สำหรับผู้ซื้ออาคารชุด ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน ให้มีความสำคัญเป็นลำดับแรก เนื่องจากลักษณะของอสังหาริมทรัพย์มีความซับซ้อนน้อยกว่า พื้นที่ตรวจสอบส่วนใหญ่อยู่ภายในยูนิตของตนเอง และระบบสาธารณูปโภคส่วนกลางมักได้รับการดูแลจากนิติบุคคลอาคารชุดอยู่แล้ว ดังนั้นผู้ซื้ออาคารชุดจึงให้ความสำคัญกับความสามารถของผู้ตรวจสอบในการอธิบายข้อมูลให้เข้าใจได้ทันที มากกว่าการพึงพารายงานฉบับเต็ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด

ลำดับ ความ สำคัญของ ปัจจัย	ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน	ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด
1	การปฏิบัติตามข้อตกลง	การปฏิบัติตามข้อตกลง
2	ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด
3	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา
4	การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด	ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย

จากตารางที่ 5.3 พบว่าการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกันในทั้งสองมุมมอง แต่จะเห็นว่าการปฏิบัติตามข้อตกลง เป็นปัจจัยที่ทั้งสองมุมมองเห็นตรงกันว่ามีค่าสำคัญเป็นลำดับแรก อาจเป็นเพราะ การบริการตรวจบ้านเป็นบริการที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับผลประโยชน์และความคาดหวังของผู้บริโภค ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังร่วมกันว่าผู้ให้บริการจะดำเนินการตามข้อตกลงที่กำหนดไว้อย่างครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของขอบเขตการตรวจสอบ ระยะเวลาในการให้บริการ หรือรูปแบบการส่งมอบรายงานผล หากผู้ให้บริการสามารถดำเนินการตามข้อตกลงได้อย่างตรงไปตรงมา ย่อมส่งผลดีต่อการสร้างความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และลดความวิตกกังวลของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญ ในทางตรงกันข้าม หากผู้ให้บริการไม่สามารถปฏิบัติตามข้อตกลงได้ อาจส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือ และสูญเสียความไว้วางใจจากผู้บริโภคได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ

ตารางที่ 5.4 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยความสะดวกและการเข้าถึงบริการในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด

ลำดับ ความ สำคัญของ ปัจจัย	ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน	ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด
1	ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ	การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว
2	การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว	ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ
3	ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก	ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก

จากตารางที่ 5.4 พบว่าการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกันในทั้งสองมุมมอง ทั้งนี้ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านอาจจะตระหนักว่า ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ นั้นมีความสำคัญเป็นลำดับแรก เนื่องจากกระบวนการซื้อบ้านมีขั้นตอนที่ซับซ้อนและมักใช้เวลาเนิ่นนาน ผู้ซื้อบ้านจึงต้องการความสะดวกในการวางแผนและนัดหมายล่วงหน้าเพื่อให้การตรวจสอบเป็นไปตามกำหนดที่วางไว้ ในขณะที่สำหรับผู้ซื้ออาคารชุด การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก เนื่องจากความซับซ้อนของกระบวนการตรวจสอบน้อยกว่า และระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อค่อนข้างสั้น ผู้ซื้ออาคารชุดจึงให้ความสำคัญกับการได้รับคำแนะนำหรือคำปรึกษาที่รวดเร็ว ผ่านช่องทางที่สะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน

ตารางที่ 5.5 แสดงการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของปัจจัยย่อยในกลุ่มปัจจัยการสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกันในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด

ลำดับ ความ สำคัญของ ปัจจัย	ในมุมมองของผู้ซื้อบ้าน	ในมุมมองของผู้ซื้ออาคารชุด
1	การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ	การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ
2	การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ	การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ
3	การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ	การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน
4	การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน	การให้การรับประกันคุณภาพการตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ

จากตารางที่ 5.5 พบว่าการจัดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างกันในทั้งสองมุมมอง ทั้งนี้ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านอาจจะตระหนักว่า การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพนั้นมีความสำคัญเป็นลำดับแรก เนื่องจากบ้านมีระบบที่ซับซ้อนและมีมูลค่าสูง หากผู้ให้บริการพลาดรายละเอียดบางจุด หรือไม่ได้ตรวจสอบจุดบกพร่อง (Defect) สำคัญบางจุดไป แล้วผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อข้อผิดพลาดเหล่านี้ได้อย่างรวดเร็ว จะช่วยฟื้นฟูความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากความผิดพลาดนั้น ในขณะที่สำหรับผู้ซื้ออาคารชุด การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรก เนื่องจากโครงสร้างและระบบส่วนใหญ่เป็นความรับผิดชอบของนิติบุคคลอาคารชุด ผู้ซื้ออาคารชุดจึงไม่ได้คาดหวังให้ผู้ให้บริการต้องแก้ไขปัญหาทันที แต่ให้ความสำคัญกับการติดตามผลหลังการตรวจมากกว่า เพื่อให้มั่นใจว่าหลังจากรายงานปัญหาต่าง ๆ แล้ว ผู้ให้บริการยังคงให้การช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา และติดตามความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องจนกว่าผู้บริโภครจะได้รับผลการดูแลอย่างครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.3 เปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด โดยใช้วิธี The Wilcoxon Mann-Whitney Test

เมื่อได้ทำการเรียงลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยไปแล้ว หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ในมุมมองของผู้ซื้อบ้านและผู้ซื้ออาคารชุด ด้วยวิธี The Wilcoxon Mann-Whitney Test จากการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ทั้งสองมุมมองให้ความเห็นที่ไม่แตกต่างกันทั้ง 21 ปัจจัย แม้ว่าทั้งสองมุมมองจะมองว่าปัจจัยส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุดไม่แตกต่างกันในเรื่องระดับความสำคัญ แต่ด้วยบริบท ช่วงวัย และประสบการณ์ทำให้ทั้งสองมุมมองลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยได้แตกต่างกันดังที่กล่าวไว้ตามข้อที่ 5.1.2

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

สำหรับผู้ประกอบการบริการตรวจบ้านและอาคารชุดที่ตระหนักถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการนั้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และต้องการปรับปรุงบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถนำปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ที่ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แล้วนั้น นำไปประยุกต์ใช้หรือพัฒนาปัจจัยเหล่านี้ให้การบริการนั้นตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

5.2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการใช้บริการตรวจบ้านและอาคารชุด

สำหรับผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการใช้บริการตรวจบ้านและอาคารชุด สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยนี้ ใช้เป็นแนวทางในการเลือกผู้ให้บริการที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับปัจจัยที่มีความสำคัญสูง เช่น ความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการสื่อสาร และการดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพและลดความเสี่ยงจากปัญหาในอนาคต

5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยต่อไป

- 1) สำหรับงานวิจัยในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด สามารถเพิ่มปัจจัยอื่นๆมาวิเคราะห์เพิ่มเติมหากคิดว่าปัจจัยเหล่านั้นอาจส่งผลต่อ

ความพึงพอใจของผู้บริโภคด้วย เช่น ราคาของบ้านและอาคารชุด ขนาดของบ้านและอาคารชุด อัตราค่าบริการของผู้ให้บริการ

- 2) สำหรับงานวิจัยในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด ควรมีการเก็บแบบสอบถามในพื้นที่อื่นๆ นอกจากพื้นที่เฉพาะกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การศึกษาตลาดต่างจังหวัดหรือเมืองรอง อาจพบพฤติกรรม ความคาดหวัง และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน
- 3) สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด สามารถใช้เครื่องมือในการวิจัยหรือวิธีการแบบอื่น ๆ ในการวิเคราะห์ผลเพิ่มเติมได้



เอกสารอ้างอิง

- [1] American Society of Home Inspectors. (1976). *FAQs about home inspection*. <https://www.homeinspector.org>
- [2] Chetthamrongchai, S. (2021). *ต.ตรวจบ้าน บริการตรวจบ้าน | ตรวจอาคารชุด ก่อนโอนกรรมสิทธิ์*. <https://www.thomeinspector.com>
- [3] Custer, S. (2023). *Home inspection: Definition, purpose & importance*. Study.com. <https://study.com/learn/lesson/property-inspection-concept-purpose-home.html>
- [4] Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the customer*. New York: Prince Hill.
- [5] Kotler, P. (1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (7th ed., p. 187). Prentice Hall.
- [6] Lovelock, C. H. (2007). *Service marketing: An Asia-Pacific and Australian perspective*. New South Wales: Pearson.
- [7] สราวุธ เขียนขาบ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทรับสร้างบ้าน. [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].
- [8] Kheawkhamsaeng, N. (1998). *Client satisfaction in construction: A case study of the real estate business in Thailand*. Asian Institute of Technology.
- [9] Tang, S. L., & Kam, C. W. (1999). A survey of ISO 9001 implementation in engineering consultancies in Hong Kong. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 16(6), 562-574.
- [10] อนันตกร อมรวาทิ. (2555). การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้บริการรับสร้างบ้าน [วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมการพัฒนาสังหาริมทรัพย์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- [11] กฤต ไ้วธนสุวรรณ. (2559). การวิเคราะห์คุณภาพงานบริการของผู้รับเหมาต่างจังหวัดในโครงการก่อสร้างพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 15(1), 201-213.
- [12] อรุมา สุนารักษ์. (2557). ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการของบริษัทโฮมแอสแตนด์ (ประเทศไทย) จำกัด [วิทยานิพนธ์บัณฑิตมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธัญบุรี]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- [13] Torbica, M., & Stroh, R. C. (2001). Customer satisfaction in home building. *Journal of Construction Engineering and Management*, 127(1), 82–86.
- [14] Karna, S., Junnonen, J. M., & Kankainen, J. (2004). *Customer satisfaction in construction*. Helsinki University of Technology.
- [15] Cochran, W. G. (1963). *Sampling techniques* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- [16] ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS* (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญบิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- [17] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2559). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 28). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- [18] Lehmann, D. R. (1989). *Market research and analysis* (3rd ed.). USA: Irwin.
- [19] บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร. (2550). *ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ยูแอนดีไอ อินเตอร์ มีเดีย.



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก.

ค่านิยมปฏิบัติการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่านิยมปฏิบัติการ

ปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด สามารถอธิบายได้ดังนี้

- **คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ :** ความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ทักษะความรู้ของการตรวจบ้าน รวมถึงความรู้และประสบการณ์ของผู้ตรวจบ้าน โดยวัดจากคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยดังนี้
 - **ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน** หมายถึง ระดับความไว้วางใจที่ผู้ใช้บริการมีต่อผู้ให้บริการตรวจบ้าน
 - **ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน** หมายถึง ระดับความชำนาญของผู้ให้บริการตรวจบ้าน ความเข้าใจในมาตรฐานการตรวจ และการระบุปัญหาหรือข้อบกพร่องในบ้านได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน
 - **ทักษะและความรู้ของพนักงาน** หมายถึง ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานตรวจบ้านอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งวัดจากความรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับมาตรฐานการก่อสร้างและการตรวจสอบ ความสามารถในการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการตรวจบ้าน
 - **ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ** หมายถึง ศักยภาพของผู้ให้บริการในการตรวจสอบและชี้ชัดข้อบกพร่องหรือปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้าน
 - **ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ** หมายถึง ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ตรวจบ้านที่แสดงออกถึงความเคารพต่อผู้รับบริการ การสื่อสารที่สุภาพ การตอบคำถามอย่างชัดเจน และการปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบและมีมาตรฐาน
 - **การบริการที่ตรงต่อเวลา** หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการปฏิบัติงานตามเวลาที่นัดหมายไว้ เช่น การมาถึงสถานที่ตรงเวลา การดำเนินการตรวจสอบเสร็จสิ้นภายในกรอบเวลาที่กำหนด และการส่งมอบรายงานผลการตรวจตามกำหนดเวลา
- **การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล :** ความสามารถของผู้ให้บริการในการถ่ายทอดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตรวจบ้านให้แก่ลูกค้าอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย ครบถ้วน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน หมายถึง ทักษะของผู้ให้บริการในการอธิบายผลการตรวจบ้านหรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องด้วยภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย และไม่ซับซ้อน เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้และตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม
- การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็ว หมายถึง ระดับความรวดเร็วและความพร้อมของผู้ให้บริการในการให้คำตอบหรือแก้ไขข้อสงสัยของลูกค้า
- ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ หมายถึง ความง่ายและความหลากหลายของช่องทางที่ผู้ให้บริการมีให้ลูกค้าในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อีเมล แอปพลิเคชันสนทนาออนไลน์
- การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ หมายถึง การจัดทำเอกสารหรือรายงานสรุปผลการตรวจบ้านที่มีข้อมูลครบถ้วน จัดเรียงเป็นลำดับอย่างชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พร้อมภาพประกอบหรือรายละเอียดเพิ่มเติมที่ช่วยให้ผู้ว่าจ้างสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ทันที
- **ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ** : การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และสามารถตรวจสอบได้ รวมถึงการปฏิบัติตามมาตรฐานวิชาชีพในการตรวจบ้าน เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยดังนี้
 - การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา หมายถึง การรายงานข้อบกพร่องหรือปัญหาที่ตรวจพบในบ้านอย่างชัดเจน ถูกต้อง และไม่มีการปกปิดข้อมูล เพื่อให้ผู้บริโภครับทราบและนำไปใช้ในการตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม
 - การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด หมายถึง การให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นที่มีความเป็นกลาง โดยยึดหลักความถูกต้องเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภค โดยไม่แสดงความลำเอียงหรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับฝ่ายใด
 - ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย หมายถึง การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการให้บริการตรวจบ้านอย่างชัดเจน ถูกต้อง และตรวจสอบได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายแอบแฝง
 - การปฏิบัติตามข้อตกลง หมายถึง การดำเนินงานให้เป็นไปตามเงื่อนไข ระยะเวลา และขอบเขตงานที่กำหนดไว้ในข้อตกลงที่ได้ตกลงร่วมกันกับลูกค้า
- **ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ** : ความง่ายและความรวดเร็วในการติดต่อ สอบถาม และขอรับบริการจากผู้ให้บริการตรวจบ้าน โดยประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- **ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ** หมายถึง ความง่ายและรวดเร็วในการจองบริการ ตรวจบ้าน รวมถึงการติดต่อสอบถามข้อมูลหรือขอคำปรึกษาจากผู้ให้บริการ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันบนมือถือ
- **ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก** เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก หมายถึง ความยืดหยุ่นของผู้ให้บริการในการจัดตารางเวลาการตรวจสอบให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
- **การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว** หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบคำถามหรือให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าผ่านช่องทางสื่อสารที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น โทรศัพท์ อีเมล หรือแอปพลิเคชันบนมือถือ
- **การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน** : การบริการเพิ่มเติมที่ผู้ให้บริการตรวจบ้านมอบให้แก่ลูกค้าหลังการตรวจเสร็จสิ้น ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยดังนี้
 - **การติดตามผลหลังการตรวจบ้าน** หมายถึง การดำเนินการของผู้ให้บริการตรวจบ้านที่มีเป้าหมายเพื่อประเมินและยืนยันว่าลูกค้าได้รับข้อมูล คำแนะนำ หรือการแก้ไขปัญหาที่จำเป็นหลังการตรวจบ้าน
 - **การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถาม** หลังจากการตรวจบ้าน หมายถึง การที่ผู้ให้บริการตรวจบ้านให้ข้อมูลหรือคำแนะนำเพิ่มเติมแก่ลูกค้าเกี่ยวกับปัญหาที่พบ รวมถึงการตอบสนองอย่างรวดเร็วและเหมาะสมต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามที่เกิดขึ้นภายหลังการตรวจบ้าน
 - **การให้การรับประกันคุณภาพงานตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ** หมายถึง การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภคว่า ผู้ให้บริการจะดำเนินการตรวจสอบอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตามขอบเขตที่กำหนดไว้ และหากเกิดข้อผิดพลาด ผู้ให้บริการจะรับผิดชอบต่อความผิดพลาดดังกล่าว ตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้
 - **การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหา** หลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการตรวจบ้านในการตอบสนองและดำเนินการแก้ไขข้อผิดพลาดหรือปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลังการตรวจสอบ โดยดำเนินการอย่างรวดเร็ว ชัดเจน และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด
 Factors Influencing Consumer Satisfaction with Home
 and Condominium Inspection Services

หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิศวกรรมโยธา สิ่งแวดล้อม และการจัดการงานก่อสร้าง

คณะวิศวกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อเก็บข้อมูลในหัวข้อปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น และจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ

ไม่มีทางเป็นไปได้ที่จะระบุหรืออ้างอิงถึงท่านผู้ตอบแบบสอบถามได้เลย

หลังจากที่การศึกษานี้เสร็จสิ้นลง ข้อมูลที่ได้จากท่านจะถูกทำลายทันที

การตอบแบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน ใช้เวลาประมาณ 10 - 15 นาที

ขอบพระคุณอย่างสูงในการตอบแบบสอบถามของท่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 คุณสมบัติของท่าน

คำแนะนำการตอบ : กรุณาเติมคำในช่องว่างและเขียน ✓ ใน ตามความเป็นจริง

ขอทราบคุณสมบัติของท่านดังนี้

1. เพศ

- ชาย หญิง LGBTQIA+

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 20 - 30 ปี 31 - 40 ปี
 41 - 50 ปี 50 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพ

- นักเรียน/นิสิตนักศึกษา พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัทเอกชน เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้ของท่านต่อเดือน

- น้อยกว่า 15,000 บาท 15,000 – 25,000 บาท
 25,001 – 35,000 บาท 35,001 – 45,000 บาท
 มากกว่า 45,000 บาท

5. ท่านเคยมีประสบการณ์ในการซื้อสังหาริมทรัพย์จำพวกบ้าน หรืออาคารชุด (คอนโดมิเนียม) มาก่อนหรือไม่

- เคยมีประสบการณ์ ไม่เคยมีประสบการณ์

6. ท่านกำลังอยู่ในกระบวนการการตัดสินใจซื้อบ้าน หรืออาคารชุด (คอนโดมิเนียม)

- บ้าน อาคารชุด (คอนโดมิเนียม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

คำแนะนำในการตอบ : เพื่อแสดงทัศนคติหรือความคิดเห็นที่เกิดจากประสบการณ์ของท่านต่อระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

* กรุณาเขียน ○ รอบตัวเลข 1 – 5 ที่กำหนดให้เพียงหนึ่งตัวต่อหนึ่งปัจจัย

- 
- 1 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ **ต่ำมากหรือไม่มี**
ความสำคัญเลย ต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้าน
และอาคารชุด
 - 2 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ **ต่ำ** ต่อความพึงพอใจของ
ผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด
 - 3 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ **ปานกลาง** ต่อความพึง
พอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด
 - 4 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ **สูง** ต่อความพึงพอใจของ
ผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด
 - 5 หมายถึง ระดับความสำคัญของปัจจัยนั้นอยู่ในระดับ **สูงมาก** ต่อความพึงพอใจ
ของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ						
1	ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการตรวจบ้าน (หมายถึง ระดับความไว้วางใจที่ผู้ใช้บริการมีต่อผู้ให้บริการตรวจบ้าน รวมไปถึงการมีใบประกอบวิชาชีพ หรือ ใบรับรอง)	5	4	3	2	1
2	ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการตรวจบ้าน (หมายถึง ความชำนาญของผู้ให้บริการตรวจบ้าน ความเข้าใจในมาตรฐานการตรวจ ความละเอียดและไม่ผิดพลาด รวมไปถึงการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตรงหน้า)	5	4	3	2	1
3	ทักษะและความรู้ของพนักงาน (หมายถึง ความสามารถของพนักงานในการปฏิบัติงานตรวจบ้านอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งวัดจากความรู้เฉพาะทางเกี่ยวกับมาตรฐานการก่อสร้าง และการตรวจสอบ ความสามารถในการใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการตรวจบ้าน)	5	4	3	2	1
4	ความสามารถในการระบุปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้านที่ตรวจพบ (หมายถึง ศักยภาพของผู้ให้บริการในการตรวจสอบและชี้ชัดข้อบกพร่องหรือปัญหาต่าง ๆ ภายในบ้าน)	5	4	3	2	1
5	ความสุภาพและความเป็นมืออาชีพ (หมายถึง ทักษะและพฤติกรรมของผู้ตรวจบ้านที่แสดงออกถึงความเคารพต่อผู้รับบริการ การสื่อสารที่สุภาพ การตอบคำถามอย่างชัดเจน และการปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบและมีมาตรฐาน)	5	4	3	2	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
คุณภาพของการให้บริการและความเชี่ยวชาญ						
6	การบริการที่ตรงต่อเวลา (หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการปฏิบัติงานตามเวลาที่นัดหมายไว้ เช่น การมาถึงสถานที่ตรงเวลา การดำเนินการตรวจสอบเสร็จสิ้นภายในกรอบเวลาที่กำหนด และการส่งมอบรายงานผลการตรวจตามกำหนดเวลา)	5	4	3	2	1
7	อื่นๆ.....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลกระทบต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
การติดต่อสื่อสารและการให้ข้อมูล						
1	ความสามารถในการสื่อสารข้อมูลที่เข้าใจง่ายและชัดเจน (หมายถึง ทักษะของผู้ให้บริการในการอธิบายผลการตรวจบ้าน และการให้ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ต่อลูกค้าด้วยภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย และไม่ซับซ้อน เพื่อให้ลูกค้าสามารถรับรู้และตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม)	5	4	3	2	1
2	การตอบคำถามและข้อสงสัยของลูกค้าอย่างรวดเร็ว (หมายถึง ระดับความรวดเร็วและความพร้อมของผู้ให้บริการในการให้คำตอบหรือแก้ไขข้อสงสัยของลูกค้า)	5	4	3	2	1
3	ความสะดวกในการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ (หมายถึง ความง่ายและความหลากหลายของช่องทางที่ผู้ให้บริการมีให้ลูกค้าในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อีเมล แอปพลิเคชันสนทนาออนไลน์)	5	4	3	2	1
4	การจัดเตรียมรายงานตรวจบ้านที่เข้าใจง่ายและเป็นระเบียบ (หมายถึง การจัดทำเอกสารหรือรายงานสรุปผลการตรวจบ้านที่มีข้อมูลครบถ้วน จัดเรียงเป็นลำดับอย่างชัดเจน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พร้อมภาพประกอบหรือรายละเอียดเพิ่มเติมที่ช่วยให้ผู้ว่าจ้างสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ทันที)	5	4	3	2	1
5	อื่นๆ.....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ						
1	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาที่ตรวจพบอย่างตรงไปตรงมา (หมายถึง การรายงานข้อบกพร่องหรือปัญหาที่ตรวจพบในบ้านอย่างชัดเจน ถูกต้อง และไม่มีการปกปิดข้อมูล เพื่อให้ผู้บริโภครับทราบและนำไปใช้ในการตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม)	5	4	3	2	1
2	การให้คำแนะนำที่เป็นธรรมและไม่เข้าข้างฝ่ายใด (หมายถึง การให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นที่มีความเป็นกลาง โดยยึดหลักความถูกต้องเพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภค โดยไม่แสดงความลำเอียงหรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับฝ่ายใด)	5	4	3	2	1
3	ความโปร่งใสในการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย (หมายถึง การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการให้บริการตรวจบ้านอย่างชัดเจน ถูกต้อง และตรวจสอบได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายแอบแฝง)	5	4	3	2	1
4	การปฏิบัติตามข้อตกลง (หมายถึง การดำเนินงานให้เป็นไปตามเงื่อนไข ระยะเวลา และขอบเขตงานที่กำหนดไว้ในข้อตกลงที่ได้ตกลงร่วมกันกับลูกค้า)	5	4	3	2	1
5	อื่นๆ.....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลกระทบต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
ความสะดวกและการเข้าถึงบริการ						
1	ความสะดวกในการจองและติดต่อผู้ให้บริการ (หมายถึง ความง่ายและรวดเร็วในการจองบริการตรวจบ้าน รวมถึงการติดต่อสอบถามข้อมูลหรือขอคำปรึกษาจากผู้ให้บริการ ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น โทรศัพท์ เว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันบนท่อนออนไลน์)	5	4	3	2	1
2	ความสามารถในการให้บริการตรวจบ้านในช่วงเวลาที่สะดวก เช่น วันหยุด หรือ วันที่ลูกค้าสะดวก (หมายถึง ความยืดหยุ่นของผู้ให้บริการในการจัดตารางเวลาการตรวจสอบให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า)	5	4	3	2	1
3	การให้คำแนะนำหรือคำปรึกษาผ่านช่องทางที่สะดวกและรวดเร็ว (หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบคำถามหรือให้คำปรึกษาแก่ลูกค้าผ่านช่องทางการสื่อสารที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น โทรศัพท์ อีเมล หรือแอปพลิเคชันบนท่อนออนไลน์)	5	4	3	2	1
4	อื่นๆ.....					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด		ระดับความสำคัญ				
		สูงมาก.....ต่ำมาก				
การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน						
1	การติดตามผลหลังการตรวจบ้านเพื่อให้มั่นใจว่าลูกค้าได้รับการช่วยเหลือ (หมายถึง การดำเนินการของผู้ให้บริการตรวจบ้านที่มีเป้าหมายเพื่อประเมินและยืนยันว่าลูกค้าได้รับข้อมูล คำแนะนำ หรือการแก้ไขปัญหาคำแนะนำที่เป็นหลังการตรวจบ้าน)	5	4	3	2	1
2	การให้คำแนะนำเพิ่มเติม และตอบสนองต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามหลังจากการตรวจบ้าน (หมายถึง การที่ผู้ให้บริการตรวจบ้านให้ข้อมูลหรือคำแนะนำเพิ่มเติมแก่ลูกค้าเกี่ยวกับปัญหาที่พบ รวมถึงการตอบสนองอย่างรวดเร็วและเหมาะสมต่อข้อร้องเรียนหรือคำถามที่เกิดขึ้นภายหลังการตรวจบ้าน)	5	4	3	2	1
3	การให้การรับประกันคุณภาพงานตรวจสอบหรือการสนับสนุนบริการหลังการตรวจ (หมายถึง การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภคว่า ผู้ให้บริการจะดำเนินการตรวจสอบอย่างถูกต้อง ครบถ้วน ตามขอบเขตที่กำหนดไว้ และหากเกิดข้อผิดพลาด ผู้ให้บริการจะรับผิดชอบต่อความผิดพลาดดังกล่าว ตามที่ได้ตกลงกับลูกค้าไว้)	5	4	3	2	1
4	การจัดการกับข้อผิดพลาดหรือปัญหาหลังการตรวจบ้านอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ (หมายถึง ความสามารถของผู้ให้บริการตรวจบ้านในการตอบสนองและดำเนินการแก้ไขข้อผิดพลาดหรือปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลังการตรวจสอบ โดยดำเนินการอย่างรวดเร็ว ชัดเจน และเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด)	5	4	3	2	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยหลักและปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด	ระดับความสำคัญ					
	สูงมาก.....ต่ำมาก					
การสนับสนุนหลังการตรวจและการรับประกัน						
5	อื่นๆ.....					



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค.

การทดสอบเครื่องมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบเครื่องมือ

1.1 การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา

การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามในงานวิจัยนี้เป็นการทดสอบโดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการที่เกี่ยวข้องกับการตรวจบ้านและอาคารชุด ที่มีประสบการณ์การทำงานไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 3 ท่าน พบว่าทั้ง 3 ท่าน มีการเพิ่มเติมความหมายของปัจจัยย่อยให้ครอบคลุม กระชับยิ่งขึ้น และเห็นด้วยต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบริการตรวจบ้านและอาคารชุด จากกรอบแนวคิดที่สร้างขึ้น

1.2 การทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง

การทดสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ด้วยโปรแกรม SPSS พบว่าข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ จึงใช้การวิเคราะห์ด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman's Rank Correlation Coefficient) สามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ ค.1

1.3 การทดสอบความเชื่อถือได้ของสเกล

การทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามในงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ด้วยการหาค่า สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรม SPSS สามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ ค.2 และ ค.3

ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

			Correlations																				
			ser	ser	ser	ser	ser	ser	com	com	com	com	hon	hon	hon	hon	res	res	res	fol	fol	fol	fol
			01	02	03	04	05	06	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	01	02	03	04
ser05	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient		.328	.224	.435*	.603***	1.000	.225	.235	.506***	.587***	.396*	-.294	.294	.484***	.461**	.294	.094	.407*	.303	.506***	.495***	.129
	Sig. (2-tailed)		.077	.234	.016	<.001	.	.232	.211	.004	<.001	.030	.114	.114	.007	.010	.115	.623	.026	.104	.004	.005	.495
ser06	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient		.447*	.180	.251	.396*	.225	1.000	.202	.366*	.191	.659***	.452*	.075	.452*	.141	.693***	.326	.323	.263	.310	.463***	.645***
	Sig. (2-tailed)		.013	.342	.180	.030	.232	.	.284	.047	.311	<.001	.012	.692	.012	.457	<.001	.079	.081	.160	.096	.010	<.001
com01	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient		.353	.547***	.411*	.278	.235	.202	1.000	.525***	.432*	.202	.315	.512***	.512***	.484***	.279	.261	.398*	.499***	.388*	.144	.144
	Sig. (2-tailed)		.056	.002	.024	.136	.211	.284	.	.003	.017	.284	.090	.004	.004	.007	.136	.164	.029	.005	.034	.448	.448
com02	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient		.281	.496***	.339	.454*	.506***	.366*	.525***	1.000	.621***	.418*	.162	.104	.462*	.296	.549***	.456*	.662***	.252	.464***	.386*	.386*
	Sig. (2-tailed)		.132	.005	.067	.012	.004	.047	.003	.	<.001	.021	.393	.584	.010	.112	.002	.011	<.001	.179	.010	.035	.035

ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

			Correlations																				
			ser	ser	ser	ser	ser	ser	com	com	com	com	hon	hon	hon	hon	res	res	res	fol	fol	fol	fol
			01	02	03	04	05	06	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	01	02	03	04
	com03	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	.135	.419*	.743***	.587***	.587***	.191	.432*	.621***	1.000	.494***	.535***	.535***	.367*	.286	.331	.275	.536***	.408*	.473***	.372*	.372*
		Sig. (2-tailed)	.476	.021	<.001	<.001	<.001	.311	.017	<.001	.	.006	.002	.002	.046	.126	.074	.141	.002	.025	.008	.043	.043
	com04	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	.289	.180	.534***	.568***	.396*	.659***	.202	.418*	.494***	1.000	.641***	.264	.264	.141	.693***	.137	.480***	.428*	.310	.645***	.645***
		Sig. (2-tailed)	.122	.342	.002	.001	.030	<.001	.284	.021	.006	.	<.001	.159	.159	.457	<.001	.469	.007	.018	.096	<.001	<.001
	hon01	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	.428*	.482***	.765***	.719***	.294	.452*	.315	.162	.535***	.641***	1.000	.375*	.583***	.200	.354	-.079	.311	.582***	.314	.595***	.595***
		Sig. (2-tailed)	.018	.007	<.001	<.001	.114	.012	.090	.393	.002	<.001	.	.041	<.001	.288	.055	.679	.094	<.001	.091	<.001	<.001
	hon02	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	.024	.261	.492***	.294	.294	.075	.512***	.104	.535***	.264	.375*	1.000	.167	.535***	.177	-.079	.138	.218	.247	-.048	.152
		Sig. (2-tailed)	.899	.163	.006	.114	.114	.692	.004	.584	.002	.159	.041	.	.379	.002	.350	.679	.466	.247	.188	.799	.422

ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

			Correlations																				
			ser	ser	ser	ser	ser	ser	com	com	com	com	hon	hon	hon	hon	res	res	res	fol	fol	fol	fol
			01	02	03	04	05	06	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	01	02	03	04
	hon03	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	.777**	.641**	.394*	.719**	.484**	.452*	.512**	.462*	.367*	.264	-.583**	.167	1.000	.535**	.354	.276	.484**	.582**	.477**	.595**	.394*
		Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.031	<.001	.007	.012	.004	.010	.046	.159	<.001	.379	.	.002	.055	.140	.007	<.001	.008	<.001	.031
	hon04	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	.386*	.309	.065	.461*	.461*	.141	.484**	.296	.286	.141	.200	.535**	.535**	1.000	.094	.271	.351	.408*	.306	.189	.189
		Sig. (2-tailed)	.035	.096	.733	.010	.010	.457	.007	.112	.126	.457	.288	.002	.002	.	.619	.148	.057	.025	.100	.318	.318
	res01	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	.327	.332	.403*	.455*	.294	.693**	.279	.549**	.331	.693**	.354	.177	.354	.094	1.000	.325	.489**	.309	.314	.534**	.534**
		Sig. (2-tailed)	.078	.073	.027	.012	.115	<.001	.136	.002	.074	<.001	.055	.350	.055	.619	.	.080	.006	.097	.091	.002	.002
	res02	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
		Correlation Coefficient	.305	.316	-.140	-.008	.094	.326	.261	.456*	.275	.137	-.079	-.079	.276	.271	.325	1.000	.561**	.334	.182	.053	.194
		Sig. (2-tailed)	.102	.089	.459	.965	.623	.079	.164	.011	.141	.469	.679	.679	.140	.148	.080	.	.001	.071	.335	.782	.305

ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

			Correlations																				
			ser	ser	ser	ser	ser	ser	com	com	com	com	hon	hon	hon	hon	res	res	res	fol	fol	fol	fol
			01	02	03	04	05	06	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	01	02	03	04
res03	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient		.275	.589***	.168	.407*	.407*	.323	.398*	.662***	.536***	.480**	.311	.138	.484***	.351	.489***	.561***	1.000	.408*	.252	.322	.322
	Sig. (2-tailed)		.141	<.001	.374	.026	.026	.081	.029	<.001	.002	.007	.094	.466	.007	.057	.006	.001	.	.025	.180	.083	.083
fol01	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient		.536***	.535***	.465***	.508***	.303	.263	.499***	.252	.408*	.428*	.582***	.218	.582***	.408*	.309	.334	.408*	1.000	.382*	.586***	.411*
	Sig. (2-tailed)		.002	.002	.010	.004	.104	.160	.005	.179	.025	.018	<.001	.247	<.001	.025	.097	.071	.025	.	.037	<.001	.024
fol02	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient		.409*	.309	.499***	.557***	.506***	.310	.388*	.464***	.473***	.310	.314	.247	.477***	.306	.314	.182	.252	.382*	1.000	.492***	.492***
	Sig. (2-tailed)		.025	.097	.005	.001	.004	.096	.034	.010	.008	.096	.091	.188	.008	.100	.091	.335	.180	.037	.	.006	.006
fol03	N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient		.615***	.343	.561***	.731***	.495***	.463***	.144	.386*	.372*	.645***	.595***	-.048	.595***	.189	.534***	.053	.322	.586***	.492***	1.000	.613***
	Sig. (2-tailed)		<.001	.063	.001	<.001	.005	.010	.448	.035	.043	<.001	<.001	.799	<.001	.318	.002	.782	.083	<.001	.006	.	<.001

ตารางที่ ค.1 (ต่อ)

		Correlations																				
		ser	ser	ser	ser	ser	ser	com	com	com	com	hon	hon	hon	hon	res	res	res	fol	fol	fol	fol
		01	02	03	04	05	06	01	02	03	04	01	02	03	04	01	02	03	01	02	03	04
fol04	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Correlation Coefficient	.447*	.403*	.411*	.548**	.129	.645**	.144	.386*	.372*	.645**	.595**	.152	.394*	.189	.534**	.194	.322	.411*	.492**	.613**	1.000
	Sig. (2-tailed)	.013	.027	.024	.002	.495	<.001	.448	.035	.043	<.001	<.001	.422	.031	.318	.002	.305	.083	.024	.006	<.001	.
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																						

ตารางที่ ค.2 การทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (ในมุมมองของผู้ชื้อบ้าน)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ค.3 การทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (ในมุมมองของผู้ใช้อาคารชุด)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง.

ผลการวิเคราะห์ Mann - Whitney Test

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ๑.1 ผลการวิเคราะห์ Mann-Whitney Test

Test Statistics ^a						
	credibility	experience and expertise	skill and knowlwdge	identification	polite and professional	on time
Mann-Whitney U	17776.0	17206.5	17061.0	18210.0	17986.500	17492.000
Wilcoxon W	40996.0	40426.5	40281.0	41430.0	32521.500	40712.000
Z	-0.596	-1.213	-1.427	-0.075	-0.334	-0.899
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.551	0.225	0.154	0.940	0.738	0.369
a. Grouping Variable: 6. decide						

	communication	interaction	convenience	report
Mann-Whitney U	17511.5	18214.0	17213.5	17640.5
Wilcoxon W	40731.5	32749.0	40433.5	32175.5
Z	-0.894	-0.066	-1.193	-0.740
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.371	0.947	0.233	0.459
a. Grouping Variable: 6. decide				

	honesty	fairness	transparency	contract
Mann-Whitney U	17325.5	17956.0	17676.0	17487.0
Wilcoxon W	31860.5	32491.0	32211.0	32022.0
Z	-1.206	-0.412	-0.791	-1.133
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.228	0.681	0.429	0.257
a. Grouping Variable: 6. decide				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ง.1 (ต่อ)

Test Statistics^a			
	reservation	reserve on weekend	contact
Mann-Whitney U	17890.5	18178.5	18191.5
Wilcoxon W	32425.5	41398.5	41411.5
Z	-0.432	-0.107	-0.093
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.666	0.915	0.926
a. Grouping Variable: 6. decide			

	follow up	suggestion	insurance	responsibility
Mann-Whitney U	17958.0	17310.0	17554.5	18007.5
Wilcoxon W	41178.0	40530.0	32089.5	32542.5
Z	-0.368	-1.067	-0.830	-0.313
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.713	0.286	0.407	0.754
a. Grouping Variable: 6. decide				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - นามสกุล	นาย ธนภัทร ศรีภัทรพันธุ์
วัน เดือน ปีเกิด	12 ธันวาคม พ.ศ. 2543 ที่จังหวัด นครปฐม
ที่อยู่	405/8 ถ.ทหารบก ต.บ่อพลับ อ.เมืองนครปฐม จ.นครปฐม 73000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2556 – 2561	โรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย จังหวัดนครปฐม
พ.ศ. 2562 – 2565	วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2566 – 2568	วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโยธา สิ่งแวดล้อม และการจัดการงานก่อสร้าง สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์ทำงาน	
พ.ศ. 2566 – 2568	บริษัท ออนไซต์ คอนซัลแตนท์ จำกัด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้