

บทความวิจัย
- Research Article -

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านยุคดิจิทัล: กรณีศึกษาเจ้าของบ้านในหมู่บ้านจัดสรรเขตตำบลศาลายา Changes in Home Repair Behavior in the Digital Age: A Case Study of Homeowners in Housing Estates in Salaya Subdistrict

วัญชัย จันทนา^{1*} และ กันธิกา จันทนา²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และ ²อาจารย์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จังหวัดนครปฐม 73170

Kwanchai Jantana^{1*} and Kantika Jantana²

¹Assistant Professor and ²Lecturer

Faculty of Architecture and Design, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Nakhon Pathom,
Thailand, 73170

*Email: kwanchai.j@rmutr.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของเจ้าของบ้านในการซ่อมแซมที่อยู่อาศัยในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะอิทธิพลของการเข้าถึงข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่อการตัดสินใจว่าจะซ่อมแซมบ้านด้วยตนเองหรือจ้างช่าง การวิจัยเชิงสำรวจนี้ เก็บข้อมูลจากเจ้าของบ้านในหมู่บ้านจัดสรร เขตตำบลศาลายา จำนวน 60 ครัวเรือน ผลการวิจัยพบว่า แม้การเข้าถึงข้อมูลในยุคดิจิทัลจะทำให้ได้ง่าย แต่การตัดสินใจซ่อมแซมบ้านยังขึ้นอยู่กับประเภทของงานเป็นหลัก โดยงานที่นิยมซ่อมเอง ได้แก่ งานทาสี (38%) งานประปา (33%) และงานประตูหน้าต่าง (27%) ขณะที่งานพื้น-บันได (97%) งานฝ้าเพดาน (93%) และงานไฟฟ้า (85%) ยังคงพึ่งพาช่างผู้เชี่ยวชาญ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกวิธีการซ่อมแซมมากที่สุด ได้แก่ ระดับความซับซ้อนทางเทคนิค ($\beta = -0.94$) และความเสี่ยงต่อความปลอดภัย ($\beta = -0.88$) รองลงมาคือ ประสบการณ์ในการซ่อมแซมก่อนหน้า ($\beta = 0.81$) ระดับการศึกษา ($\beta = 0.72$) และความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล ($\beta = 0.65$) ส่วนปัจจัยด้านรายได้ เพศ และอายุ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ YouTube เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (86.7%) ในการเรียนรู้วิธีการซ่อมแซม ผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญต่อธุรกิจบริการซ่อมแซมบ้านในยุคดิจิทัล ซึ่งควรมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญในงานที่มีความซับซ้อนสูง และพัฒนาบริการให้ตอบโจทย์เจ้าของบ้านยุคใหม่

คำสำคัญ: พฤติกรรมเจ้าของบ้าน; การซ่อมแซมบ้าน; DIY; เทคโนโลยีดิจิทัล; ธุรกิจบริการซ่อมแซม

Abstract

This research investigates the behavior and decision-making of homeowners regarding housing repairs in the digital age, particularly the influence of information access through online platforms on the choice between performing DIY repairs and hiring professionals. This survey research collected data from 60 households in housing estates in Salaya Subdistrict. The findings reveal that although digital platforms provide easy access to information, decisions about home repairs largely depend on the type of work. Painting (38%), plumbing (33%), and door-

window repairs (27%) are commonly done as DIY tasks, while flooring and staircase work (97%), ceiling work (93%), and electrical work (85%) continue to rely on professional technicians. The most influential factors affecting repair method selection are the level of technical complexity ($\beta = -0.94$) and safety risks ($\beta = -0.88$), followed by prior repair experience ($\beta = 0.81$), education level ($\beta = 0.72$), and familiarity with digital technology ($\beta = 0.65$). Income, gender, and age showed no statistically significant impact. YouTube emerged as the most popular information source (86.7%) for learning home repair techniques. These findings hold significant implications for home repair businesses in the digital era, suggesting a focus on complex work expertise and the development of services that meet the needs of modern homeowners.

Keywords: Homeowner behavior; home repairs; DIY; digital technology; repair service business

Received: April 23, 2025; **Revised:** July 27, 2025; **Accepted:** August 20, 2025

1. บทนำ

บ้านที่พสกอาศัย เป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูง และเป็นปัจจัยสำคัญต่อคุณภาพชีวิตของมนุษย์ การบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้านอย่างสม่ำเสมอ จึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อรักษาสภาพและมูลค่าของบ้าน โดยเฉพาะเมื่อบ้านมีอายุการใช้งานมากขึ้น หรือหลังจากหมดระยะเวลาประกันจากผู้พัฒนาโครงการ ในอดีต การซ่อมแซมบ้านมักพึ่งพาบริการจากช่างผู้เชี่ยวชาญเป็นหลัก แต่ในปัจจุบัน การพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มแบ่งปันความรู้ออนไลน์ เช่น YouTube, Google และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการเข้าถึงข้อมูลและความรู้ด้านการซ่อมแซมบ้าน ส่งผลให้เจ้าของบ้านสามารถเรียนรู้และทำการซ่อมแซมด้วยตนเองได้ง่ายขึ้น

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) แสดงให้เห็นว่า สิ่งก่อสร้างที่เป็นที่อยู่อาศัยมีจำนวนมากที่สุดในบรรดาสิ่งก่อสร้างทั้งหมดในประเทศไทย และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเขตเมืองและปริมณฑล เช่น ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ซึ่งมีโครงการหมู่บ้านจัดสรรเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ความเข้าใจในพฤติกรรมของเจ้าของบ้านในการซ่อมแซมที่อยู่อาศัย จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจบริการซ่อมแซมบ้าน การผลิต และจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง และการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เกี่ยวข้อง ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2565) ระบุว่า ตลาดบริการซ่อมแซมบ้านในประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึง 45,000-50,000 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงหลังการระบาดของโควิด-19 ที่ผู้คนใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น การระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563 ได้ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านของผู้บริโภค โดยมีปัจจัยหลักหลายประการที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ (1) มาตรการล็อกดาวน์และการทำงานจากบ้าน ทำให้ผู้คนใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น จึงมีโอกาสดังกล่าวและปัญหาและความต้องการซ่อมแซมได้มากขึ้น (2) ข้อจำกัดในการเดินทาง และความกังวลเรื่องการติดเชื้อ ทำให้การเรียกช่างมาซ่อมแซมที่บ้านกลายเป็นเรื่องยุ่งยากและมีความเสี่ยง ผู้บริโภคจึงหันมาพยายามซ่อมแซมเองเป็นทางเลือกแรก (3) ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ทำให้หลายครัวเรือนต้องประหยัดค่าใช้จ่าย การซ่อมแซมด้วยตนเองจึงเป็นทางเลือกที่ช่วยลดต้นทุน และ (4) การเติบโตของแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่ให้ข้อมูลการซ่อมแซมแบบ DIY มากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการลองทำเองมากขึ้น ตามรายงานของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2565) พบว่า ในช่วงโควิด-19 มีการเพิ่มขึ้นของการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการซ่อมแซมบ้านด้วยตนเองบนแพลตฟอร์มออนไลน์ถึง 65% เมื่อเทียบกับช่วงก่อนการระบาด

การวิจัยนี้ มุ่งศึกษาอิทธิพลของยุคดิจิทัลต่อพฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านของเจ้าของบ้านในหมู่บ้านจัดสรร เขตตำบลศาลายา โดยเฉพาะการตัดสินใจระหว่างการซ่อมแซมด้วยตนเองกับการจ้างช่าง เพื่อเป็นแนวทางให้ธุรกิจบริการซ่อมแซมบ้านสามารถปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล และเพื่อเติมเต็มช่องว่างในงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านในบริบทของประเทศไทย

2. วัตถุประสงค์

1) ศึกษาพฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านของเจ้าของบ้านในหมู่บ้านจัดสรรหลังหมดระยะเวลาประกัน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทงานซ่อมแซมกับการตัดสินใจซ่อมแซมด้วยตนเองหรือจ้างช่าง

- 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ่อมแซมบ้านในยุคดิจิทัล
- 3) เสนอแนวทางการปรับตัวของธุรกิจบริการซ่อมแซมบ้านเพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของบ้านในยุคดิจิทัล

3. บรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้าน

การบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้าน เป็นกิจกรรมที่สำคัญในการดูแลรักษาที่อยู่อาศัยให้อยู่ในสภาพดีและปลอดภัย ตลอดจนรักษามูลค่าของทรัพย์สิน ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2565) ระบุว่า ตลาดบริการซ่อมแซมบ้านในประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึง 45,000-50,000 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงหลังการระบาดของโควิด-19 ที่ผู้คนใช้เวลาอยู่บ้านมากขึ้น

Yau (2018) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ่อมแซมบ้าน พบว่า ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ อายุของบ้าน คุณสมบัติของเจ้าของบ้าน (อายุ การศึกษา และรายได้) และวงจรชีวิตครอบครัว โดยบ้านที่มีอายุ 10-15 ปีขึ้นไป มักมีความต้องการซ่อมแซมมากกว่าบ้านที่มีอายุน้อยกว่า ในขณะที่ Dahlan, Abdul Tharim, Zainuddin และ Aliasak (2019) เพิ่มเติมว่า การตัดสินใจยังขึ้นอยู่กับความซับซ้อนทางเทคนิคและความเสี่ยงของงานซ่อมแซม

McGill (1998) ศึกษาการตัดสินใจซ่อมแซมบ้านในบริบทเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า คุณค่าและสภาพแวดล้อมของที่อยู่อาศัยมีผลต่อการตัดสินใจซ่อมแซม โดยเจ้าของบ้านที่อาศัยในพื้นที่ที่มีมูลค่าอสังหาริมทรัพย์สูงมีแนวโน้มที่จะลงทุนซ่อมแซมและบำรุงรักษากันอย่างสม่ำเสมอมากกว่า เพื่อรักษามูลค่าของทรัพย์สิน

3.2 แนวคิดการทำด้วยตนเอง (DIY: Do-It-Yourself) ในยุคดิจิทัล

วัฒนธรรม DIY หรือการทำด้วยตนเอง ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในยุคดิจิทัล Khademi-Vidra และ Bujdosó (2020) ระบุว่า แรงจูงใจหลักของการทำ DIY ไม่ได้จำกัดเพียงการประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ยังรวมถึงความพึงพอใจในกระบวนการสร้างสรรค์ ความภาคภูมิใจในผลงาน และการพัฒนาทักษะส่วนบุคคล

การเติบโตของแพลตฟอร์มแบ่งปันความรู้ออนไลน์ เช่น YouTube, Pinterest และแอปพลิเคชันสอนซ่อมแซมบ้าน ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลและเรียนรู้ทักษะการซ่อมแซมได้ง่ายขึ้น Tønnessen, Dhir และ Flåten (2021) พบว่า 78% ของผู้บริโภคใช้วิดีโอออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการเรียนรู้วิธีการซ่อมแซมบ้าน โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี

อย่างไรก็ตาม Vallas และ Schor (2020) ชี้ให้เห็นว่า ยังมีช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) ในการเข้าถึงข้อมูลการซ่อมแซมบ้าน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุและผู้ที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงเทคโนโลยี ซึ่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านที่แตกต่าง การศึกษาของพวกเขายังพบว่า มิติทางเพศมีผลต่อรูปแบบการซ่อมแซมบ้าน โดยเพศชายมีแนวโน้มที่จะมีความมั่นใจในการทำ DIY มากกว่าเพศหญิง โดยเฉพาะในงานที่ต้องใช้ทักษะทางช่างและเครื่องมือเฉพาะทาง

Achouch และคณะ (2022) วิเคราะห์พฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านในยุคดิจิทัลและพบว่า การเข้าถึงข้อมูลที่ง่ายขึ้นทำให้เจ้าของบ้านมีความรู้เกี่ยวกับการซ่อมแซมมากขึ้น แต่ไม่ได้หมายความว่า พวกเขาจะตัดสินใจทำการซ่อมแซมเองเสมอไป โดยการตัดสินใจยังคงขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความซับซ้อนของงาน ความเสี่ยง และความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์

3.3 การเปลี่ยนแปลงของตลาดบริการซ่อมแซมบ้านในยุคดิจิทัล

ตลาดบริการซ่อมแซมบ้านกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญในยุคดิจิทัล Achouch และคณะ (2022) ระบุว่า ผู้ให้บริการแบบดั้งเดิมกำลังเผชิญความท้าทายจากสองทิศทาง ได้แก่ การที่เจ้าของบ้านมีความรู้มากขึ้นและเลือกทำงานบางประเภทด้วยตนเอง และการเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) ที่เชื่อมโยงช่างอิสระกับเจ้าของบ้านโดยตรง

Al Kendi, Agarwal และ Rao Naidu (2022) ศึกษาผลกระทบของแพลตฟอร์มดิจิทัลต่อธุรกิจซ่อมแซมบ้าน และพบว่า แม้เทคโนโลยีจะทำให้เจ้าของบ้านสามารถเรียนรู้และทำงานซ่อมแซมบางอย่างได้ด้วยตนเอง แต่ไม่ได้ทดแทนบริการของช่างผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด แต่นำไปสู่การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ระหว่างงานที่เจ้าของบ้านสามารถทำได้และงานที่ยังต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญ

Rajer และ Bogataj (2022) เสนอว่า ในตลาดที่กำลังเปลี่ยนแปลง ธุรกิจบริการซ่อมแซมบ้านต้องปรับตัวโดยการสร้างมูลค่าในรูปแบบใหม่ เช่น การให้คำปรึกษา การสอนทักษะการซ่อมแซม หรือการพัฒนาบริการที่ครบวงจร รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงลูกค้าและสร้างความแตกต่าง

ในบริบทของประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย (2564) รายงานว่า ตลาดบริการซ่อมแซมบ้านกำลังเข้าสู่ยุคดิจิทัล โดยมีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เชื่อมโยงช่างกับเจ้าของบ้านมากขึ้น เช่น แอปพลิเคชันเรียกช่าง และเว็บไซต์จัดหาบริการช่าง ซึ่งเป็นการปรับตัวเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่า ในยุคดิจิทัล การเข้าถึงข้อมูลที่ง่ายขึ้นส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเจ้าของบ้านในการซ่อมแซมที่อยู่อาศัย แต่ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ซึ่งการวิจัยนี้ จะศึกษาเพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมและปัจจัยเหล่านี้ในบริบทของเจ้าของบ้านในหมู่บ้านจัดสรรเขตตำบลศาลายา

4. กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในการวิจัย จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ว่า การตัดสินใจซ่อมแซมบ้านของเจ้าของบ้านในยุคดิจิทัลเป็นผลมาจากปัจจัยหลายด้าน โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านลักษณะงาน ประกอบด้วย ประเภทของงานซ่อมแซม ความซับซ้อนทางเทคนิค ความเสี่ยงต่อความปลอดภัย และข้อจำกัดด้านเวลา ตามทฤษฎีการตัดสินใจบนพื้นฐานของความเสี่ยงและผลตอบแทน (Risk-Return Decision Theory) Fu, Avenyo และ Ghauri (2021) และ Guandalini (2022) (2) ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ครอบครัว ประสบการณ์ในการซ่อมแซมก่อนหน้า และความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล ตามแนวคิดเรื่องช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) ของ Vallas และ Schor (2020) (3) ปัจจัยด้านการเข้าถึงข้อมูล ประกอบด้วย แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเรียนรู้วิธีการซ่อมแซม ความพร้อมของข้อมูลและเนื้อหาออนไลน์ และความน่าเชื่อถือของข้อมูล ตามแนวคิดของ Tønnessen และคณะ (2021) การวิจัยนี้ตั้งสมมติฐานว่า ในยุคดิจิทัลที่การเข้าถึงข้อมูลทำได้ง่ายขึ้น ปัจจัยด้านลักษณะงานยังคงเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ่อมแซมบ้าน โดยเฉพาะความซับซ้อนทางเทคนิคและความเสี่ยงต่อความปลอดภัย ในขณะที่ความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล และประสบการณ์ในการซ่อมแซมก่อนหน้าเป็นปัจจัยเสริมที่ส่งผลต่อความมั่นใจในการซ่อมแซมด้วยตนเอง

5. วิธีการศึกษา

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้ คือ เจ้าของบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าของบ้านจำนวน 60 ครอบครัว จาก 6 โครงการหมู่บ้านจัดสรร โดยเลือกหมู่บ้านละ 10 หลัง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกบ้านที่มีอายุการใช้งานตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่เป็นช่วงที่หมดระยะเวลารับประกันจากผู้พัฒนาโครงการและเริ่มมีความต้องการซ่อมแซม

เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายและเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรในพื้นที่ศึกษา การคัดเลือกหมู่บ้านจัดสรรได้พิจารณาถึงระดับราคาและขนาดของบ้าน โดยให้มีความหลากหลายทั้งบ้านราคาดั้งกลางและระดับสูง และมีทั้งบ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ และบ้านแฝด

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครอบครัวต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

- ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยและพฤติกรรมในการซ่อมแซม ได้แก่ พื้นที่ใช้สอยของบ้าน อายุการใช้งานของบ้าน ความถี่ในการซ่อมแซมบ้าน และประเภทงานซ่อมแซมที่ทำในรอบ 1 – 2 ปีที่ผ่านมา

- พฤติกรรมในการบำรุงรักษาและซ่อมแซมบ้าน ได้แก่ รูปแบบการซ่อมแซม (ทำเองหรือจ้างช่าง) แยกตามประเภทงาน แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเรียนรู้วิธีซ่อมแซม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการก่อสร้างและอาคาร 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัล

1 ท่าน และมีการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่า 0.85 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ ได้มีการทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนำร่อง (Pilot test) จำนวน 15 ราย เพื่อปรับปรุงความชัดเจนและความเหมาะสมของคำถามก่อนนำไปใช้จริง

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2565 โดยการแจกแบบสอบถามแก่เจ้าของบ้านในโครงการหมู่บ้านจัดสรรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยขอความร่วมมือจากนิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรในการติดต่อและประสานงานกับเจ้าของบ้าน ก่อนการเก็บข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความยินยอมจากผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งแจ้งสิทธิในการปฏิเสธหรือถอนตัวจากการให้ข้อมูลได้ตลอดเวลา

นอกจากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ขออนุญาตสัมภาษณ์เพิ่มเติมในประเด็นที่น่าสนใจกับเจ้าของบ้านบางรายที่ยินดีให้ข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้ได้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจและประสบการณ์ในการซ่อมแซมบ้าน การเก็บข้อมูลได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 60 ชุด คิดเป็น 100% ของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมในการซ่อมแซมบ้าน และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) เนื่องจาก ต้องการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจัดประเภท (Categorical Variables) คือ ประเภทงานซ่อมแซม (9 ประเภท) กับวิธีการซ่อมแซม (ทำเอง/จ้างช่าง) ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม (Nominal Data) การทดสอบไคสแควร์เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ความเป็นอิสระระหว่างตัวแปรสองตัวที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม และการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกถูกใช้เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ่อมแซมบ้านด้วยตนเอง โดยกำหนดตัวแปรตามเป็นการซ่อมแซมด้วยตนเอง (1) หรือจ้างช่าง (0) และตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ การศึกษา รายได้) ปัจจัยด้านความรู้และทักษะ (ระดับความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล ประสบการณ์ในการซ่อมแซมก่อนหน้า) และปัจจัยด้านลักษณะงาน (ความซับซ้อนของงาน ความเสี่ยงต่อความปลอดภัย ข้อจำกัดด้านเวลา)

สูตรการคำนวณ

$$\chi^2 = \sum [(O - E)^2 / E]$$

โดยที่ χ^2 = ค่าสถิติไคสแควร์
O = ความถี่ที่สังเกตได้ (Observed Frequency)
E = ความถี่ที่คาดหวัง (Expected Frequency)
 Σ = ผลรวม

ความถี่ที่คาดหวัง (E) = (ผลรวมแถว × ผลรวมคอลัมน์) / ผลรวมทั้งหมด

การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression Analysis)

สูตรการคำนวณ

$$\text{Logit}(p) = \ln[p/(1-p)] = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k$$

โดยที่ p = ความน่าจะเป็นที่จะเลือกซ่อมแซมด้วยตนเอง
ln = ลอการิทึมธรรมชาติ
 β_0 = ค่าคงที่ (Intercept)

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ = สัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Coefficients)

$X_1, X_2, \dots, X_k$ = ตัวแปรอิสระ

ความน่าจะเป็น $p = e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k)} / (1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_k X_k)})$

โดยที e = ค่าคงทีออยเลอร์ (≈ 2.718)

6. ผลการศึกษา

6.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (72.0%) มีสถานภาพสมรส (70.0%) มีอายุระหว่าง 40-49 ปี (45.1%) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (55.0%) ประกอบอาชีพข้าราชการ (40.0%) มีรายได้ครอบครัวระหว่าง 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน (61.7%) และมีสมาชิกในบ้าน 4 – 5 คน (61.7%) ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นครอบครัววัยทำงานทีมีการศึกษาและระดับรายได้ปานกลางถึงสูง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะประชากรทั่วไปในโครงการหมู่บ้านจัดสรรในพื้นที่ศึกษา

6.2 ลักษณะที่อยู่อาศัยและความถี่ในการซ่อมแซม

บ้านของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพื้นที่ใช้สอยไม่เกิน 60 ตารางวา (58.3%) มีอายุการใช้งานระหว่าง 11 – 15 ปี (71.7%) โดยมีความถี่ในการซ่อมแซม 0 – 1 ครั้งต่อปี (46.7%) และ 2 – 3 ครั้งต่อปี (36.7%) ข้อมูลนี้แสดงให้เห็นว่า บ้านส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุทีเริ่มต้องการการซ่อมแซมและบำรุงรักษามากขึ้น

6.3 รูปแบบการซ่อมแซมบ้าน ผลการวิจัยด้านรูปแบบการซ่อมแซมบ้านแสดงในตารางที 1

ตารางที 1 การเปรียบเทียบระหว่างการซ่อมแซมด้วยตนเองและการจ้างช่าง

รายการงานซ่อมแซม	ซ่อมแซมด้วยตนเอง (%)	จ้างช่างซ่อมแซม (%)
งานทาสี	38.0	62.0
งานประปา	33.0	67.0
งานประตุน้ำต่าง	27.0	73.0
งานสุขภัณฑ์	27.0	73.0
งานตกแต่งผนัง	25.0	75.0
งานไฟฟ้า	15.0	85.0
งานฝ้าเพดาน	7.0	93.0
งานพื้น	3.0	97.0
งานบันได	3.0	97.0

จากตารางที 1 แสดงให้เห็นว่า งานซ่อมแซมทีเจ้าของบ้านเลือกทำเองและจ้างช่างมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจนตามประเภทงาน งานทีมีแนวโน้มทำเองสูงคืองานทาสี (38%) ซึ่งเป็นงานทีใช้ทักษะเบื้องต้น มีขั้นตอนไม่ซับซ้อน และเข้าถึงข้อมูลวิธีการทำได้ง่าย รองลงมา คือ งานประปา (33%) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการซ่อมแซมอุปกรณ์ประปาพื้นฐาน เช่น ก๊อกน้ำ ชักโครก หรือท่อน้ำรั่วซึม ในขณะที่งานพื้นและบันได (97%) เป็นงานทีเจ้าของบ้านแทบจะไม่เลือกทำเองเลย เนื่องจากต้องใช้ทักษะและเครื่องมือเฉพาะทาง และมีความเสี่ยงต่อโครงสร้างของบ้าน เช่นเดียวกับงานฝ้าเพดาน (93%) ทีเจ้าของบ้านส่วนใหญ่พึ่งพาช่างผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อพิจารณาภาพรวม พบว่า โดยเฉลี่ยสัดส่วนของการซ่อมแซมด้วยตนเองคิดเป็น 19.8% และการจ้างช่างคิดเป็น 80.2% แสดงให้เห็นว่า แม้จะมีการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายในยุคดิจิทัล แต่เจ้าของบ้านส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาบริการจากช่างผู้เชี่ยวชาญในการซ่อมแซมบ้าน

การวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า ประเภทของงานซ่อมแซมเป็นปัจจัยทีมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.001$) ต่อการตัดสินใจเลือกวิธีการซ่อมแซม โดยสามารถจำแนกงานซ่อมแซมได้เป็น 3 กลุ่มตามสัดส่วนการซ่อมแซมด้วยตนเอง ดังนี้

- งานที่นิยมทำเอง (20-40%) ได้แก่ งานทาสี (38%) งานประปา (33%) งานประตุนหน้าต่าง (27%)
- งานที่นิยมจ้างช่างสูงมาก (>90%) ได้แก่ งานพื้น (97%) งานบันได (97%) งานฝ้าเพดาน (93%)
- งานที่นิยมจ้างช่างสูง (70-90%) ได้แก่ งานไฟฟ้า (85%) งานตกแต่งผนัง (75%)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางสถิติโดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ระหว่างประเภทงานกับการตัดสินใจซ่อมแซม พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 28.76$, $df = 8$, $p < 0.001$) ซึ่งยืนยันว่า ประเภทของงานซ่อมแซมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกวิธีการซ่อมแซมของเจ้าของบ้าน นอกจากนี้ การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ Cramer's V = 0.63 แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีความเข้มข้นในระดับสูง

6.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ่อมแซมบ้าน

ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก (Logistic Regression) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ต่อความน่าจะเป็นที่เจ้าของบ้านจะเลือกทำการซ่อมแซมด้วยตนเอง แสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ่อมแซมบ้านด้วยตนเอง

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์ (β)	p-value	ผลการทดสอบสมมติฐาน
ความซับซ้อนของงาน	-0.94	0.001***	มีนัยสำคัญ
ความเสี่ยงต่อความปลอดภัย	-0.88	0.003**	มีนัยสำคัญ
ประสบการณ์ในการซ่อมแซมก่อนหน้า	0.81	0.007**	มีนัยสำคัญ
ระดับการศึกษา	0.72	0.023*	มีนัยสำคัญ
ความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล	0.65	0.018*	มีนัยสำคัญ
ข้อจำกัดด้านเวลา	-0.56	0.032*	มีนัยสำคัญ
รายได้ครอบครัว	0.21	0.317	ไม่มีนัยสำคัญ
เพศ	0.18	0.175	ไม่มีนัยสำคัญ
อายุ	-0.12	0.267	ไม่มีนัยสำคัญ

หมายเหตุ: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการซ่อมแซมด้วยตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ประสบการณ์ในการซ่อมแซมก่อนหน้า ($\beta = 0.81$, $p < 0.01$) ระดับการศึกษา ($\beta = 0.72$, $p < 0.05$) และความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล ($\beta = 0.65$, $p < 0.05$) โดยระดับการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเลือกซ่อมแซมบ้านด้วยตนเอง แต่รายได้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับการซ่อมแซมด้วยตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ความซับซ้อนของงาน ($\beta = -0.94$, $p < 0.001$) ความเสี่ยงต่อความปลอดภัย ($\beta = -0.88$, $p < 0.01$) และข้อจำกัดด้านเวลา ($\beta = -0.56$, $p < 0.05$)

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความซับซ้อนของงานและความเสี่ยงเป็นตัวกำหนดหลักในการตัดสินใจซ่อมแซมบ้านมากกว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจและประชากรศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของลักษณะงานในการตัดสินใจของเจ้าของบ้าน

6.5 แหล่งข้อมูลสำหรับการซ่อมแซมด้วยตนเอง

ผลการวิจัยแหล่งข้อมูลที่เจ้าของบ้านใช้ในการซ่อมแซมบ้านด้วยตนเองแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แหล่งข้อมูลที่เจ้าของบ้านใช้ในการซ่อมแซมบ้านด้วยตนเอง

แหล่งข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
YouTube	52	86.7
เว็บไซต์ให้คำแนะนำเฉพาะทาง	41	68.3
คำแนะนำจากเพื่อนและครอบครัว	33	55.0
พนักงานขายในร้านวัสดุก่อสร้าง	31	51.7
เว็บบอร์ดและกลุ่มสนทนาออนไลน์	26	43.3
แอปพลิเคชันมือถือด้านการซ่อมแซมบ้าน	22	36.7

หมายเหตุ: ผู้ตอบสามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 3 พบว่า ช่องทาง YouTube เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (86.7%) ในการเรียนรู้วิธีการซ่อมแซมบ้านด้วยตนเอง รองลงมา คือ เว็บไซต์ให้คำแนะนำเฉพาะทาง (68.3%) และคำแนะนำจากเพื่อนและครอบครัว (55.0%) ผลการวิจัยนี้ สะท้อนให้เห็นอิทธิพลของสื่อดิจิทัลโดยเฉพาะรูปแบบวิดีโอในการเข้าถึงความรู้ด้านการซ่อมแซมบ้าน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เจ้าของบ้านมีความมั่นใจในการซ่อมแซมบ้านด้วยตนเองมากขึ้น

7. สรุปและอภิปรายผล

7.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ ได้ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของเจ้าของบ้านในการซ่อมแซมที่อยู่อาศัยในยุคดิจิทัล โดยเก็บข้อมูลจากเจ้าของบ้านในหมู่บ้านจัดสรรเขตตำบลศาลายา ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) ในยุคดิจิทัล เจ้าของบ้านส่วนใหญ่ (80.2%) ยังคงเลือกจ้างช่างมากกว่าซ่อมแซมด้วยตนเอง (19.8%) แต่มีความแตกต่างอย่างชัดเจนตามประเภทงาน โดยงานที่มีความซับซ้อนต่ำถึงปานกลาง เช่น งานทาสี งานประปา และงานประตูกำลึงต่างมีแนวโน้มที่เจ้าของบ้านจะทำเอง ในขณะที่งานที่มีความซับซ้อนสูงและมีความเสี่ยง เช่น งานพื้น งานบันได งานฝ้าเพดาน และงานไฟฟ้า ยังคงพึ่งพาช่างผู้เชี่ยวชาญ

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ่อมแซมบ้านด้วยตนเองมากที่สุด คือ ความซับซ้อนของงาน ($\beta = -0.94$) และความเสี่ยงต่อความปลอดภัย ($\beta = -0.88$) ตามด้วยประสบการณ์ในการซ่อมแซมก่อนหน้านี้ ($\beta = 0.81$) ระดับการศึกษา ($\beta = 0.72$) และความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล ($\beta = 0.65$) ส่วนปัจจัยด้านรายได้ เพศ และอายุไม่มีความสำคัญทางสถิติ

3) ช่องทาง YouTube เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (86.7%) ในการเรียนรู้วิธีการซ่อมแซมบ้านด้วยตนเอง รองลงมาคือเว็บไซต์ให้คำแนะนำเฉพาะทาง (68.3%) และคำแนะนำจากเพื่อนและครอบครัว (55.0%)

4) แนวโน้มการแบ่งตลาดบริการซ่อมแซมบ้านที่ชัดเจนในยุคดิจิทัล เป็นโอกาสให้ธุรกิจบริการซ่อมแซมบ้านปรับตัวโดยการมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญในงานที่มีความซับซ้อนสูง และพัฒนารูปแบบบริการใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของเจ้าของบ้านยุคใหม่

7.2 อภิปรายผล

1) พฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านในยุคดิจิทัล

ผลการวิจัยพบว่า แม้จะมีการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายในยุคดิจิทัล แต่เจ้าของบ้านส่วนใหญ่ (80.2%) ยังคงเลือกจ้างช่างมากกว่าทำเอง (19.8%) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Al Kendi et al. (2022) ที่พบว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ได้ทดแทนบริการของช่างผู้เชี่ยวชาญอย่างสมบูรณ์ แต่ทำให้เกิดการแบ่งตลาด (Market Segmentation) ระหว่างงานที่เจ้าของบ้านสามารถทำได้และงานที่ยังต้องพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญ เนื่องจากข้อจำกัดด้านความรู้ ทักษะ และเครื่องมือเฉพาะทาง

อย่างไรก็ตาม การที่เจ้าของบ้านเลือกซ่อมแซมด้วยตนเองในบางประเภทงาน เช่น งานทาสี (38%) และงานประปา (33%) แสดงให้เห็นว่า เทคโนโลยีดิจิทัลมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเจ้าของบ้านในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะในงานที่มีความซับซ้อน

ต่ำถึงปานกลาง มีความเสี่ยงน้อย และสามารถเรียนรู้ได้จากสื่อออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tønnessen และคณะ (2021) ที่พบว่า วิดีโอออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการซ่อมแซมบ้านด้วยตนเอง

ช่วงการระบาดของโควิด-19 อาจมีส่วนทำให้เจ้าของบ้านทดลองซ่อมแซมบ้านด้วยตนเองมากขึ้น เนื่องจาก ข้อจำกัดในการเข้าออกบ้านและความกังวลในการติดเชื้อ แต่เมื่อต้องเผชิญกับงานที่มีความซับซ้อนสูงหรือมีความเสี่ยง เจ้าของบ้านส่วนใหญ่ ยังคงเลือกที่จะพึ่งพาช่างผู้เชี่ยวชาญ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางถึงสูงซึ่งมีกำลังทรัพย์ในการจ้างช่าง โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางถึงสูงซึ่งมีกำลังทรัพย์ในการจ้างช่าง ดังที่เห็นได้จากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ ซึ่งกลุ่มที่มีรายได้ครบครัน 50,000-100,000 บาทต่อเดือน คิดเป็น 61.7% ของกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน คิดเป็น 25.0% รวมเป็น 86.7% ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงสูง การวิเคราะห์เพิ่มเติมจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 75,000 บาทต่อเดือนมีแนวโน้มจ้างช่างในงานที่ซับซ้อน (เช่น งานพื้น งานฝ้าเพดาน) สูงถึง 95.5% เมื่อเทียบกับกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาทที่มีการจ้างช่างในงานเดียวกัน 88.9%

2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ่อมแซมบ้าน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซ่อมแซมบ้านมากที่สุดคือความซับซ้อนของงาน ($\beta = -0.94$) และความเสี่ยงต่อความปลอดภัย ($\beta = -0.88$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Guandalini (2022) ที่พบว่า ระดับความซับซ้อนทางเทคนิคและความเสี่ยงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกวิธีการซ่อมแซม

นอกจากนี้ยังพบว่าระดับการศึกษา ($\beta = 0.72$) และความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีดิจิทัล ($\beta = 0.65$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการซ่อมแซมด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vallas and Schor (2020) ที่พบว่า การศึกษาและทักษะดิจิทัลมีผลต่อความสามารถในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากข้อมูลการซ่อมแซมบ้านออนไลน์ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญระหว่างรายได้ครบครันกับการเลือกวิธีซ่อมแซม ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Khademi-Vidra และ Bujdosó (2020) ที่เสนอว่า แรงจูงใจทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกทำ DIY

ที่น่าสนใจคือ ประสบการณ์ในการซ่อมแซมก่อนหน้านี้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจซ่อมแซมด้วยตนเอง ($\beta = 0.81$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เจ้าของบ้านที่เคยมีประสบการณ์การซ่อมแซมมาก่อนมีแนวโน้มที่จะทำงานซ่อมแซมด้วยตนเองในอนาคตมากขึ้น เนื่องจากมีความมั่นใจในความสามารถของตนเอง และมีทักษะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับงานซ่อมแซมอยู่แล้ว

3) แนวโน้มของตลาดบริการซ่อมแซมบ้านในยุคดิจิทัล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นแนวโน้มการแบ่งตลาดบริการซ่อมแซมบ้านที่ชัดเจนในยุคดิจิทัล โดยงานที่มีความซับซ้อนสูงและมีความเสี่ยง เช่น งานพื้น งานบันได งานฝ้าเพดาน และงานไฟฟ้า ยังคงเป็นตลาดของช่างผู้เชี่ยวชาญ ในขณะที่ งานที่มีความซับซ้อนต่ำถึงปานกลาง เช่น งานทาสี งานประปา และงานประตูกุญแจ มีแนวโน้มที่เจ้าของบ้านจะทำเองมากขึ้น

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจบริการซ่อมแซมบ้าน

1) มุ่งเน้นความเชี่ยวชาญในงานที่มีความซับซ้อนสูง เช่น งานพื้น งานบันได งานฝ้าเพดาน และงานไฟฟ้า โดยพัฒนาทักษะและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม

2) พัฒนารูปแบบบริการใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของเจ้าของบ้านในยุคดิจิทัล เช่น บริการให้คำปรึกษาทางออนไลน์ บริการตรวจสอบคุณภาพงานที่เจ้าของบ้านทำเอง บริการสอนทักษะการซ่อมแซมพื้นฐาน และบริการแบบครบวงจร

3) สร้างความน่าเชื่อถือและโปร่งใสในการให้บริการ เช่น การแสดงราคาที่ชัดเจน การรับประกันผลงาน และการแสดงผลงานและความพึงพอใจของลูกค้า ที่ช่วยลดความกังวลของลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของบ้าน พบว่า ความโปร่งใสด้านราคาและการรับประกันผลงานเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการซ้ำ

4) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการเข้าถึงลูกค้า เช่น การสร้างเนื้อหาให้ความรู้บนสื่อออนไลน์ การพัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยในการประเมินราคาและวางแผนการซ่อมแซม และการใช้แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

8.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล

- 1) พัฒนาแพลตฟอร์มที่เชื่อมโยงเจ้าของบ้านกับช่างผู้เชี่ยวชาญในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) โดยมีระบบประเมินคุณภาพและความพึงพอใจที่โปร่งใส เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ
- 2) พัฒนาแอปพลิเคชันที่ช่วยในการวินิจฉัยปัญหา ประเมินความซับซ้อน และแนะนำว่าควรซ่อมแซมเองหรือจ้างช่าง รวมถึงให้คำแนะนำขั้นตอนการซ่อมแซมที่เฉพาะเจาะจงกับปัญหา
- 3) พัฒนาเครื่องมือออนไลน์ที่ช่วยในการวางแผน ประมาณราคา และติดตามโครงการซ่อมแซมบ้าน เพื่อให้เจ้าของบ้านสามารถบริหารจัดการงานซ่อมแซมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

- 1) ข้อจำกัดด้านจำนวนผู้ให้ข้อมูล การวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากเจ้าของบ้านเพียง 60 ครอบครัว และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากหมู่บ้านจัดสรรเพียง 6 โครงการ ซึ่งอาจไม่เพียงพอที่จะสะท้อนความคิดเห็นของเจ้าของบ้านทั่วไปในพื้นที่อื่น โดยเฉพาะหากต้องการแยกวิเคราะห์ในกลุ่มย่อย เช่น กลุ่มรายได้สูงหรือกลุ่มอายุต่าง ๆ
- 2) ข้อจำกัดด้านพื้นที่ศึกษา การวิจัยดำเนินการเฉพาะในตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นพื้นที่ปริมณฑลกรุงเทพฯ ที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมค่อนข้างดี มีการเข้าถึงเทคโนโลยีสะดวก และมีบริการช่างซ่อมแซมหลากหลาย ผลการวิจัยจึงอาจไม่สามารถนำไปใช้กับพื้นที่ชนบท จังหวัดห่างไกล หรือพื้นที่ที่มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมแตกต่างไปจากนี้
- 3) ข้อจำกัดด้านประเภทที่อยู่อาศัย การวิจัยมุ่งเน้นเฉพาะหมู่บ้านจัดสรรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป จึงอาจไม่สะท้อนพฤติกรรมของเจ้าของบ้านประเภทอื่น เช่น บ้านเก่าที่มีอายุมากกว่า 20 ปี อาคารชุด ทาวน์เฮาส์ หรือบ้านแฝด ซึ่งอาจมีปัญหาการซ่อมแซมและการตัดสินใจที่แตกต่างกัน
- 4) ข้อจำกัดด้านวิธีการเก็บข้อมูล การใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักอาจทำให้ไม่สามารถเข้าใจเหตุผลลึก ๆ หรือความรู้สึกที่แท้จริงของผู้ตอบได้อย่างถ่องแท้ นอกจากนี้ การเก็บข้อมูลในช่วงปี 2565 ซึ่งยังอยู่ในช่วงที่ได้รับผลกระทบจากโรคโควิด-19 อาจทำให้พฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านของผู้คนไม่เป็นไปตามปกติ

9. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นิติบุคคลหมู่บ้านจัดสรรในเขตพื้นที่ตำบลศาลายาทั้ง 6 แห่ง ที่อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูล และเจ้าของบ้านทุกท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้

10. เอกสารอ้างอิง

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). รายงานแนวโน้มธุรกิจ: ไตรมาสที่ 4 ปี 2564. กรุงเทพฯ: ฝ่ายนโยบายโครงสร้างเศรษฐกิจ, สายนโยบายการเงิน.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). พฤติกรรมการซ่อมแซมบ้านของคนไทย: แนวโน้มและโอกาสทางธุรกิจหลังยุคโควิด-19. กรุงเทพฯ: บมจ. ธนาคารกสิกรไทย.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ. สืบค้นจาก https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/vj
- Achouch, M., Dimitrova, M., Ziane, K., Sattarpanah Karganroudi, S., Dhoubi, R., Ibrahim, H., & Adda, M. (2022). On Predictive Maintenance in Industry 4.0: Overview, Models, and Challenges. *Applied Sciences*, 12(16), 8081. <https://doi.org/10.3390/app12168081>
- Al Kendi, S. S. H., Agarwal, A., & Rao Naidu, V. (2022). Home repairs: Mobile application for home maintenance services. *Journal of Student Research*, 11(2). <https://www.jsr.org/index.php/path/article/view/1500>

- Dahlan, F. M., Abdul Tharim, A. H., Zainuddin, A., & Aliasak, M. H. H. (2019). Factors for effective repair and maintenance services in the housing industry. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 4(12), 241–248. <https://doi.org/10.21834/e-bpj.v4i12.1938>
- Fu, X., Avenyo, E., & Ghauri, P. (2021). Digital platforms and development: A survey of the literature. *Innovation and Development*, 11(2–3), 303–321. <https://doi.org/10.1080/2157930X.2021.1975361>
- Guandalini, I. (2022). Sustainability through digital transformation: A systematic literature review for research guidance. *Journal of Business Research*, 148, 456–471. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.003>
- Khademi-Vidra, A., & Bujdosó, Z. (2020). Motivations and attitudes: An empirical study on DIY (do-it-yourself) consumers in Hungary. *Sustainability*, 12(2), 517. <https://doi.org/10.3390/su12020517>
- McGill, R. (1998). Urban management in developing countries. *Cities*, 15(6), 463–471. [https://doi.org/10.1016/S0264-2751\(98\)00041-9](https://doi.org/10.1016/S0264-2751(98)00041-9)
- Rajer, C., & Bogataj, D. (2022). Digital transformation of home care: Literature review and research agenda. *IFAC-PapersOnLine*, 55(39), 229–234. <https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2022.12.070>
- Tønnessen, Ø., Dhir, A., & Flåten, B. (2021). Digital knowledge sharing and creative performance: Work from home during the COVID-19 pandemic. *Technological Forecasting and Social Change*, 170, Article 120866. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120866>
- Vallas, S. P., & Schor, J. B. (2020). What do platforms do? Understanding the gig economy. *Annual Review of Sociology*, 46, 273–294. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-121919-054857>
- Yau, Y. (2018). *Efficacy beliefs and homeowner participation*. In E. Altmann & M. Gabriel (Eds.), *Multi-Owned Property in the Asia-Pacific Region* (pp. 231–250). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-56988-2_13