

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2565



กมลพร เพ็ญนวม
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,
Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์,
Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ธีรพงษ์ ปิ่นจิเสถิกุล,
Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเค็ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญยิ่ง คงอาษาภัทร ที่ให้คำแนะนำ ข้อมูลความรู้ ข้อเสนอแนะและแนวความคิดอันเป็นประโยชน์ ตลอดจนการตรวจสอบ และแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้ทำให้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลามาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ขอขอบพระคุณบิดามารดา ญาติพี่น้องและเพื่อนที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจกันมาตลอด ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านในวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลที่ให้ความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

สุดท้ายผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ หรือผู้ที่สนใจงานวิจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

กมลพร เพ็ญนวม

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค

FACTORS AFFECTING THE INTENTION TO BUY ECO HOUSE

กมลพร เฟื่องนาม 6350250

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., รองศาสตราจารย์
วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจเสถิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

ปัจจุบัน ได้มีการเกิดวิกฤตการณ์ทางสิ่งแวดล้อมมากมายที่ส่งผลกระทบต่อความ
เป็นอยู่ของผู้คนในสังคมเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้คนมากมายเริ่มมีแนวโน้มที่จะใส่ใจในสิ่งแวดล้อม
มากขึ้น ในส่วนของความต้องการที่อยู่อาศัยก็เริ่มมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มดังกล่าว
ผู้วิจัยจึงได้มีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค เพื่อเป็น
แนวทางให้สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจได้ศึกษาและสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ให้เกิด
ประโยชน์ งานวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน
403 คนที่มีอายุ 25 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปทั้งที่เคยและไม่เคยซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ผลการศึกษาพบว่า
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศและสถานภาพมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก
ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกได้แก่ ปัจจัยด้าน
ทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและ
ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงตามลำดับ

คำสำคัญ : บ้านเดี่ยวรักษ์โลก/ บ้านประหยัดพลังงาน/ บ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม/ ความตั้งใจ

สารบัญ

| | หน้า |
|---|----------|
| กิตติกรรมประกาศ | จ |
| บทคัดย่อ | ค |
| สารบัญตาราง | ช |
| สารบัญรูปภาพ | ฉ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 | 1 |
| 1.2 | 3 |
| 1.3 | 3 |
| 1.4 | 4 |
| 1.5 | 4 |
| 1.6 | 5 |
| 1.7 | 5 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 7 |
| 2.1 | 7 |
| 2.1.1 | 7 |
| 2.1.1.1 | 9 |
| 2.1.1.2 | 10 |
| 2.1.2 | 11 |
| 2.1.3 | 11 |
| 2.1.4 | 12 |
| 2.2 | 13 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|-----------|
| | 14 |
| | 16 |
| บทที่ 3 | 17 |
| 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 14 |
| 2.4 กรอบงานวิจัย | 16 |
| วิธีการดำเนินงานวิจัย | 17 |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 17 |
| 3.1.1 ประชากร | 17 |
| 3.1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง | 17 |
| 3.1.3 วิธีสุ่มตัวอย่าง | 18 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 18 |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 20 |
| 3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ | 20 |
| 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล | 21 |
| 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล | 21 |
| บทที่ 4 | 22 |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 22 |
| 4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของคำถาม | 23 |
| 4.2 วิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 25 |
| 4.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจุบันด้านต่าง ๆ | 32 |
| 4.4 วิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 37 |
| 4.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 46 |
| 4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน | 51 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|-----------|
| บทที่ 5 | |
| สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ | 54 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย | 54 |
| 5.1.1 วิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็น ในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 54 |
| 5.1.2 วิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรและความคิดเห็น ในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่มีผลต่อความตั้งใจในการ ซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 55 |
| 5.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านต่าง ๆ | 57 |
| 5.1.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ตามกรอบแนว คิดงานวิจัย | 57 |
| 5.2 อภิปรายผลการวิจัย | 58 |
| 5.2.1 ความแตกต่างของลักษณะประชากรที่มีผลต่อความตั้งใจใน การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 58 |
| 5.2.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ตามกรอบแนว คิดงานวิจัย | 59 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ | 61 |
| 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอสัง- หาริมทรัพย์ | 61 |
| 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งถัดไป | 62 |
| 5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย | 63 |
| บรรณานุกรม | 64 |
| ภาคผนวก | 67 |
| แบบสอบถาม | 68 |
| ประวัติผู้วิจัย | 74 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|--|------|
| 4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา | 23 |
| 4.2 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ | 25 |
| 4.3 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ | 25 |
| 4.4 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ | 26 |
| 4.5 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา | 26 |
| 4.6 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้ | 27 |
| 4.7 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน | 27 |
| 4.8 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเป็นกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัย | 28 |
| 4.9 ค่าความถี่และร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้อาศัยร่วม | 29 |
| 4.10 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลความเห็นเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 29 |
| 4.11 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลความเห็นเกี่ยวกับช่วงเวลาที่คาดว่าจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 30 |
| 4.12 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลความเห็นเกี่ยวกับทำเลของบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 30 |
| 4.13 ค่าความถี่และร้อยละของข้อมูลความเห็นเกี่ยวกับระดับราคาบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับราคาบ้านเดี่ยวทั่วไป | 31 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 32 |
| 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 33 |
| 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | 33 |
| 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่าย | 34 |
| 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง | 35 |
| 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม | 36 |
| 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 37 |
| 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 38 |
| 4.22 แสดงรายกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างในด้านเพศอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 38 |
| 4.23 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 39 |
| 4.24 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านสถานภาพที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 39 |
| 4.25 แสดงรายกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างในด้านเพศอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 40 |
| 4.26 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 40 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 4.27 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับระดับรายได้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 41 |
| 4.28 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของประเภทที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 41 |
| 4.29 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเป็นกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัยส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 42 |
| 4.30 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้อยู่อาศัยร่วมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 42 |
| 4.31 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 43 |
| 4.32 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเห็นในด้านช่วงเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 43 |
| 4.33 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเห็นในด้านช่วงเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 44 |
| 4.34 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 44 |
| 4.35 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของทำเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 45 |
| 4.36 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในด้านระดับราคาที่เหมาะสมของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเมื่อเปรียบเทียบกับบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไปที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 46 |
| 4.37 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย | 47 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตาราง | | หน้า |
|-------|---|------|
| 4.38 | แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ | 47 |
| 4.39 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแสดงค่าสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ | 47 |
| 4.40 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการประหยัดค่าใช้จ่ายด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย | 48 |
| 4.41 | แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการประหยัดค่าใช้จ่ายด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ | 48 |
| 4.42 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแสดงค่าสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ | 49 |
| 4.43 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย | 49 |
| 4.44 | แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ | 50 |
| 4.45 | การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกแสดงค่าสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ | 50 |

สารบัญรูปภาพ

| ภาพ | | หน้า |
|-----|---|------|
| 2.1 | แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน | 8 |
| 2.2 | บ้านในโครงการเสนาพาร์ค วิลล์ รามอินทรา – วงแหวน | 14 |
| 2.3 | รูปแบบบ้านรักษ์โลก | 14 |
| 2.4 | กรอบแนวคิดงานวิจัย | 16 |
| 4.1 | กรอบงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกพร้อม ทั้งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย | 51 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา

ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาโลกได้เผชิญกับวิกฤตการณ์ทางสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ มากมายที่เกิดขึ้นในทุก ๆ ปี เช่น ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปัญหามลพิษ ปัญหาน้ำท่วม ปัญหาภัยแล้ง ปัญหาการสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต อย่างในประเทศไทยที่ต้องเผชิญกับปัญหาฝุ่น PM.2.5 เหตุการณ์สัตว์ทะเลเกยตื้นเสียชีวิตเนื่องมาจากเศษพลาสติกอุดตันทางเดินอาหารหรือแม้กระทั่งการเกิดขึ้นของโรคใหม่ ๆ เป็นต้น โดยปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสภาพความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคม โดยปัญหาสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ นั้นเกิดมาจากสาเหตุหลัก ๆ เช่น การเพิ่มขึ้นของประชากรที่ทำให้เกิดความต้องการที่จะใช้ทรัพยากรในการดำรงชีวิตมากขึ้น การรบกวนหรือทำลายสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ได้ซึ่งทรัพยากรในการดำรงชีวิตอย่างเพียงพอ การขยายตัวของเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการขยายพื้นที่ทำลายหรือการใช้ทรัพยากรอย่างไม่ยั่งยืนเนื่องจากต้องใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเหล่านั้น อีกทั้งความเจริญทางเศรษฐกิจทำให้มาตรฐานการใช้ชีวิตเปลี่ยนไป ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่สามารถทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรได้ง่ายและมากขึ้น ซึ่งวิกฤตการณ์ทางสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นคือสัญญาณเตือนว่าโลกกำลังเสื่อมถอย (PTT Expresso, 2562)

วิกฤตการณ์ทางสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นปัญหาระดับสากลที่ทำให้ทั่วโลกเกิดความตระหนักและนำไปสู่แนวทางการปฏิบัติการแก้ไขปัญหาในระดับนานาชาติ เช่น พิธีสารเกียวโต (Kyoto protocol) ซึ่งว่าด้วยเรื่องของการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรม อนุสัญญาว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ (Convention on Biological Diversity - CBD) เพื่ออนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและการใช้ประโยชน์จากองค์ประกอบของความหลากหลายทางชีวภาพอย่างยั่งยืน อนุสัญญาสตอกโฮล์มที่ว่าด้วยเรื่องของสารพิษที่ตกค้างอย่างยาวนาน (Stockholm Convention on Persistent Organic Pollutants) เพื่อคุ้มครองสุขภาพอนามัยของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม โดยการลด เลิกการผลิต การใช้หรือการปลดปล่อยสารมลพิษที่ตกค้างยาวนาน (กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย, 2564) เป็นต้น หรือแม้ในกระทั่งประเทศไทยที่เล็งเห็นถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาด้วยการออกกฎหมายเพื่อการอนุรักษ์และบริหารจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมหลายฉบับหรือแม้กระทั่งการร่วมมือกับภาคเอกชนหรือภาค

ธุรกิจในการรณรงค์กิจกรรมเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดปริมาณขยะพลาสติกโดยให้ผู้สั่งอาหารสามารถเลือกปฏิเสธสิ่งที่ไม่จำเป็น เช่น ซ้อนส้อมพลาสติก ของเครื่องปรุง และถุงพลาสติกในการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันฟู้ดเดลิเวอรี ส่งเสริมร้านอาหารให้ใช้ภาชนะที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความรู้แก่ประชาชนในการคัดแยกขยะ (บรรจุกัญญาเพื่อสิ่งแวดล้อม, 2564) เป็นต้น

ในด้านของผู้บริโภคเองก็เริ่มหันมาใส่ใจในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จากงานวิจัยของ Kantar ที่สำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภค 19 ประเทศ ครอบคลุมทวีปยุโรป อเมริกา ละตินอเมริกา และเอเชีย โดยงานวิจัยนั้นพบว่า ผู้บริโภคใส่ใจและปฏิบัติตนเพื่อช่วยสิ่งแวดล้อมเป็นประจำมีสัดส่วนถึง 20% เพิ่มขึ้นจากปี 2019 ที่สัดส่วน 16% และพบว่าประเด็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ผู้บริโภคใส่ใจมากที่สุดสามอันดับแรกคือ ปัญหาโลกร้อน ปัญหาขยะพลาสติก และปัญหามลพิษทางน้ำ (Positioning, 2563) นอกจากนี้ Brand Buffet. (2564) ยังได้ทำการสำรวจพฤติกรรมและมุมมองของผู้บริโภคต่อปัญหาและความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมพบว่าร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามมองว่า ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมมีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างมาก ผู้บริโภคเองมีการปรับพฤติกรรมในการช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการลดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้ง หรือเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือแม้แต่เลือกที่จะเดินทางโดยรถสาธารณะแทนรถส่วนตัว นอกจากนี้ผลการสำรวจยังพบว่า ร้อยละ 55 ของผู้ตอบแบบสำรวจเต็มใจที่จะซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในราคาที่สูงขึ้นกว่าราคาทั่วไปไม่เกิน 20% ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้า

ในส่วนของความต้องการที่อยู่อาศัยนั้นมิติศทางการเติบโตไปในทางเดียวกับเทรนด์ในการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม จากผลการสำรวจของ DDproperty's Thailand Consumer Sentiment Study (2564) พบว่า 93% ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการอยู่อาศัยแบบยั่งยืน การผสมผสานไลฟ์สไตล์กับการใช้ชีวิตในบ้านซึ่งเป็นสถานที่พักผ่อนได้อย่างลงตัว ที่อยู่อาศัยในอุดมคติต้องมีการออกแบบภายใต้แนวคิดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (COVID-19) ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานของภาคธุรกิจมาเป็นแบบ Work from home และ Hybrid working พนักงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีการทำงานด้วยรูปแบบดังกล่าวมีสัดส่วนมากถึง 83% (ประชาชาติธุรกิจ, 2564) ผู้บริโภคใช้เวลาอยู่ในที่อยู่อาศัยมากขึ้น กิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดการใช้ไฟฟ้าซึ่งกลายเป็นค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีแนวคิดที่จะเลือกที่อยู่อาศัยที่มาพร้อมกับคุณสมบัติการใช้งานภายใต้แนวคิดรักษ์โลกที่ช่วยประหยัดการใช้พลังงาน ซึ่งสอดคล้องกับแบบ

สำรวจที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในบ้านที่มีคุณสมบัติรักษ์โลก ซึ่งมีลักษณะของการติดตั้งหลังคาโซลาร์เซลล์ มีระบบระบายความร้อนและมีคุณสมบัติในการดูดซับมลพิษ ตามลำดับ

แม้ผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 และภาพรวมเศรษฐกิจที่ยังไม่แน่นอน ความสามารถในการใช้จ่ายของผู้บริโภคในปัจจุบันลดลง ทำให้ต้องวางแผนการใช้จ่ายอย่างรัดกุม จากผลสำรวจยังแสดงให้เห็นว่า ร้อยละ 87 ของผู้ที่อยากมีบ้านชะลอการซื้อบ้านเนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังไม่คลี่คลายและวางแผนซื้อบ้านในอีก 2-5 ปีข้างหน้า เนื่องจากบ้านเป็นทรัพย์สินที่มีราคาสูง ผู้บริโภคจึงใช้เวลาในการพิจารณาอย่างรอบคอบในการซื้อ โดยเน้นถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับและราคาที่เหมาะสม ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงต้องให้ความสำคัญกับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปและให้ความสำคัญกับการออกแบบที่อยู่อาศัยที่มีคุณสมบัติภายใต้แนวคิดการใช้ชีวิตที่ยั่งยืนและรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในการดึงดูดผู้บริโภค ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาโครงการบ้านและที่อยู่อาศัยหรือเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการวางกลยุทธ์การบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค

1.3 คำถามงานวิจัย

1.3.1 ปัจจัยด้านทัศนคติมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

1.3.2 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

1.3.3 ปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

1.3.4 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือการประหยัดค่าใช้จ่าย ปัจจัยใดส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภคมากกว่ากัน

1.3.5 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักของโลกของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

1.3.6 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักของโลกของผู้บริโภคหรือไม่ อย่างไร

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาวิจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักของโลกของผู้บริโภคใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ในประเทศไทยทั้งที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อบ้านเดี่ยว อายุไม่ต่ำกว่า 25 ปีบริบูรณ์ จำนวน 403 คน ทำการศึกษาในช่วงระหว่าง เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือน มีนาคม พ.ศ. 2565 โดยเก็บข้อมูลวิจัยระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ. 2565

1.5 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1

H_0 : ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลก

H_1 : ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลก

สมมติฐานที่ 2

H_0 : ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลก

H_1 : ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลก

สมมติฐานที่ 3

H_0 : ปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลก

H_1 : ปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลก

สมมติฐานที่ 4

H_0 : ปัจจัยด้านการเคลื่อนย้ายตามกลุ่มอ้างอิงไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

H_1 : ปัจจัยด้านการเคลื่อนย้ายตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

สมมติฐานที่ 5

H_0 : ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

H_1 : ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ได้ทราบปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค สามารถนำข้อมูลและผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับแผนธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

1.6.2 เพื่อเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สามารถนำข้อมูลและผลการศึกษาไปพัฒนาและต่อยอดในวิจัยที่ข้องในอนาคต

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้อ่านรายงานการวิจัย จึงได้ให้คำนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังต่อไปนี้

บ้านเดี่ยวรักษ์โลก

บ้านที่มีแนวคิดในการออกแบบที่เน้นการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีรูปแบบและฟังก์ชันการใช้งาน เช่น การติดโซลาร์เซลล์ โครงสร้างระบายอากาศ วัสดุที่ช่วยระบายความร้อนหรือการใช้วัสดุทดแทนการใช้วัสดุจากธรรมชาติ ซึ่งก่อให้เกิดการลดการใช้พลังงาน ประหยัดค่าใช้จ่าย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มอ้างอิง

กลุ่มผู้ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่นหรือมีความสำคัญกับบุคคลอื่น ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือมักจะถูกเลียนแบบการพฤติกรรมหรือทัศนคติ อาจจะเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดหรือเป็นบุคคลไกลที่มีอิทธิพล โดยบุคคลอ้างอิงจะมีความสำคัญในแต่ละประเด็นของเรื่องหรือพฤติกรรมใดที่สอดคล้องกับบุคคลนั้น ๆ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค ได้มีการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมในส่วนของทฤษฎีและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในหัวข้อต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

2.1.1 ทักษะคิดต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior)

2.1.1.1 ทักษะคิดต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Attitude toward pro-environmental behavior)

2.1.1.2 การประหยัดค่าใช้จ่าย (Cost - saving)

2.1.2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

2.1.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

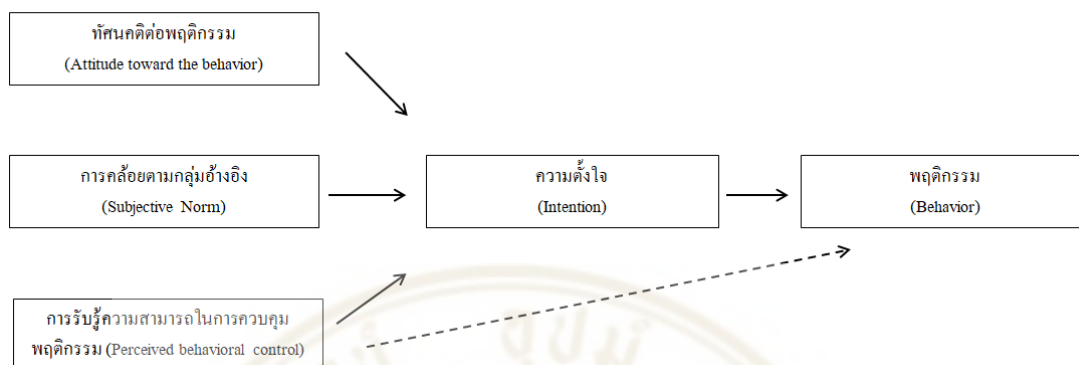
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรอบงานวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นทฤษฎีที่ถูกพัฒนาโดย Icek Ajzen ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ที่เป็นผลมาจากความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Behavior Intention) โดยความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย อันได้แก่ ทักษะคิดต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived

Behavioral Control) โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย (Fishbein and Ajzen, 2010)



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน
ที่มา : Ajzen (1985)

2.1.1 ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior)

ทัศนคติต่อพฤติกรรมเกิดขึ้นจากความเชื่อในผลที่เกิดจากพฤติกรรม (Behavioral beliefs) โดยถ้าบุคคลใดมีความเชื่อว่า ถ้าหากแสดงพฤติกรรมใด ๆ แล้วได้รับผลกระทบในทางบวก บุคคลนั้นก็ย่อมที่จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ๆ ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลนั้น ๆ มีความเชื่อว่า ถ้าแสดงพฤติกรรมใด ๆ แล้วได้รับผลกระทบในทางลบ บุคคลนั้น ๆ ก็ย่อมที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ๆ และเมื่อเกิดทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมใด ๆ แล้วก็ย่อมจะเกิด ความตั้งใจ (Behavioral Intention) ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ (Ajzen, 1991)

ลักษณะของทัศนคติ

สุภาภรณ์ พลนิกร (2548) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า สิ่งของแต่ละบุคคลรู้สึก และกระทำต่อสภาวะแวดล้อมทั้งทางบวกและทางลบต่อสิ่งต่าง ๆ ที่มากระตุ้น หรือเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการรับรู้ในการตอบสนองต่อวัตถุใด ๆ ในด้านที่ดีและไม่ดี

ศิริรัตน์ อมรประเสริฐชัย (2555) ได้กล่าวถึงความหมายของทัศนคติไว้คือความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งไม่สามารถสังเกตได้โดยตรงต้องอาศัยการแสดงออกจากการกล่าวถึงและการกระทำ

Fabrigar and Wegener (2010) ได้กล่าวถึงความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการตอบสนองในทางบวกและทางลบ

Petty (2001) ได้กล่าวถึงความหมายของทัศนคติไว้ว่า การประเมินวัตถุ ประเด็น หรือบุคคลซึ่งการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นคือการเปลี่ยนแปลงการประเมินจากสิ่งหนึ่งไปยังสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากการศึกษาถึงความหมายของทัศนคติทำให้สรุปได้ว่าทัศนคติคือ ความรู้สึก นึกคิด การประเมินที่เกิดมาจากการรับรู้ การเรียนรู้ที่ผ่านมาที่สามารถจูงใจให้เกิดการตอบสนองต่อผู้อื่น วัตถุ เหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆออกเป็นพฤติกรรมได้

ศิริรัตน์ อมรประเสริฐชัย (2555) และ คารณี พานทอง (2542) กล่าวว่า ลักษณะของทัศนคติมี 3 ประเภท ดังนี้

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) หมายถึง ความรู้สึกต่อสิ่งใด ๆ ในทางที่ดียอมรับ หรือพอใจ เป็นทัศนคติที่สามารถชักนำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรม
2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) หมายถึง ความรู้สึกต่อสิ่งใด ๆ ในทางที่ไม่ดี ส่งผลให้เกิดการแสดงออกในทางที่ไม่ดี ไม่พอใจหรือไม่เห็นด้วย
3. การไม่แสดงออกทัศนคติ (Passive Attitude) ไม่มีความรู้สึกในทางบวกหรือลบ อาจจะเพราะไม่มีความรู้ความเข้าใจในสิ่งนั้น ๆ จึงทำให้บุคคลไม่แสดงออกทางทัศนคติ

2.1.1.1 ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Attitude toward pro-environmental behavior)

พฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกโดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะลดผลกระทบทางลบที่เกิดกับธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อทำให้ระบบนิเวศเกิดความสมดุล (ไพฑูรย์ พิมพ์, 2564) นอกจากนี้พิฑูร อมรวิทวัส(2562) ได้จำแนกประเภทและลักษณะของพฤติกรรมออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. การบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ การซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถนำมารีไซเคิลได้ อีกทั้งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวยังเป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและมีผลอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมต่ำเป็นการบริโภคที่มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อความยั่งยืน (พรพรรณ พันธุ์แจ่ม และ ชวนชื่น อัครกะวิษฐา, 2561)
2. พฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือการปฏิบัติตัวที่สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ทัศนคติต่อสิ่งแวดล้อม ความตระหนักต่อสิ่งแวดล้อม และความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (นภวรรณ พงษ์เขียวและจิราภรณ์ เทียมพันธ์พงศ, 2561)
3. การศึกษาและเรียนรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม เช่น การเดินศึกษาเพื่อเรียนรู้สิ่งแวดล้อมในเส้นทางศึกษาธรรมชาติ

4. วัฒนธรรมและพฤติกรรมที่ค้ำึงถึงประโยชน์ส่วนรวม เช่น การเป็นจิตอาสาด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

กล่าวโดยสรุปได้ว่าทัศนคติต่อการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมคือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อพฤติกรรมที่ต้องการจะลดผลกระทบทางลบที่เกิดกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หากบุคคลเกิดทัศนคติต่อพฤติกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในทางบวก ย่อมชักนำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมออกมา

2.1.1.2 การประหยัดค่าใช้จ่าย

ประหยัดค่าใช้จ่าย หมายถึง การระมัดระวังในการใช้จ่ายไม่ให้หมดอย่างไม่เหมาะสม (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2558) โดยค่าใช้จ่ายนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในด้านอาหารและเครื่องดื่ม เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ยาสูบ หมาก ยานต์ถู่ ที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งบ้าน เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล เวชภัณฑ์ ค่ารักษาพยาบาล ค่าเดินทาง การสื่อสาร การศึกษา ความบันเทิง และการจัดพิธี ดังนั้นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการใช้จ่ายเพื่อบ้านเดี่ยวรักรัยโลกจึงจัดอยู่ในค่าใช้จ่ายประเภทนี้

2. ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค ได้แก่ ภาษี ค่าปรับ ค่าธรรมเนียม เงินหรือสิ่งของที่มอบให้บุคคลภายนอก เงินบริจาคหรือสิ่งของให้แก่องค์กรต่าง ๆ เงิน ทำบุญ เงินช่วยเหลืออื่น ๆ ค่าเบี้ยประกันภัยหรือทรัพย์สิน ประกันชีวิต เงินฉापนกิจศพ เงินสมทบประกันสังคม การพนัน ค่าเบี้ยจ่าย ดอกเบี้ยเชร์และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

สำหรับที่อยู่อาศัยรักรัยโลกมีแนวคิดหรือมีการออกแบบที่เน้นในเรื่องของความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงานซึ่งการลดการใช้พลังงานนั้นจะส่งผลให้เกิดการประหยัดค่าใช้จ่ายได้ด้วย กรมพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (2551) กล่าวว่า หนึ่งในวิธีการที่จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและช่วยในการลดปัญหาสิ่งแวดล้อมอีกวิธีหนึ่งคือการประหยัดพลังงานไฟฟ้าและในระดับครัวเรือน พฤติกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าหรือการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดจะช่วยในเรื่องของการประหยัดค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายในแต่ละเดือน ส่งผลให้ครัวเรือนมีเงินออมมากขึ้น หรือแม้กระทั่งภาครัฐกิจนั้นค่าใช้จ่ายในด้านพลังงานไฟฟ้าถือเป็นต้นทุนสำคัญในการประกอบกิจการ หากลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้จะช่วยเพิ่มกำไรโดยตรงในการประกอบกิจการ (สุเมธ บังเกิด, 2562)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การประหยัค่าใช้จ่ายคือการที่บุคคลที่ต้องการจะระมัดระวังการใช้จ่ายไม่ให้หมดไปอย่างไม่เหมาะสม หากบุคคลเกิดทัศนคติต่อพฤติกรรมการประหยัค่าใช้จ่ายในทางบวกย่อมชักนำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมการประหยัค่าใช้จ่าย

2.1.2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm)

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเกิดจากความเชื่อที่เกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคม (Normative Beliefs) โดยเป็นการประเมินจากการได้รับรู้หรือได้เห็นข้อมูลของบุคคลอ้างอิงในด้านความน่าเชื่อถือ หากบุคคลอ้างอิงผู้นั้นมีความน่าเชื่อถือก็จะส่งผลให้บุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมตามที่บุคคลอ้างอิงบอกเล่า โดยบุคคลอ้างอิงนั้นเป็นบุคคลสำคัญทั้งที่เป็นบุคคลที่ให้ความเชื่อมั่นไว้วางใจ บุคคลที่ใกล้ชิดหรือเป็นบุคคลไกลที่มีอิทธิพล โดยบุคคลอ้างอิงจะมีความสำคัญในแต่ละด้านหรือพฤติกรรมใดที่สอดคล้องกับบุคคลนั้น ๆ (วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, 2557) นอกจากนี้กลุ่มอ้างอิงยังหมายถึง กลุ่มผู้ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่น ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือมักจะถูกเลียนแบบการพฤติกรรมหรือความคิด

2.1.3 การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control)

เกิดมาจากความเชื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยควบคุม (Control Belief) เป็นการประเมินถึงความยากหรือง่ายในการแสดงพฤติกรรมในสภาวะนั้น ๆ โดยการรับรู้หรือเชื่อว่าตนเองสามารถแสดงพฤติกรรมนั้นได้อย่างเหมาะสม โดยมีการพิจารณาถึงความพร้อมของปัจจัยภายในที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรม หากปัจจัยดังกล่าวมีความพร้อมจะส่งผลให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมในทางตรงกันข้ามหากปัจจัยภายในดังกล่าวมีความไม่เหมาะสม บุคคลนั้นจะไม่แสดงพฤติกรรม (วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, 2557)

สุวรรณ วิริยะประยูร (2548) กล่าวว่า หากบุคคลมีความเชื่อว่าสามารถที่จะแสดงพฤติกรรมและสามารถที่จะควบคุมผลลัพธ์ที่แสดงออกมาให้เป็นไปตามความตั้งใจก็ย่อมส่งผลให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมดังกล่าวออกมา

นอกจากนี้ Bandura et al., (1980) กล่าวว่า พฤติกรรมเกิดจากความเชื่อในความสามารถที่จะควบคุมพฤติกรรมของตนเอง ดังนั้นการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมจะสามารถคาดเดาความตั้งใจมากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ

กล่าวได้ว่า การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม เป็นการประเมินความยากหรือง่ายในการแสดงพฤติกรรมในสภาวะนั้น ๆ จากการพิจารณาถึงความพร้อมของปัจจัยภายในที่มีผล

ต่อการแสดงพฤติกรรม บุคคลจะไม่มี ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนั้นหากประเมินแล้วว่า ปัจจัยไม่ถึงพร้อม แม้ว่าจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อพฤติกรรมนั้นหรือมีบุคคลอ้างอิงเห็นด้วยใน พฤติกรรมนั้นก็ตาม

2.1.4 ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

ความตั้งใจซื้อเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อนักการตลาดที่จะต้องทำการศึกษาและเข้าใจ เนื่องจากความตั้งใจซื้อเป็นเหมือนแนวทางในการพยากรณ์พฤติกรรมหรือคาดการณ์พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคในอนาคต ความตั้งใจซื้อเป็นอีกตัวแปรอีกตัวหนึ่งที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการ เรียนรู้พฤติกรรม

Howard (1994) กล่าวถึงความหมายของความตั้งใจซื้อไว้ว่า ความตั้งใจซื้อมีความ เกี่ยวข้องกับจิตใจซึ่งสามารถใช้ในการคาดคะเนการซื้อสินค้าในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่งของ ผู้บริโภคได้

Kim and Pysarchik (2000) กล่าวถึงความตั้งใจซื้อไว้ว่า ผู้บริโภคมักจะเลือกทางเลือกที่ ดีที่สุดที่ตรงกับความต้องการไม่ได้ขึ้นอยู่กับเฉพาะตัวสินค้าเพียงเท่านั้นแต่ยังขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ ที่จะได้รับจากสินค้านั้น ๆ ซึ่งความตั้งใจซื้อมีโอกาสชักนำไปสู่การซื้อสินค้าให้เกิดขึ้นจริง

Fishbein (1975, อ้างถึงในฉันทภัทร นิระภัย, 2562) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อคือความตั้งใจ ของบุคคลที่จะซื้อสินค้าหรือบริการเป็นตัวเลือกแรก สามารถสะท้อนออกมาเป็นพฤติกรรม การบริโภคซึ่งพฤติกรรมในการซื้อสามารถทำนายได้จากความตั้งใจในการซื้อและการที่บุคคลประเมิน ความเป็นไปได้ในการซื้อ

นอกจากนี้ความตั้งใจซื้อเป็นขั้นตอนที่อยู่ระหว่างการประเมินทางเลือกในการซื้อและ การตัดสินใจซื้อซึ่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมักจะเลือกสินค้าที่ตนชื่นชอบมากที่สุด ดังนั้น ก่อนที่ผู้บริโภคจะทำการซื้อจะต้องเกิดความตั้งใจซื้อก่อนและความตั้งใจซื้อนั้นมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่นำไปสู่การซื้อแต่ไม่เสมอไปเนื่องจากอาจจะมีปัจจัยอื่น ๆ มาแทรกแซง ซึ่งอาจจะเป็นปัจจัยด้าน ทัศนคติของบุคคลอื่นและสถานการณ์ที่ไม่คาดคะเน

กล่าวสรุปได้ว่า ความตั้งใจในการซื้อคือความตั้งใจของบุคคลที่จะซื้อสินค้าหรือ บริการโดยมีในส่วนของผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้านั้น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง อีกทั้งความตั้งใจ ในการซื้อยังเป็นกระบวนการที่สามารถอธิบายพฤติกรรมในการซื้อของผู้บริโภคได้

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมในงานวิจัยในการใช้ศึกษา ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมมากมาย (Qingzhou et al., 2021) อีกทั้ง Kalafatis et al. (1999, อ้าง ถึงพรพรรณ พันธุ์แจ่ม, 2560) กล่าวว่า ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนมีความเหมาะสมอย่างมากในการ

นำมาศึกษาความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากมีความโดดเด่น ทางด้านการรับรู้ของผู้บริโภคจนนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมการบริโภคได้อย่างชัดเจน ดังนั้นผู้วิจัย จึงหยิบยกทฤษฎีดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบ้านเขียวรักษ์โลก

ปัจจุบันเทรนด์รักษ์โลกกำลังได้รับความนิยมจากการตระหนักถึงความสำคัญของการ รักษาสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า หลายภาคส่วนให้ความสำคัญกับการเป็นหนึ่งใน การรักษาธรรมชาติให้คงอยู่ไม่ว่าจะเป็นทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ได้มีการร่วมกัน รณรงค์ผ่านโครงการต่าง ๆ มากมาย สำหรับตลาดอสังหาริมทรัพย์เองก็เริ่มเห็นความสำคัญและเริ่ม มีการปรับตัวของผู้ประกอบการในการเพิ่มเติมแนวคิดรักษ์โลกเข้าไปในโครงการต่าง ๆ ผ่านการ ออกแบบที่อยู่อาศัยที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การใช้ระบบประหยัดพลังงานผสมผสานกับ เทคโนโลยีโดยไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อม

ที่อยู่อาศัยรักษ์โลกมีแนวคิดหรือมีการออกแบบที่เน้นการประหยัดพลังงานและเป็น มิตรต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบจะต้องคำนึงถึงการใช้สอยประโยชน์ได้จริง อีกทั้งมีเทคโนโลยีที่ ทันสมัยตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้งานทุกช่วงอายุ นอกจากนี้รูปแบบของที่อยู่อาศัยจะต้องเหมาะ กับสภาพอากาศของประเทศไทย โดยมีการออกแบบที่คำนึงถึงทิศทางลมทำให้อากาศปลอดโปร่ง และถ่ายเทได้สะดวก ส่งผลการลดการใช้พลังงานและช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย (Jorakay, 2021) นอกจากนี้อีกหนึ่งจุดเด่นของที่อยู่อาศัยรักษ์โลกคือการเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติโดยการใช้วัสดุที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ชนาการอาคาร สงเคราะห์, 2021)

สำหรับประเทศไทยได้มีการริเริ่มออกแบบรูปแบบบ้านรักษ์โลก เช่น โครงการเสนา พาร์ค วิลล์ รามอินทรา – วงแหวน จำนวน 218 ยูนิต และโครงการเสนาวิลล์ บรมราชชนนี – สาย 5 จำนวน 178 ยูนิต ของบริษัท เสนาดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน) ภายใต้แนวคิด Solar Smart Village หรือหมู่บ้าน โซลาร์เต็มรูปแบบ เพื่อการตอบสนองสังคมด้วยการเป็นส่วนหนึ่งในการรักษ์ โลก รักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้งเพื่อเป็นการตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ให้หันมาใช้พลังงาน สะอาดซึ่งเป็นการปลูกฝังจิตสำนึกการประหยัดพลังงาน โดยเริ่มจากที่บ้านของตัวผู้อยู่อาศัย อีกทั้งยังมีแนวคิดในการออกแบบบ้านเพื่อการประหยัดพลังงานนอกเหนือจากการติด โซลาร์เซลล์ เช่น คำนึงถึงการระบายอากาศและทิศทางลม ช่องเปิดหลังคาที่เหมาะสมกับสภาพอากาศประเทศไทย ซึ่งถือ ได้ว่ามีประโยชน์ทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงาน (มัลลิกา มงคลรังสฤษฎ์, 2562)

นอกจากนี้ธนาคารอาคารสงเคราะห์ได้มีการประกวดออกแบบบ้านรักษ์โลกจนได้ผลงานที่ประชาชนสามารถดาวน์โหลดแบบบ้านเพื่อนำไปใช้ได้อีกด้วย



ภาพที่ 2.2 บ้านในโครงการเสนาพาร์ค วิลล์ รามอินทรา – วงแหวน
ที่มา: POST TODAY (2559)



ภาพที่ 2.3 รูปแบบบ้านรักษ์โลก
ที่มา: ธนาคารอาคารสงเคราะห์ (2564)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยของ Tarkiainen and Sundqvist (2005) ที่ศึกษาความตั้งใจในการบริโภคอาหารในการซื้ออาหารอแกนิก พบว่า ความตั้งใจของผู้บริโภคในการซื้ออาหารอแกนิกสามารถ

ภาคการณ้ได้ด้วยทัศนคติซึ่งทัศนคติกับความตั้งใจในการซื้อมีความสัมพันธ์กัน อีกทั้งการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงยังมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อทางอ้อมผ่านการสร้างทัศนคติ

Xiaoping et al. (2020) ได้ทำการศึกษาความตั้งใจในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศจีนมีการนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและเพิ่มปัจจัยความยินดีจ่าย (Willingness to Pay) เข้ามาศึกษาถึงความตั้งใจในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมพบว่าความตระหนักในสิ่งแวดล้อม (Environmental Awareness) ส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและความยินดีจ่ายส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งทัศนคติต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการซื้อ โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อมากที่สุดตามมาด้วยปัจจัยความตระหนักในสุขภาพ (Health Consciousness) ความยินดีจ่าย และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงตามลำดับ

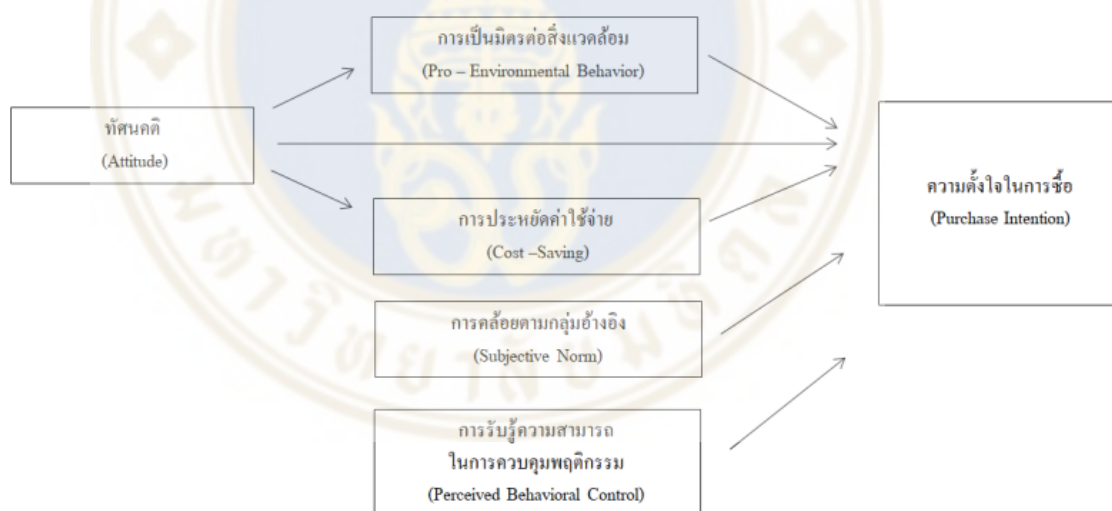
Qingzhou et al. (2021) ได้ศึกษาถึงความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ของผู้บริโภครุ่นใหม่ในประเทศจีน พบว่าความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ในผู้บริโภคที่อยู่ระหว่าง 14 – 35 ปี ส่วนปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและบรรทัดฐานทางศีลธรรม (Moral Norms) เป็นปัจจัยที่มีสำคัญที่สุดในการส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นใหม่ ในขณะที่ทัศนคติและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ของผู้บริโภครุ่นใหม่อย่างมีนัยสำคัญ

Gyan Prakash and Pramod Pathak (2017) ได้ศึกษาความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภครุ่นใหม่ในประเทศอินเดีย โดยมีการใช้ทฤษฎีทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) อันประกอบไปด้วยปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรมและปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยมีการเพิ่มเติมการทดสอบด้วยปัจจัยความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม (Environmental Concern) และความยินดีที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ที่มีต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภครุ่นใหม่ในประเทศอินเดียอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ทัศนคติ ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมและความยินดีที่จะจ่าย

Ru et al. (2019) ได้ศึกษาความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมเพื่อการลดมลภาวะฝุ่น PM2.5 ของผู้บริโภควัยหนุ่มสาวในประเทศจีนโดยการใช้ปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน พบว่า ปัจจัยทัศนคติต่อพฤติกรรมเพื่อการลดมลภาวะฝุ่น PM2.5 และปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมเพื่อการลดมลภาวะฝุ่น PM2.5 อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ยังค้นพบว่าปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลกระทบต่ออ้อมผ่านปัจจัยชั้นกลางอันได้แก่ปัจจัยทัศนคติต่อพฤติกรรมเพื่อการลดมลภาวะฝุ่น PM2.5 ปัจจัยบรรทัดฐานทางศีลธรรมส่วนบุคคล (Personal Moral Norm) และปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมมากกว่า 2.5 เท่าของผลกระทบต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมโดยตรง

2.4 กรอบงานวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดกรอบงานวิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาตามภาพที่ 2.4 ดังนี้



ภาพที่ 2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย

กรอบแนวคิดงานวิจัยมีตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ ทัศนคติต่อการชื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดค่าใช้จ่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และมีตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความตั้งใจในการชื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาหัวข้อ ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค ในครั้งนี้เป็นการศึกษาที่ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ทางคณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย รายละเอียดตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ บุคคลที่อาศัยอยู่ภายในประเทศไทยที่มีอายุ 25 ปีบริบูรณ์เป็นผู้ที่เคยซื้อบ้านเดี่ยวและไม่เคยซื้อบ้านเดี่ยว

3.1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ บุคคลที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปเป็นผู้ที่เคยซื้อบ้านเดี่ยวและไม่เคยซื้อบ้านเดี่ยว แต่เนื่องจากประชากรจำนวนมากที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัด ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างจึงคำนวณได้จากสูตรของ W.G. Cochran (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยสูตรในการคำนวณคือ

$$\text{สูตร} \quad n = \left(\frac{Z}{2E}\right)^2$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (กำหนดให้ $P = 0.5$)

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดย Z มีค่าเท่ากับ

1.96

E = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05

$$\text{แทนค่าในสูตรได้ดังนี้} \quad n = \left(\frac{1.96}{2 \times 0.05} \right)^2$$

$$n = 384.16$$

จากผลลัพธ์ข้างต้นเท่ากับ 384.16 ซึ่งการเก็บตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จะต้องเก็บข้อมูลอย่างน้อย 384 คน โดยความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มเก็บข้อมูลที่เกิดขึ้นไม่เกินร้อยละ 5 อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้กำหนดขั้นต่ำในการเก็บข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ไว้ที่ 400 คน

3.1.3 วิธีสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non – probability Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้หลักความบังเอิญในการสุ่มตัวอย่างผู้ที่อายุ 25 ปีบริบูรณ์ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยทั้งที่เคหะซื้อและไม่เคยซื้อบ้านเดี่ยวจำนวน 403 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นการเก็บข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ข้อที่ 1 เพศ จัดเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ จัดเป็นข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 สถานภาพ จัดเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา จัดเป็นข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 ระดับรายได้ จัดเป็นข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 6 ประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน จัดเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม จัดเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 8 ผู้ที่พักอาศัยร่วมกับผู้ตอบแบบสอบถามจัดเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

ข้อที่ 1 ผู้ที่มีส่วนตัดสินใจร่วมในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้ตอบแบบสอบถาม จัดเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ช่วงระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามคาดว่าจะซื้อบ้านรักษ์โลกในอนาคต จัดเป็นข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ทำเลในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก จัดเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 ระดับราคาบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับบ้านเดี่ยวทั่วไป จัดเป็นข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 ระดับความสำคัญขององค์ประกอบบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ผู้บริโภค มีลักษณะคำตอบแบบข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังนี้

- ระดับ 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
- ระดับ 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
- ระดับ 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- ระดับ 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- ระดับ 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการแปลผลข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดการแปลผลโดยการคำนวณค่าอันตรภาคชั้นผ่านสูตรคำนวณและคำอธิบายของแต่ละช่วงชั้นดังต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก อันได้แก่ ปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทัศนคติต่อพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทัศนคติต่อพฤติกรรมการประหยัดค่าใช้จ่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบตามระดับความคิดเห็น 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ต (Likert)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค ทำการศึกษาโดยกำหนดแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อายุ 25 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป อาศัยอยู่ในประเทศไทยซึ่งเป็นผู้ที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อบ้านเดี่ยว โดยเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจำนวน 400 ชุด โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามออนไลน์ ที่ส่งผ่าน Social Network ต่างๆ
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเพิ่มเติมผ่านงานวิจัยเอกสารบทความ วารสารวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมทั้งบันทึกแหล่งอ้างอิงเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดสอบผ่านค่า Cronbach's Alpha ของแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาจะต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างครบ 404 ตัวอย่าง ทางผู้วิจัยได้ดำเนินการต่อดังนี้

1. รวบรวมแบบสอบถามออนไลน์พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม และคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบครบถ้วนสมบูรณ์
2. นำแบบสอบถามที่ได้จากการตรวจสอบทำการลงรหัสโดยแยกตามตัวแปรและบันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์
3. ประมวลผลโดยนำข้อมูลที่ได้ทำการลงรหัสไปวิเคราะห์ข้อมูลผ่าน โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์อธิบายผลของข้อมูลในส่วนของคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับ การศึกษา ระดับรายได้ ประเภทที่อยู่อาศัย ลักษณะที่อยู่อาศัย ผู้พักอาศัยร่วม ระยะเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ท่าเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ระดับราคาที่เหมาะสม และองค์ประกอบสำคัญของบ้านเดี่ยวรักษ์โลก โดยใช้ค่าสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการแสดงผล

3.6.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้แก่ ทศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทศนคติต่อพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดค่าใช้จ่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค โดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรขึ้นไป เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์กันเช่นใด ผ่านโปรแกรม SPSS ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย อายุไม่ต่ำกว่า 25 ปีบริบูรณ์ทั้งที่เคยและไม่เคยซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค เป็นการศึกษาเชิงวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่าง 403 คน วิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) โดยมีหัวข้อการนำเสนอ ดังนี้

- 4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของคำถาม
- 4.2 วิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก
- 4.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านต่าง ๆ
- 4.4 วิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก
- 4.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก
- 4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของคำถาม

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของคำถามจากการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 403 คน โดยการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นจากค่า Cronbach's Alpha โดยค่า Cronbach's Alpha ของแต่ละปัจจัยจะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 ซึ่งในแต่ละปัจจัยมีค่า Cronbach's Alpha ดังนี้

ตารางที่ 4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของคำถามในแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา

| ตัวแปร | คำถาม | ตัวย่อ | Cronbach's Alpha |
|--|---|--------|------------------|
| ทัศนคติต่อการซื้อบ้านเด็วรักษ์โลก | ท่านเห็นด้วยกับการซื้อบ้านเด็วรักษ์โลก | AT1 | 0.912 |
| | การซื้อบ้านเด็วรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ดี | AT2 | |
| | การซื้อบ้านเด็วรักษ์โลกเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา | AT3 | |
| | บ้านเด็วรักษ์โลกเป็นบ้านที่น่าอยู่ | AT4 | |
| | การซื้อบ้านเด็วรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ฉลาด | AT5 | |
| | การซื้อบ้านเด็วรักษ์โลกมีความหมายกับท่าน | AT6 | |
| | การซื้อบ้านเด็วรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ควรทำ | AT7 | |
| ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | ฉันเป็นกังวลกับสิ่งแวดล้อมของโลกมาก | EN1 | 0.794 |
| | เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้คนควรอยู่ร่วมกับธรรมชาติ | EN2 | |
| | อย่างเป็นมิตรต่อกัน ไม่ทำลายกัน | | |
| | ความสมดุลของธรรมชาตินั้นเป็นสิ่งที่ต้องใส่ใจและมักถูกทำลายได้ง่าย | EN3 | |
| | ฉันยินดีที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรบริโภคของฉัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน | EN4 | |
| ฉันคิดว่าทุก ๆ คนควรช่วยกันรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม | EN5 | | |
| การประหยัดค่าใช้จ่าย | การซื้อบ้านที่รักษ์โลก จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ค่าไฟ ค่าน้ำ ให้ฉันได้ | CS1 | 0.814 |
| | คนส่วนใหญ่ที่สำคัญต่อฉันหรือมีอิทธิพลกับฉัน เห็นด้วยว่าบ้านที่รักษ์โลก จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ | CS2 | |
| | โดยส่วนตัวแล้วฉันเชื่อว่า บ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ได้ | CS3 | |

ตารางที่ 4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของคำถามในแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา (ต่อ)

| ตัวแปร | คำถาม | ตัวย่อ | Cronbach's Alpha |
|--|---|--------|------------------|
| การคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิง | ถ้าจะซื้อบ้าน คนส่วนใหญ่ที่สำคัญหรือมีอิทธิพลต่อฉัน คิดว่าฉันควรซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | SN1 | 0.871 |
| | คนสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อฉัน ส่วนใหญ่อยากจะให้ฉัน ซื้อบ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | SN2 | |
| | คนที่ฉันเชื่อถือนึกคิดว่า การซื้อบ้านเดี่ยวที่รักษ์โลกดีกว่า บ้านธรรมดาทั่วไป | SN3 | |
| การรับรู้ ความสามารถ ในการ ควบคุม พฤติกรรม | ฉันสามารถที่จะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกได้เอง เลย | PC1 | 0.854 |
| | ฉันมีเงินและเวลาเพียงพอในการเลือกหาซื้อบ้านเดี่ยว รักษ์โลก | PC2 | |
| | ถ้าฉันต้องการ ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถที่จะซื้อบ้านเดี่ยว ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้เลย | PC3 | |
| | บ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่หาซื้อได้ไม่ยาก | PC4 | |
| | การที่จะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกหรือไม่ฉันขึ้นอยู่กับตัว ฉันตัดสินใจได้เองทั้งหมด | PC5 | |
| ความตั้งใจใน การซื้อบ้าน เดี่ยวรักษ์โลก | ฉันตั้งใจจะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกในอนาคต | PI1 | 0.914 |
| | ฉันจะพยายามซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมในอนาคต | PI2 | |
| | ในอนาคตฉันมีแผนที่จะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | PI3 | |
| | ฉันจะใช้ความพยายามในการหาซื้อบ้านเดี่ยวที่ดีต่อ สิ่งแวดล้อมให้ได้ | PI4 | |

ตารางที่ 4.1 พบว่าค่า Cronbach's Alpha ของตัวแปรต่าง ๆ อันได้แก่ คือ ทักษะคิดต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทักษะคิดต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดค่าใช้จ่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยว

รักษ์โลกของผู้บริโภคมีค่ามากกว่า 0.7 ในทุกปัจจัย ทำให้สรุปได้ว่าคำถามของแต่ละตัวแปรมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลในหัวข้อถัดไปได้

4.2 วิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

จากการเก็บตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม 403 คน เพื่อทำการวิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ประเภทที่อยู่อาศัย ทัศนคติต่อการครอบครอง ผู้อยู่อาศัยร่วม ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ช่วงเวลาที่คาดว่าจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทำเลที่ตั้ง และระดับราคาที่เหมาะสม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับคำถามความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ใช้ค่าสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------|------------|--------|
| ชาย | 166 | 41.20 |
| หญิง | 221 | 54.80 |
| เพศทางเลือก | 16 | 4.00 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมาคือ เพศชายจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 และลำดับสุดท้ายคือเพศทางเลือกจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ตารางที่ 4.3 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------|------------|--------|
| 25 – 40 ปี | 299 | 74.19 |
| 41 – 56 ปี | 82 | 20.35 |

ตารางที่ 4.3 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ (ต่อ)

| อายุ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------|------------|---------------|
| 57 – 75 ปี | 22 | 5.46 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 40 ปี จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.19 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 41 – 56 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.35 และลำดับสุดท้ายคือมีอายุระหว่าง 57 – 75 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.46

ตารางที่ 4.4 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

| สถานภาพ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------|------------|---------------|
| โสด | 308 | 76.40 |
| สมรส | 88 | 21.80 |
| หย่าร้าง | 7 | 1.70 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรส จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 และลำดับสุดท้ายคือมีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

ตารางที่ 4.5 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------|------------|---------------|
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 57 | 14.14 |
| ปริญญาตรี | 242 | 60.05 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 104 | 25.81 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.05 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 25.81 และลำดับสุดท้ายคือมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.14

ตารางที่ 4.6 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับรายได้

| ระดับรายได้ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------|------------|---------------|
| ต่ำกว่า 20,000 บาท | 84 | 20.84 |
| 20,001 – 40,000 บาท | 169 | 41.94 |
| 40,001 – 60,000 บาท | 87 | 21.59 |
| 60,001 – 80,000 บาท | 32 | 7.94 |
| 80,001 – 100,000 บาท | 19 | 4.71 |
| 100,000 บาทขึ้นไป | 12 | 2.98 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 41.94 รองลงมาคือมีระดับรายได้ระหว่าง 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.59 ลำดับที่สามมีระดับรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.84 ลำดับที่สี่คือมีระดับรายได้ระหว่าง 60,001 – 80,000 บาทจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.94 ลำดับที่ห้าคือมีระดับรายได้ระหว่าง 80,001 – 100,000 บาทจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.71 และลำดับสุดท้ายคือมีระดับรายได้ 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.98

ตารางที่ 4.7 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน

| ประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|--------|
| บ้านเดี่ยว | 180 | 44.70 |
| คอนโดมิเนียม | 86 | 21.30 |

ตารางที่ 4.7 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน (ต่อ)

| ประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบัน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------|---------------|
| ตึกแถว | 48 | 11.90 |
| ทาวน์เฮาส์/บ้านแฝด | 77 | 19.10 |
| อพาร์ทเมนท์/หอพัก/ห้องเช่า | 12 | 3.00 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบันคือบ้านเดี่ยว จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 ลำดับที่สองคือคอนโดมิเนียม จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 ลำดับที่สามคือทาวน์เฮาส์หรือบ้านแฝด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 ลำดับที่สี่คือตึกแถว จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 ลำดับสุดท้ายคืออพาร์ทเมนท์ หอพักหรือห้องเช่า จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ตารางที่ 4.8 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความเป็นกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัย

| กรรมสิทธิ์การครอบครอง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| กรรมสิทธิ์ของท่านหรือสมาชิกในครอบครัว | 340 | 84.40 |
| ไม่เป็นกรรมสิทธิ์ของท่านหรือสมาชิกในครอบครัว | 63 | 15.60 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.8 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยที่เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามหรือสมาชิกในครอบครัว จำนวน 340 คน คิดเป็น 84.40 และที่อยู่อาศัยไม่เป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามหรือสมาชิกในครอบครัว จำนวน 63 คน คิดเป็น 15.60

ตารางที่ 4.9 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้อาศัยร่วม

| ผู้อาศัยร่วม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------|------------|--------|
| อยู่คนเดียว | 78 | 19.40 |

ตารางที่ 4.9 ความถี่และค่าร้อยละของลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้อาศัยร่วม (ต่อ)

| ผู้อาศัยร่วม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|---------------|
| ครอบครัว/ญาติพี่น้อง/คู่สมรส | 315 | 78.20 |
| คูรัก-ไม่สมรส | 4 | 1.00 |
| เพื่อน | 6 | 1.50 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.9 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้อาศัยร่วมกับครอบครัว ญาติพี่น้องหรือคู่สมรส จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.20 ลำดับที่สองคือผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่คนเดียว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 ลำดับที่สามคือผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยอยู่กับเพื่อน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ลำดับสุดท้ายคืออาศัยอยู่กับคนรักที่ยังไม่ได้สมรส จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.10 ความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลความเห็นเกี่ยวกับผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

| ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|---------------|
| ท่านคนเดียว | 73 | 18.11 |
| ครอบครัว/ญาติพี่น้อง/คู่สมรส | 323 | 80.15 |
| คูรัก-ไม่สมรส | 4 | 0.99 |
| เพื่อน | 1 | 0.25 |
| ทุกคนที่กล่าวข้างต้น | 2 | 0.50 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.10 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือครอบครัว ญาติพี่น้องหรือคู่สมรส จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.15 ลำดับที่สองคือผู้ตอบแบบสอบถามเพียงผู้เดียว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.11 ลำดับที่สามคือคูรักที่ยังไม่ได้สมรส จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.99 ลำดับที่สี่คือทุกคน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และลำดับสุดท้ายคือเพื่อน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.11 ความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลความเห็นเกี่ยวกับช่วงเวลาที่คาดว่าจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

| ช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อการซื้อ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|------------------------------|------------|---------------|
| ไม่เกิน 1 ปีข้างหน้า | 9 | 2.20 |
| 1 - 3 ปี ข้างหน้า | 73 | 18.10 |
| 4 - 5 ปี ข้างหน้า | 76 | 18.90 |
| มากกว่า 5 ปีข้างหน้า | 94 | 23.30 |
| ยังไม่แน่ใจ | 151 | 37.50 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.11 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกในช่วงเวลาใด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ลำดับที่สองผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกในระยะเวลามากกว่า 5 ปีข้างหน้า จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 ลำดับที่สามผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกในระยะเวลา 4 – 5 ปีข้างหน้า จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90 ลำดับที่สี่ผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกในระยะเวลา 1 – 3 ปีข้างหน้า จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 ลำดับที่ห้าผู้ตอบแบบสอบถามจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีข้างหน้า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20

ตารางที่ 4.12 ความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลความเห็นเกี่ยวกับทำเลของบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

| ทำเลของบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|---------------|
| โซนใจกลางเมืองกรุงเทพ ฯ | 12 | 2.98 |
| โซนกรุงเทพเชื่อมต่อใจกลางเมือง | 82 | 20.35 |
| โซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพ ฯ | 198 | 49.13 |
| โซนต่างจังหวัด | 111 | 27.54 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.12 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าทำเลของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกควรตั้งอยู่โซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพ ฯ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.13 ลำดับที่สองคือโซน

ต่างจังหวัดจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.54 ลำดับที่สาม โชนกรุงเทพฯเชื่อมต่อใจกลางเมือง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.35 และลำดับสุดท้าย โชนใจกลางเมืองกรุงเทพฯ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.98

ตารางที่ 4.13 ความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลความเห็นเกี่ยวกับระดับราคาบ้านเดี่ยววิรัชโลกที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับราคาบ้านเดี่ยวทั่วไป

| ระดับราคาที่เหมาะสม | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------|------------|---------------|
| ระดับราคาใกล้เคียงกัน | 185 | 45.90 |
| สูงกว่า 10% | 87 | 21.60 |
| สูงกว่า 20% | 68 | 16.90 |
| สูงกว่า 30% | 23 | 5.70 |
| สูงกว่า 40% | 2 | 0.50 |
| สูงกว่า 50% | 2 | 0.50 |
| ราคาไม่ใช่ประเด็น | 36 | 8.90 |
| รวม | 403 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.13 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับระดับราคาบ้านเดี่ยววิรัชโลกที่เหมาะสมควรมีระดับราคาใกล้เคียงกับบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไป จำนวน 185 คน คิดเป็น 45.90 ลำดับที่สองคือระดับราคาสูงบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไป 10% จำนวน 87 คน คิดเป็น 21.60 ลำดับที่สามคือระดับราคาสูงบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไป 20% จำนวน 68 คน คิดเป็น 16.90 ลำดับที่สี่คือระดับราคาไม่ใช่ประเด็นสำคัญ จำนวน 36 คน คิดเป็น 8.90 ลำดับที่ห้าคือระดับราคาสูงบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไป 30% จำนวน 23 คน คิดเป็น 5.70 ลำดับสุดท้ายคือระดับราคาสูงบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไป 40% จำนวน 2 คน คิดเป็น 0.50 และระดับราคาสูงบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไป 50% จำนวน 2 คน คิดเป็น 0.50

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของบ้านเดี่ยว รักรษ์โลก

| องค์ประกอบบ้านของเดี่ยวรักรษ์โลก | ระดับความคิดเห็น | | |
|-----------------------------------|------------------|-------|-------------------|
| | \bar{x} | S.D. | ความหมาย |
| หลังคาโซล่าเซลล์ | 4.40 | 0.882 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| โครงสร้างระบายอากาศ | 4.75 | 0.533 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ระบบสุขภัณฑ์และประปาประหยัดน้ำ | 4.55 | 0.739 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| วัสดุตัวบ้านช่วยลดความร้อน | 4.83 | 0.444 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ติดฉนวนกันความร้อนใต้หลังคา | 4.70 | 0.629 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ฟังก์ชันที่ดูซับมลภาวะภายในบ้าน | 4.34 | 0.804 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | 4.41 | 0.827 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| มีพื้นที่สีเขียวเพียงพอ | 4.47 | 0.710 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.14 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบบ้านเดี่ยว รักรษ์โลกที่ควรจะมีมากที่สุดคือ วัสดุตัวบ้านช่วยลดความร้อน มีค่าเฉลี่ย 4.83 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ลำดับที่สองคือการมีโครงสร้างระบายอากาศมีค่าเฉลี่ย 4.75 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ลำดับที่สามคือการติดฉนวนกันความร้อนใต้หลังคา มีค่าเฉลี่ย 4.70 ระดับเห็นมากที่สุด ลำดับที่สี่คือการมีระบบสุขภัณฑ์และประปาประหยัดน้ำ มีค่าเฉลี่ย 4.55 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ลำดับที่ห้าคือการมีพื้นที่สีเขียวเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.47 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ลำดับที่หกคือการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.41 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ลำดับที่เจ็ดคือการมีหลังคาโซล่า เซลล์ มีค่าเฉลี่ย 4.40 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด และลำดับสุดท้ายคือการมีฟังก์ชันที่ดูซับมลภาวะภายในบ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.34 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านต่าง ๆ

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของปัจจัยประกอบด้วยปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อ บ้านเดี่ยวรักรษ์โลก ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดค่าใช้จ่าย การคล้อยตามกลุ่ม อังอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักรษ์โลก ของผู้บริโภคใช้ค่าสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

| ทัศนคติต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|-------|-------------------|
| | \bar{x} | S.D. | ความหมาย |
| ท่านเห็นด้วยกับการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 4.24 | 0.840 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ดี | 4.38 | 0.758 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา | 4.03 | 0.942 | เห็นด้วยมาก |
| บ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นบ้านที่น่าอยู่ | 4.36 | 0.793 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ฉลาด | 4.06 | 0.951 | เห็นด้วยมาก |
| การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมีความหมายกับท่าน | 3.80 | 0.979 | เห็นด้วยมาก |
| การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ควรทำ | 3.96 | 0.960 | เห็นด้วยมาก |
| รวม | 4.12 | 0.722 | เห็นด้วยมาก |

จากตารางที่ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกโดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 โดยที่มีความคิดเห็นว่าการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ดี ระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.38 อันดับที่สองคือบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นบ้านที่น่าอยู่ ระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.36 อันดับที่สามคือเห็นด้วยกับการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.24 อันดับสุดท้ายคือการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมีความหมายกับท่าน ระดับเห็นด้วยมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

| ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | ระดับความคิดเห็น | | |
|--|------------------|-------|-------------------|
| | \bar{x} | S.D. | ความหมาย |
| ฉันเป็นกังวลกับสิ่งแวดล้อมของโลกมาก | 4.25 | 0.763 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้คนควรอยู่ร่วมกับธรรมชาติ อย่างเป็นมิตรต่อกัน ไม่ทำลายกัน | 4.60 | 0.605 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ความสมดุลของธรรมชาตินั้นเป็นสิ่งที่ต้องใส่ใจและมัก ถูกทำลายได้ง่าย | 4.60 | 0.595 | เห็นด้วยมากที่สุด |

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ต่อ)

| ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | ระดับความคิดเห็น | | |
|--|------------------|-------|-------------------|
| | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ความหมาย |
| ฉันยินดีที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรบริโภคของฉันเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน | 4.33 | 0.726 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ฉันเป็นกังวลกับสิ่งแวดล้อมของโลกมาก | 4.25 | 0.763 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| รวม | 4.50 | 0.486 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.16 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยรวมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าทุก ๆ คนควรช่วยกันรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.72 ลำดับที่สองคือความสมดุลของธรรมชาตินั้นเป็นสิ่งที่ต้องใส่ใจและมักถูกทำลายได้ง่ายและเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้คนควรอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างเป็นมิตรต่อกัน ไม่ทำลายกัน ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.60 ลำดับที่สามคือผู้ตอบแบบสอบถามยินดีที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรบริโภคของฉันเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.33 และลำดับสุดท้ายคือการเป็นกังวลกับสิ่งแวดล้อมของโลกมาก ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.25

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่าย

| การประหยัดค่าใช้จ่าย | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|-------|-------------------|
| | \bar{x} | S.D. | ความหมาย |
| การซื้อบ้านที่รักษ์โลก จะช่วยประหยัด ค่าไฟ ค่าน้ำ ให้ฉันได้ | 4.43 | 0.689 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| คนส่วนใหญ่ที่สำคัญต่อฉันหรือมีอิทธิพลกับฉัน เห็นด้วยว่าบ้านที่รักษ์โลก จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ | 4.14 | 0.880 | เห็นด้วยมาก |
| โดยส่วนตัวแล้วฉันเชื่อว่า บ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ได้ | 4.31 | 0.797 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| รวม | 4.29 | 0.677 | เห็นด้วยมากที่สุด |

จากตารางที่ 4.17 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายโดยรวมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.29 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการซื้อบ้านที่รักษ์โลก จะช่วยประหยัด ค่าไฟ ค่าน้ำ ได้ ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.43 ลำดับที่สองคือ โดยส่วนตัวแล้วผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่า บ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนอื่น ๆ ได้ ในระดับความเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.31 และลำดับสุดท้ายคือคิดว่าคนส่วนใหญ่ที่สำคัญหรือมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม เห็นด้วยว่าบ้านที่รักษ์โลก จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ ในระดับความเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 4.14

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

| การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง | ระดับความคิดเห็น | | |
|--|------------------|-------|-------------|
| | \bar{X} | S.D. | ความหมาย |
| ถ้าจะซื้อบ้าน คนส่วนใหญ่ที่สำคัญหรือมีอิทธิพลต่อฉัน คิดว่าฉันควรซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 3.67 | 1.031 | เห็นด้วยมาก |
| คนสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อฉัน ส่วนใหญ่อยากจะให้ฉัน ซื้อบ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | 3.57 | 1.057 | เห็นด้วยมาก |
| คนที่ฉันเชื่อถือก็คิดว่า การซื้อบ้านเดี่ยวที่รักษ์โลกดีกว่า บ้านธรรมดาทั่วไป | 3.81 | 1.030 | เห็นด้วยมาก |
| รวม | 3.68 | 0.927 | เห็นด้วยมาก |

จากตารางที่ 4.18 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงโดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าคนที่ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อถือก็คิดว่า การซื้อบ้านเดี่ยวที่รักษ์โลกดีกว่าบ้านธรรมดาทั่วไปในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 ลำดับที่สองคือมีความเห็นว่าถ้าจะซื้อบ้าน คนส่วนใหญ่ที่สำคัญหรือมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม คิดว่าผู้ตอบแบบสอบถามควรซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.67 และลำดับสุดท้ายมีความเห็นว่า คนสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยากจะให้ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.57

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

| การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|--------------|------------------------|
| | \bar{x} | S.D. | ความหมาย |
| ฉันสามารถที่จะซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกได้เองเลย | 3.61 | 1.184 | เห็นด้วยมาก |
| ฉันมีเงินและเวลาเพียงพอในการเลือกหาซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก | 3.07 | 1.193 | เห็นด้วยปานกลาง |
| ถ้าฉันต้องการ ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถที่จะซื้อบ้านเดี่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้เลย | 3.40 | 1.193 | เห็นด้วยปานกลาง |
| บ้านเดี่ยวทั่วโลกเป็นสิ่งที่หาซื้อได้ไม่ยาก | 2.88 | 1.190 | เห็นด้วยปานกลาง |
| การที่จะซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกหรือไม่ฉันขึ้นอยู่กับตัวฉันตัดสินใจได้เองทั้งหมด | 3.48 | 1.245 | เห็นด้วยมาก |
| รวม | 3.29 | 0.954 | เห็นด้วยปานกลาง |

จากตารางที่ 4.19 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมโดยรวมในระดับเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.29 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าตนนั้นสามารถที่จะซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกได้เองเลย ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.61 ลำดับที่สองคือมีความเห็นว่าการที่จะซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกหรือไม่ฉันขึ้นอยู่กับผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจได้เองทั้งหมด ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.48 ลำดับที่สามคือถ้าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามมั่นใจว่าสามารถที่จะซื้อบ้านเดี่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้เลย ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 และลำดับสุดท้ายคือมีความเห็นว่าบ้านเดี่ยวทั่วโลกเป็นสิ่งที่หาซื้อได้ไม่ยาก ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.88

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก

| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก | ระดับความคิดเห็น | | |
|--|------------------|-------|-------------|
| | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ความหมาย |
| ฉันจะพยายามซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต | 3.91 | 0.991 | เห็นด้วยมาก |

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยว
 รักร์โลก (ต่อ)

| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลก | ระดับความคิดเห็น | | |
|---|------------------|-------|-------------|
| | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ความหมาย |
| ฉันตั้งใจจะซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลกในอนาคต | 3.76 | 1.011 | เห็นด้วยมาก |
| ฉันจะใช้ความพยายามในการหาซื้อบ้านเดี่ยวที่ดีที่สุด สิ่งแวดล้อมให้ได้ | 3.60 | 1.091 | เห็นด้วยมาก |
| ในอนาคตฉันมีแผนที่จะซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลก | 3.54 | 1.113 | เห็นด้วยมาก |
| รวม | 3.70 | 0.938 | เห็นด้วยมาก |

จากตารางที่ 4.20 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นด้านความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลกโดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.70 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะพยายามซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในอนาคต ในระดับความเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.91 ลำดับที่สองคือผู้ตอบแบบสอบถามตั้งใจที่จะซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลกในอนาคต ในระดับความเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.76 ลำดับที่สามคือผู้ตอบแบบสอบถามจะใช้ความพยายามในการหาซื้อบ้านเดี่ยวที่ดีที่สุดสิ่งแวดล้อมให้ได้ ในระดับความเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.60 และลำดับสุดท้ายคือผู้ตอบแบบสอบถามมีแผนที่จะซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลกในอนาคต ในระดับความเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.54

4.4 วิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลกที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลก

การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลกที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลก วิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างในด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ประเภทที่อยู่อาศัย ผู้อยู่อาศัยร่วม ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรักร์โลก ทำเลที่ตั้ง และระดับราคาที่เหมาะสม ซึ่งใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) และในส่วนของความเป็นธรรมชาติการครอบครองที่อยู่อาศัยด้วยวิธี T-Test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผ่านโปรแกรม SPSS ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยว รักษ์โลก

| ปัจจัย | เพศ | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|---------------------------------------|-------------|------------|--------------|--------------|-------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | ชาย | 166 | 3.655 | 0.979 | 3.129 | 0.045 |
| | หญิง | 221 | 3.699 | 0.907 | | |
| | เพศทางเลือก | 16 | 4.266 | 0.782 | | |
| รวม | | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านเพศที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก มีค่า p - value เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้นหมายความว่าความแตกต่างด้านเพศมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 แสดงรายกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างในด้านเพศอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

| ปัจจัย | เพศ (I) | เพศ (J) | Mean | Sig. |
|---------------------------------------|---------|-------------|------------------|-------|
| | | | Difference (I-J) | |
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | ชาย | เพศทางเลือก | -0.611 | 0.039 |

จากตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบด้วยวิธี One - Way ANOVA โดยแสดงเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่าการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศทางเลือกมีค่า p - value เท่ากับ 0.039 นั้นหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศทางเลือกมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศทางเลือกมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยว
รักษ์โลก

| ปัจจัย | อายุ | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|---|------------|------------|--------------|--------------|-------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อ บ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 25 – 40 ปี | 299 | 3.739 | 0.866 | 2.332 | 0.098 |
| | 41 – 56 ปี | 82 | 3.683 | 1.128 | | |
| | 57 – 75 ปี | 22 | 3.296 | 1.051 | | |
| รวม | | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านอายุที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก มีค่า p - value เท่ากับ 0.098 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้นหมายความว่าความแตกต่างด้านอายุไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านสถานภาพที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้าน
เดี่ยวรักษ์โลก

| ปัจจัย | สถานภาพ | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|---|----------|------------|--------------|--------------|-------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อ บ้านเดี่ยวรักษ์โลก | โสด | 308 | 3.759 | 0.844 | 7.214 | 0.001 |
| | สมรส | 88 | 3.440 | 1.181 | | |
| | หย่าร้าง | 7 | 4.571 | 0.472 | | |
| รวม | | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านสถานภาพที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก มีค่า p - value เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้นหมายความว่าความแตกต่างด้านสถานภาพมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 แสดงรายกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างในด้านเพศอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก

| ปัจจัย | สถานภาพ (I) | สถานภาพ (J) | Mean | |
|--------------------------------------|----------------|----------------|---------------------|-------|
| | | | Difference (I-J) | Sig. |
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก | สมรส | โสด | -0.319 | 0.014 |
| | | หย่าร้าง | -1.131 | 0.006 |

จากตารางที่ 4.25 แสดงเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่าการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีค่า p -value เท่ากับ 0.014 นั้นหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสและกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้พบว่าการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้างมีค่า p -value เท่ากับ 0.006 นั้นหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างสถานภาพสมรสและกลุ่มตัวอย่างสถานภาพหย่าร้างมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้างมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก

| ปัจจัย | ระดับการศึกษา | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|--------------------------------------|------------------|-----|-----------|-------|-------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 57 | 3.570 | 1.238 | 0.688 | 0.503 |
| | ปริญญาตรี | 242 | 3.719 | 0.880 | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 104 | 3.740 | 0.881 | | |
| รวม | | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก มีค่า p -value เท่ากับ 0.098 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

0.05 นั้นหมายความว่าความแตกต่างด้านระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยว
 รัชโยชน์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับรายได้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการ
 ซื้อบ้านเดี่ยวรัชโยชน์โลก

| ปัจจัย | ระดับรายได้ | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|--|----------------------|-----|-----------|-------|-------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อ บ้านเดี่ยวรัชโยชน์โลก | ต่ำกว่า 20,000 บาท | 84 | 3.804 | 1.041 | 1.137 | 0.340 |
| | 20,001 – 40,000 บาท | 169 | 3.652 | 0.935 | | |
| | 40,001 – 60,000 บาท | 87 | 3.589 | 0.970 | | |
| | 60,001 – 80,000 บาท | 32 | 3.984 | 0.743 | | |
| | 80,001 – 100,000 บาท | 19 | 3.737 | 0.779 | | |
| | 100,000 บาทขึ้นไป | 12 | 3.750 | 0.511 | | |
| | รวม | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านระดับรายได้ที่ส่งผลต่อความตั้งใจ
 ในการซื้อบ้านเดี่ยวรัชโยชน์โลก มีค่า p – value เท่ากับ 0.340 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
 นั้นหมายความว่าความแตกต่างด้านระดับรายได้ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรัชโยชน์โลก
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของประเภทที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการ
 ซื้อบ้านเดี่ยวรัชโยชน์โลก

| ปัจจัย | ประเภทที่อยู่อาศัย | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|--|----------------------------|-----|-----------|-------|-------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อ บ้านเดี่ยวรัชโยชน์โลก | บ้านเดี่ยว | 180 | 3.692 | 0.974 | 0.298 | 0.879 |
| | คอนโดมิเนียม | 86 | 3.759 | 0.848 | | |
| | ตึกแถว | 48 | 3.651 | 1.001 | | |
| | ทาวน์เฮาส์/บ้านแฝด | 77 | 3.669 | 0.960 | | |
| | อพาร์ทเมนต์/หอพัก/ห้องเช่า | 12 | 3.917 | 0.651 | | |
| | รวม | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของประเภทที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก มีค่า p - value เท่ากับ 0.879 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นหมายความว่าความแตกต่างของประเภทที่อยู่อาศัยไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเป็นกรรมติฐิ์การครอบครองที่อยู่อาศัยส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก

| ปัจจัย | ความเป็นกรรมติฐิ์การครอบครองที่อยู่อาศัย | N | \bar{X} | S.D. | t | Sig. |
|---------------------------------------|---|-----|-----------|-------|--------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก | เป็นกรรมติฐิ์ของท่านหรือสมาชิกในครอบครัว | 340 | 3.679 | 0.954 | -1.234 | 0.218 |
| | ไม่เป็นกรรมติฐิ์ของท่านหรือสมาชิกในครอบครัว | 63 | 3.837 | 0.838 | | |

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเป็นกรรมติฐิ์การครอบครองที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก มีค่า p - value เท่ากับ 0.218 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นหมายความว่าความแตกต่างของความเป็นกรรมติฐิ์การครอบครองที่อยู่อาศัยไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.30 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้อยู่อาศัยร่วมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก

| ปัจจัย | ผู้อยู่อาศัยร่วม | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|---------------------------------------|------------------------------|-----|-----------|--------|-------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก | อยู่คนเดียว | 78 | 3.8365 | 0.8216 | 1.111 | 0.345 |
| | ครอบครัว/ญาติพี่น้อง/คู่สมรส | 315 | 3.6817 | 0.9621 | | |
| | คู่รัก-ไม่สมรส | 4 | 3.5 | 0.4564 | | |
| | เพื่อน | 6 | 3.25 | 1.2247 | | |
| | รวม | 403 | 3.7035 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้อยู่อาศัยร่วมที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก มีค่า p - value เท่ากับ 0.345 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้นหมายความว่าความแตกต่างของผู้อยู่อาศัยร่วมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก

| ปัจจัย | ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|--------------------------------------|-------------------------------|------------|--------------|--------------|-------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก | ท่านคนเดียว | 73 | 3.740 | 0.869 | 0.318 | 0.866 |
| | ครอบครัว/ญาติพี่น้อง/คู่สมรส | 323 | 3.690 | 0.957 | | |
| | คู่รัก-ไม่สมรส | 4 | 4.125 | 0.854 | | |
| | เพื่อน | 1 | 3.250 | - | | |
| | ทั้งหมด | 2 | 3.875 | 0.884 | | |
| | รวม | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก มีค่า p - value เท่ากับ 0.345 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้นหมายความว่าความแตกต่างของผู้อยู่อาศัยร่วมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเห็นในด้านช่วงเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก

| ปัจจัย | ช่วงเวลา | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|--------------------------------------|----------------------|------------|--------------|--------------|-------|------|
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวทั่วโลก | ไม่เกิน 1 ปีข้างหน้า | 9 | 3.944 | 1.088 | 3.813 | 0.05 |
| | 1 - 3 ปี ข้างหน้า | 73 | 3.966 | 0.756 | | |
| | 4 - 5 ปี ข้างหน้า | 76 | 3.872 | 0.897 | | |
| | มากกว่า 5 ปีข้างหน้า | 94 | 3.628 | 0.902 | | |
| | ยังไม่แน่ใจ | 151 | 3.525 | 1.013 | | |
| | รวม | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเห็นในด้านช่วงเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก มีค่า p - value เท่ากับ 0.05 ซึ่งเท่ากับระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้นหมายความว่าความแตกต่างของความเห็นในด้านช่วงเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.33 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความเห็นในด้านช่วงเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก

| ปัจจัย | ระยะเวลา (I) | ระยะเวลา (J) | Mean Difference (I-J) | Sig. |
|---------------------------------------|----------------------|-----------------|-----------------------------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก | 1 - 3 ปี ข้างหน้า | ยังไม่แน่ใจ | 0.441 | 0.009 |

จากตารางที่ 4.33 แสดงเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่าการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกใน 1-3 ปีข้างหน้าและกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่แน่ใจว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกในช่วงเวลาใดมีค่า p - value เท่ากับ 0.009 นั้นหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกใน 1-3 ปีข้างหน้าและกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่แน่ใจว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกในช่วงเวลาใดมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกใน 1-3 ปีข้างหน้ามีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่แน่ใจว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลกในช่วงเวลาใดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวระดับโลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวระดับโลก

| ปัจจัย | ทำเล | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|----------------|--------------------------------|-----|-----------|-------|-------|-------|
| ความตั้งใจใน | โซนใจกลางเมืองกรุงเทพฯ ฯ | 12 | 4.083 | 0.685 | 3.773 | 0.011 |
| การซื้อบ้าน | โซนกรุงเทพเชื่อมต่อใจกลางเมือง | 82 | 3.415 | 1.110 | | |
| เดี่ยวระดับโลก | โซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพฯ ฯ | 198 | 3.765 | 0.896 | | |

ตารางที่ 4.34 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก (ต่อ)

| ปัจจัย | ทำเล | N | \bar{X} | S.D. | F | Sig. |
|---------------------------------------|----------------|------------|--------------|--------------|---|------|
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | โซนต่างจังหวัด | 111 | 3.766 | 0.857 | | |
| | รวม | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก มีค่า p -value เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นหมายความว่าความแตกต่างของความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.35 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของทำเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

| ปัจจัย | ทำเล (I) | ทำเล (J) | Mean Difference (I-J) | Sig. |
|---------------------------------------|----------------------------------|---|-----------------------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | โซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพฯ ฯ | โซนกรุงเทพฯ เชื่อมต่อใจกลาง เมือง | 0.351 | 0.026 |

จากตารางที่ 4.35 แสดงเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่าการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำเล โซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพฯ ฯ และ โซนกรุงเทพฯเชื่อมต่อใจกลางเมืองมีค่า p -value เท่ากับ 0.026 นั่นหมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำเล โซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพฯ ฯ และกลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำเล โซนกรุงเทพฯเชื่อมต่อใจกลางเมืองมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำเล โซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพฯ ฯ มีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำเล โซนกรุงเทพฯเชื่อมต่อใจกลางเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 แสดงการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในด้านระดับราคาที่เหมาะสมของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเมื่อเปรียบเทียบกับบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไปที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

| ปัจจัย | ระดับราคา | N | S.D. | F | Sig. | |
|---|-----------------------|-----|-------|-------|-------|-------|
| ความตั้งใจในการซื้อ บ้านเดี่ยวรักษ์โลก | ระดับราคาใกล้เคียงกัน | 185 | 3.654 | 1.021 | 0.772 | 0.592 |
| | สูงกว่า 10% | 87 | 3.718 | 0.788 | | |
| | สูงกว่า 20% | 68 | 3.695 | 0.797 | | |
| | สูงกว่า 30% | 23 | 3.978 | 1.028 | | |
| | สูงกว่า 40% | 2 | 4.000 | 1.061 | | |
| | สูงกว่า 50% | 2 | 4.625 | 0.530 | | |
| | ราคาไม่ใช่ประเด็น | 36 | 3.694 | 1.032 | | |
| | รวม | 403 | 3.704 | 0.938 | | |

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในด้านระดับราคาที่เหมาะสมของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเมื่อเปรียบเทียบกับบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไปที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก มีค่า p -value เท่ากับ 0.592 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้นหมายความว่าความแตกต่างของความคิดเห็นในด้านระดับราคาที่เหมาะสมของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดงานวิจัย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดงานวิจัยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยวิเคราะห์ในปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.5.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามตารางที่ 4.37 ค่า R เท่ากับ 0.544 หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และค่า R Square เท่ากับ 0.296 หมายถึง ปัจจัยด้านทัศนคติสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงปัจจัยทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้ร้อยละ 29.6 และจากตารางที่ 4.38 พบว่าค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งหมายถึง ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมพบว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta) เท่ากับ 0.544 ตามตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.37 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 0.544 ^a | 0.296 | 0.294 | 0.408 |

ตารางที่ 4.38 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------|
| Regression | 28.128 | 1 | 28.128 | 168.7 | 0.000 |
| Residual | 66.861 | 401 | 0.167 | | |
| Total | 94.989 | 402 | | | |

ตารางที่ 4.39 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแสดงค่าสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

| | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|--------------|-------|-------|
| | B | Std. Error | Coefficients | | |
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 2.993 | 0.118 | 0.544 | 25.37 | 0.000 |

ตารางที่ 4.39 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแสดงค่าสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (ต่อ)

| | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|--------|-----------------------------|------------|----------------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Coefficients Beta | | |
| MeanAt | 0.366 | 0.028 | 0.544 | 12.988 | 0.000 |

4.5.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการประหยัดค่าใช้จ่าย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการประหยัดค่าใช้จ่ายจากตารางที่ 4.40 ค่า R เท่ากับ 0.574 หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับการประหยัดค่าใช้จ่ายและค่า R Square เท่ากับ 0.329 หมายถึง ปัจจัยด้านทัศนคติสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการประหยัดค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 32.9 และจากตารางที่ 4.41 พบว่าค่า p – value เท่ากับ 0.000 ซึ่งหมายถึง ปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการประหยัดค่าใช้จ่ายพบว่าค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Beta) เท่ากับ 0.574 ตามตารางที่ 4.42

ตารางที่ 4.40 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการประหยัดค่าใช้จ่ายด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 0.574 ^a | 0.329 | 0.328 | 0.555 |

ตารางที่ 4.41 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านทัศนคติต่อการประหยัดค่าใช้จ่ายด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|-----|-------------|---------|-------|
| Regression | 60.663 | 1 | 60.663 | 196.914 | 0.000 |
| Residual | 123.536 | 401 | 0.308 | | |
| Total | 184.2 | 402 | | | |

ตารางที่ 4.42 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการประหยัดค่าใช้จ่ายแสดงค่าสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

| | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|--------------|--------|-------|
| | B | Std. Error | Coefficients | | |
| (Constant) | 2.076 | 0.160 | | 12.946 | 0.000 |
| Attitude | 0.538 | 0.038 | 0.574 | 14.033 | 0.000 |

4.5.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยว รักษ์โลก

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยอันได้แก่ ทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดค่าใช้จ่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม และความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.43 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย

| R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 0.756 ^a | 0.572 | 0.567 | 0.6175 |

ตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยซึ่งค่า R เท่ากับ 0.756 หมายความว่า ตัวแปรต้นอันได้แก่ ทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดค่าใช้จ่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับตัวแปรตามคือความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก และค่า R Square เท่ากับ 0.572 หมายถึง ตัวแปรต้นดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกได้ร้อยละ 57.2

ตารางที่ 4.44 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

| | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|-----|-------------|---------|--------|
| Regression | 202.312 | 5 | 40.462 | 106.116 | 0.000a |
| Residual | 151.378 | 397 | 0.381 | | |
| Total | 353.69 | 402 | | | |

ตารางที่ 4.44 พบว่าค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งหมายถึง ตัวแปรต้นอันได้แก่ทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดค่าใช้จ่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.45 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกแสดงค่าสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

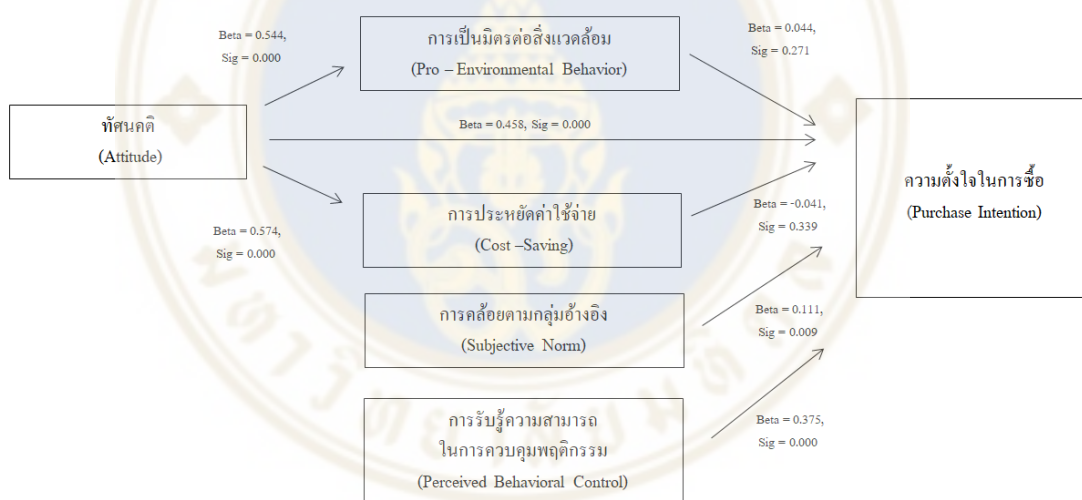
| | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|--------------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| ค่าคงที่ | -0.504 | 0.305 | | -1.654 | 0.099 |
| ทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | 0.595 | 0.062 | 0.458 | 9.562 | 0.000 |
| ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | 0.084 | 0.076 | 0.044 | 1.102 | 0.271 |
| การประหยัดค่าใช้จ่าย | -0.057 | 0.06 | -0.041 | -0.958 | 0.339 |
| การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง | 0.112 | 0.043 | 0.111 | 2.623 | 0.009 |
| การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม | 0.368 | 0.036 | 0.375 | 10.118 | 0.000 |

ตารางที่ 4.45 พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก มีค่า p - value เท่ากับ 0.000 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีค่า p - value เท่ากับ 0.009 และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั้น

หมายความว่าปัจจัยดังกล่าวทั้งสามปัจจัยมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาเฉพาะปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกรายปัจจัยพบว่าปัจจัยที่มีค่า Beta มากที่สุดคือปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก มีค่า Beta เท่ากับ 0.458 ลำดับที่สองคือปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มีค่า Beta เท่ากับ 0.375 และลำดับสุดท้ายคือปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีค่า Beta เท่ากับ 0.111 เมื่อเรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงตามลำดับ

4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน



ภาพที่ 4.1 กรอบงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกพร้อมทั้งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย

สมมติฐานที่ 1

H_0 : ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

H_1 : ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

สมมติฐานที่ 2

H_0 : ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

H_1 : ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าค่า p - value เท่ากับ 0.271 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 และยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

สมมติฐานที่ 3

H_0 : ปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

H_1 : ปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าค่า p - value เท่ากับ 0.339 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง H_1 และยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 ปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

สมมติฐานที่ 4

H_0 : ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

H_1 : ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าค่า p - value เท่ากับ 0.009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก

H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

สมมติฐานที่ 5

H_0 : ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

H_1 : ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

จากตารางที่ 4.45 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าค่า p - value เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักของโลกของผู้บริโภค”
ทำการสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในประเด็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ
- 5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรกรักของโลกของผู้บริโภค”
ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.1.1 วิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลก

จากการเก็บตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม 403 คน พบว่าเป็นเพศหญิงจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 รองลงมาคือ เพศชายจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 และลำดับสุดท้ายคือเพศทางเลือกจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 – 40 ปี จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.19 มีสถานภาพโสด จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 76.40 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.05 มีระดับรายได้ระหว่าง 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 41.94 อาศัยอยู่ในที่พักอาศัยประเภทบ้านเดี่ยว จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 44.70 ซึ่งที่พักอาศัยเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามหรือสมาชิกในครอบครัว จำนวน 340 คน คิดเป็น 84.40 อาศัยร่วมกับครอบครัว ญาติพี่น้องหรือคู่สมรส จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.20 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกต่อผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือครอบครัว ญาติพี่น้องหรือคู่สมรส จำนวน 323 คน คิด

เป็นร้อยละ 80.15 ส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกในช่วงเวลาใด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าทำเลของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกควรตั้งอยู่โซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพฯ ฯ จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.13 ระดับราคาบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่เหมาะสมควรมีระดับราคาใกล้เคียงกับบ้านเดี่ยวธรรมดาทั่วไป จำนวน 185 คน คิดเป็น 45.90 และบ้านเดี่ยวควรมีวัสดุตัวบ้านช่วยลดความร้อน มีค่าเฉลี่ย 4.83 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

5.1.2 วิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

การวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรและความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก วิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่างในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ประเภทที่อยู่อาศัย ความเป็นกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัย ผู้อยู่อาศัยร่วม ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทำเลที่ตั้ง และระดับราคาที่เหมาะสม จากการเก็บตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม 403 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างในด้านปัจจัยดังต่อไปนี้มีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่แตกต่างกัน

1. ปัจจัยด้านเพศ พบว่าความแตกต่างด้านเพศมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงเลือกมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกสูงที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงเลือกมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเพศชายเลือกมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ปัจจัยด้านอายุ พบว่าความแตกต่างด้านอายุไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ปัจจัยด้านสถานภาพ พบว่าความแตกต่างด้านสถานภาพมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้างมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากที่สุดตามมาด้วยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดและสมรสตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสและกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสและกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้างมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

ที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้างมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ปัจจัยด้านระดับการศึกษา พบว่าความแตกต่างด้านระดับการศึกษาไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ปัจจัยด้านระดับรายได้ พบว่าความแตกต่างด้านระดับรายได้ไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ปัจจัยความแตกต่างของประเภทที่อยู่อาศัย พบว่าความแตกต่างของประเภทที่อยู่อาศัยไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ปัจจัยความแตกต่างของความเป็นกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัย พบว่าความแตกต่างของความเป็นกรรมสิทธิ์การครอบครองที่อยู่อาศัยไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. ปัจจัยด้านความแตกต่างของผู้อยู่อาศัยร่วม พบว่าความแตกต่างของผู้อยู่อาศัยร่วมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. ปัจจัยด้านความแตกต่างของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ พบว่าความแตกต่างของผู้อยู่อาศัยร่วมไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10. ปัจจัยด้านความแตกต่างของความเห็นในด้านช่วงเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลก พบว่าความแตกต่างของความเห็นในด้านช่วงเวลาที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกใน 1-3 ปีข้างหน้าและกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่แน่ใจว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกในช่วงเวลาใดมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกใน 1-3 ปีข้างหน้ามีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่แน่ใจว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกในช่วงเวลาใดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.05

11. ปัจจัยด้านความแตกต่างของความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวรกรักโลก พบว่าความแตกต่างของความคิดเห็นด้านทำเลที่ตั้งของบ้านเดี่ยวรกรักโลกมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำเลโซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพ ฯ และกลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำเลโซนกรุงเทพเชื่อมต่อใจกลางเมืองมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำเลโซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพ ฯ มีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรกรักโลกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกทำเลโซนกรุงเทพเชื่อมต่อใจกลางเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.05

12. ปัจจัยด้านความแตกต่างของความคิดเห็นในด้านระดับราคาที่เหมาะสม พบว่าความแตกต่างของความคิดเห็นในด้านระดับราคาที่เหมาะสมของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกไม่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านต่าง ๆ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านต่าง ๆ พบว่าปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับเห็นด้วยมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 4.50 และปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่าย ค่าเฉลี่ย 4.29 ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับเห็นด้วยมากที่สุดได้แก่ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ค่าเฉลี่ย 3.68 และปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับเห็นด้วยปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ค่าเฉลี่ย 3.29 ส่วนตัวแปรตามอย่างปัจจัยด้านความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.70

5.1.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดงานวิจัย

จากภาพที่ 4.1 กรอบงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก พร้อมทั้งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัย พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยด้านทัศนคติส่งผลต่อปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เนื่องจากค่า Beta ปัจจัยทัศนคติต่อการประหยัดค่าใช้จ่ายเท่ากับ 0.574 ซึ่งมากกว่าค่า Beta ของปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.544

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก พบว่า ตัวแปรต้นอันได้แก่ ทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดค่าใช้จ่าย การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ปัจจัยดังกล่าวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกได้ร้อยละ 57.2 โดยปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามคือความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อเรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการ

ซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค” ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

5.2.1 ความแตกต่างของลักษณะประชากรที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

จากการศึกษาพบว่าความแตกต่างด้านเพศมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศทางเลือกมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเพศทางเลือกมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากกลุ่มเพศทางเลือกมักจะอาศัยอยู่ร่วมกันเพียงสองคนและส่วนใหญ่ไม่มีบุตร ทำให้มีแนวโน้มที่จะมองหาความยั่งยืนในการใช้ชีวิตซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นบ้านที่มีแนวคิดเกี่ยวกับความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและคุณประโยชน์ด้านการใช้สอย ประกอบกับกลุ่มเพศทางเลือกมีพฤติกรรมการใช้จ่ายบริโภคสินค้าที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วย เช่น การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ฉลาด

จากการศึกษาพบว่าความแตกต่างด้านสถานภาพมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสและกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างสถานภาพสมรสและกลุ่มตัวอย่างสถานภาพหย่าร้างมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้างมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากกลุ่มคนโสดและกลุ่มหย่าร้างมีแนวโน้มที่จะต้องใช้ชีวิตคนเดียว อาจจะต้องเผชิญกับ

ความรู้สึกโดดเดี่ยวในการใช้ชีวิต ด้วยคุณลักษณะของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมักจะมีพื้นที่สีเขียวสร้างความร่มรื่นของที่อยู่อาศัยที่ช่วยบรรเทาความรู้สึกดังกล่าวลงได้

5.2.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดงานวิจัย

ด้านปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากและปัจจัยดังกล่าวยังมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tarkiainen and Sundqvist (2005) ที่ศึกษาถึงความตั้งใจในการบริโภคอาหารในการซื้ออาหารออร์แกนิก พบว่า ความตั้งใจของผู้บริโภคในการซื้ออาหารออร์แกนิกสามารถคาดการณ์ได้ด้วยทัศนคติซึ่งทัศนคติกับความตั้งใจในการซื้อมีความสัมพันธ์กัน

ด้านปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากและปัจจัยดังกล่าวยังมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gyan Prakash and Pramod Pathak (2017) ได้ศึกษาความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภครุ่นใหม่ในประเทศอินเดียที่มีการใช้ทฤษฎีทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) อันประกอบไปด้วยปัจจัยด้านทัศนคติต่อพฤติกรรมและปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง โดยมีการเพิ่มเติมการทดสอบด้วยปัจจัยความใส่ใจในสิ่งแวดล้อม (Environmental Concern) และความยินดีที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ที่มีต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภครุ่นใหม่ในประเทศอินเดียอย่างมีนัยสำคัญได้แก่ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ทัศนคติ ความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมและความยินดีที่จะจ่าย

ด้านปัจจัยด้านปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลางและปัจจัยดังกล่าวยังมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Xiaoping et al. (2020) ที่ได้ทำการศึกษาความตั้งใจในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศจีน มีการนำทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและเพิ่มปัจจัยความยินดีที่จะจ่าย (Willingness to pay) เข้ามาศึกษาถึงความตั้งใจในการซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม พบว่าความตระหนักในสิ่งแวดล้อม (Environmental Awareness) ส่งผลเชิงบวกต่อปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์สีเขียว โดยปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและความยินดีที่จะจ่ายส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการซื้อ

สินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ทัศนคติต่อการซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมไม่ได้ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจในการซื้อ โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อมากที่สุดตามมาด้วยปัจจัยความตระหนักในสุขภาพ (Health Consciousness) ความยินดีจ่าย และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงตามลำดับ

จากกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์ที่เป็นผลมาจากความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Behavior Intention) โดยความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย อันได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude toward the behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) โดยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย (Fishbein and Ajzen, 2010) ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้นำทฤษฎีดังกล่าวมาใช้ทดสอบความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยววิเศษโลก ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยววิเศษโลก ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยววิเศษโลก สอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนและงานวิจัยอื่น ๆ ที่มีการทดสอบความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมด้วยกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนเช่น งานวิจัยของ Qingzhou et al. (2021) ที่ศึกษาถึงความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ของผู้บริโภครุ่นใหม่ในประเทศจีน พบว่าปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและบรรทัดฐานทางศีลธรรม (Moral Norms) เป็นปัจจัยที่มีสำคัญที่สุดในการส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นรุ่นใหม่ ในขณะที่ทัศนคติและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรีไซเคิลได้ของผู้บริโภครุ่นใหม่อย่างมีนัยสำคัญ และงานวิจัยของ Ru et al. (2019) ได้ศึกษาความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมเพื่อการลดมลภาวะฝุ่น PM2.5 ของผู้บริโภควัยหนุ่มสาวในประเทศจีน โดยการใช้ปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนพบว่า ปัจจัยทัศนคติต่อพฤติกรรมเพื่อการลดมลภาวะฝุ่น PM2.5 และปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมเพื่อการลดมลภาวะฝุ่น PM2.5 อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังค้นพบว่าปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่ส่งผลกระทบทางอ้อมผ่านปัจจัยขั้นกลางอันได้แก่ปัจจัยทัศนคติต่อพฤติกรรมเพื่อการลดมลภาวะฝุ่น PM2.5 ปัจจัยบรรทัดฐานทางศีลธรรมส่วนบุคคล (Personal Moral Norm) และปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมมากกว่า 2.5 เท่าของผลกระทบต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมโดยตรง

สำหรับปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปัจจัยด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายที่แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีระดับความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดแต่ปัจจัยทั้งสอง ไม่ได้มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ได้ดังประเด็นดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

การศึกษาการวิเคราะห์ความแตกต่างของลักษณะประชากรที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกพบว่า เพศทางเลือกมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่าเพศอื่น ๆ อีกทั้งเพศทางเลือกมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชายอย่างมีนัยสำคัญ ในกรณีที่มิงบประมาณในการบริหารโครงการอย่างจำกัดควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเพศทางเลือก เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะซื้อบ้านรักษ์โลกมากกว่าซึ่งจะสามารถสร้างความคุ้มค่าในการลงทุนมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ ในการทำการตลาดกลุ่มดังกล่าวจะต้องมีการศึกษาข้อมูลความต้องการบริโภคสินค้าของกลุ่มเพศทางเลือก เพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าว เช่น กลุ่มเพศทางเลือกมีพฤติกรรมการใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2558) ดังนั้นการออกแบบนอกจากจะคำนึงถึงคุณประโยชน์ ฟังก์ชันการใช้งานของบ้านแล้วยังต้องคำนึงถึงรูปแบบและดีไซน์ของบ้านที่จะต้องสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ดีของผู้อยู่อาศัยอีกด้วย นอกจากนี้หากพิจารณาถึงปัจจัยด้านสถานภาพในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายจะต้องให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่มีสถานภาพหย่าร้างและสถานภาพโสด เนื่องจากจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพหย่าร้างและสถานภาพโสดมีความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากกลุ่มคนโสดและกลุ่มหย่าร้างมีแนวโน้มที่จะต้องใช้ชีวิตเพียงลำพังซึ่งอาจจะต้องเผชิญกับความรู้สึกโดดเดี่ยว ในการออกแบบและการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายควรเน้นที่ที่พักอาศัยที่มีพื้นที่สีเขียวในบ้าน เพื่อการทำกิจกรรมที่สร้างความผ่อนคลาย สบายใจหรือสร้างความสุขทางจิตใจด้านอื่น ๆ เพื่อบรรเทากับความรู้สึกด้านลบจากการอาศัยอยู่เพียงลำพัง

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยว รักษ์โลกพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมและ ปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงตามลำดับ ดังนั้นในการเพิ่มความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวตามลำดับด้วยเช่นกัน

ในด้านปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมากที่สุด ควรทำการสื่อสารทางการตลาดที่มีเนื้อหาที่มุ่งเน้นการสร้างทัศนคติที่ดีแก่กลุ่มเป้าหมายต่อการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกว่าการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ดี บ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นบ้านที่น่าอยู่หรือการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ฉลาด เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกเห็นด้วยกับการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก เช่น การเผยแพร่เนื้อหาแนวคิดในการออกแบบและการใช้ชีวิตต่าง ๆ ในการสร้างบ้านด้วยไอเดียต่าง ๆ เพื่อสิ่งแวดล้อม ประกอบกับการมีฟังก์ชันเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่นอกจากจะเป็นประโยชน์ในด้านการใช้งานแล้วยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผู้อยู่อาศัยเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่าตนเองนั้นเป็นผู้ที่ฉลาดเลือก

ในด้านปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ได้แก่ปัจจัยด้านการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นลำดับที่สอง ควรมีการทำให้กลุ่มเป้าหมายทราบถึงการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นเรื่องง่าย สามารถซื้อได้ด้วยตัวคนเดียวหรือสามารถการผ่อนชำระบ้านระยะยาวได้ด้วยลำพัง ประกอบกับปัจจุบันโครงการบ้านเดี่ยวรักษ์โลกยังไม่เป็นที่นิยมในประเทศไทยมากนัก หากได้รับการส่งเสริมจากรัฐเพื่อทำให้ระดับราคาบ้านเดี่ยวรักษ์โลกต่ำลงจะช่วยลดความกังวลในการมีภาระค่าใช้จ่ายในการผ่อนชำระของกลุ่มเป้าหมาย หรือโครงการบ้านเดี่ยวรักษ์โลกอาจร่วมกับสถาบันการเงินในการออกแบบสินเชื่อสำหรับบ้านเดี่ยวรักษ์โลกโดยเฉพาะ อีกทั้งส่งเสริมให้คนในสังคมโดยรวมเห็นคุณค่าของบ้านเดี่ยวรักษ์โลกซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยด้านการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นลำดับที่สุดท้าย

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งถัดไป

1. เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ที่อ้างอิงปัจจัยตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนทำให้มีการจำกัดถึงตัวแปรที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) ประกอบเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มตัวแปรอื่น ๆ ในการศึกษาซึ่งจะส่งผลให้ งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากขึ้น

2. เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป อาจจะต้องทำการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจะมีการเติบโตและกลายเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อในอนาคต

5.4 ข้อจำกัดงานวิจัย

การศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก เก็บข้อมูลในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งและกลุ่มตัวอย่างจำนวนจำกัด ควรมีการศึกษาอย่างต่อเนื่องและขยายจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากขึ้นเพื่อความสมบูรณ์ของงานการศึกษาวิจัยในอนาคต



บรรณานุกรม

- กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย. (2564). *กฎหมายสิ่งแวดล้อม*. สืบค้น 11 ตุลาคม 2565, จาก <https://treaties.mfa.go.th/กฎหมายระหว่างประเทศ/กฎหมายสิ่งแวดล้อม>
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ณัฐพล อัสสระรัตน์ และ พัฒน์นรี ศรีสุภโอบอาร. (2551). การวัดพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม: การวิจัยเชิงสำรวจ. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 30 (117-118), 145-156.
- คารณี พานทอง. (2542). *ทฤษฎีจูงใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นภวรรณ พงษ์เขียว และ จิราภรณ์ เทียมพันธ์พงศ์. (2561). พฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มาเยือนอุทยานแห่งชาติปางสีดา. *Veridian E-Journal*, 11 (1), 1707 – 1720.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2564). *กลไกไทย ชีพชีวินโควิดดันยอดขายฟู้ดดีลิเวอรี่สะพัด 5.58 หมื่นล้านบาท*. สืบค้น 9 ตุลาคม 2565, จาก <https://www.prachachat.net/finance/news-742917>
- พรพรรณ พันธุ์แจ่ม. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม*. (วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิฑูร อมรวิทวัส. (2562). *การวิเคราะห์พฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้มาเยือนอุทยานแห่งชาติทางบกในประเทศไทย (รายงานผลการวิจัย)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มัลลิกา มงคลรังสฤษฎ์. (2562). รูปแบบของบ้านประหยัดพลังงาน: กรณีศึกษาโครงการเสนาพาร์ค วิลล์และโครงการเสนาพาร์ค แกรนด์. *สารศาสตร์*, 2562 (4), 458-469. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sarasatr/article/download/189158/156825/774669>
- วรพจน์ ปานรอด และ ณัฐภัทร นิระภัย. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้น้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคกรณีศึกษา: ลูกค้ายในอนาคตพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง* (วิทยานิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง. (2557). ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนกับความภักดีของนักท่องเที่ยว. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 34 (2), 131-146.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ศิริรัตน์ อมรประเสริฐชัย. (2555). *ทัศนคติ ความพอใจที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการซื้อซ้ำ สำหรับรถยนต์นั่งประหยัดพลังงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร* (สารนิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์โฮลิสติก พับลิชชิ่ง.
- สุวรรณา วิริยะประยูร. (2548). *พฤติกรรมกรรมการแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ตามแนวทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน*. สืบค้น 15 กันยายน 2564, จาก <https://www.mea.or.th>
- สุขเมธ บังเกิด. (2562). *พฤติกรรมกรรมการประหยัดพลังงาน ไฟฟ้าของพนักงานระดับปฏิบัติการ บริษัท คูเม็กซ์ จำกัด*. (สารนิพนธ์ธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นจาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2870/1/61602352.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองไมอามี ประเทศสหรัฐอเมริกา. (2558). *รายงานพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT)*. สืบค้น 28 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/95251/95251.pdf
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Bandura, A., Adams, N. E., Hardy, A. B., & Howells, G. N. (1980). Tests of the generality of self-efficacy theory. *Cognitive Therapy and Research*, 4 (1), 39-66.
- DDproperty. (2564). *ผลสำรวจชี้คนไทยอยากได้บ้านเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม*. สืบค้น 10 ตุลาคม 2565, จาก <https://www.ddproperty.com/คู่มือซื้อขาย/ผลสำรวจชี้-คนไทย-อยากได้บ้านเป็น-มิตรกับสิ่งแวดล้อม-56265>
- Brandbuffet. (2564). *เทรนด์รักษ์โลกมาแรง ศูนย์วิจัยกสิกรไทยชี้ ถูกค้ายอมจ่ายสินค้า-บริการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ในราคาไม่เกิน 20% จากปกติ*, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2021/03/kresearch-servey-behavior-consumer-eco-product/>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975).) Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *The Annual of the American Academy of Political and Social Science*. 640 (1), 11-27.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press.
- Kim, S., & Pysarchik, D. T. (2000). Predicting purchase intention for uni-national and bi-national products. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 28 (6), 280-291.
- Petty, R. E. (2001). Attitude Change: Psychological. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Science*, 894–899.
- Positioning. (2565). เจาะลึกพฤติกรรม “ผู้บริโภครักษ์โลก” เพิ่มขึ้นเป็น 20% ยังมีช่องว่างให้แบรนด์ทำตลาด. สืบค้น 10 ตุลาคม 2565, จาก <https://positioningmag.com/1297515>
- PTT Expresso. (2565). สรุปภาพรวมวิกฤตสิ่งแวดล้อม 2021 เมื่อโลกต้องร่วมกันแก้ปัญหา. สืบค้น 10 ตุลาคม 2565, จาก <https://blog.pttexpresso.com/environmental-crisis/>
- Qingzhou, W., Wenyu Z., Ming-Lang, T., Yanwen, S., & Yuning, Z. (2021). Intention in use recyclable express packaging in consumers' behavior: An empirical study. *Resources, Conservation and Recycling*, 164 (2021), 105-115.
- Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of Finnish consumers in buying organic food. *British Food Journal*, 107 (11), 808-822.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ประกอบงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค

คำอธิบาย

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งสารนิพนธ์ระดับปริญญาโท วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค” โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค ทั้งนี้ข้อมูลส่วนตัวและคำตอบของท่านจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลแต่อย่างใด โดยข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปใช้เพื่อการศึกษาวิจัยเพียงเท่านั้น ทางผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ให้ครบถ้วนสมบูรณ์ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

บ้านเดี่ยวรักษ์โลก คือ บ้านที่มีแนวคิดในการออกแบบที่เน้นการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีรูปแบบและฟังก์ชันการใช้งาน เช่น การติดโซลาร์เซลล์ โครงสร้างระบายอากาศ วัสดุที่ช่วยระบายความร้อนหรือการใช้วัสดุทดแทนการใช้วัสดุจากธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลดการใช้พลังงาน ประหยัดค่าใช้จ่าย และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

กลุ่มอ้างอิง คือ กลุ่มผู้ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลอื่นหรือมีความสำคัญกับบุคคลอื่น ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือมักจะถูกเลียนแบบการพฤติกรรมหรือทัศนคติ อาจจะเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดหรือเป็นบุคคลไกลที่มีอิทธิพล โดยบุคคลอ้างอิงจะมีความสำคัญในแต่ละประเด็นของเรื่องหรือพฤติกรรมใดที่สอดคล้องกับบุคคลนั้น ๆ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย หญิง เพศทางเลือก

2. อายุ

ต่ำกว่า 25 ปี 25 – 40 ปี 41 - 56 ปี

57 – 75 ปี

75 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

โสด สมรส

หย่าร้าง อื่นๆ

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

5. ระดับรายได้

ต่ำกว่า 20,000 บาท 20,001 – 40,000 บาท 40,001 – 60,000 บาท

60,001 – 80,000 บาท 80,001 – 100,000 บาท 100,000 บาทขึ้นไป

6. ประเภทที่อยู่อาศัยปัจจุบันของท่าน

บ้านเดี่ยว ตึกแถว ทาวน์เฮาส์

คอนโดมิเนียม อื่นๆ โปรดระบุ _____

7. ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบันของท่าน

กรรมสิทธิ์ของท่านหรือสมาชิกในครอบครัว

ไม่เป็นกรรมสิทธิ์ของท่านหรือสมาชิกในครอบครัว

8. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่กับใคร

อยู่คนเดียว ครอบครัว เพื่อน

อื่น ๆ โปรดระบุ _____

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นในการเลือกซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงตามความเป็นจริง

1. หากท่านตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับท่านคือใคร

ท่านคนเดียว ครอบครัว เพื่อน

คู่รัก-ไม่สมรส อื่น ๆ โปรดระบุ _____

2. หากเป็นไปได้ท่านจะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกในช่วงเวลาใด

ไม่เกิน 1 ปีข้างหน้า 1 - 3 ปี ข้างหน้า 4 - 5 ปี ข้างหน้า

มากกว่า 5 ปีข้างหน้า ยังไม่แน่ใจ

3. ท่านคิดว่าจะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกในทำเลใด

โซนต่างจังหวัด โซนปริมณฑล ชานเมืองกรุงเทพฯ ฯ

โซนกรุงเทพเชื่อมต่อกับใจกลางเมือง โซนใจกลางเมืองกรุงเทพฯ ฯ

4. ระดับราคาบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับบ้านเดี่ยวทั่วไป

ระดับราคาใกล้เคียงกัน สูงกว่า 10% สูงกว่า 20%

สูงกว่า 30% สูงกว่า 40% สูงกว่า 50%

ราคาไม่ใช่ว่าประเด็น

5. ระดับความสำคัญขององค์ประกอบบ้านเดี่ยวรักษ์โลก

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็น โดยมีเกณฑ์ ดังนี้ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย และ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

| องค์ประกอบบ้านเดี่ยวรักษ์โลกที่ควรจะมี | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| หลังคาโซล่าเซลล์ | | | | | |
| โครงสร้างระบายอากาศ | | | | | |
| ระบบสุขภัณฑ์และประปาประหยัดน้ำ | | | | | |
| วัสดุตัวบ้านช่วยลดความร้อน | | | | | |
| ติดตั้งฉนวนกันความร้อนใต้หลังคา | | | | | |
| ฟังก์ชันที่ลดซับมลภาวะภายในบ้าน | | | | | |
| ใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม | | | | | |
| มีพื้นที่สีเขียวเพียงพอ | | | | | |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็น โดยมีเกณฑ์ ดังนี้ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย และ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

| ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. ปัจจัยด้านทัศนคติต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก (Attitude toward Purchase Intention) | | | | | |
| 1.1 ท่านเห็นด้วยกับการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | | | | | |
| 1.2 การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ดี | | | | | |
| 1.3 การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา | | | | | |
| 1.4 บ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นบ้านที่น่าอยู่ | | | | | |
| 1.5 การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ฉลาด | | | | | |
| 1.6 การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกมีความหมายกับท่าน | | | | | |
| 1.7 การซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่ควรทำ | | | | | |
| 2. ทัศนคติต่อการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Attitude toward Pro-Environmental Behavior) | | | | | |
| 2.1 ฉันเป็นกังวลกับสิ่งแวดล้อมของโลกมาก | | | | | |
| 2.2 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้คนควรอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างเป็นมิตรต่อกัน ไม่ทำลายกัน | | | | | |
| 2.3 ความสมดุลของธรรมชาตินั้นเป็นสิ่งที่ต้องใส่ใจและมักถูกทำลายได้ง่าย | | | | | |
| 2.4 ฉันยินดีที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรการบริโภคของฉันเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน | | | | | |
| 2.5 ฉันคิดว่าทุก ๆ คนควรช่วยกันรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม | | | | | |

| ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกของผู้บริโภค | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. การประหยัดค่าใช้จ่าย (Cost Saving) | | | | | |
| 3.1 การซื้อบ้านที่รักษ์โลก จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย เช่น ค่าไฟ ค่าน้ำ ให้ฉันได้ | | | | | |
| 3.2 คนส่วนใหญ่ที่สำคัญต่อฉันหรือมีอิทธิพลกับฉัน เห็นด้วยว่าบ้านที่รักษ์โลก จะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ | | | | | |
| 3.3 โดยส่วนตัวแล้วฉันเชื่อว่า บ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนต่าง ๆ ได้ | | | | | |
| 4. ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) | | | | | |
| 4.1 ถ้าจะซื้อบ้าน คนส่วนใหญ่ที่สำคัญหรือมีอิทธิพลต่อฉัน คิดว่าฉันควรซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | | | | | |
| 4.2 คนสำคัญหรือมีอิทธิพลต่อฉัน ส่วนใหญ่อยากจะทำให้ฉันซื้อบ้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม | | | | | |
| 4.3 คนที่ฉันเชื่อถือนึกก็คิดว่า การซื้อบ้านเดี่ยวที่รักษ์โลกดีกว่าบ้านธรรมดาทั่วไป | | | | | |
| 5. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control) | | | | | |
| 5.1 ฉันสามารถที่จะตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกได้เองเลย | | | | | |
| 5.2 ฉันมีเงินและเวลาเพียงพอในการเลือกหาซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลก | | | | | |
| 5.3 ถ้าฉันต้องการ ฉันมั่นใจว่าฉันสามารถที่จะซื้อบ้านเดี่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้เลย | | | | | |
| 5.4 บ้านเดี่ยวรักษ์โลกเป็นสิ่งที่หาซื้อได้ไม่ยาก | | | | | |
| 5.5 การที่จะซื้อบ้านเดี่ยวรักษ์โลกหรือไม่ขึ้นอยู่กับตัวฉันตัดสินใจได้เองทั้งหมด | | | | | |

| ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักรษ์ โลกของผู้บริโภค | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. ความตั้งใจในการซื้อบ้านเดี่ยวรักรษ์โลก (Purchase Intention) | | | | | |
| 6.1 ฉันตั้งใจจะซื้อบ้านเดี่ยวรักรษ์โลกในอนาคต | | | | | |
| 6.2 ฉันจะพยายามซื้อบ้านเดี่ยวรักรษ์ที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อมในอนาคต | | | | | |
| 6.3 ในอนาคตฉันมีแผนที่จะซื้อบ้านเดี่ยวรักรษ์โลก | | | | | |
| 6.4 ฉันจะใช้ความพยายามในการหาซื้อบ้านเดี่ยวที่ ดีต่อสิ่งแวดล้อมให้ได้ | | | | | |

