

การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืน
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กรกฎาคม 2558

การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืน
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่



เการิณา พวงกิ่งแก้ว

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรกฎาคม 2558

การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืน
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

เการิณา พวงกิ่งแก้ว

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติคุณ ชุติกาวิทย์)

.....
.....
(รองศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ตันติประภา)

.....
..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. พัชรา ตันติประภา)

.....
..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร. ศรีัญญา กันตะบุตร)

21 กรกฎาคม 2558

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาและอนุเคราะห์เป็นอย่างดีจาก รองศาสตราจารย์ ดร.พัชรา ตันติประภา อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ ชุติกาวิทย์ ประธานคณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ และอาจารย์ ดร.ศรีัญญา กันตะบุตร กรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาและตรวจ แก้ไขจนการค้นคว้าแบบอิสระนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษา จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ คณะอาจารย์คณะบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และให้คำสั่งสอนตลอดจนคำแนะนำต่าง ๆ มาตลอดระยะเวลาของการศึกษา

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ประจำโครงการบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดที่ให้ความช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา สมาชิกทุกคนในครอบครัว และเพื่อนๆ ที่ได้ให้ข้อคิด คำแนะนำ และการสนับสนุนด้านการศึกษาตลอดมา

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาเพื่อให้อัตราความเห็นอันเป็น ประโยชน์แก่การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้เป็นอย่างยิ่ง

เการิณา พวงกิ่งแก้ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความเชื่อมั่น 95% ในลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

กลุ่มมีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืน (กลุ่มที่ 1) เป็นกลุ่มที่มีความตั้งใจในการบริโภคโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ เป็นผู้มีอายุ 31-70 ปี สถานภาพสมรส มีทั้งมีบุตรและไม่มีบุตรในจำนวนใกล้เคียงกัน แต่หากมีบุตรจะมีบุตรตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป การศึกษาสูงสุดในระดับ ปวส./อนุปริญญาหรือเทียบเท่า จนถึงปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ และพนักงานเอกชน มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท ต่อมาคือกลุ่มเป็นกลาง (กลุ่มที่ 2) เป็นกลุ่มที่บริโภคโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจอยู่บ้างเล็กน้อย แต่จะบริโภคโดยไม่คำนึงถึงการเป็นหนี้สิน และความประหยัด กลุ่มนี้เป็นผู้มีอายุ 18-30 ปี สถานภาพโสด ไม่มีบุตร แต่หากมีบุตรจะมีบุตรไม่เกิน 1 คน การศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี มีอาชีพนักศึกษา และรับราชการ/พนักงานราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ส่วนกลุ่มเริ่มมีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืน (กลุ่มที่ 3) เป็นกลุ่มที่เริ่มบริโภคโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ทั้ง 3 มิติ แต่จะไม่วางแผนการใช้จ่ายเงินในระยะยาว เป็นผู้มีอายุ 18-30 ปี สถานภาพโสดและยังไม่มีบุตร ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท และสุดท้าย กลุ่มสนใจแต่เศรษฐกิจของตนเอง (กลุ่มที่ 4) กลุ่มนี้บริโภคโดยไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม อยู่เลย แต่จะให้ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของตนเองเป็นหลัก มีลักษณะอายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา เหมือนกลุ่มที่ 3 แต่กลุ่มนี้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า โดยมีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Market Segmentation for Sustainable Conscious Consumers in Mueang Chiang Mai District
Author	Miss Paoreena Puangkingkaew
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Advisor	Associate Professor Dr. Patchara Tantiprabha

ABSTRACT

The purposes of this study were to examine market segmentation for sustainable conscious consumers in Mueang Chiang Mai district and to investigate characteristics of each group of sustainable conscious consumers. Data were collected from 425 samples according to quota sampling method, classified by age groups. The tool to collect data was questionnaires, composing of questions on sustainable conscious consumption in 3 dimensions: environmental consciousness, social consciousness, and economical consciousness. Data obtained were analyzed by factor analysis to figure out factor score, and derived factors under the principle that the Eigen value was greater than 1. The cluster analysis was, then, applied to divide consumers into groups. The factor score obtained were, later on, analyzed by the use of K-Mean Cluster Analysis.

The results of the study and the analyses indicated that the assessment of sustainable conscious consumers in Mueang Chiang Mai district could be sorted out into 7 principles: social consciousness, environment-friendly consciousness, debt-free consciousness, saving and worthwhile consciousness, functional consciousness, non-sharing consumption consciousness, and long term financial planning consciousness. Consumers were divided into 4 groups: Group 1 including 59.1% of consumers with sustainable consciousness, Group 2 including 24.2% of neutral consumers, Group 3 including 8.2% of the beginners of sustainable conscious consumer, and Group 4 including 8.5% of consumers with self-absorbed in individual economy affairs. The consumers in these 4 groups were significantly different at 95% of confidence interval, especially in demographic

characteristics namely age, marital status, number of children, education background, career, and average monthly income.

The group of consumers with sustainable consciousness (Group 1) was the group of those who intentionally took their consumption into full consideration of effects in 3 dimensions: environment, society, and economy. They were 31-70 years old, and married. In similar numbers, they had and did not have children. For those who had children, the number of children was 1 child or more. Their education background was referred to the high vocational certificate/diploma or equivalence to Bachelor's degree. The majority was self-employed/business owner, freelance and private company employee, and earned income at the amount of lower than 30,000 Baht. Next, the group of neutral consumers (Group 2) was the group of those who concerned a little bit on environmental, social, and economic effects; but without debt-free, saving and worthwhile consciousness. The consumers in this group were 18-30 years old, single, and did not have children. For those who had children, they had only 1 child at the maximum. Their education background was Bachelor's degree. Some of them were students and some were government officials/state employees. They earned monthly income at the amount of lower than 15,000 Baht. For the group of the beginners of sustainable conscious consumer, they started to think about effects in 3 dimensions: environment, society, and economy; but without long-term financial planning. They were 18-30 years old, single and without children. Their education background was Bachelor's degree. Most of them were students and earned average monthly income at lower than 10,000 Baht. Lastly, it was the group of consumers with self-absorbed in individual economy affairs (Group 4). The consumers in this group took consumption without any consciousness on environment and society; but paid mainly concern self-economy. Their age, marital status and education background were similar to the consumers in Group 3; but the consumers in Group 4 earned higher income, in the range of 15,000 Baht or lower.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	3
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	5
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
3.1 ขอบเขตการศึกษา	14
3.2 วิธีการศึกษา	15
3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา	17
3.4 ระยะเวลาที่ดำเนินการศึกษา	17
บทที่ 4 ผลการศึกษา	18
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	18

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.2 ผลการวิเคราะห์การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่	24
4.3 ผลการวิเคราะห์ลักษณะของผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่แต่ละกลุ่มทางด้านประชากรศาสตร์	37
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	51
5.1 สรุปผลการศึกษา	51
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	54
5.3 ข้อค้นพบ	58
5.4 ข้อเสนอแนะ	60
5.5 ข้อจำกัดของการศึกษา	62
5.6 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป	62
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	67
ภาคผนวก ก Anti-image Matrices	68
ภาคผนวก ข Communalities	70
ภาคผนวก ค Total Variance Explained	72
ภาคผนวก ง Rotated Component Matrix ^a	74
ภาคผนวก จ Component Score Coefficient Matrix	76
ภาคผนวก ฉ แบบสอบถาม	78
ประวัติผู้เขียน	88

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	18
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	19
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	19
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนบุตร	20
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการพักอาศัย อยู่กับบุตร	20
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพื้นที่พักอาศัย	20
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ การศึกษาสูงสุด	21
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	21
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับ ตำแหน่ง	22
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อ เดือน	23
ตารางที่ 4.11	KMO and Bartlett's test	24
ตารางที่ 4.12	แสดงผลคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ “จิตสำนึกต่อสังคม”	27
ตารางที่ 4.13	แสดงผลคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ “จิตสำนึกที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม”	28
ตารางที่ 4.14	แสดงผลคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ “จิตสำนึกของการปราศจาก หนี้สิน”	29
ตารางที่ 4.15	แสดงผลคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ “จิตสำนึกด้านความประหยัด และคุ้มค่า”	30
ตารางที่ 4.16	แสดงผลคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ “จิตสำนึกด้านผลประโยชน์ ในการใช้งาน”	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.17	แสดงผลคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ “จิตสำนึกที่ไม่บริโภคร่วมกับคนอื่น”	31
ตารางที่ 4.18	แสดงผลคำถามและน้ำหนักตัวประกอบ “จิตสำนึกของการวางแผนทางการเงินระยะยาว”	32
ตารางที่ 4.19	แสดงค่าเฉลี่ยของค้ประกอบของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม	33
ตารางที่ 4.20	แสดงผลการวิเคราะห์ ANOVA	35
ตารางที่ 4.21	แสดง Profile ของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม	36
ตารางที่ 4.22	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและเพศ	38
ตารางที่ 4.23	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและอายุ	39
ตารางที่ 4.24	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและสถานภาพ	40
ตารางที่ 4.25	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและจำนวนบุตร	41
ตารางที่ 4.26	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและการพักอาศัยอยู่กับบุตร	42
ตารางที่ 4.27	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและพื้นที่พักอาศัย	43
ตารางที่ 4.28	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและระดับการศึกษา	44
ตารางที่ 4.29	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและอาชีพ	45
ตารางที่ 4.30	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและระดับตำแหน่ง	46
ตารางที่ 4.31	แสดง Cross-tabulation ระหว่างผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่มและรายได้ต่อเดือน	47
ตารางที่ 4.32	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านต่างๆ กับผู้บริโภคทั้ง 4 กลุ่ม	48
ตารางที่ 4.33	แสดงลักษณะปัจจัยหลักและปัจจัยขยายของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม	49
ตารางที่ 5.1	แสดงการเปรียบเทียบลักษณะองค์ประกอบที่นำมาใช้ในการจัดกลุ่มที่ได้จากการศึกษา กับงานวิจัยต้นฉบับของ Balderjahn et al. (2013)	55
ตารางที่ 5.2	แสดงการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภคอย่างยั่งยืนของงานวิจัยอื่นๆ และจากการศึกษา	57

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 2.1	ภาพที่ 2.1 แสดงขั้นตอนการแบ่งส่วนตลาด	9
ภาพที่ 4.1	Scree plot	25



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

Anti-image Matrices

	ENV1	ENV2	ENV3	ENV4	ENV5	ENV6	ENV7	ENV8	SOC1	SOC2	SOC3	SOC4	SOC5	SOC6	SOC7	SOC8	ECON1	ECON2	ECON3	ECON4	ECON5	ECON6	ECON7	ECON8
ENV1	.937 ^a	-.244	.069	-.153	-.084	-.156	-.085	.019	-.185	-.010	.065	.079	-.099	.038	.021	.032	-.040	.023	.007	-.133	-.066	-.063	.042	-.057
ENV2	-.244	.926 ^a	-.388	.032	-.131	-.069	.064	-.172	.052	-.061	.077	-.117	.011	.009	-.040	.037	.040	-.054	-.095	.018	.030	-.024	.070	.103
ENV3	.069	-.388	.910 ^a	-.351	-.062	.017	-.139	-.006	-.029	.125	.020	.033	-.047	-.046	.083	-.061	.152	-.186	.027	.057	-.038	.042	-.050	-.076
ENV4	-.153	.032	-.351	.918 ^a	-.353	.085	-.080	-.137	-.040	-.010	-.087	.052	-.053	.083	.019	.016	.032	.106	-.036	-.044	.016	.029	-.063	.054
ENV5	-.084	-.131	-.062	-.353	.930 ^a	-.276	.086	-.140	-.019	-.051	-.051	.068	.048	-.003	.023	-.161	-.005	-.097	.005	.148	-.012	-.033	-.062	.017
ENV6	-.156	-.069	.017	.085	-.276	.929 ^a	-.206	-.009	.001	-.025	.082	-.091	-.018	.012	.062	-.026	.044	.048	.016	.047	-.050	-.027	-.020	-.022
ENV7	-.085	.064	-.139	-.080	.086	-.206	.909 ^a	-.520	.050	-.026	.101	-.204	.050	-.017	.003	-.019	.006	-.007	-.026	-.031	-.031	-.077	-.003	.016
ENV8	.019	-.172	-.006	-.137	-.140	-.009	-.520	.916 ^a	.065	-.023	-.081	-.102	.041	-.058	-.135	.022	-.088	.106	-.002	-.016	.015	.060	.036	-.024
SOC1	-.185	.052	-.029	-.040	-.019	.001	.050	.065	.938 ^a	-.285	-.158	-.158	-.059	-.095	-.076	-.050	-.128	.088	.065	.034	.012	.109	-.092	.012
SOC2	-.010	-.061	.125	-.010	-.051	-.025	-.026	-.023	-.285	.956 ^a	-.088	-.117	-.042	-.059	-.060	-.086	.108	-.082	-.049	-.028	-.048	.096	.008	-.052
SOC3	.065	.077	.020	-.087	-.051	.082	.101	-.081	-.158	-.088	.941 ^a	-.346	.002	-.162	-.107	.021	.047	.001	-.099	-.050	-.020	-.105	.018	-.027
SOC4	.079	-.117	.033	.052	.068	-.091	-.204	.102	-.158	-.117	-.346	.944 ^a	-.176	-.042	-.102	-.136	-.019	-.114	.056	.008	.158	.009	-.061	.060
SOC5	-.099	.011	-.047	-.053	.048	-.018	.050	.041	-.059	-.042	.002	-.176	.948 ^a	-.392	-.086	-.086	-.108	.080	-.013	.091	-.141	.021	-.016	-.107
SOC6	.038	.009	-.046	.083	-.003	.012	-.017	-.058	-.095	-.059	-.162	-.042	-.392	.947 ^a	-.153	-.174	.085	-.066	.073	-.027	-.032	-.105	.063	.053
SOC7	.021	-.040	.083	.019	.023	.062	.003	-.135	-.076	-.060	-.107	-.102	-.086	-.153	.961 ^a	-.310	.009	-.026	.038	.027	-.008	-.010	-.031	-.001
SOC8	.032	.037	-.061	.016	-.161	-.026	-.019	.022	-.050	-.086	.021	-.136	-.086	-.174	-.310	.961 ^a	.022	.047	-.093	-.120	-.020	.037	.103	.014
ECON1	-.040	.040	.152	.032	-.005	.044	.006	-.088	-.128	.108	.047	-.019	-.108	.085	.009	.022	.918 ^a	-.394	-.201	-.160	-.006	.006	-.029	.015
ECON2	.023	-.054	-.186	.106	-.097	.048	-.007	.106	.088	-.082	.001	-.114	.080	-.066	-.026	.047	-.394	.931 ^a	-.164	-.116	-.044	-.048	-.018	-.150
ECON3	.007	-.095	.027	-.036	.005	.016	-.026	-.002	.065	-.049	-.099	.056	-.013	.073	.038	-.093	-.201	-.164	.951 ^a	-.187	-.048	-.066	-.095	.007
ECON4	-.133	.018	.057	-.044	.148	.047	-.031	-.016	.034	-.028	-.050	.008	.091	-.027	.027	-.120	-.160	-.116	-.187	.927 ^a	-.187	.030	.038	-.130
ECON5	-.066	.030	-.038	.016	-.012	-.050	-.031	.015	.012	-.048	-.020	-.158	-.141	-.032	-.008	-.020	-.006	-.044	-.048	-.187	.960 ^a	-.207	-.141	.051
ECON6	-.063	-.024	.042	.029	-.033	-.027	-.077	.060	.109	.096	-.105	.009	.021	-.105	-.010	.037	.006	-.048	-.066	.030	-.207	.928 ^a	-.267	.010
ECON7	.042	.070	-.050	-.063	-.062	-.020	-.003	.036	-.092	.008	.018	-.061	-.016	.063	-.031	.103	-.029	-.018	-.095	.038	-.141	-.267	.951 ^a	-.200
ECON8	-.057	.103	-.076	.054	.017	-.022	.016	-.024	.012	-.052	-.027	.060	-.107	.053	-.001	.014	.015	-.150	.007	-.130	.051	.010	-.200	.949 ^a
ECON9	.150	-.022	-.030	-.041	-.040	-.036	.027	.003	-.016	-.015	-.032	.030	.108	.006	-.034	-.033	.010	.041	-.185	-.123	-.022	-.111	.029	-.194
ECON10	-.048	.023	.024	-.103	.051	-.069	.116	-.043	-.030	.052	.009	.013	-.005	-.017	.052	-.092	.057	-.148	.079	-.098	-.041	-.052	-.201	-.051
ECON11	.046	.032	-.053	.073	-.053	.052	-.004	-.126	-.015	.106	.055	-.085	-.009	-.040	-.047	-.021	-.074	.058	-.007	.047	-.036	-.022	-.069	-.207
ECON12	-.115	.055	-.129	-.044	-.020	.142	.116	-.034	-.224	-.002	.218	-.129	.039	.104	-.022	.002	-.123	-.056	-.031	-.027	.043	-.044	.120	.046
ECON13	.087	-.100	.139	-.047	.097	-.042	-.005	-.047	.113	-.060	-.184	.081	.049	-.166	.149	.012	-.051	-.059	.048	.072	-.048	.088	-.037	-.090
ECON14	-.005	-.028	-.033	.145	-.012	.039	-.084	-.012	.007	.141	-.045	-.036	-.089	.019	-.121	.087	-.021	.065	-.112	-.006	.088	-.033	.025	-.058
ECON15	.100	-.106	.080	-.121	.057	-.175	-.032	.081	.055	-.042	.017	-.004	.012	-.035	.034	-.042	-.016	.048	.011	-.087	-.002	.059	-.122	.036
ECON16	-.090	.127	-.037	-.036	-.039	-.030	-.033	.059	.083	-.182	-.074	.053	.093	-.053	.027	.035	-.023	-.013	.111	-.002	-.025	.074	-.063	-.035
ECON17	.028	-.060	.011	-.083	.128	-.129	.095	-.017	.010	-.116	.087	-.017	.015	.067	-.069	-.018	.005	.001	.012	.035	-.013	-.133	.034	.083
ECON18	.031	-.039	.022	.022	-.043	-.024	-.075	.037	-.040	.045	-.043	.048	.003	.085	-.086	-.060	-.069	.004	.018	.086	.038	-.109	.017	-.085
ECON19	-.091	.051	-.189	.139	-.027	.102	.001	.035	-.099	-.093	-.026	.021	.051	-.006	.033	.052	-.049	.111	-.028	.004	-.002	.025	-.068	.036
ECON20	-.050	-.025	.022	.006	.079	.039	-.033	-.033	-.143	.057	.156	-.020	-.005	.000	-.069	.006	.133	-.016	-.088	.084	-.021	-.090	-.022	.003
ECON21	-.025	.009	.020	-.048	-.061	-.048	.087	.022	.164	.030	-.033	-.090	-.074	.030	.003	-.007	-.091	-.023	.080	-.114	-.042	.061	-.006	.032
ECON22	.127	-.027	-.045	-.054	.017	.004	-.122	.097	-.184	-.024	-.008	.047	.056	-.071	-.019	.095	-.209	.126	.006	.131	.003	-.047	-.006	-.069
ECON23	-.024	-.067	-.078	.058	.000	.045	.010	.020	-.027	.049	-.041	.013	-.031	.058	.038	-.033	.102	-.094	-.096	-.159	-.001	.137	-.008	.111
ECON24	-.055	.130	.049	.051	.016	-.072	.004	-.111	.112	.030	-.034	.074	-.108	.027	.039	-.060	.075	-.057	.021	.041	-.001	-.028	.061	-.057

Anti-image Matrices

	ECON9	ECON10	ECON11	ECON12	ECON13	ECON14	ECON15	ECON16	ECON17	ECON18	ECON19	ECON20	ECON21	ECON22	ECON23	ECON24
ENV1	.150	-.048	.046	-.115	.087	-.005	.100	-.090	-.028	.031	-.091	-.050	-.025	.127	-.024	-.055
ENV2	-.022	.023	.032	.055	-.100	-.028	-.106	.127	-.060	-.039	.051	-.025	.009	-.027	-.067	.130
ENV3	-.030	.024	-.053	-.129	.139	-.033	.080	-.037	.011	.022	-.189	.022	.020	-.045	-.078	.049
ENV4	-.041	-.103	.073	-.044	-.047	.145	-.121	-.036	-.083	.022	.139	.006	-.048	-.054	.058	.051
ENV5	-.040	.051	-.053	-.020	.097	-.012	.057	-.039	.128	-.043	-.027	.079	-.061	.017	.000	.016
ENV6	-.036	-.069	.052	.142	-.042	.039	-.175	-.030	-.129	-.024	.102	.039	-.048	.004	.045	-.072
ENV7	.027	.116	-.004	.116	-.005	-.084	-.032	-.033	.095	-.075	.001	-.033	.087	-.122	.010	.004
ENV8	.003	-.043	-.126	-.034	-.047	-.012	.081	.059	-.017	.037	.035	-.033	.022	.097	.020	-.111
SOC1	-.016	-.030	-.015	-.224	.113	.007	.055	.083	.010	-.040	-.099	-.143	.164	-.184	-.027	.112
SOC2	-.015	.052	.106	-.002	-.060	.141	-.042	-.182	-.116	.045	-.093	.057	.030	-.024	.049	.030
SOC3	-.032	-.009	.055	.218	-.184	-.045	.017	-.074	.087	-.043	-.026	.156	-.033	-.008	-.041	-.034
SOC4	.030	.013	-.085	-.129	.081	-.036	-.004	.053	-.017	.048	.021	-.020	-.090	.047	.013	.074
SOC5	.108	-.005	-.009	.039	.049	-.089	.012	.093	.015	.003	.051	-.005	-.074	.056	-.031	-.108
SOC6	.006	-.017	-.040	.104	-.166	.019	-.035	-.053	.067	.085	-.006	.000	.030	-.071	.058	.027
SOC7	-.034	.052	-.047	-.022	.149	-.121	.034	.027	-.069	-.086	.033	-.069	.003	-.019	.038	.039
SOC8	-.033	-.092	-.021	.002	.012	.087	-.042	.035	-.018	-.060	.052	.006	-.007	.095	-.033	-.060
ECON1	.010	.057	-.074	-.123	-.051	-.021	-.016	-.023	.005	-.069	-.049	.133	-.091	-.209	.102	.075
ECON2	.041	-.148	.058	-.056	-.059	.065	.048	-.013	.001	.004	.111	-.016	-.023	.126	-.094	-.057
ECON3	-.185	.079	-.007	-.031	.048	-.112	.011	.111	.012	.018	-.028	-.088	.080	.006	-.096	.021
ECON4	-.123	-.098	.047	-.027	.072	-.006	-.087	-.002	.035	.086	.004	.084	-.114	.131	-.159	.041
ECON5	-.022	-.041	-.036	.043	-.048	.088	-.002	-.025	-.013	.038	-.002	-.021	-.042	.003	-.001	-.001
ECON6	-.111	-.052	-.022	-.044	.088	-.033	.059	.074	-.133	-.109	.025	-.090	.061	-.047	.137	-.028
ECON7	.029	-.201	-.069	.120	-.037	.025	-.122	-.063	.034	.017	-.068	-.022	-.006	-.006	-.008	.061
ECON8	-.194	-.051	-.207	.046	-.090	-.058	.036	-.035	.083	-.085	-.036	.003	.032	-.069	.111	-.057
ECON9	.953 ^a	-.160	-.009	-.028	-.062	-.034	.086	-.054	-.076	.021	.007	.001	.004	-.043	.045	-.088
ECON10	-.160	.949 ^a	-.232	.036	-.003	-.044	.035	-.018	.017	.023	-.023	-.117	.093	-.028	-.064	.046
ECON11	-.009	-.232	.945 ^a	.037	-.093	.043	-.089	-.022	-.040	.023	-.009	.159	-.194	.107	-.022	-.063
ECON12	-.028	.036	.037	.898 ^a	-.461	-.147	-.115	.007	-.061	-.048	.006	.073	.016	-.104	.093	-.094
ECON13	-.062	-.003	-.093	-.461	.909 ^a	-.250	-.102	.078	-.102	-.121	-.135	-.060	.003	-.030	-.071	.174
ECON14	-.034	-.044	.043	-.147	-.250	.946 ^a	-.164	-.236	-.043	-.002	-.007	.015	-.002	.032	-.059	.072
ECON15	.086	.035	-.089	-.115	-.102	-.164	.949 ^a	-.270	-.029	-.053	.015	-.093	.024	-.022	-.014	-.010
ECON16	-.054	-.018	-.022	.007	.078	-.236	-.270	.938 ^a	-.080	.002	-.084	-.082	-.122	.057	.006	-.086
ECON17	-.076	.017	-.040	-.061	-.102	-.043	-.029	-.080	.950 ^a	-.204	-.073	.018	-.079	-.018	.065	-.101
ECON18	.021	.023	.023	-.048	-.121	-.002	-.053	.002	-.204	.950 ^a	-.332	-.032	-.030	.063	.028	-.073
ECON19	.007	-.023	-.009	.006	-.135	-.007	.015	-.084	-.073	-.332	.932 ^a	-.228	.031	.061	-.030	-.074
ECON20	.001	-.117	.159	.073	-.060	.015	-.093	-.082	.018	-.032	-.228	.881 ^a	-.594	.033	.033	-.041
ECON21	.004	.093	-.194	.016	.003	-.002	.024	-.122	-.079	-.030	.031	-.594	.895 ^a	-.035	-.091	-.007
ECON22	-.043	-.028	.107	-.104	-.030	.032	-.022	.057	-.018	.063	.061	.033	-.035	.802 ^a	-.252	-.367
ECON23	.045	-.064	-.022	.093	-.071	-.059	-.014	.006	.065	.028	-.030	.033	-.091	-.252	.816 ^a	-.442
ECON24	-.088	.046	-.063	-.094	.174	.072	-.010	-.086	-.101	-.073	-.074	-.041	-.007	-.367	-.442	.748 ^a



ภาคผนวก ข

Communalities

	Initial	Extraction
ENV1	1.000	.608
ENV2	1.000	.695
ENV3	1.000	.677
ENV4	1.000	.696
ENV5	1.000	.701
ENV6	1.000	.551
ENV7	1.000	.616
ENV8	1.000	.657
SOC1	1.000	.708
SOC2	1.000	.667
SOC3	1.000	.718
SOC4	1.000	.784
SOC5	1.000	.730
SOC6	1.000	.786
SOC7	1.000	.741
SOC8	1.000	.727
ECON1	1.000	.687
ECON2	1.000	.701
ECON3	1.000	.655
ECON4	1.000	.688
ECON5	1.000	.544
ECON6	1.000	.533
ECON7	1.000	.640
ECON8	1.000	.591
ECON9	1.000	.549
ECON10	1.000	.570
ECON11	1.000	.509

	Initial	Extraction
ECON12	1.000	.762
ECON13	1.000	.765
ECON14	1.000	.623
ECON15	1.000	.561
ECON16	1.000	.563
ECON17	1.000	.548
ECON18	1.000	.612
ECON19	1.000	.593
ECON20	1.000	.747
ECON21	1.000	.731
ECON22	1.000	.713
ECON23	1.000	.743
ECON24	1.000	.791

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ภาคผนวก ค

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared		
				Loadings			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	14.106	35.264	35.264	14.106	35.264	35.264	5.788	14.469	14.469
2	3.452	8.631	43.895	3.452	8.631	43.895	5.038	12.594	27.063
3	2.468	6.170	50.065	2.468	6.170	50.065	4.877	12.192	39.255
4	2.125	5.312	55.377	2.125	5.312	55.377	3.813	9.532	48.787
5	1.791	4.478	59.855	1.791	4.478	59.855	2.739	6.847	55.635
6	1.511	3.777	63.632	1.511	3.777	63.632	2.192	5.481	61.115
7	1.028	2.571	66.203	1.028	2.571	66.203	2.035	5.088	66.203
8	.936	2.340	68.543						
9	.810	2.026	70.568						
10	.778	1.944	72.513						
11	.707	1.769	74.281						
12	.650	1.625	75.906						
13	.632	1.580	77.487						
14	.605	1.512	78.999						
15	.567	1.417	80.415						
16	.539	1.348	81.763						
17	.503	1.258	83.022						
18	.477	1.193	84.214						
19	.456	1.141	85.356						
20	.432	1.080	86.436						
21	.421	1.053	87.489						
22	.402	1.005	88.493						
23	.385	.963	89.456						
24	.366	.916	90.372						
25	.347	.867	91.239						
26	.341	.852	92.091						
27	.316	.791	92.882						
28	.306	.764	93.646						
29	.284	.710	94.355						

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
30	.265	.663	95.019						
31	.263	.657	95.676						
32	.243	.607	96.283						
33	.235	.588	96.871						
34	.222	.556	97.426						
35	.207	.519	97.945						
36	.197	.493	98.438						
37	.170	.424	98.862						
38	.165	.412	99.275						
39	.156	.391	99.665						
40	.134	.335	100.000						

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ภาคผนวก ง

Rotated Component Matrix^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
SOC6	.832	.189	.095	.204	.054	.022	.066
SOC4	.811	.215	.209	.115	.136	-.021	.056
SOC7	.797	.206	.150	.178	.051	-.002	.076
SOC5	.781	.204	.060	.179	.100	.075	.167
SOC3	.771	.134	.163	.235	.144	.051	-.020
SOC8	.750	.307	.059	.184	.136	.047	.112
SOC1	.734	.219	.299	.035	.156	.072	.017
SOC2	.718	.243	.262	.061	.117	.005	.083
ENV4	.159	.792	.105	.147	.089	.025	.046
ENV5	.239	.777	.032	.180	.048	.004	.063
ENV3	.135	.765	.152	.137	.146	.102	.030
ENV2	.193	.755	.210	-.006	.197	-.026	.057
ENV8	.266	.728	.106	.192	.027	.073	-.054
ENV7	.276	.695	.114	.184	-.009	.100	-.003
ENV6	.171	.629	.086	.243	-.139	.042	.197
ENV1	.191	.619	.120	.032	.250	-.006	.332
ECON13	.197	.070	.790	.185	.250	.029	-.022
ECON12	.148	.130	.760	-.011	.351	.106	-.107
ECON14	.205	.083	.700	.186	.215	.034	.051
ECON18	.164	.151	.693	.205	-.006	.070	.188
ECON17	.105	.137	.659	.197	-.044	.102	.181
ECON19	.150	.097	.641	.131	.051	.108	.345
ECON15	.161	.200	.617	.189	.088	.066	.259
ECON16	.129	.149	.507	.251	.025	.100	.440
ECON7	.179	.209	.209	.679	.160	-.006	.184
ECON6	.129	.178	.158	.668	.065	-.035	.087
ECON10	.172	.175	.125	.640	.226	.077	.164
ECON8	.187	.085	.253	.630	.280	.101	-.002
ECON11	.243	.167	.226	.587	.105	.079	.094
ECON9	.094	.138	.280	.574	.271	.178	-.084

Rotated Component Matrix^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
ECON5	.209	.226	-.005	.517	.294	.042	.306
ECON4	.178	.075	.043	.324	.707	.075	.195
ECON2	.226	.162	.214	.336	.674	.079	.070
ECON1	.198	.025	.394	.225	.657	.096	-.027
ECON3	.158	.202	.201	.334	.651	.114	.024
ECON24	-.019	.039	.088	.142	-.026	.853	.179
ECON23	.031	.087	.038	.020	.256	.791	.202
ECON22	.112	.067	.235	.053	.053	.784	-.143
ECON20	.136	.135	.388	.173	.035	.087	.722
ECON21	.146	.127	.309	.200	.144	.156	.716

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ภาคผนวก จ

Component Score Coefficient Matrix

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
ENV1	-.039	.154	-.052	-.156	.155	-.057	.201
ENV2	-.052	.214	.026	-.142	.101	-.051	-.013
ENV3	-.071	.213	.001	-.042	.032	.022	-.057
ENV4	-.063	.219	-.010	-.024	.003	-.013	-.042
ENV5	-.033	.203	-.041	.003	-.025	-.017	-.025
ENV6	-.033	.150	-.020	.075	-.154	.004	.046
ENV7	-.012	.173	-.002	.025	-.085	.039	-.091
ENV8	-.021	.188	.000	.027	-.064	.025	-.124
SOC1	.167	-.023	.037	-.102	.015	.019	-.045
SOC2	.161	-.018	.021	-.085	-.001	-.017	.004
SOC3	.185	-.066	-.019	.030	-.029	.017	-.075
SOC4	.191	-.039	-.004	-.055	-.002	-.027	-.011
SOC5	.191	-.049	-.078	-.017	-.022	.026	.072
SOC6	.207	-.055	-.048	.019	-.068	.007	-.008
SOC7	.192	-.045	-.024	.001	-.065	-.009	-.005
SOC8	.168	-.009	-.073	-.021	.000	.011	.031
ECON1	-.016	-.039	.048	-.068	.306	-.019	-.067
ECON2	-.021	-.009	-.044	-.025	.316	-.029	.007
ECON3	-.043	.014	-.038	-.013	.301	-.007	-.030
ECON4	-.017	-.034	-.122	-.037	.371	-.032	.130
ECON5	-.012	-.009	-.127	.143	.074	-.029	.152
ECON6	-.037	-.017	-.011	.312	-.132	-.051	-.058
ECON7	-.035	-.020	-.022	.273	-.078	-.052	.005
ECON8	-.021	-.049	.006	.248	-.016	.009	-.119
ECON9	-.051	-.014	.033	.229	-.017	.053	-.182
ECON10	-.027	-.025	-.058	.245	-.024	-.005	.009
ECON11	-.001	-.030	.000	.245	-.109	.006	-.057
ECON12	-.033	.017	.241	-.143	.124	-.005	-.172
ECON13	-.022	-.026	.241	-.021	.019	-.048	-.143
ECON14	-.014	-.026	.200	-.018	.010	-.043	-.082

Component Score Coefficient Matrix

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
ECON15	-.029	.006	.152	-.018	-.048	-.029	.061
ECON16	-.027	-.020	.089	.018	-.078	-.013	.193
ECON17	-.033	-.005	.194	.034	-.144	.003	-.011
ECON18	-.022	-.008	.199	.022	-.125	-.018	-.008
ECON19	-.016	-.026	.156	-.047	-.056	-.008	.127
ECON20	-.014	-.032	.010	-.059	-.019	-.031	.424
ECON21	-.011	-.037	-.036	-.066	.047	.002	.432
ECON22	.022	-.003	.044	-.004	-.078	.408	-.197
ECON23	-.004	.000	-.092	-.104	.111	.383	.096
ECON24	-.007	-.019	-.048	.037	-.108	.433	.032

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ภาคผนวก จ

แบบสอบถาม

เรื่อง การแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืน
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ในโครงการปริญญาโท สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ และศึกษาลักษณะของผู้บริโภคที่มีจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืนแต่ละกลุ่ม จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง () หรือเติมข้อมูลลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ

() 18-30 ปี () 31-40 ปี
() 41-50 ปี () 51-60 ปี
() 61-70 ปี

3. สถานภาพ

() โสด () สมรส
() หม้าย () หย่าร้าง

4. จำนวนบุตร

() ไม่มีบุตร (ข้ามไปตอบข้อ 7) () มีบุตร 1 คน
() มีบุตร 2 คนขึ้นไป

5. อายุของบุตรที่อายุน้อยที่สุด ปี

6. บุตรของท่านอาศัยอยู่กับท่านหรือไม่

() อาศัยอยู่ด้วยกัน () ไม่ได้อาศัยอยู่ด้วยกัน

7. ปัจจุบันท่านพักอาศัยอยู่ในพื้นที่ใด

- () เขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ () นอกเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่

8. ระดับการศึกษาสูงสุด

- () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. () ปวส./อนุปริญญา
หรือเทียบเท่า หรือเทียบเท่า
() ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

9. ท่านประกอบอาชีพ

- () รับราชการ/พนักงานราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() พนักงานเอกชน () อาชีพอิสระ (ข้ามไปตอบข้อ 11)
() ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ (ข้ามไปตอบข้อ 11)
() นักเรียน/นักศึกษา (ข้ามไปตอบข้อ 11)
() อื่น ๆ (โปรดระบุ))

10. ระดับตำแหน่ง

- () พนักงานชั่วคราว
() พนักงานประจำทั่วไป
() ผู้บริหารระดับต่ำ (เช่น หัวหน้าแผนก หรือหัวหน้าฝ่าย)
() ผู้บริหารระดับกลาง (เช่น ผู้จัดการ/รองผู้จัดการแผนก หรือผู้จัดการ/รองผู้จัดการฝ่าย)
() ผู้บริหารระดับสูง (เช่น กรรมการผู้จัดการ หรือผู้อำนวยการ)

11. รายได้ต่อเดือน

- () ไม่เกิน 10,000 บาท () 10,001 - 15,000 บาท
() 15,001 - 20,000 บาท () 20,001 - 25,000 บาท
() 25,001 - 30,000 บาท () 30,001 - 35,000 บาท
() 35,001 - 40,000 บาท () 40,001 - 45,000 บาท
() 45,001 - 50,000 บาท () มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืน

12. กรุณาตอบเกี่ยวกับว่า “ฉันเป็นคนที่เชื่อ และให้ความสำคัญในประเด็นเหล่านี้มากน้อยเพียงใด” (กรุณาแสดงเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นด้วย)

ความเชื่อ หมายถึง ความคิด ความรู้ หรือการอนุমানที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ความสำคัญส่วนตัว หมายถึง การที่บุคคลนั้นให้ความสำคัญต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นการส่วนตัว

12.1 ประเด็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรม	ด้านความเชื่อ							ด้านความสำคัญส่วนตัว							
	ฉันซื้อสินค้าต่อเมื่อ ฉันเชื่อว่า ในระหว่างการผลิต....(คำถาม ข้อ 1-8)... เท่านั้น							มันมีความสำคัญกับฉันเป็นการส่วนตัว หากในระหว่างการผลิต....(คำถาม ข้อ 1-8)...							
ระดับความคิดเห็น	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
คำถามข้อที่	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	
1	สินค้าที่จะซื้อทำมาจากวัสดุรีไซเคิล	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
2	สินค้าสามารถทำลายได้ ด้วยวิธีการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
3	สินค้าบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
4	สินค้าถูกผลิตโดยมีการประหยัดการใช้ทรัพยากร	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
5	สินค้าใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
6	สินค้านี้ต้นกำเนิดมาจากท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
7	สินค้านี้มีการผลิตด้วยวิธีการที่เป็นมิตรต่อสภาพอากาศ	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
8	สินค้านี้มีการผลิตด้วยวิธีการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

12.2 ประเด็นเกี่ยวกับสังคม

พฤติกรรม	ด้านความเชื่อ							ด้านความสำคัญส่วนตัว						
	ฉันซื้อสินค้าก็ต่อเมื่อ ฉันเชื่อว่า ในระหว่าง การผลิต...(คำถาม ข้อ 1-8)... เท่านั้น							มันมีความสำคัญกับฉันเป็นการส่วนตัว หากในระหว่างการผลิต...(คำถาม ข้อ 1-8)...						
ระดับความคิดเห็น	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
คำถามข้อที่	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1 คนงานที่ใช้ในการผลิตสินค้าได้รับสิทธิ อย่างถูกต้องตามสิทธิของผู้ใช้แรงงาน	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
2 มีการปฏิบัติตามมาตรฐานขั้นต่ำด้าน สุขภาพและความปลอดภัยของคณงาน	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
3 ไม่มีการลักลอบใช้แรงงานเด็กที่ผิด กฎหมาย	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
4 คณงานไม่ถูกบังคับให้ใช้แรงงาน	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
5 คณงานไม่ถูกแบ่งแยกชาติพันธุ์	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
6 คณงานไม่ถูกกดขี่	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
7 คณงานได้รับการดูแลอย่างเป็นธรรม หรือให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรม	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
8 มีความใส่ใจต่อปัญหาทางสังคม	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

12.3 ประเด็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจ

พฤติกรรม		ด้านความเชื่อ							ด้านความสำคัญส่วนตัว						
		แม้ว่าฉันมีเงินซื้อสินค้า แต่ฉันจะซื้อก็ต่อเมื่อฉันเชื่อว่า....(คำถาม ข้อ 1-24)....							แม้ว่าฉันมีเงินที่จะซื้อสินค้าได้ แต่ ฉันมีความ สำคัญกับฉันเป็น การส่วนตัวหาก....(ข้อ 1-24)						
ระดับความคิดเห็น		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คำถามข้อที่		1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
1	สินค้าชิ้นนี้มีความจำเป็นกับฉันจริงๆ	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
2	มันเป็นสินค้าที่มีประโยชน์	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
3	มันเป็นสินค้าทนทาน ใช้ได้นาน	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
4	ฉันต้องการสินค้าชิ้นนี้อย่างแน่นอน	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
5	มันเป็นสินค้าที่ไม่หรูหรา ฟุ่มเฟือย	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
6	ฉันจะไม่ซื้อสินค้าใหม่ ถ้ามีสินค้าเก่าที่ยังใช้งานแบบเดียวกันได้ทุกประการ	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
7	มันเป็นไปตามแนวคิดของการบริโภคอย่างประหยัด	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
8	ฉันมีความสามารถทางการเงินที่จะซื้อสินค้านี้ได้	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
9	สินค้าคุ้มค่า เมื่อเทียบกับราคา	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
10	ฉันสามารถให้เหตุผลได้ว่า การซื้อสินค้านั้น เป็นไปโดยประหยัดสำหรับตัวฉัน	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
11	ฉันไม่ได้ใช้จ่าย เกินความสามารถทางการเงินของตัวเอง	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

พฤติกรรม	ด้านความเชื่อ							ด้านความสำคัญส่วนตัว							
	แม้ว่าฉันมีเงินซื้อสินค้า แต่ฉันจะซื้ออีกต่อเมื่อฉันเชื่อว่า....(คำถาม ข้อ 1-24)....							แม้ว่าฉันมีเงินที่จะซื้อสินค้าได้ แต่ มันมีความ สำคัญกับฉันเป็น การส่วนตัวหาก.....(ข้อ 1-24)....							
ระดับความคิดเห็น	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่ค่อยเห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้างเห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
คำถามข้อที่	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	
12	ฉันจะไม่เป็นหนี้ในระยะยาว	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
13	การซื้อสินค้านั้น จะไม่กระทบต่อฐานะทางการเงินของฉันในระยะยาว	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
14	ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะไม่เป็นภาระหนี้สินให้ฉัน	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
15	ฉันไม่จำเป็นต้องสละการใช้สินค้าจำเป็นอื่นๆ	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
16	ฉันไม่จำเป็นต้องสละการซื้อสินค้าในอนาคต	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
17	ฉันไม่จำเป็นต้องเอาเงินเก็บสำหรับกรณีฉุกเฉินมาใช้เพื่อซื้อสินค้า	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
18	ฉันพิจารณาอย่างระมัดระวัง ว่าอะไรคือผลกระทบทางการเงินในระยะยาวบ้าง	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
19	ฉันไม่สร้างความเสี่ยงให้แก่ความมั่นคงทางการเงินของตนเอง	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
20	ฉันไม่จำเป็นต้องใช้เงินนั้นสำหรับการใช้จ่ายในอนาคต	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
21	ฉันไม่ต้องใช้เงินนั้น เพื่อวางแผนการเงินในอนาคต	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

พฤติกรรม	ด้านความเชื่อ							ด้านความสำคัญส่วนตัว							
	แม้ว่าฉันมีเงินซื้อสินค้า แต่ฉันจะซื้ออีกต่อเมื่อ ฉันเชื่อว่า....(คำถาม ข้อ 1-24)....							แม้ว่าฉันมีเงินที่จะซื้อสินค้าได้ แต่ฉันมีความ สำคัญกับฉันเป็น การส่วนตัวหาก.....(ข้อ 1-24)....							
ระดับความคิดเห็น	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ค่อย เห็นด้วย	เฉยๆ	ค่อนข้าง เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
คำถามข้อที่	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	
22	ฉันไม่ต้องการยืมสินค้าจากเพื่อน	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
23	ฉันอยากเป็นเจ้าของสินค้านี้คนเดียว จริงๆ และไม่ต้องการใช้ร่วมกับคน อื่น	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
24	ฉันไม่ต้องการเช่าสินค้านี้	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

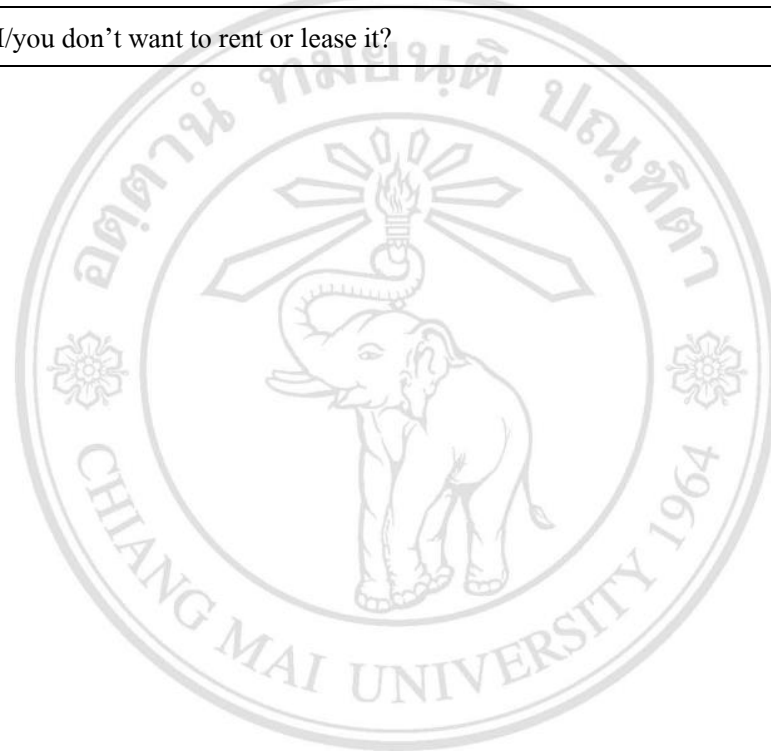
ภาคผนวก ช

คำถามเกี่ยวกับจิตสำนึกของการบริโภคอย่างยั่งยืนทั้ง 3 มิติ ของ Balderjahn et al. (2013)

	Items
CSC scale	B: I buy a product only if I believe that (during the manufacturing)... × I: How important is it for you personally that (during the manufacturing of a product)...
Environmental (ENV)	
ENV ₁	It is made from recycled materials?
ENV ₂	It can be disposed of in an environmentally friendly manner?
ENV ₃	It is packaged in an environmentally friendly manner?
ENV ₄	It is produced in a manner which minimizes the use of resources?
ENV ₅	It is energy efficient?
ENV ₆	It is of regional origin?
ENV ₇	It is produced in a climate friendly manner?
ENV ₈	It is produced in an environmentally manner?
Social (SOC)	
SOC ₁	Workers' human rights are adhered to?
SOC ₂	The minimum standards for workers' health and safety are adhered to?
SOC ₃	No illegal child labor is involved?
SOC ₄	No worker are subjected to forced labor?
SOC ₅	Workers are not discriminated against?
SOC ₆	Workers are not abused?
SOC ₇	Workers are treated fairly or are fairly compensated?
SOC ₈	Attention is given to social issues?

	Items
CSC scale	B: Even if I can financially afford a product I buy a product only if I believe that... × I: Even if you can financially afford a product, how important is it for you personally that...
Simplicity (SIMP)	
ECON ₁	I/you really need this product?
ECON ₂	It is a useful product?
ECON ₃	A product is long lasting?
ECON ₄	I/you absolutely require this product?
ECON ₅	A product is no unnecessary luxury?
ECON ₆	I/you don't buy a new product if I/you already have a fully functioning old one?
ECON ₇	It is in accordance with the principle of frugal consumption?
Debt-free consumption (NO DEBT)	
ECON ₈	I/you really can afford the product financially?
ECON ₉	A product is worth its price?
ECON ₁₀	I/you can justify the purchase economically for myself/yourself?
ECON ₁₁	I/you don't spend more than I/you can afford?
ECON ₁₂	I/you don't become overindebted in the long term?
ECON ₁₃	The purchase doesn't exceed my/your financial resources in the long term?
ECON ₁₄	The expenses don't unduly burden my/your financial situation?
ECON ₁₅	I/you don't have to forego other necessary products?
ECON ₁₆	I/you don't have to forego future purchases?
ECON ₁₇	I/you don't have to take money from my/your financial reserve for emergency cases for it?
ECON ₁₈	I/you considered very carefully what the long-term financial consequences are?
ECON ₁₉	I/you don't put my/your financial security at risk?
ECON ₂₀	I/you don't need the money for future purchases?
ECON ₂₁	I/you don't need the money for my/your future pension plan?
	Items

CSC scale	B: Even if I can financially afford a product I buy a product only if I believe that... × I: Even if you can financially afford a product, how important is it for you personally that...
Collaborative consumption (COLLAB)	
ECON ₂₂	I/you don't want to borrow it from friends?
ECON ₂₃	I/you really need to own it and don't want to share with others?
ECON ₂₄	I/you don't want to rent or lease it?



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล นางสาวเการีนา พวงกิ่งแก้ว
- วัน เดือน ปี เกิด 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2532
- ประวัติการศึกษา ปีการศึกษา 2550 วิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ประสบการณ์ เจ้าหน้าที่วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัท ซอสพริกไทยรุ่งเรือง จำกัด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved