



ปัจจัยที่ส่งผลกับความตั้งใจซื้อบ้านของกลุ่มคนที่มีครอบครัว Factors that affect the intention to buy a family home

พลเอก สังข์คุณ¹ และ อัจฉรวรรณ งามญาณ²

^{1, 2} คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Polek Sangkakoon¹ and Atcharawan Ngarmyarn²

^{1, 2} Faculty of Commerce and Accountancy, Thammasat University.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษา 3 ปัจจัยหลักได้แก่ ทศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม จากกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผนโดย Ajzen (1991, pp. 181-182) รวมถึงศึกษามิตยย่อยของกลุ่มอ้างอิง ซึ่งพบว่ากลุ่มอ้างอิงยังแบ่งได้อีก 4 มิติ ได้แก่ คู่ครอง ลูก ปิตามารดา และเพื่อน จึงนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างผ่านคำถามคัดกรอง จากผู้มีครอบครัวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้ 180 ตัวอย่าง จากนั้นเมื่อนำผลรวมของทั้ง 4 มิติ กับอีก 2 ปัจจัยหลัก มาใช้การวิเคราะห์สมการการถดถอย ได้ผลออกมาว่าทศนคติต่อพฤติกรรมมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมมีอิทธิพลต่ำสุด ในมิติของกลุ่มอ้างอิงนั้น ลูกมีอิทธิพลสูงสุดตามด้วยคู่ครอง ในขณะที่ปิตามารดาและเพื่อนส่งผลน้อยที่สุด

คำสำคัญ: 1) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน 2) ทศนคติต่อการซื้อบ้าน 3) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง 4) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม 5) ความตั้งใจซื้อบ้าน

Abstract

This paper is purpose to study the 3 main importance factors which are Attitude towards behavior(ATB) Group reference influence(GRI) and Perceived behavioral control (PBC) adopted from the well-known theory of planned behavior (TPB) of Ajzen (1991, pp. 181-182.) Included various dimensions of Groups reference which influence the intention to buy a house for the family. This study divided the influential group into 4 dimensions. Which are spouse, children, elderly and friends. To create an online questionnaire. By selecting specific samples through screening questions from metropolitan area people who already have family. The linear regression analysis shows that ATB seem to be the most influential, followed by GRI. While PBC reveal less Influence. However, Children seem to be the most influence in Group reference, followed by spouse. While elderly parents and friends reveal less Influence.

Keywords: 1) The theory of planned behavior 2) Attitude towards behavior 3) Group Reference Influence 4) Perceived behavioral control 5) Home purchase intention

¹ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ (Graduate student of Department of Real Estate Business)
Email: sangkakoon_p@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ประจำภาควิชาการตลาด (Associate Professor of Department of Real Estate Business)
Email: a_ngarmyarn@yahoo.com



บทนำ (Introduction)

การซื้อบ้านมีปัจจัยในการตัดสินใจหลากหลาย บางวรรณกรรมได้ศึกษาพบว่า มี 8 ปัจจัย ที่สามารถใช้ในการตัดสินใจ ได้แก่ จำนวนห้อง คุณภาพ สถานที่ ออกกำลังกาย ขนาดที่ดิน ทำเลที่ตั้ง การเงิน การโฆษณา และด้านอื่นๆ (Witayapunpracha, 2003, pp. 2-3) อีกวรรณกรรม ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางด้านคุณลักษณะที่มีผลกระทบต่อการเลือกบ้านได้นำเสนอมา 3 ปัจจัย ได้แก่ คุณลักษณะของบ้าน เพื่อนบ้าน และผู้ประกอบการ (Manorungruengrat, 2009, pp. 14-16) จากตัวอย่างของวรรณกรรมที่ยกมา เป็นการใช้อย่างน้อยปัจจัยด้านกายภาพในการวัด แม้ผลที่ออกมาอาจมีแนวโน้มวัดมูลค่าการตลาดได้ แต่ยังไม่สามารถทราบได้ถึงทัศนคติที่แท้จริงของผู้ซื้อบ้าน บางวรรณกรรมจึงเพิ่มปัจจัยที่คำนึงถึงเครื่องมือวัด บทบาทและอิทธิพลของแต่ละครอบครัว ได้แก่ ลักษณะครอบครัว (Family Characteristic) ลักษณะสถานการณ์ (Situational characteristics) และลักษณะเฉพาะบุคคล (Individual characteristics) เพื่อทำการวัดทัศนคติ และความสามารถในการซื้อบ้านตามแต่สถานการณ์ และลักษณะเฉพาะบุคคลที่เข้ามามีส่วนประกอบ (Levy and Lee, 2004, pp. 321-334) บางวรรณกรรมทำการศึกษาถึงอิทธิพลที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อบ้าน โดยค้นพบปัจจัย 4 ด้าน ได้แก่ อิทธิพลภายนอก (External Influence) อิทธิพลภายใน (Internal Influence) แนวคิดของตนเอง (Self-Concept) และวิถีการดำเนินชีวิต (Lifestyle) (Luo and James, 2013, pp. 150-153) อิทธิพลภายนอก (External Influence) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบกับความตั้งใจ จนกระทั่งนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมได้ โดยในปัจจัยย่อยของอิทธิพลภายนอก จะพบปัจจัยที่ส่งผล อาทิ เพื่อน คู่ครอง ลูก บิดามารดา เป็นต้น บิดามารดาหรือผู้ปกครองที่สูงอายุในครอบครัว จึงเป็นส่วนหนึ่งของอิทธิพลที่มีผลต่อพฤติกรรม สอดคล้องกับประเทศไทยที่มีวัฒนธรรมสังคมเป็นแบบระบบครอบครัวอุปถัมภ์ (Sungkamane, 2011, pp. 118-119) ที่มีบริบทสอดคล้องกันในหมู่ประเทศแถบหมู่เกาะแปซิฟิก และครอบครัวชาวเอเชีย (Pacific island and Asia Families) ที่การตัดสินใจใดๆ มีการรับอิทธิพลในครอบครัวมาร่วมด้วย ต่างจากครอบครัวของ

ชนผิวขาว (Caucasian Families) ที่การตัดสินใจใดๆ จะใช้เพียงแนวคิดเฉพาะตนเอง (Levy and Lee, 2004, p. 332) ผู้สูงอายุในครอบครัวชาวเอเชียจึงมีบทบาทในพฤติกรรมของลูก เช่น บิดามารดามีบทบาทกับลูกมาก ทั้งช่วงที่อายุน้อยจนกระทั่งเติบโตเป็นวัยทำงาน การช่วยเหลือเกื้อกูลก็ยังมีความต่อเนื่อง โดยอิทธิพลภายใน (Internal Influence) แนวคิดของตนเองและวิถีการดำเนินชีวิต ก็จะส่งผลกับทัศนคติส่วนบุคคลที่จะทำการตัดสินใจหรือไม่ตัดสินใจต่อการซื้อบ้านได้ (Luo and James, 2013, pp. 150-153) หากนำเอาปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นศึกษาร่วมกันก็อาจมีแนวทางที่จะสามารถวัดได้ถึงทัศนคติส่วนบุคคล ที่มาของอิทธิพลที่ส่งผลกับพฤติกรรม และความต้องการทางด้านกายภาพได้ครบถ้วน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกับความตั้งใจเลือกซื้อบ้านของกลุ่มผู้มีรายได้ที่มีครอบครัว
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อพฤติกรรม ที่มีผลกับการซื้อบ้านของกลุ่มผู้มีรายได้ที่มีครอบครัว
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของมิตีย่อยในกลุ่มอ้างอิงที่มีผลกับการซื้อบ้านของกลุ่มผู้มีรายได้ที่มีครอบครัว
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ที่มีผลกับการซื้อบ้านของกลุ่มผู้มีรายได้ที่มีครอบครัว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นักพัฒนาอสังหาริมทรัพย์สามารถนำผลงานวิจัยนี้ ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับผู้บริโภค โดยออกแบบให้เหมาะกับการใช้งานที่หลากหลายของช่วงอายุและวิถีการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน รวมถึงนักการตลาด สามารถขยายแนวทางการทำการตลาดได้มากกว่าแบบแผนการตลาดเดิมรวมทั้งวางแผนการตลาดได้เฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคที่มีอำนาจในการตัดสินใจ

ขอบเขตของการวิจัย (Scope of study)

การวิจัยครั้งนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงกับความตั้งใจในการซื้อบ้านของกลุ่มผู้มีรายได้ที่มีครอบครัว โดยทำการศึกษา



ลึกลงไปที่บุคคลและกลุ่มบุคคลต่างๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คู่ครอง ลูก บิดามารดา และเพื่อน โดยองค์ประกอบของบิดามารดานั้นอาจครอบคลุมไปถึง ญาติ หรือผู้ปกครองที่เลี้ยงดูกลุ่มเป้าหมายมา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยเฉพาะด้วยเงื่อนไขดังนี้คือ มีคู่ครอง มีลูก และบิดามารดาที่ยังมีชีวิต ซึ่งเชื่อว่าการกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว มีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อบ้าน อีกทั้งมีแหล่งเงินทุนเพียงพอในการซื้อบ้านเพื่อยู่ออาศัยได้ การศึกษาครั้งนี้กระทำในช่วงเวลา เดือนตุลาคม 2556 - มีนาคม 2557

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related Literature)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

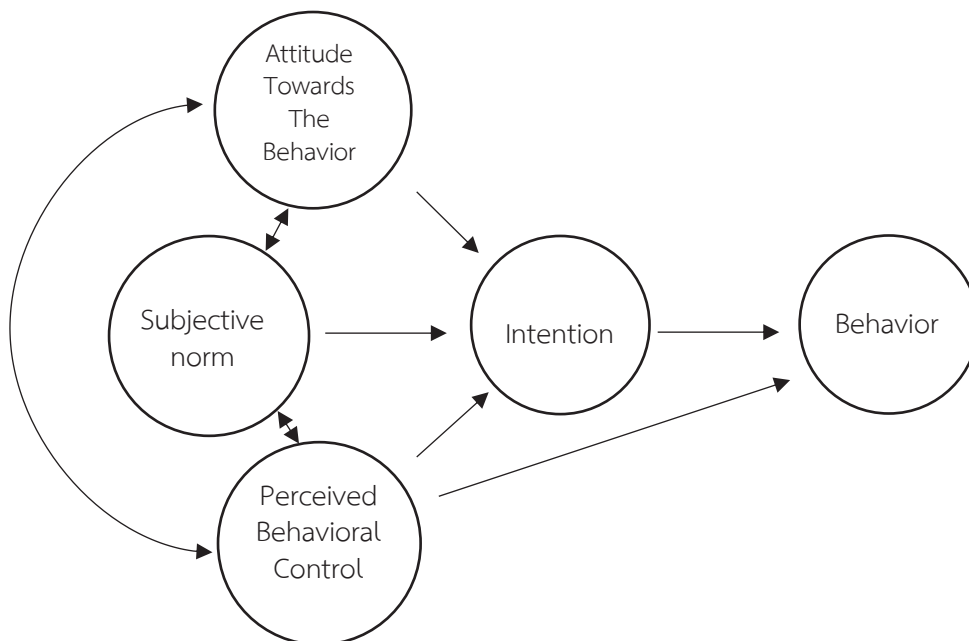
ผู้บริโภค (Consumer) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ธุรกิจใดๆ ดำเนินได้ราบรื่น การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค ว่าซื้ออะไร อย่างไร ที่ไหน เมื่อไร เพื่อวางกลยุทธ์ทางการตลาด จึงเป็นสิ่งสำคัญ รวมทั้งการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งภายในและภายนอก เช่น แนวคิดส่วนบุคคล (Self-Concept), วัฒนธรรม (Culture), อายุ (Age), ครอบครัว (Family) เป็นต้น (Kotler and Keller, 2012, pp. 173-181) เพื่อจะทำนายพฤติกรรมและเป็นประโยชน์กับการวางแผนกลยุทธ์ได้ พฤติกรรมเหล่านั้นจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor), ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor) และปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) โดยการศึกษาครั้งนี้เลือกทำการศึกษาอิทธิพลด้านสังคมและปัจจัยส่วนบุคคลเป็นหลัก

รูปแบบความตั้งใจของผู้บริโภค (The models of consumer intentions)

กรอบแนวคิดที่นำมาใช้คือ ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (The Theory of Planned Behavior; TPB) (Ajzen, 1991, pp.181-182) ซึ่งพัฒนามาจาก

ทฤษฎีการกระทำเชิงเหตุผล (Theory of Reasoned Action; TRA) (Ajzen, 1980) โดยได้เพิ่มปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) เข้ามาเพื่อทำนายพฤติกรรมได้หนักแน่นมากขึ้น โดยทัศนคติของบุคคลอาจไม่ได้ส่งผลโดยตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภค แต่จะพิจารณาทางเลือกที่มี และเลือกทางที่ให้ผลที่น่าพอใจที่สุด ผลของการเลือกนั้นคือความตั้งใจที่มีแนวโน้มส่งผลต่อพฤติกรรมได้ ในทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน สิ่งที่จะมาทำการชี้วัดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมนั้นประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยหลักที่ช่วยในการทำนาย ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) โดย Ajzen (1991, p. 188) ได้ให้นิยามของปัจจัยต่างๆ ดังแสดงในภาพ 1 ดังนี้

1. ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) คือ ความเชื่อที่ว่าพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลบางอย่าง ซึ่งทัศนคติของบุคคลเป็นระดับชี้วัดความชอบและไม่ชอบต่อวัตถุ (Ajzen, 1980, p. 191) ทัศนคติต่อพฤติกรรมเป็นโครงสร้างของความเชื่อในพฤติกรรม (Behavioral Beliefs) และกระทำการประเมินผล (Evaluation) ในเหตุการณ์ที่เกิดตามมา กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีความเชื่อในความรู้ที่ตนได้รับมา จากนั้นก็จะทำการประเมินจนกระทั่งกลายเป็นความรู้สึก (Affective) ที่ส่งผลกับทัศนคติต่อพฤติกรรม ถ้าผลที่ตามมามีแนวโน้มจะเกิดประโยชน์กับตนเองหรือให้ผลทางด้านบวก บุคคลนั้นก็จะมีความตั้งใจในพฤติกรรมเป็นอย่างยิ่ง เช่น เมื่อมีความวางใจในการซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ต บุคคลนั้นก็จะมีความตั้งใจ จนกระทั่งเกิดพฤติกรรมในการซื้อของผ่านทางอินเทอร์เน็ตในที่สุด (George, 2004, pp. 201-202) เป็นต้น



ภาพ 1 หุ่นจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (The Theory of Planned Behavior; TPB) ของ Ajzen (1991, p. 182)

2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) คือความเชื่อและคล้อยตามในกฎเกณฑ์ที่ทำให้เกิดอิทธิพลกับบุคคล ซึ่งอิทธิพลจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้น อาจเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับการแสดงพฤติกรรมที่กำหนด ก็จะมีผลกับความตั้งใจได้ โดยการคล้อยตามกลุ่มเป็นโครงสร้างของความเชื่อในกฎเกณฑ์ (Normative Beliefs) และแรงจูงใจที่จะปฏิบัติตาม (Motivation to Comply) กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้รับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงที่พิจารณาว่าควรหรือไม่ควรปฏิบัติสิ่งใด บุคคลนั้นก็จะเกิดแรงจูงใจทั้งในแง่บวกหรือลบ ที่จะปฏิบัติตาม ซึ่งจะเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่มีต่ออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงนั้น (Ajzen, 1991, p. 195) เช่น เมื่อเพื่อนให้คำแนะนำว่า การซื้อของทางอินเทอร์เน็ตเป็นสิ่งที่ดี บุคคลนั้นๆ ก็มีแนวโน้มที่จะเกิดแรงจูงใจในทางบวก ที่จะคล้อยตามเพื่อนจนเกิดความตั้งใจซื้อของผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ (George, 2004, p. 203) เป็นต้น

3. การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) คือ การรับรู้ของบุคคลในความสามารถที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมในสถานการณ์ที่มีข้อจำกัดทั้งที่ตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ และสามารถส่งผลกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริงได้ (Ajzen, 1991, p. 196) หรือในอีกมุมหนึ่ง การรับรู้

ในการควบคุมพฤติกรรม เป็นตัวบ่งชี้ถึงมุมมองของบุคคลต่อความยากหรือง่ายในการใช้ทรัพยากร หรือโอกาสที่มีต่อพฤติกรรมนั้น โดยเป็นโครงสร้างของความเชื่อในการควบคุม (Control Beliefs) และอำนาจในการรับรู้ (Perceived Power) กล่าวคือ เป็นความเชื่อเกี่ยวกับปัจจัยซึ่งอาจขัดแย้งหรือส่งเสริมการทำพฤติกรรมนั้น กับอำนาจในการควบคุมความเชื่อเมื่อรับรู้ได้ว่าปัจจัยต่างๆ มีลักษณะเป็นเช่นไร เช่น เมื่อรับรู้ว่ามีข้อมูลเปรียบเทียบเพียงพอที่จะสามารถซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้ ก็จะเกิดความเชื่อทางด้านบวกทำให้เกิดความตั้งใจจะซื้อสินค้านั้นทางอินเทอร์เน็ตได้ (George, 2004, pp. 201-202) เป็นต้น

4. ความตั้งใจที่มีผลต่อพฤติกรรม (Behavioral Intention) คือความพร้อมของแต่ละบุคคลที่จะกระทำการบางอย่าง ซึ่งความตั้งใจนั้นก็ส่งผลถึงการแสดงออกของพฤติกรรมต่อไป (Ajzen, 1991, p. 189)

จากการศึกษาอิทธิพลภายนอก (External Influence) กลุ่มอ้างอิงที่มีผลต่อการตัดสินใจ อาจจำแนกเป็นอีก 4 มิติ ดังนี้

1. อิทธิพลของคู่ครอง (Spouse's Influence)

จากการศึกษาของ Levy และ Lee (2004, p. 321) การตัดสินใจในลักษณะของครอบครัว จะมีอิทธิพลมากกว่าความต้องการของตนเองกล่าวคือ



อิทธิพลแรกคือความต้องการส่วนตัว อิทธิพลต่อมาคือจากสมาชิกในครอบครัว คู่ครองจะมีอิทธิพลร่วมกันในการตัดสินใจ (Joint Decision) ในเรื่องต่างๆ ประกอบกับผลการศึกษาของ Qualls (1984, p. 272) ที่เปรียบเทียบอิทธิพลของคู่ครองทั้งสามและภรรยาที่มีแนวคิดเก่าและใหม่ ได้ผลการศึกษาว่าครอบครัวแบบแนวคิดเก่า (Sex-Role Traditional) ฝ่ายสามีจะมีอิทธิพลมากกว่าและมีการประนีประนอมน้อยกว่า ครอบครัวแนวคิดสมัยใหม่ (Sex-Role Moderns) ที่แม้ฝ่ายสามียังมีอิทธิพลมาก แต่จะมีการประนีประนอมหรือมีการสนทนากันในคู่ครองมากกว่า ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลของคู่ครองที่ทำให้เกิดการตัดสินใจร่วมอย่างชัดเจนมากขึ้น โดยในกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านนั้น เป็นการตัดสินใจที่สะท้อนถึงการซื้อที่มีความเสี่ยงสูงและภาระทางการเงินที่มีต่อเนื่องในอนาคต

2. อิทธิพลของลูก (Children's Influence)

งานหลายชิ้นได้ทำการศึกษาอิทธิพลของลูกในกระบวนการซื้อ (Chaudhary, 2012, pp. 163-164; Levy and Lee, 2004, pp. 327-333; Suwandinata, 2008, p. 35; Swinyard and Sim, 1993, pp. 26-27) จากการศึกษาของ Levy และ Lee (2004, pp. 323) บิดามารดาพยายามที่จะให้ความสำคัญกับความเป็นประชาธิปไตยในครอบครัวมาก โดยให้ลูกๆ มีอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจแต่สุดท้ายบิดามารดาก็จะเป็นผู้ตัดสินใจเอง เช่น ในครอบครัวชาวจีนบิดามารดาจะให้ลูกเลือกสถานที่เรียนพิเศษหรือร้านอาหารที่ต้องการรับประทาน แต่สุดท้ายบิดามารดาก็จะทำการเลือกโรงเรียน หรือร้านอาหารที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดเอง เป็นต้น จากตัวอย่างจะเห็นได้ว่า อิทธิพลของลูกจะเข้ามาอยู่ในช่วงต้นของกระบวนการตัดสินใจของ 5 ระยะกระบวนการซื้อของผู้บริโภค (Kotler and Keller, 2012, pp. 188-195) จากนั้นการประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) และการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) บิดามารดาจะทำเอง และจากการศึกษาของ Swinyard และ Sim (1993, pp. 26-27) ที่ศึกษาอิทธิพลของลูกในช่วงระยะกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยเทียบอิทธิพลกับสินค้าทนทาน เช่น บ้านหรืออพาร์ทเมนต์ พบว่า ช่วงมองเห็นปัญหา (Problem Recognition) ลูกจะมี

อิทธิพลมากที่สุด และช่วงการซื้อที่แท้จริง (Actual Purchase) ลูกจะมีอิทธิพลน้อยสุด

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบิดามารดาให้ความสำคัญกับบทบาทของลูกมากขึ้น จากการศึกษาของ Chaudhary (2013, p. 3) พบสาเหตุว่า เนื่องจากในปัจจุบันวัฒนธรรมทางสังคมทำให้บิดามารดาต้องทำงานหนักมากขึ้น จึงทำให้เวลาที่มีให้กับลูกและครอบครัวลดลง และด้วยความคาดหวังที่จะเลี้ยงลูกให้ได้ดี กระบวนการตัดสินใจในการซื้อจึงได้รับอิทธิพลจากตัวลูกๆ มาประกอบด้วย โดยเกิดสถานะพิเศษของลูกๆ ขึ้นมาคือ “Dream children” และ “Trophy children” (Chaudhary, 2013, p. 3) กล่าวคือ บิดามารดาตั้งความหวังกับตัวลูกอย่างมาก จึงมอบแต่สิ่งที่คิดว่าเหมาะสมและดีที่สุดกับลูก

3. อิทธิพลของบิดามารดาที่สูงอายุ (Elderly Parents' Influence)

อิทธิพลของบิดามารดาที่มีผลกับลูกนั้น การศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาลูกที่มีช่วงอายุในวัยเด็ก (Chaudhary, 2013, pp. 22-23; Ward, 1974, pp. 5-6) ซึ่งได้เห็นมุมมองของอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจของลูกทั้งทางตรงและทางอ้อม ในทางตรง เช่น เมื่อลูกร้องขอขนม บิดามารดาจะเป็นผู้คัดเลือกขนมมาให้แก่ลูกๆ ส่วนในทางอ้อม เช่น ลูกไปทำการจับจ่ายสินค้าพร้อม บิดามารดา ที่ศูนย์การค้าแห่งหนึ่ง เมื่อโตขึ้นลูกก็มีแนวโน้มจะมาจับจ่ายสินค้าที่ศูนย์การค้าแห่งนี้ เป็นต้น โดยลูกก็จะได้รับความรู้ในการจับจ่ายใช้สอย ปริมาณสินค้า ราคา และข้อมูลต่างๆ จากบิดามารดา โดยมารดาจะมีอิทธิพลมากที่สุดทั้งทางตรงและทางอ้อม

บิดามารดานั้นมีอิทธิพลในสองทาง จากการศึกษาของ Ward (1974, p. 1) ลูกได้รับอิทธิพลผ่านทางแรกคือ จากการสังเกตพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของบิดามารดา และผ่านทางที่ 2 คือ บิดามารดาเข้ามาควบคุมการใช้จ่ายและการบริโภคของลูก ซึ่งจากการศึกษามีความเชื่อว่าอิทธิพลผ่านทางแรกสังเกต จะมีผลกระทบทั้งลูกโตเป็นวัยรุ่น แต่อิทธิพลผ่านทางที่ 2 จะยังคงดำเนินอยู่จนกระทั่งลูกออกไปตั้งครอบครัวเอง กล่าวคือการใช้จ่ายและบริโภคก็ยังคงพึ่งพิงบิดามารดา ทำให้อิทธิพลยังคงมีผลกับตัวลูกอยู่ ถึงแม้ลูกจะมีครอบครัวแล้ว อิทธิพลของ

บิดามารดา ก็ยังมีอำนาจอยู่ในการซื้อบ้านหลังแรกได้ (Levy and Lee, 2004, p. 332)

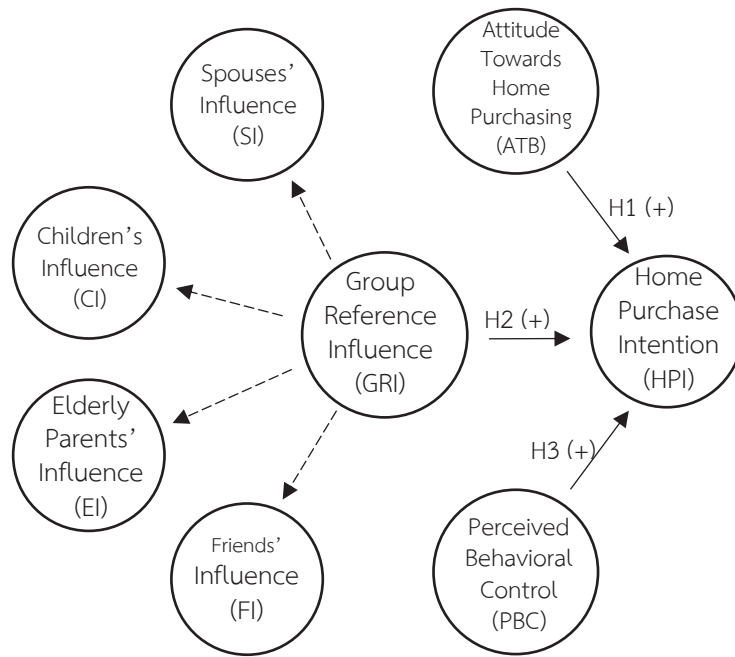
จากการศึกษาของ Bedway (1996, p. 1) กลุ่มคนวัยทำงานในสหรัฐมักเข้าบ้านมากกว่าการซื้อ ซึ่งปัญหาที่เกิดกับการซื้อบ้านหลังแรก คือ วิกฤตอุปสรรคทางการเงิน เพราะเงินเดือนไม่มีการปรับขึ้น ต่างจากวิถีการดำเนินชีวิตในรุ่นก่อน ที่การซื้อบ้านเป็นเรื่องปกติ บิดามารดาที่ยังคงมีทัศนคติของการซื้อบ้านเป็นของตัวเอง ก็จะพยายามหาทางผลักดันช่วยเหลือให้ลูกสามารถซื้อบ้านหลังแรกเป็นของตนเองได้ ซึ่ง Bedway (1996, p. 3) ก็ได้แนะนำแนวทางให้กับบิดามารดา เพื่อช่วยเหลือปัญหาเรื่องการเงิน และแนวทางการจัดการซื้อบ้านแก่ลูก สอดคล้องกับ Gengler (2010, p. 51-52) ที่นอกจากต้องให้การช่วยเหลือทางการเงินแล้ว การให้ความช่วยเหลือทางด้านทัศนคติที่เห็นความสำคัญของการซื้อบ้าน ก็จะทำให้ลูกๆ สามารถซื้อบ้านหลังแรกของตนเองได้

จากการศึกษาวัฒนธรรมของประเทศไทย พบว่า สังคมไทยเป็นระบบครอบครัวอุปถัมภ์ (Sungkamane, 2011, pp. 118-119) ซึ่งเป็นลักษณะของสังคมแถบเอเชีย และหมู่เกาะแปซิฟิก ที่มีการอยู่อาศัยแบบครอบครัวขยาย อิทธิพลของบิดามารดา จะมีส่วนหลักในการตัดสินใจ ทั้งในช่วงลูกอายุยังน้อยจนโต ถึงวัยสร้างครอบครัว และระบบอุปถัมภ์นี้เองก็แพร่หลายไปในการทำงานด้วย ในแบบผู้อุปถัมภ์และผู้ใต้อุปถัมภ์ (Patron-client-relation) (Jiamsripong, 2007, pp. 75-76) จึงเกิดคำว่าทุนทางสังคม (Social Capital) ซึ่งบิดามารดา ที่มีความกว้างขวางในสังคมก็จะช่วยดำเนินการเรื่องต่างๆ ได้ง่ายกว่า เช่น การกู้เงินเพื่อซื้อบ้านจากธนาคารที่บิดามารดาทำธุรกรรมเป็นประจำ ก็มีแนวโน้มที่

ขั้นตอนต่างๆ จะราบรื่นได้ เป็นต้น สอดคล้องกับผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง ผู้มีประสบการณ์ซื้อบ้านและมีความตั้งใจจะซื้อบ้านจากอสังหาริมทรัพย์ ทั้ง 4 ชนิด ได้แก่ บ้านเดี่ยว บ้านแฝด ทาวน์เฮาส์ และคอนโดมิเนียม รวม 4 ตัวอย่าง ซึ่งผลการสัมภาษณ์ ได้ตัวแปรเกี่ยวกับบิดามารดาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านได้ 2 ตัวแปร คือ ทัศนคติของบิดามารดา (Elderly Parents' Attitude) และฐานะการเงินของบิดามารดา (Elderly Parents' Finance)

4. อิทธิพลของเพื่อน (Friends' Influence)

ในกลุ่มของวัฒนธรรมสังคม วงสังคมของแต่ละบุคคลจะประกอบไปด้วยเพื่อน ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งพี่น้องหรือคนรู้จัก ซึ่งเพื่อนเป็นกลุ่มอ้างอิงที่เกิดจากการใช้กฎเกณฑ์ร่วมกันในการเข้าสังคม และมีการทำปฏิสัมพันธ์ หรือทำกิจกรรมร่วมกันโดยตรง (Gillani, 2012, p. 325) อิทธิพลจากเพื่อนนั้นทำให้เกิดแรงกดดัน ที่ต้องการจะได้รับการเข้าร่วมกลุ่มหรือเป็นสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งการจะได้เข้าร่วมกลุ่มนี้ สมาชิกก็จะปรับนิสัยของตนเอง ให้สอดคล้องกับเพื่อนในกลุ่มอ้างอิง ทั้งที่จะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม โดยอิทธิพลจากเพื่อนนี้จะมีผลกับบุคคลใน 3 แง่มุม คือ กฎเกณฑ์ของกลุ่ม ทัศนคติ และค่านิยม (Childers and Rao, 1992, p. 199) ดังนั้นการค้นพบบุคคลหรือกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลกับกลุ่มเป้าหมายได้ ก็จะเป็นการง่ายที่จะคาดเดาพฤติกรรมต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย อิทธิพลของเพื่อนนี้จะมีผลอย่างมากในช่วงวัยรุ่นซึ่งเป็นช่วงที่เปลี่ยนลักษณะสังคมจากการอยู่กับครอบครัวเป็นการใช้เวลาส่วนมากในสถานศึกษา จะใช้เวลากับเพื่อนมากกว่าอยู่กับครอบครัว (Gillani, 2012, p. 325) ทำให้ได้รับทั้งทัศนคติและค่านิยมจากกลุ่มเพื่อนอย่างมาก



ภาพ 2 หุ่นจำลองและสมมติฐานที่พัฒนาจาก TPB (มิตยย่อที่เพิ่มเติมจาก TPB แสดงในลูกศรเส้นประ)

วิธีดำเนินการวิจัย (Methods)

การศึกษาได้นำกรอบแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (The Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991, p. 182) ที่เหมาะสมในการศึกษาพฤติกรรมซึ่งเกิดจากปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจ โดยการศึกษาที่ผ่านมาได้มีการศึกษาถึงปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลกับทัศนคติและการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (George, 2004, pp. 198-212; Hosein, 2012, pp. 1-17) การศึกษานี้จึงนำเอาปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมาทำการประยุกต์โดยศึกษามิตยย่อของกลุ่มอ้างอิง ที่แสดงอิทธิพลทั้งทางตรงหรือทางอ้อม อาจเป็นการชี้แนะให้กระทำหรือไม่กระทำการใดๆ แต่เป็นอิทธิพลที่เข้ามาสู่ทัศนคติของบุคคลนั้นๆ โดยสุดท้ายการตัดสินใจใดๆก็จะเกิดโดยบุคคลนั้นเพียงผู้เดียว ดังนั้นจึงประยุกต์ตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) เป็นตัวแปรอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง (Group Reference Influence) แทน ประกอบเป็นหุ่นจำลองดังภาพ 2 โดยสามารถอธิบายคำจำกัดความของตัวแปรได้ ดังนี้

1. ความตั้งใจซื้อบ้าน (Home Purchase Intention: HPI)

ความตั้งใจซื้อบ้านจะเป็นการแสดงออกที่สะท้อนถึงแรงจูงใจของบุคคลนั้นที่มีต่อความตั้งใจในการซื้อ แต่สถานการณ์การตัดสินใจซื้อ (Purchase

Decision) อาจมีปัจจัยอื่นมาประกอบอีก ดังนั้นความตั้งใจซื้ออาจไม่ส่งผลกับการตัดสินใจซื้อจริงก็เป็นได้ (Ajzen, 1991, pp. 188-189; Kumar, 2012, p. 16; Tarkiainen and Sundqvist, 2005, pp. 808-822)

2. ทัศนคติต่อการซื้อบ้านและความตั้งใจซื้อบ้าน (Attitude Toward Home Purchasing and Home Purchase Intention: ATB)

การศึกษานี้เลือกปัจจัยทัศนคติต่อการแสดงพฤติกรรม (Attitude toward the Behavior) ที่เกิดจากองค์ประกอบของความรู้และความเข้าใจ (Ajzen, 1991, pp. 188-189) จากการศึกษาของ Kim และ Han (2010, pp. 1009-1011) เกี่ยวกับความตั้งใจในการจ่ายค่าพักโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ได้ผลว่าทัศนคติในทางบวกมีผลกับความตั้งใจในการจ่ายค่าห้องพักให้กับโรงแรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้มาก การศึกษาของ Numraktrakul (2011, p. 57) ที่ได้ผลว่าทัศนคติที่ดี เช่น ความรู้สึกฉลาด รู้สึกเป็นประโยชน์ เป็นต้น จะส่งผลในทางบวกต่อความตั้งใจในการซื้อบ้าน สอดคล้องกับการศึกษาของ Vesvarut (2010, pp. 80-84) ที่ศึกษาเรื่องของการเลือกบ้านจากลักษณะต่างๆ ทำให้ได้ทราบว่าทัศนคติเกิดจากความรู้และความรู้สึก ซึ่งหากบุคคลมีความรู้ที่เพียงพอและความรู้สึกที่ดี ก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อการตัดสินใจเลือกบ้านได้ด้วย จากการศึกษาข้างต้นจึงสามารถ



สร้างสมมติฐานได้เป็น ทศนคติที่ดีต่อการซื้อบ้าน
ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบ้านในทางบวก (H1(+))

3. อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงและความตั้งใจ
ซื้อบ้าน (Group Reference Influence and Home
Purchase Intention: GRI)

อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงจะเข้ามามีบทบาท เมื่อ
กระบวนการตัดสินใจนั้นมีความเสี่ยงสูงเข้ามา
เกี่ยวข้อง เช่น ความเสี่ยงด้านการเงิน เป็นต้น การซื้อ
บ้านหากมีการตัดสินใจที่ผิดพลาด ก็จะมีผลกับทั้ง
ครอบครัว อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง จึงทำให้เกิดการ
ตัดสินใจร่วม (Joint Decision) เพื่อป้องกันความ
ผิดพลาดและความไม่แน่นอนของสิ่งที่จะเกิดขึ้น
(Levy and Lee, 2004, pp. 323-325) ในการศึกษา
อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงนี้ ได้ทำการประยุกต์ปัจจัยย่อย
จากการศึกษาของ George (2004, pp. 202-206)
และนิยามที่เกี่ยวกับอิทธิพลของบิดามารดา
จากการศึกษาของ Ward (1974, pp. 2-3) และ
ผลสรุปจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนด
ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลกับการคล้อยตามกลุ่ม
ได้แก่ อิทธิพลจากคู่ครอง (Spouses' Influence: SI)
อิทธิพลจากลูก (Children's Influence: CI) อิทธิพล
จากบิดามารดา (Elderly parents' Influence: EI)
และ อิทธิพลจากเพื่อน (Friends' Influence: FI)
นำมาสร้างสมมติฐาน ได้เป็น อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง
ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบ้านในทางบวก (H2(+))

4. การรับรู้ความสามารถในการควบคุม
พฤติกรรมและความตั้งใจซื้อบ้าน (Perceived
Behavioral Control and Home Purchase Intention:
PBC)

หากบุคคลเชื่อว่ามีความสามารถที่จะซื้อบ้าน
และสามารถควบคุมพฤติกรรมการซื้อนั้นให้เกิดผล
ได้ดังตั้งใจ ก็มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจซื้อในที่สุด โดย
การศึกษานี้ประกอบด้วยแง่มุม ได้แก่ ความสามารถ
(Capable), ทรัพยากร (Resource) และการควบคุม
(Control) โดยในบริบทของการซื้อบ้านนั้นการรับรู้
การควบคุมพฤติกรรมจะมีความสำคัญ เนื่องจากบ้าน
เป็นสินค้าที่ต้องมีการตัดสินใจร่วมกันและมีความเสี่ยงสูง
ในเรื่องของการวางแผนการเงินในระยะยาว (Levy
and Lee, 2004, p. 331) การควบคุมเรื่องทรัพยากร
จึงเป็นส่วนสำคัญอย่างสูง ซึ่งหากบุคคลมีความเชื่อใน
การควบคุมพฤติกรรมได้ก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลไปสู่

ความตั้งใจซื้อบ้านในทางบวกได้ จึงสามารถสร้าง
สมมติฐานได้ คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุม
พฤติกรรมส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบ้านในทางบวก
(H3(+))

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนที่แน่ชัดของประชากร
ในการศึกษารั้งนี้จึงใช้วิธีการกำหนดขนาด จากการ
ประมาณค่าเฉลี่ยประชากร ตามเกณฑ์ของ Malhotra
(2010, pp. 402-412) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
เท่ากับ 140 คน และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
แบบเจาะจง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
โดยใช้คำถามคัดกรองตามเงื่อนไข ได้แก่ เป็นผู้มี
ครอบครัวแล้ว วางแผนที่จะมีลูก และยังมีบุพการีหรือ
ผู้เลี้ยงดูที่ยังมีชีวิตอยู่ ซึ่งต้องมีคุณสมบัติครบทั้ง
3 เงื่อนไขที่กล่าวมาข้างต้นจึงจะนำผลมาใช้ในการ
การศึกษารั้งนี้ จากนั้นทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่ม
ตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 180 คน โดยใช้การสำรวจด้วย
Google Survey ผ่านสื่อช่องทาง ทาง Internet และ
Social Media

ผลการศึกษา (Results)

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive
analysis) จากผู้ตอบแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ต
มีส่งผลกลับทั้งหมดจำนวน 180 คน ภาพรวมของ
ผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็นเพศชาย ร้อยละ 44 และ
เพศหญิงร้อยละ 56 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง
21-35 ปี มากที่สุดถึงร้อยละ 79 และการศึกษาสูงสุด
คือระดับปริญญาตรีเป็นสัดส่วนร้อยละ 57 อาชีพ
ส่วนใหญ่คือ พนักงานเอกชน ร้อยละ 38 รองลงมา
ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 34 รายได้ต่อเดือน
ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือ 50,001 บาทขึ้นไป
เป็นร้อยละ 42

2. การวิเคราะห์ปัจจัย (Exploratory Factor
Analysis: EFA) หลังจากทำการตรวจสอบตัวชี้วัด
ทั้ง 28 ตัวจากแบบสอบถาม โดยค่า Cronbach's Alpha
(Cronbach's Alpha) และการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อ
ตรวจสอบลักษณะที่เหมือนกันและลักษณะที่
แตกต่างกัน ตัวชี้วัดทั้งหมดยังคงอยู่ โดยมีค่า KMO
ซึ่งใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลที่มีมากกว่า 0.5
อีกทั้งค่า Bartlett's Test of Sphericity ทดสอบ
ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรต่างๆ มีค่าน้อยกว่า
ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 แสดงว่าตัวแปรต่างๆ



มีความสัมพันธ์กัน ยืนยันถึงการใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (EFA) ได้ดี โดยหลังจากทำการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิค Principal Axis และการหมุนแกนแบบ Direct - Oblimin Rotation กำหนดค่า Eigenvalue มากกว่า 1 เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจจำนวนปัจจัยทางสถิติ และกำหนด Factor Loading ของตัวแปร ในแต่ละกลุ่มปัจจัยต้องมีค่า สูงกว่า 0.4

โดยที่ตัวแปรแต่ละตัวต้องมีค่า Factor Loading สูง ในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย ซึ่งผลการทดสอบสรุปรวมสามารถสกัดได้ 6 ปัจจัย ดังแสดงในตาราง 1 ประกอบด้วยค่า Factor Loadings ค่าความแปรปรวน (Variance) ค่าความแปรปรวนสะสม (Cumulative Variance) และค่าครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha)

ตาราง 1 แสดงค่า Factor loading ค่าความแปรปรวน ค่าความแปรปรวนสะสม และค่าครอนบาคอัลฟา ของทั้ง 6 ปัจจัย

	Factor Loading	% Variance	Cumulative % Variance	Cronbach's Alpha
1.ATB กลุ่มปัจจัยทัศนคติต่อพฤติกรรม		8.138	44.098	0.840
ATB1 การซื้อบ้านเป็นความคิดที่ดี	0.690			
ATB2 การซื้อบ้านทำให้ข้าพเจ้าพึงพอใจ	0.844			
ATB3 การซื้อบ้านเป็นการกระทำที่สมเหตุสมผล	0.834			
2. SI อิทธิพลจากคู่ครอง		21.423	21.423	0.929
SI1 คู่ครองมีส่วนช่วยในการเลือกแบบบ้าน	0.816			
SI2 คู่ครองมีส่วนช่วยเลือกขนาดพื้นที่ใช้สอยของบ้าน	0.856			
SI3 คู่ครองมีส่วนช่วยเลือกทำเลของโครงการบ้านที่จะซื้อ	0.889			
SI4 คู่ครองมีส่วนช่วยตัดสินใจเรื่องราคา	0.837			
SI5 คู่ครองมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อบ้านของข้าพเจ้า	0.903			
3. CI อิทธิพลจากลูก		3.330	60.624	0.741
CI1 ข้าพเจ้าอยากได้บ้านที่มีบริเวณพื้นที่ให้ลูกวิ่งเล่น	0.737			
CI2 ข้าพเจ้าอยากได้บ้านที่ลูกจะมีพื้นที่ส่วนตัว	0.714			
CI3 ข้าพเจ้าอยากได้บ้านที่มีสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อลูก	0.443			
4. EI อิทธิพลจากบิดามารดา		14.537	35.960	0.883
EI1 บิดามารดาจะมีส่วนช่วยวางแผนในการผ่อนค่างวดบ้านของข้าพเจ้า	0.744			
EI2 บิดามารดามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อบ้านของข้าพเจ้า	0.589			
EI3 บิดามารดา มีแนวโน้มช่วยเหลือด้านการเงินเพื่อไปดาวน์บ้าน	0.858			
EI4 บิดามารดา มีแนวโน้มช่วยผ่อนค่างวดบ้านรายเดือนให้ข้าพเจ้า	0.777			



	Factor Loading	% Variance	Cumulative % Variance	Cronbach's Alpha
EI5 บิดามารดามีแนวโน้มให้ข้าพเจ้ายืมเงินเพื่อซื้อบ้าน	0.797			
5. FI ปัจจัยอิทธิพลจากเพื่อน		7.686	51.783	0.839
FI1 ข้าพเจ้ามีแนวโน้มจะเลือกบ้านที่เพื่อนแนะนำ	-0.657			
FI2 ข้าพเจ้ามีแนวโน้มจะเลือกบ้านที่ทำเลใกล้เคียงกับบ้านที่เพื่อนเลือก	-0.805			
FI3 ข้าพเจ้ามีแนวโน้มจะเลือกบ้านที่มีขนาดใกล้เคียงกับบ้านที่เพื่อนเลือก	-0.820			
FI4 เพื่อนมีส่วนช่วยในการเลือกบ้านของข้าพเจ้า	-0.684			
6. PBC กลุ่มปัจจัยการรับรู้ในการควบคุมพฤติกรรม		5.511	57.295	0.731
PBC1 ข้าพเจ้ามีความรู้เพียงพอที่จะเลือกซื้อบ้านด้วยตนเอง	0.603			
PBC2 ข้าพเจ้ามีเวลาเพียงพอเมื่อจะเลือกซื้อบ้าน	0.608			
PBC3 ข้าพเจ้ามีแหล่งเงินทุนเพียงพอในการซื้อบ้าน	0.597			
PBC4 การจะซื้อบ้านที่ราคาเท่าใด ล้วนขึ้นอยู่กับข้าพเจ้า	0.528			
PBC5 ข้าพเจ้ามีความสามารถในการซื้อบ้านได้ด้วยตนเอง	0.669			

ผลจากตารางแสดงให้เห็นว่าตัวแปรส่วนใหญ่ในแต่ละกลุ่มมีค่า Factor Loading สูงกว่า 0.4 จากผลที่ได้ไม่มีตัวแปรใดที่มีค่าสูงในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย และมีค่าเป็นบวกทั้งสิ้น ยกเว้นในกลุ่มปัจจัยอิทธิพลของเพื่อนที่มีค่าติดลบ เนื่องจากการนำตัวแปรหรือปัจจัยหลายๆ ปัจจัยมารวมกันก่อนการสกัดปัจจัยและการหมุนแกน ทำให้หลังการสกัดปัจจัย Factor Score ของปัจจัยที่ได้มา อาจจะมีทั้งค่าและเครื่องหมายที่ผิดไปจากที่ควรจะเป็นได้ แม้จะมีข้อดีที่ช่วยยืนยันการรวมของตัวแปรว่ามีที่ตัวแปรที่สมควรนำมาวัดปัจจัยนั้น และยืนยันการแยกตัวของตัวแปร แต่สำหรับค่า Factor Loading ที่เป็นลบอาจตั้งข้อสงสัยได้ว่า เครื่องหมายของ Factor Score ของปัจจัยอาจไม่ถูกต้องและเป็นทางตรงข้ามกับค่าที่ควรจะเป็น ดังนั้นเพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องหมายของ Factor Score ของปัจจัยถูกต้อง จากการศึกษาของ DeCoster (1998, p. 3) ได้เสนอแนวทางในการนำค่า -1 ทำการคูณค่า Factor Loading ของอิทธิพลจากเพื่อนให้ผลของค่าเป็นบวก เพื่อแสดงทิศทางไปในทางเดียวกัน

กับค่า Factor Loading ของปัจจัยอื่นๆ เพื่อให้การวิเคราะห์ปัจจัยเป็นไปในทางเดียวกันได้

3. การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

จากกรอบการวิจัย อิทธิพลของคู่ครอง ลูก บิดามารดา และเพื่อน ที่ส่งผลกับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงทั้ง 4 เป็นมิติของปัจจัย เพื่อทำการวิเคราะห์สมการการถดถอย จึงต้องหาค่ารวมของปัจจัยอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง โดยใช้ผลของ Factor Score เพื่อสามารถวิเคราะห์ร่วมกับปัจจัยอื่นได้ เมื่อใช้การวิเคราะห์ปัจจัย ด้วยวิธี Factor Analysis จะได้ค่า KMO เท่ากับ 0.530 และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้ค่า Sig = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.01 แสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กัน แต่มีการแยกกลุ่มของตัวแปรเป็น 2 กลุ่ม ดังตาราง 2 จึงต้องนำค่า Factor Score ของทั้ง 2 กลุ่ม มาทำการวิเคราะห์ปัจจัยอีกครั้ง จนกระทั่งตัวแปรรวมกันเป็นกลุ่มปัจจัยเดียว ดังตาราง 3 จะได้ค่า Factor Score ของปัจจัย



ที่มาเป็นตัวแทนของปัจจัยอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงรวม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ในขั้นต่อไป จากนั้นเมื่อนำค่า Factor Score ของปัจจัยทั้ง 3 ตัว ได้แก่ ปัจจัย ทศนคติต่อการซื้อบ้าน อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงรวม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม มาทำการวิเคราะห์สมการถดถอย สามารถสรุปการทดสอบเป็นสมการถดถอยได้ดังนี้

$$HPI = 0.569ATB + 0.02GRI + 0.005PBC.$$

(7.818)* (0.24) (0.071)

$R=0.543$, $R^2=0.295$, $Adj\ R^2=0.283$, $F=24.423$, $Sig\ F=0.000$

โดยที่

HPI คือ ความตั้งใจที่จะซื้อบ้าน

ATB คือ ทศนคติต่อการซื้อบ้าน

GRI คือ ตัวแปรรวมอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง

PBC คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม

(...) คือ ค่า t (t-value) ของปัจจัยอิสระ *Significant ที่ $\alpha < 0.01$

ตาราง 2 Factor Score การจัดกลุ่มของตัวแปรมิติของอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง เป็น 2 กลุ่ม

	Component	
	1	2
Factor score of Spouse	0.885	
Factor score of Children	0.869	
Factor score of Elderly parent		0.808
Factor score of Friend		0.769

ตาราง 3 Factor Score การจัดกลุ่มของตัวแปรมิติของอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง เป็น 1 กลุ่ม

	Component
	1
Factor score of Elderly and Friends	0.761
Factor score of Spouse and Children	0.761

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพบว่าคุณพบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว สามารถที่จะอธิบายความผันผวนของตัวแปรตามหรือความตั้งใจที่จะซื้อบ้านได้ 29.5% ได้ผลที่มีนัยสำคัญจากค่า $Sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ 0.01 แสดงว่าตัวแปรทั้งสาม ส่งผลต่อความตั้งใจที่จะซื้อบ้านจากค่าสถิติได้ผลว่าตัวแปรอิสระ ทศนคติต่อการซื้อบ้าน (Attitude Towards Home Purchasing: ATB) สามารถกำหนดตัวแปรตามหรือความตั้งใจที่จะซื้อบ้านได้ในระดับนัยสำคัญที่ $p \leq 0.01$ ในขณะที่ 2 ใน 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยรวมอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง (Group Reference Influence; GRI) และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavior Control: PBC) นั้น ไม่สามารถกำหนดตัวแปรตาม

หรือความตั้งใจที่จะซื้อบ้านได้ในระดับนัยสำคัญที่ $p \leq 0.01$ ซึ่งขัดแย้งกับการศึกษาในอดีต เพื่อทดสอบความสอดคล้องกับการศึกษาที่ผ่านมา จึงใช้การวิเคราะห์สมการถดถอย แยกเป็นรายปัจจัยทั้งสาม ดังแสดงในตาราง 4 ผลจากตารางนั้นตัวแปรอิสระทั้งสาม สามารถทำนายความตั้งใจซื้อบ้านได้ แต่เนื่องจากผลของความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multi-Collinearity) ซึ่งตัวแปรทศนคติต่อพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กับอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงรวม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ดังแสดงในตาราง 5 ส่งผลให้ค่า t (t-value) มีค่าต่ำกว่า 2.0 อย่างไรก็ตามทศนคติต่อพฤติกรรมยังคงมีบทบาทสำคัญในการทำนายความตั้งใจซื้อบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ George (2004, pp. 204-207);



Kim และ Han (2010, pp. 1009-1011) รองลงมา คือ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงรวม และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ผลที่ได้ขัดแย้งกับการศึกษาที่ผ่านมาอาจเป็นเพราะว่าผู้ตอบ

แบบสอบถามมีครบครันแล้ว ซึ่งอาจสื่อถึงการมีความพร้อมในการรับภาระและมีความรับผิดชอบต่อครอบครัวที่เพียงพอแล้วนั่นเอง

ตาราง 4 แสดงค่า Factor Score จากการวิเคราะห์สมการถดถอย แยกเป็นรายปัจจัยทั้ง 3

Model	Unstandardized Beta	Std.Error	standardized Beta	t	Sig.
Factor Score of Attitude towards behavior (ATB)	0.576	0.067	0.543	8.603	0.000
R=0.543, R ² =0.295, Adj R ² =0.291, F=74.015, SigF=0.000					
Factor Score of Perceived behavioral control (PBC)	0.162	0.083	0.146	1.962	0.051
R=0.182, R ² =0.033, Adj R ² =0.028, F=6.082, SigF=0.015					
Factor Score of Total group reference influence (GRI)	0.231	0.094	0.182	2.466	0.015
R=0.146, R ² =0.021, Adj R ² =0.016, F=3.850, SigF=0.051					

ตาราง 5 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 3

		Factor Score of Attitude towards behavior (ATB)	Factor Score of Perceived behavioral control (PBC)	Factor Score of Total group reference influence (GRI)
Factor Score of Attitude towards behavior (ATB)	Pearson Correlation	1	0.262	0.310
	Sig. (2 tailed)		0.000	0.000
Factor Score of Perceived behavioral control (PBC)	Pearson Correlation	0.262	1	0.121
	Sig. (2 tailed)	0.000		0.107
Factor Score of Total group reference influence (GRI)	Pearson Correlation	0.310	0.121	1
	Sig. (2 tailed)	0.000	0.107	
	N	180	180	180

สรุปและอภิปรายผล (Conclusion and Discussion)

นอกจากปัจจัยทางด้านกายภาพต่างๆ อาทิ หน้าตาของบ้าน พื้นที่ใช้สอย ทำเลที่ตั้ง เป็นต้น ยังมีปัจจัยด้านทัศนคติต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรม ปัจจัยด้านอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ซึ่งล้วนมี

แนวโน้มส่งผลต่อการแสดงออกซึ่งความตั้งใจที่จะซื้อบ้าน กล่าวคือทัศนคติต่อการแสดงออกซึ่งพฤติกรรม การซื้อบ้านนั้น มีผลกระทบทางบวกกับความตั้งใจที่จะซื้อบ้าน ซึ่งเป็นไปตามการศึกษาของ Ajzen (1991, pp. 191-195) เมื่อมีทัศนคติที่ดีต่อการซื้อบ้าน เช่น การมีบ้านเป็นสิ่งที่ดี และแสดงถึงความมั่นคงในชีวิต



ก็จะส่งผลทางบวกกับความตั้งใจซื้อบ้านด้วยนั่นเอง
ทางด้านปัจจัยด้านอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงนั้น

งานวิจัยนี้ได้นำเสนอมิติ ที่แบ่งแยกออกมาของ
กลุ่มอ้างอิงเป็นด้านต่างๆ 4 ด้าน ได้แก่ คู่ครอง ลูก
บิดามารดา และเพื่อน โดยทำการวิเคราะห์ลงไปที่
อิทธิพลของมิติต่างๆ ที่มีแนวโน้มส่งผลกับความตั้งใจ
จากการวิเคราะห์ปัจจัยพบว่าอิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง
ที่แบ่งออกเป็น 4 มิติดังนั้น ยังสามารถแบ่งออกเป็น
2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คู่ครองกับลูก และกลุ่มที่ 2
บิดามารดา กับเพื่อน กลุ่มของคู่ครองและลูกจะมี
ความสัมพันธ์ในการทำนายความตั้งใจที่จะซื้อบ้าน
ซึ่งลูกมีอิทธิพลมากที่สุด ตามด้วยคู่ครอง ในขณะที่
บิดามารดาและเพื่อนมีอิทธิพลน้อย ซึ่งอาจขัดแย้งกับ

ความเชื่อในวัฒนธรรมไทย ที่บิดามารดามีแนวโน้ม
ที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในครอบครัว แต่เมื่อ
ผู้ที่ได้มีครอบครัวของตนเองบุพการีก็กลับมีอิทธิพล
ที่น้อยลง สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน
ที่ครอบครัวสมัยใหม่นิยมซื้อบ้านของตัวเอง สร้าง
ครอบครัวแยกจากครอบครัวเดิม และจากผลของ
คะแนนเฉลี่ยในการวัดจากการตอบแบบสอบถาม
คะแนนเฉลี่ยสูงสุด อยู่ที่อิทธิพลลูกที่ทำให้บิดามารดา
ต้องการบ้านที่มีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย และบ้าน
ที่มีพื้นที่ส่วนตัวสำหรับเด็ก (ดังตาราง 6) ซึ่งอาจสื่อถึง
การซื้อบ้านเดี่ยว ที่มีแนวโน้มจะกลายเป็นตัวเลือก
แรกๆ ได้

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนน ตัวชี้วัดอิทธิพลของลูกในการซื้อบ้าน

	CI1 ข้าพเจ้าอยากได้บ้านที่ มีบริเวณพื้นที่ให้ลูกวิ่งเล่น	CI2 ข้าพเจ้าอยากได้บ้านที่ลูก จะมีพื้นที่ส่วนตัว	CI3 ข้าพเจ้าอยากได้บ้าน ที่มีสภาพแวดล้อมที่ ปลอดภัยเพื่อลูก
N Valid	180	180	180
Missing	0	0	0
Mean	4.42	4.35	4.73

ตาราง 7 ตารางเปรียบเทียบรวมของปัจจัยทั้ง 3 ในกลุ่มผู้ที่สนใจที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยว

Model	Unstandardized Beta	Std. Error	standardized Beta	t	Sig.
Factor Score of Attitude towards behavior (ATB)	0.530	0.076	0.513	6.972	0.000
Factor Score of Perceived behavioral control (PBC)	0.071	0.094	0.064	0.754	0.452
Factor Score of Total group reference influence (GRI)	0.264	0.114	0.194	2.308	0.023

ส่วนปัจจัยสุดท้ายคือ การรับรู้ความสามารถ
ในการควบคุมพฤติกรรม ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบ้าน
ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญกล่าวคือ เมื่อเกิดการรับรู้
ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ก็จะเกิด
ผลกระทบทางบวก กับความตั้งใจที่จะซื้อบ้าน ซึ่งการ
รับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมนั้น
ประกอบด้วย การรับรู้ในด้านทักษะของตนเองในการ
แสดงออกซึ่งพฤติกรรม (Perceived ability/skill)

การรับรู้ถึงทรัพยากรที่ตนเองมี ไม่ว่าจะเป็นเงินหรือ
เวลาเพื่อที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรม (Perceived
Resources) และการรับรู้โอกาสที่เข้าถึงแหล่งการ
ซื้อขายได้ (Perceived Opportunities) ดังนั้นการรับรู้
ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมในงานวิจัยชิ้นนี้
กล่าวได้ว่า เมื่อบุคคลมีความรู้หรือทักษะเกี่ยวกับการ
ซื้อบ้านเพียงพอ โดยทราบถึงช่องทางที่จะเข้าถึง
แหล่งซื้อขาย และประกอบกับมีเงินทุนและเวลา



ที่เพียงพอ ก็จะส่งผลให้มีการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเพียงพอที่จะเลือกซื้อบ้านได้นั่นเอง

จากผลการศึกษาต่อเนื่องหากแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่สนใจบ้านเดี่ยวเพียงอย่างเดียว จะได้ผลการวิเคราะห์ที่ใกล้เคียงกัน (ดังตาราง 7) คือ ปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อบ้าน (ATB) และปัจจัยอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิง (GRI) จะได้ค่า P-value ที่ 0.000 และ 0.023 ซึ่งมีนัยสำคัญ ที่ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้ศึกษามาขณะที่ปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) ได้ค่า P-value ที่ 0.452 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญ อาจกล่าวได้ว่าการซื้อบ้านเดี่ยวจะต้องใช้เงินทุนที่สูง ส่งผลให้ต้องมีความละเอียดในการเลือก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Levy and Lee, 2004, p. 321) บ้านเป็นสินค้าที่ต้องมีการตัดสินใจร่วมกันและมีความเสี่ยงสูงในเรื่องของการวางแผนการเงินในระยะยาว ซึ่งหากบุคคลขาดความเชื่อในการควบคุมพฤติกรรมได้ ก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบ้านได้ หากเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างอายุ 21-35 ปี และมีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท จะได้ผลเพียงปัจจัยทัศนคติต่อการซื้อบ้านเท่านั้นที่มีนัยสำคัญที่ $P \leq 0.01$ ส่วนปัจจัยอิทธิพลจากกลุ่มอ้างอิงและปัจจัยการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ไม่มีนัยสำคัญ อาจกล่าวได้ว่าเมื่อผู้ซื้อที่มีรายได้ที่ไม่มากพออาจไม่ได้คาดหวังในการมีบ้านเป็นของตนเอง โดยหากวิเคราะห์ที่ปัจจัยอิทธิพลจากแต่ละกลุ่ม ผลอิทธิพลจากลูกยังมีนัยสำคัญมากที่สุด ถัดมาคืออิทธิพลจากคู่ครอง อิทธิพลจากบิดามารดา และอิทธิพลจากเพื่อนตามลำดับ โดยผลการวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ยคะแนนก็ยังได้ผลสอดคล้องกับผลจากการวิเคราะห์หลักของการศึกษานี้

ประโยชน์ทางด้านธุรกิจ

จากผลการวิเคราะห์ อาจสรุปแนวทางเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจได้ว่า เมื่อผู้ประกอบการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้บริโภคเพียงพอ เช่น ประชาสัมพันธ์ จัดกิจกรรมให้ความรู้ในตัวสินค้าที่มากเพียงพอ ก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อความตั้งใจซื้อบ้านเป็นต้น จากนั้นปัจจัยรองลงมาคืออิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา ก็จะได้ทำการตลาดเจาะลงไปในกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพล

มาก่อนคือลูก โดยการจัดเตรียมสาธารณูปโภคที่เกิดประโยชน์กับลูกๆ เช่น สภาพแวดล้อมที่ดี เป็นต้น จากนั้นจึงพิจารณาถึงอิทธิพลของคู่ครอง บิดามารดา และเพื่อน ถัดไปตามลำดับ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ำสุดใน 3 ปัจจัย คือ การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม ผู้ประกอบการสามารถวางแผนโครงการ จังหวะทำการตลาดของโครงการ อาจจะเป็นในช่วงเวลาที่ผู้บริโภคมีเงินทุนเพียงพอที่จะได้ซื้อบ้าน โดยในประเด็นนี้อาจจะเป็นในแง่ของแหล่งเงินทุนที่หยิบยื่นของภาคสถาบันการเงินหรือภาครัฐที่ผ่านมา เช่น โครงการบ้านหลังแรก เป็นต้น หรือโอกาสที่ผู้บริโภคมีการขยายครอบครัวก็จะมีโอกาสที่จะได้ซื้อบ้านใหม่ จากกลุ่มตัวอย่าง ทำให้ทราบว่าความสนใจของลักษณะที่อยู่อาศัยคือ บ้านเดี่ยวร้อยละ 73% รองลงมาคือ ทาวน์เฮาส์ คอนโดมีเนียมอื่นๆ และบ้านแฝด เป็นสัดส่วนร้อยละ 12, 9, 5, 1 ตามลำดับ ซึ่งหากวิเคราะห์โดยตรงที่ลักษณะที่อยู่อาศัยแบบบ้านเดี่ยวเฉพาะจำนวน 140 ตัวอย่าง ได้ผลการวิเคราะห์ที่สอดคล้องกันคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ทัศนคติที่ดีต่อการซื้อบ้าน รองลงมาคือ อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมอีกทั้งอิทธิพลที่เกิดจากมิติของกลุ่มอ้างอิง ก็ได้ผลสอดคล้องกันคือ อิทธิพลของลูกมีความสำคัญมากที่สุดรองลงมาคือ คู่ครอง บิดามารดา และเพื่อน ดังนั้นหากมีข้อมูลที่มากพออิทธิพลของปัจจัยต่างๆ ก็มีแนวโน้มใช้กับที่อยู่อาศัยชนิดต่างๆ ได้เช่นกัน

งานวิจัยต่อเนื่อง

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยที่นำกรอบแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแบบแผน (The Theory of Planned Behavior; TPB) ของ Ajzen (1991, p. 182) มาทำการศึกษาถึงปัจจัยและอิทธิพลที่มีผลต่อการกำหนดความตั้งใจที่จะซื้อ ซึ่งการศึกษาในบริบทที่เกี่ยวกับความตั้งใจซื้อบ้านในประเทศไทยในอดีตยังไม่ปรากฏแพร่หลาย ดังนั้นงานวิจัยฉบับต่อไปอาจทำการศึกษาถึงตัวชี้วัดที่อาจจะเป็นมิติที่หลากหลายกว่า นอกจากนี้แล้วจากผลวิจัยพบว่า ทัศนคติที่ดีต่อการซื้อบ้านนั้นมีผลเป็นอย่างมากต่อความตั้งใจที่จะแสดงออกซึ่งการซื้อบ้านของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจจะศึกษาลงใน



รายละเอียดว่าการกระทำหรือเหตุการณ์เช่นใดบ้าง
ที่จะส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ดีซึ่งจะมีผลต่อความตั้งใจ
ที่จะซื้อบ้าน และหากเป็นแนวทางต่อยอดจากงานวิจัย

ฉบับนี้อาจจะศึกษากลุ่มอ้างอิงในแง่ของมิติที่มากกว่า
4 ด้านหลักจากที่ได้เสนอไป ซึ่งกลุ่มอ้างอิงในรูปแบบอื่น
อาจจะมีแนวโน้มสร้างการคล้อยตามได้เช่นกัน

บรรณานุกรม (Bibliography)

- Ajzen, I. (1980). **Understanding attitudes and predicting social behavior**. New Jersey: Prentice Hall PTR.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. **Organizational behavior and human decision processes**, 50(2), 179-211.
- Bedway, B. (1996). How to help your kids buy a house. **Money**, 25(11), B7.
- Chaudhary, M. (2012). Children's influence in family buying process in India. **Young Consumers**, 13(2), 161-175.
- Chaudhary, M. (2013). **Role of children in the family buying process**. Doctora dissertation, Ph.D., Jaypee Institue of Information Technology, India.
- Childers, T. and Rao, A. (1992). The influence of familial and peer-based reference groups on consumer decisions. **Journal of consumer research**, 19(2), 198-211.
- DeCoster, J. (1998). **Overview of factor analysis**. Retrieved August, 19, 2015, from <http://www.stat-help.com/notes.html>
- Gengler, A. (2010). The best way to help your kid buy a home. **Money**, 39(11), 51-52.
- George, J. F. (2004). The theory of planned behavior and internet purchasing. **Internet research**, 14(3), 198-212.
- Gillani, F. (2012). Impact of peer pressure and store atmosphere on purchase intention: An empirical study on the youngsters in pakistan. **International journal of academic research in business and social**, 2(7), 323-333.
- Hosein, N. Z. (2012). Measuring the purchase intention of visitors to the auto show. **Journal of management and marketing research**, 5(9), 1-17.
- Jiamsripong, S. (2007). Role and impact of patronage system in rural Thailand. **Journal of business economics and communications**, 2(1), 71-98.
- Kim, Y. and Han, H. (2010). Intention to pay conventional-hotel prices at a green hotel - a modification of the theory of planned behavior. **Journal of sustainable tourism**, 18(8), 997-1014.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2012). **Marketing management** (14th ed.). London: Pearson education Inc.
- Kumar, B. (2012). **Theory of planned behaviour approach to understand the purchasing behaviour for environmentally sustainable products**. Doctora dissertation, Ph.D., Indian institute of management ahmedabad, India.
- Levy, D. and Lee, C. K. C. (2004). The influence of family members on housing purchase decisions. **Journal of property investment and finance**, 22(4), 320-338.
- Luo, Q. and James, P. T. J. (2013). Influences on the buying behavior of purchasing commercial housing in Nanning city of Guangxi province, China. **Journal of management and marketing research**, 5(12), 150-160.



- Malhotra, N. K. (2010). **Marketing research: An applied orientation** (6th ed.). New Jersey: Pearson education Inc. Publishing as prentice hall.
- Manorungruengrat, A. (2009). **Preferences for detached house: DINKs perspective**. Independent study, M.S., Thammasat University, Thailand.
- Numraktrakul, P. (2011). **Factors affecting green housing purchase**. Master thesis, M.S, Thammasat University, Thailand.
- Qualls, W. J. (1984). Sex roles: Husband-wife Influence and family decision behavior. **Advances in consumer research**, 11(1), 270-275.
- Sungkamanee, J. (2011). **Education for rural development, the ideas and methods**. Bangkok: Thailand research fund.
- Suwandinata, H. (2008). **Children's influence on the family decision-making process in food buying and consumption: an empirical study of children's influence in Jakarta-Indonesia**. Doctora dissertation, Ph.D., University of Giessen, Germany
- Swinyard, W. R. and Sim, C. P. (1993). Perception of children's influence on family decision process. **Journal of consumer marketing**, 4(1), 25-38.
- Tarkiainen, A and Sundqvist, S. (2005). Subjective norms, attitudes and intentions of finnish consumers in buying organic food. **British food journal**, 107(11), 808-822.
- Vesvarut, C. (2010). **Factors Influencing the decision to stay living in the residence of the consumers in amphoe mueang Nakhonpathom province**. Independent study, M.B.A., Silpakorn University, Thailand.
- Ward, S. (1974). Consumer socialization. **Journal of consumer research**, 1(2), 1-14.
- Witayapunpracha, S. (2003). **Analysis of factors affecting the decision to purchase housing**. Master thesis, M.S, Thammasat University, Thailand.