

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาถึงเรื่องทัศนคติต่อการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล นำเสนอข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 41.4 เพศหญิงร้อยละ 58.6 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.2 ด้านการศึกษามีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 เป็นนักเรียน นักศึกษามากกว่าอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 33.6 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 39.3 ค่าไฟในที่พักอาศัยส่วนใหญ่ไม่เกิน 500 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 49.7 และค่าใช้จ่ายด้านก๊าซหุงต้มหรือถ่าน ฟืนในที่พักอาศัยเฉลี่ย 100-200 บาทต่อเดือนเป็นส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 26.5

ความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบเรื่องการณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 98.2 และตอบว่าผลดีของการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยคือสามารถลดค่าใช้จ่าย มากกว่าผลดีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 99.1

ในเรื่องความรู้ในการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยในแต่ละวิธีการ จากการให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าวิธีการที่ระบุในแบบสอบถามเป็นวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยหรือไม่ โดยที่วิธีการทั้งหมดเป็นวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย พบว่า โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 84.1 ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจผิดว่าไม่ใช่วิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 7.7 และผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบว่า เป็นวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 8.1 ซึ่งสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย ถึงแม้ว่าในแต่ละวิธีผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ไม่เท่ากันก็ตาม โดยวิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้มากที่สุดคือ การปิดไฟ ปิดเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่จำเป็นต้องใช้(เปิดเท่าที่จำเป็น) คิดเป็นร้อยละ 97.9

รองลงมา คือ การใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าประสิทธิภาพสูง คิดเป็นร้อยละ 96.1 สำหรับวิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบน้อยที่สุดว่าเป็นวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย คือ การตั้งโปรแกรมให้อุณหภูมิของเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 65.2

ความรู้ในการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามประเภทที่พักอาศัย แสดงในตารางที่ 53

ตารางที่ 53 แสดงความรู้ในการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย จำแนกตามประเภทที่พักอาศัย

ประเภทที่พักอาศัย	มีความรู้มากที่สุด		มีความรู้น้อยที่สุด	
	เรื่อง	ร้อยละ	เรื่อง	ร้อยละ
ทาวเฮ้าส์	การปิดไฟ ปิดเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่จำเป็นต้องใช้ (เปิดเท่าที่จำเป็น)	98.8	การตั้งโปรแกรมให้อุณหภูมิของเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่ใช้งาน	61.9
หอพัก	การปิดไฟ ปิดเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่จำเป็นต้องใช้ (เปิดเท่าที่จำเป็น) และการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าประสิทธิภาพสูง	98.8	การใช้งานแบบวางในเตาอบไฟฟ้าแทน حمامเพื่อที่รับความร้อนจากเตาได้ดี	56.0
บ้านเดี่ยว	การถอดปลั๊กเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกครั้งที่ไม่ใช้งาน	97.6	การตั้งโปรแกรมให้อุณหภูมิของเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่ใช้งาน	69.0
ห้องชุด(แฟลตหรือคอนโดมิเนียม)	การปิดไฟ ปิดเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่จำเป็นต้องใช้ (เปิดเท่าที่จำเป็น)	97.6	การทำความสะอาดคอมไฟ หลอดไฟ อย่าให้มีฝุ่นเกาะ	58.3

ปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย

ปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามส่วนผสมทางการตลาดเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยโดยรวม ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา 3.96 ปัจจัยด้านอื่นๆ 3.81 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด 3.79 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3.75 และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 3.74 ซึ่งทั้งห้าปัจจัยนี้มีผลต่อการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยสูง

ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมีความสำคัญมาก คือ อายุการใช้งานของอุปกรณ์

ในปัจจัยด้านราคา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมีความสำคัญมาก คือ ราคาค่าไฟ

ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมีความสำคัญมาก คือ พนักงานขายอุปกรณ์ประหยัดพลังงานมีความรู้สามารถแนะนำสินค้าได้

ในปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมีความสำคัญมาก คือ การรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

ในปัจจัยด้านอื่นๆ พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งอยู่ในระดับมีความสำคัญมาก คือ สภาพเศรษฐกิจและรายได้ของแต่ละบุคคล

ปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ตามประเภทที่พักอาศัย แสดงในตารางที่ 54

ตารางที่ 54 แสดงปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้าน
ผลิตภัณฑ์ตามประเภทที่พักอาศัย

ประเภทที่ พักอาศัย	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญมากที่สุด		ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีความสำคัญน้อยที่สุด	
	เรื่อง	ช่วงค่า เฉลี่ย	เรื่อง	ช่วงค่า เฉลี่ย
ทาวเฮ้าส์	อายุการใช้งานของอุปกรณ์	4.42 (มีความ สำคัญมาก)	ชื่อของประเทศที่ผลิต อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	2.80 (มีความ สำคัญปาน กลาง)
หอพัก	อายุการใช้งานของอุปกรณ์	4.36 (มีความ สำคัญมาก)	ชื่อของประเทศที่ผลิต อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	2.77 (มีความ สำคัญปาน กลาง)
บ้านเดี่ยว	อายุการใช้งานของอุปกรณ์	4.37 (มีความ สำคัญมาก)	ชื่อของประเทศที่ผลิต อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	2.82 (มีความ สำคัญปาน กลาง)
ห้องชุด (แฟลตหรือ คอนโดมี เนียม)	อายุการใช้งานของอุปกรณ์	4.32 (มีความ สำคัญมาก)	ชื่อของประเทศที่ผลิต อุปกรณ์ประหยัดพลังงาน	2.81 (มีความ สำคัญปาน กลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00=สำคัญมากที่สุด,3.50-4.49=สำคัญมาก,2.50-3.49=สำคัญปานกลาง,1.50-2.49=
สำคัญน้อย,1.00-1.49=ไม่สำคัญ

ปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้านราคาตาม
ประเภทที่พักอาศัย แสดงในตารางที่ 55

ตารางที่ 55 แสดงปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้านราคาตามประเภทที่พักอาศัย

ประเภทที่ พักอาศัย	ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญมากที่สุด		ปัจจัยด้านราคา ที่มีความสำคัญน้อยที่สุด	
	เรื่อง	ช่วงค่า เฉลี่ย	เรื่อง	ช่วงค่า เฉลี่ย
ทาวเฮ้าส์	ราคาค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	4.15 (มีความ สำคัญมาก)	ราคาค่าก๊าซหุงต้ม ฟืน ถ่าน	3.68 (มีความ สำคัญมาก)
หอพัก	ราคาค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	4.15 (มีความ สำคัญมาก)	ราคาค่าก๊าซหุงต้ม ฟืน ถ่าน	3.61 (มีความ สำคัญมาก)
บ้านเดี่ยว	ราคาค่าไฟ	4.17 (มีความ สำคัญมาก)	ราคาค่าก๊าซหุงต้ม ฟืน ถ่าน	3.71 (มีความ สำคัญมาก)
ห้องชุด (แฟลตหรือ ค อ น โ ค มิ เนียม)	ราคาค่าไฟ	4.18 (มีความ สำคัญมาก)	ราคาค่าก๊าซหุงต้ม ฟืน ถ่าน	3.76 (มีความ สำคัญมาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00=สำคัญมากที่สุด,3.50-4.49=สำคัญมาก,2.50-3.49=สำคัญปานกลาง,1.50-2.49=สำคัญน้อย,1.00-1.49=ไม่สำคัญ

ปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามประเภทที่พักอาศัย แสดงในตารางที่ 56

ตารางที่ 56 แสดงปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายตามประเภทที่พักอาศัย

ประเภทที่ พักอาศัย	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีความสำคัญมากที่สุด		ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีความสำคัญน้อยที่สุด	
	เรื่อง	ช่วงค่า เฉลี่ย	เรื่อง	ช่วงค่า เฉลี่ย
ทาวเฮ้าส์	พนักงานขายอุปกรณ์ ประหยัดพลังงานมีความรู้ สามารถแนะนำสินค้าได้	3.85 (มีความ สำคัญมาก)	ความน่าเชื่อถือของร้านที่ จำหน่ายอุปกรณ์ประหยัด พลังงาน	3.69 (มีความ สำคัญมาก)
หอพัก	ความน่าเชื่อถือของร้านที่ จำหน่ายอุปกรณ์ประหยัด พลังงาน	3.83 (มีความ สำคัญมาก)	อุปกรณ์ประหยัดพลังงานมี ขายในร้านที่หาซื้อได้ง่าย	3.57 (มีความ สำคัญมาก)
บ้านเดี่ยว	พนักงานขายอุปกรณ์ ประหยัดพลังงานมีความรู้ สามารถแนะนำสินค้าได้	3.93 (มีความ สำคัญมาก)	อุปกรณ์ประหยัดพลังงานมี ขายในร้านที่หาซื้อได้ง่าย	3.55 (มีความ สำคัญมาก)
ห้องชุด (แฟลตหรือ คอนโดมี เนียม)	พนักงานขายอุปกรณ์ ประหยัดพลังงานมีความรู้ สามารถแนะนำสินค้าได้	3.86 (มีความ สำคัญมาก)	อุปกรณ์ประหยัดพลังงานมี ขายในร้านที่หาซื้อได้ง่าย	3.64 (มีความ สำคัญมาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00=สำคัญมากที่สุด,3.50-4.49=สำคัญมาก,2.50-3.49=สำคัญปานกลาง,1.50-2.49=
สำคัญน้อย,1.00-1.49=ไม่สำคัญ

ปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการ
ตลาดตามประเภทที่พักอาศัย แสดงในตารางที่ 57

ตารางที่ 57 แสดงปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดตามประเภทที่พักอาศัย

ประเภทที่พักอาศัย	ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากที่สุด		ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่มีความสำคัญน้อยที่สุด	
	เรื่อง	ช่วงค่าเฉลี่ย	เรื่อง	ช่วงค่าเฉลี่ย
ทาวเฮ้าส์	การรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานผ่านสื่อต่างๆเช่นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	4.14 (มีความสำคัญมาก)	การจูงใจให้เกิดการประหยัดพลังงานโดยการนำผู้มีชื่อเสียงมาเป็นนายแบบหรือนางแบบ	3.69 (มีความสำคัญมาก)
หอพัก	การลดค่าไฟให้ตามโครงการประหยัดไฟกำไร2ต่อของรัฐบาล	4.05 (มีความสำคัญมาก)	การจูงใจให้เกิดการประหยัดพลังงานโดยการนำผู้มีชื่อเสียงมาเป็นนายแบบหรือนางแบบ	3.14 (มีความสำคัญปานกลาง)
บ้านเดี่ยว	มีการให้คำแนะนำด้านการประหยัดพลังงานโดยพนักงานของการไฟฟ้าฯ การประชาสัมพันธ์	4.07 (มีความสำคัญมาก)	การจูงใจให้เกิดการประหยัดพลังงานโดยการนำผู้มีชื่อเสียงมาเป็นนายแบบหรือนางแบบ	3.08 (มีความสำคัญปานกลาง)
ห้องชุด (แฟลตหรือ คอนโดมิเนียม)	การรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานผ่านสื่อต่างๆเช่นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	4.07 (มีความสำคัญมาก)	การจูงใจให้เกิดการประหยัดพลังงานโดยการนำผู้มีชื่อเสียงมาเป็นนายแบบหรือนางแบบ	3.29 (มีความสำคัญปานกลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00=สำคัญมากที่สุด,3.50-4.49=สำคัญมาก,2.50-3.49=สำคัญปานกลาง,1.50-2.49=สำคัญน้อย,1.00-1.49=ไม่สำคัญ

ปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้านอื่นๆตามประเภทที่พักอาศัย แสดงในตารางที่ 58

ตารางที่ 58 แสดงปัจจัยที่มีผลการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจำแนกตามปัจจัยด้านอื่นๆตามประเภทที่พักอาศัย

ประเภทที่ พักอาศัย	ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีความสำคัญมากที่สุด		ปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีความสำคัญน้อยที่สุด	
	เรื่อง	ช่วงค่า เฉลี่ย	เรื่อง	ช่วงค่า เฉลี่ย
ทาวเฮ้าส์	พฤติกรรมในชีวิตประจำวัน (ความเคยชิน)	4.05 (มีความ สำคัญมาก)	การได้เห็นคนอื่นๆเช่น เพื่อน ญาติ คนที่รู้จัก ผู้เชี่ยวชาญ ชาวยุ ประหยัดพลังงานเป็น ตัวอย่าง	3.25 (มีความ สำคัญปาน กลาง)
หอพัก	สภาพเศรษฐกิจและรายได้ ของแต่ละบุคคล	4.20 (มีความ สำคัญมาก)	การได้เห็นคนอื่นๆเช่น เพื่อน ญาติ คนที่รู้จัก ผู้เชี่ยวชาญ ชาวยุ ประหยัดพลังงานเป็น ตัวอย่าง	3.39 (มีความ สำคัญปาน กลาง)
บ้านเดี่ยว	พฤติกรรมในชีวิตประจำวัน (ความเคยชิน)	4.14 (มีความ สำคัญมาก)	การได้เห็นคนอื่นๆเช่น เพื่อน ญาติ คนที่รู้จัก ผู้เชี่ยวชาญ ชาวยุ ประหยัดพลังงานเป็น ตัวอย่าง	3.43 (มีความ สำคัญปาน กลาง)
ห้องชุด (แฟลตหรือ ค อ น โ ค มึ เนียม)	สภาพเศรษฐกิจและรายได้ ของแต่ละบุคคล	4.08 (มีความ สำคัญมาก)	การได้เห็นคนอื่นๆเช่น เพื่อน ญาติ คนที่รู้จัก ผู้เชี่ยวชาญ ชาวยุ ประหยัดพลังงานเป็น ตัวอย่าง	3.49 (มีความ สำคัญปาน กลาง)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00=สำคัญมากที่สุด,3.50-4.49=สำคัญมาก,2.50-3.49=สำคัญปานกลาง,1.50-2.49=สำคัญน้อย,1.00-1.49=ไม่สำคัญ

พฤติกรรมกรรมการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยในแต่ละวิธีการ พบว่า โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมปฏิบัติประจำในวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีพฤติกรรมปฏิบัติบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.7 มีพฤติกรรมปฏิบัตินานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.6 และมีพฤติกรรมไม่เคยปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ นอกจากนี้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยเป็นประจำเกือบทุกวิธีการ ยกเว้นเพียง 3 วิธีการคือ

ก) การประหยัดพลังงานในเครื่องปรับอากาศโดยวิธีการทำความสะอาดแผ่นกรองอากาศอย่าให้มีฝุ่นเกาะเพราะจะลดประสิทธิภาพของเครื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติบ้างบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 35.3

ข) การประหยัดพลังงานในอุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีรีโมทคอนโทรลโดยวิธีการปิดสวิทช์ที่เครื่องหรือถอดปลั๊กแทนการใช้ รีโมทคอนโทรลปิด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติบ้างบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.7 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 38.4

ค) การประหยัดพลังงานในหลอดไฟโดยวิธีการทำความสะอาดโคมไฟ หลอดไฟ อย่าให้มีฝุ่นเกาะ เพราะจะทำให้แสงสว่างลดลง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัตินานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาคือผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติบ้างบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.6

วิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติเป็นประจำมากที่สุดคือการประหยัดพลังงานในหลอดไฟโดยวิธีการปิดไฟทุกครั้งที่ไม่ใช้ คิดเป็นร้อยละ 78.3 วิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัติบ้างบางครั้งมากที่สุดคือการประหยัดพลังงานในเครื่องทำน้ำอุ่นสำหรับอาบน้ำโดยวิธีการตั้งที่ระดับความแรงของน้ำปานกลางที่เหมาะสม ละเว้นการตั้งระดับไว้ที่แรงสุด คิดเป็นร้อยละ 41.3 วิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามปฏิบัตินานๆครั้งมากที่สุดคือการประหยัดพลังงานในหลอดไฟโดยวิธีการทำความสะอาดโคมไฟ หลอดไฟ อย่าให้มีฝุ่นเกาะ เพราะจะทำให้แสงสว่างลดลง คิดเป็นร้อยละ 35.4 และสำหรับวิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยปฏิบัติมากที่สุดคือการประหยัดพลังงานในเครื่องปรับอากาศโดยวิธีการติดตั้งที่ฝ้าเพดานเพื่อช่วยลดความร้อน คิดเป็นร้อยละ 31.6

พฤติกรรมกรรมการประหยัดพลังงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ในทาวเฮ้าส์ที่มีพฤติกรรมปฏิบัติประจำห้าวิธีการแรก แสดงในตารางที่ 59

ตารางที่ 59 แสดงพฤติกรรมการประหยัดพลังงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ใน ทาวน์เฮ้าส์ที่มีพฤติกรรมปฏิบัติประจำทำวิธีการแรก

ลำดับ	พฤติกรรม	ปฏิบัติประจำคิดเป็นร้อยละ
1	การประหยัดพลังงานกับหลอดไฟโดยการปิดไฟทุกครั้งที่ไม่ใช้	84.5
2	การประหยัดพลังงานกับตู้เย็น โดยการตั้งตู้เย็นให้ห่างจากผนังอย่างน้อย 15 เซนติเมตรเพื่อให้ระบายความร้อนได้ดี	74.7
3	การประหยัดพลังงานกับเตาไมโครเวฟโดยการวางเตาไมโครเวฟไว้ห่างจากวิทยุ โทรทัศน์เพราะจะรบกวนการทำงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าเหล่านั้น	72.9
4	การประหยัดพลังงานกับวิทยุ โดยการเปิดวิทยุเมื่อต้องการฟัง ไม่เปิดวิทยุทิ้งไว้ เมื่อต้องการดูโทรทัศน์จะปิดวิทยุ ไม่เปิดวิทยุพร้อมดูโทรทัศน์	69.9
5	การประหยัดพลังงานกับหม้อหุงข้าวไฟฟ้าโดยการรอนข้าวสุกโดยไม่เปิดฝาขณะหุงข้าวเพื่อดูว่าข้าวสุกหรือยัง	69.5

พฤติกรรมการประหยัดพลังงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ในหอพักที่มีพฤติกรรมปฏิบัติประจำทำวิธีการแรก แสดงในตารางที่ 60

ตารางที่ 60 แสดงพฤติกรรมการประหยัดพลังงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ในหอพักที่มีพฤติกรรมปฏิบัติประจำหาวิธีการแรก

ลำดับ	พฤติกรรม	ปฏิบัติประจำคิดเป็นร้อยละ
1	การประหยัดพลังงานกับหลอดไฟโดยการปิดไฟทุกครั้งที่ไม่ใช้	77.4
2	การประหยัดพลังงานกับโทรทัศน์โดยการเปิดโทรทัศน์เครื่องเดียว(ไม่เปิดโทรทัศน์พร้อมกันหลายเครื่อง)	76.8
3	การประหยัดพลังงานกับตู้เย็น โดยการตั้งตู้เย็นให้ห่างจากผนังอย่างน้อย 15 เซนติเมตรเพื่อให้ระบายความร้อนได้ดี	71.6
4	การประหยัดพลังงานกับวิทยุ โดยการเปิดวิทยุเมื่อต้องการฟัง ไม่เปิดวิทยุทิ้งไว้ เมื่อต้องการดูโทรทัศน์จะปิดวิทยุ ไม่เปิดวิทยุพร้อมดูโทรทัศน์	69.5
5	การประหยัดพลังงานกับเตาไมโครเวฟ โดยการวางเตาไมโครเวฟไว้ห่างจากวิทยุ โทรทัศน์เพราะจะรบกวนการทำงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าเหล่านั้น	69.0

พฤติกรรมการประหยัดพลังงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยวที่มีพฤติกรรมปฏิบัติประจำหาวิธีการแรก แสดงในตารางที่ 61

ตารางที่ 61 แสดงพฤติกรรมการประหยัดพลังงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยวที่มีพฤติกรรมปฏิบัติประจำหาวิธีการแรก

ลำดับ	พฤติกรรม	ปฏิบัติประจำคิดเป็นร้อยละ
1	การประหยัดพลังงานกับตู้เย็น โดยการตั้งตู้เย็นให้ห่างจากผนังอย่างน้อย 15 เซนติเมตรเพื่อให้ระบายความร้อนได้ดี	85.4
2	การประหยัดพลังงานกับหลอดไฟ โดยการปิดไฟทุกครั้งที่ไม่ใช้	78.6
3	การประหยัดพลังงานกับเตาไมโครเวฟ โดยการวางเตาไมโครเวฟไว้ห่างจากวิทยุ โทรทัศน์ เพราะจะรบกวนการทำงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าเหล่านั้น	78.0
4	การประหยัดพลังงานกับเครื่องปรับอากาศ โดยการปลุกต้นไม้เพื่อบังแสงแดดให้บ้าน	70.0
5	การประหยัดพลังงานกับหม้อหุงข้าวไฟฟ้า โดยการรอนข้าวสุกโดยไม่เปิดฝาขณะหุงข้าวเพื่อคว่ำข้าวสุกหรือยัง	69.5

พฤติกรรมการประหยัดพลังงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ในห้องชุด(แฟลตหรือคอนโดมิเนียม) ที่มีพฤติกรรมปฏิบัติประจำหาวิธีการแรก แสดงในตารางที่ 62

ตารางที่ 62 แสดงพฤติกรรมการประหยัดพลังงานของผู้ตอบแบบสอบถามที่พักอาศัยอยู่ในห้องชุด(แฟลตหรือคอนโดมิเนียม)ที่มีพฤติกรรมปฏิบัติประจำหาวิธีการแรก

ลำดับ	พฤติกรรม	ปฏิบัติประจำคิดเป็นร้อยละ
1	การประหยัดพลังงานกับตู้เย็น โดยการตั้งตู้เย็นให้ห่างจากผนังอย่างน้อย 15 เซนติเมตรเพื่อให้ระบายความร้อนได้ดี	75.6
2	การประหยัดพลังงานกับเตาไมโครเวฟ โดยการวางเตาไมโครเวฟไว้ห่างจากวิทยุ โทรทัศน์ เพราะจะรบกวนการทำงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าเหล่านั้น	74.0
3	การประหยัดพลังงานกับหลอดไฟ โดยการปิดไฟทุกครั้งที่ไม่ใช้	72.6
4	การประหยัดพลังงานกับเตาแก๊ส กระตะไฟฟ้า โดยการเปิดเตาเมื่อต้องการใช้ ละเว้นการเปิดเตาล่วงหน้าก่อนปรุงอาหาร	64.9
5	การประหยัดพลังงานกับอุปกรณ์ไฟฟ้า โดยการใช้อุปกรณ์ที่ได้ฉลากประหยัดไฟเบอร์ 5	64.3

ปัญหาในการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย

ปัญหาในการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยโดยรวมได้แก่ ราคาของอุปกรณ์ประหยัดพลังงานมีราคาสูง 3.99 การไม่ให้ความสำคัญในการประหยัดพลังงาน 3.78 ไม่มีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงาน 3.70 เมื่อทำการประหยัดพลังงานจะประหยัดค่าใช้จ่ายได้น้อย ทำให้ไม่ดึงดูดให้ปฏิบัติ 3.55 ไม่ทราบว่าอุปกรณ์ใดเป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน 3.54 ขาดการสนับสนุนและแรงจูงใจการประหยัดพลังงานจากภาครัฐ 3.53 ซึ่งทั้งหมดจัดอยู่ในระดับเป็นปัญหามาก สำหรับปัญหาอีกสามประการคือ ไม่ได้ศึกษาวิธีการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเพื่อประหยัดพลังงาน 3.49 การประหยัดพลังงานทำให้ความสะดวกสบายลดลง 3.32 ไม่ทราบแหล่งที่ซื้ออุปกรณ์ประหยัดพลังงาน 3.26 จัดอยู่ในระดับเป็นปัญหปานกลาง

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาถึงเรื่องทัศนคติต่อการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำมาอภิปรายผลตามแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้

1. องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้สึกความเข้าใจ (Cognitive Element) หมายถึง ความรู้ การรับรู้ และความเชื่อที่ผู้บริโภคมีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบเรื่องการรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยจากโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 98.2 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชง จงสกุลศิริ¹ ที่ได้ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่และระบุว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำมันผ่านทางโทรทัศน์มากที่สุดร้อยละ 98.2 และสอดคล้องการประเมินการรับรู้ของประชาชนทั่วประเทศในแผนอนุรักษ์พลังงาน และแนวทางหลักเกณฑ์เงื่อนไข และลำดับความสำคัญการใช้จ่ายเงิน ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานในช่วงปีงบประมาณ 2543-2547²(แผนอนุรักษ์พลังงาน 2543-2547) และจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าผลดีของการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยคือสามารถลดค่าใช้จ่าย มากกว่าผลดีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 99.1 ซึ่งมากกว่าผลการศึกษาของชง จงสกุลศิริ ที่ระบุว่าผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 96.3 เห็นว่าการประหยัดน้ำมันมีผลดีคือสามารถลดค่าใช้จ่ายส่วนตัว และมากกว่าจากการประเมินการรับรู้ของประชาชนทั่วประเทศในแผนอนุรักษ์พลังงาน 2543-2547 ที่ระบุไว้ร้อยละ 91 สำหรับความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย จากการศึกษพบว่าโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชง จงสกุลศิริ ที่ได้ระบุว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการประหยัดเชื้อเพลิง นอกจากนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจไม่เท่ากันในแต่ละวิธีการ โดย วิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้มากที่สุดคือ การปิดไฟ ปิดเครื่องปรับอากาศเมื่อไม่จำเป็นต้องใช้(เปิดเท่าที่จำเป็น) คิดเป็นร้อยละ 97.9 รองลงมา คือ การใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 หรือเครื่องใช้ไฟฟ้า

¹ ชง จงสกุลศิริ, “ทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ต่อการประหยัดพลังงานในการเดินทางโดยรถยนต์”, การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2545, หน้า 100.

² คณะกรรมการกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน, แผนอนุรักษ์พลังงาน และแนวทางหลักเกณฑ์ เงื่อนไข และลำดับความสำคัญการใช้จ่ายเงิน ของกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานในช่วงปีงบประมาณ 2543-2547 [ระบบออนไลน์], แหล่งที่มา <http://www.eppo.go.th/encon/encon-fund-T.html> [18 เมษายน 2548].

ประสิทธิภาพสูง คิดเป็นร้อยละ 96.1 และวิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบน้อยที่สุด คือ การตั้งโปรแกรมให้จอภาพคอมพิวเตอร์ปิดเองเมื่อไม่ใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 65.2

2. องค์ประกอบเกี่ยวกับความชอบ (Affective Element) เป็นส่วนที่สะท้อนถึงอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีความคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากการศึกษา เมื่อใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ในองค์ประกอบเกี่ยวกับความชอบ พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยในระดับมีความสำคัญมาก 3.96 รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยในระดับมีความสำคัญมาก 3.81 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยในระดับมีความสำคัญมาก 3.79 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยในระดับมีความสำคัญมาก 3.75 และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยในระดับมีความสำคัญมาก 3.74

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมีความสำคัญมาก คือ อายุการใช้งานของอุปกรณ์

2.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมีความสำคัญมาก คือ ราคาค่าไฟ สำหรับราคาน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่ง บริษัท ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย จำกัด³ ได้ระบุว่าราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมีผลต่อการประหยัดพลังงานโดยการตรึงราคาน้ำมันทำให้ประชาชนมีความตระหนักถึงการสร้างวินัยที่ดีในการประหยัดพลังงานน้อยกว่าที่ควรจะเป็น จากการศึกษพบว่าราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมีค่าเฉลี่ยเป็นลำดับที่สองซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมีความสำคัญมาก

³ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. การปรับราคาน้ำมันดีเซล : ผลกระทบต่อภาคธุรกิจและอัตราเงินเฟ้อ. *กระแสนวัตกรรม* [ระบบออนไลน์]. ปีที่ 11 ฉบับที่ 1721 วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2548, แหล่งที่มา

<http://www.kasikomresearch.com/tfrc/cgi/ticket/ticket.exe/3234535013/tfrc/thai/research/res05/feb/lene721.htm> [18 เมษายน 2548].

2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมีความสำคัญมาก คือ พนักงานขายอุปกรณ์ประหยัดพลังงานมีความรู้สามารถแนะนำสินค้าได้

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมีความสำคัญมาก คือ การรณรงค์ให้ประหยัดพลังงานผ่านสื่อต่างๆ เช่นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

2.5 ปัจจัยด้านอื่นๆ

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยลำดับแรกซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมีความสำคัญมาก คือ สภาพเศรษฐกิจและรายได้ของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรม (Behavioral Element) เป็นแนวโน้มที่จะก่อปฏิบัติการหรือ พฤติกรรมของผู้บริโภค

จากการศึกษาพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยในแต่ละวิธีการจำนวน 27 วิธีการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยเป็นประจำเกือบทุกวิธีการ ยกเว้นเพียง 3 วิธีการคือ การประหยัดพลังงานในเครื่องปรับอากาศโดยวิธีทำความสะอาดแผ่นกรองอากาศอย่างให้มีฝุ่นเกาะเพราะจะลดประสิทธิภาพของเครื่อง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติบ้างบางครั้ง การประหยัดพลังงานในอุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีรีโมทคอนโทรลโดยวิธีการปิดสวิทช์ที่เครื่องหรือถอดปลั๊กแทนการใช้ รีโมทคอนโทรลปิด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติบ้างบางครั้ง และการประหยัดพลังงานในหลอดไฟโดยวิธีทำความสะอาดโคมไฟ หลอดไฟอย่างให้มีฝุ่นเกาะ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติกันหลายๆครั้ง โดยปัญหาต่อการไม่สามารถปฏิบัติตามวิธีการประหยัดพลังงานที่มีระดับเป็นปัญหามาก ได้แก่ ราคาของอุปกรณ์ประหยัดพลังงานมีราคาสูง การไม่ให้ความสำคัญในการประหยัดพลังงาน ไม่มีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงาน เมื่อทำการประหยัดพลังงานจะประหยัดค่าใช้จ่ายได้น้อยทำให้ไม่ดึงดูดให้ปฏิบัติ ไม่ทราบว่าคุณสมบัติใดเป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน และขาดการสนับสนุนและรณรงค์การประหยัดพลังงานจากภาครัฐ

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ในเรื่องข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนหนึ่งไม่ทราบค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้าและด้านเชื้อเพลิงภายในที่พักอาศัยของตนเอง โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทราบค่าใช้จ่ายด้านพลังงานไฟฟ้า(ค่าไฟ) คิดเป็นร้อยละ 3.0 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ทราบค่าใช้จ่ายด้านก๊าซหุงต้ม ถ่าน ฟืน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ในเรื่องสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบเรื่องการณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย พบว่า สื่ออื่นๆนอกเหนือจากที่ระบุในแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามทราบจากบอร์ดเผยแพร่ความรู้ในหอพัก และจากใบเสร็จ/ใบกำกับภาษีค่าไฟฟ้า ซึ่งสื่อทั้งสองเป็นสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบเรื่องการณรงค์ให้ประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยน้อย

ในเรื่องผลดีจากการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ระบุผลดีอื่นๆนอกเหนือจากที่ระบุในแบบสอบถาม คือ ภูมิใจในตัวเอง และไม่ต้องซื้อไฟฟ้าจากต่างประเทศ

ในเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีความสำคัญปานกลาง คือ ทรายหือของอุปกรณ์ และชื่อของประเทศที่ผลิตอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีความสำคัญปานกลาง คือ การจงใจให้เกิดการประหยัดพลังงานโดยการนำผู้มีชื่อเสียงมาเป็นนายแบบหรือนางแบบ ปัจจัยด้านอื่นๆที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมีความสำคัญปานกลาง คือ การได้เห็นคนอื่นๆเช่นเพื่อน ญาติ คนที่รู้จัก ผู้เชี่ยวชาญ ประหยัดพลังงานเป็นตัวอย่าง

ในเรื่องพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย พบว่า วิธีการประหยัดพลังงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยปฏิบัติมากที่สุด 2 อันดับแรกคือ การประหยัดพลังงานเครื่องปรับอากาศโดยการติดฉนวนที่ฝ้าเพดานเพื่อช่วยลดความร้อน และการประหยัดพลังงานเครื่องปรับอากาศโดยการปลุกต้นไม้เพื่อบังแสงแดดให้บ้าน เพื่อพิจารณาตามประเภทที่พักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยปฏิบัติใน 2 วิธีการดังกล่าวส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในหอพัก และห้องชุด(แฟลตหรือคอนโดมิเนียม) ซึ่งหมายความว่าวิธีการประหยัดพลังงานโดยการติดฉนวนที่ฝ้าเพดานเพื่อช่วยลดความร้อน และการปลุกต้นไม้เพื่อบังแสงแดดให้บ้าน สำหรับผู้ที่พักอาศัยในหอพัก และห้องชุด(แฟลตหรือคอนโดมิเนียม) นั้นปฏิบัติได้ยากเนื่องจากผู้ที่พักอาศัยไม่ได้เป็นเจ้าของ จึงไม่สามารถดำเนินการเองในวิธีการประหยัดพลังงานบางวิธีได้ หากไม่นับวิธีการประหยัดพลังงาน 2 วิธีการดังกล่าว พบว่า วิธีการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าร้อยละ 10 ไม่

เคยปฏิบัติ ได้แก่ การประหยัดพลังงานคอมพิวเตอร์โดยการตั้งโปรแกรมให้จอภาพปิดเองเมื่อไม่ใช้งาน และการประหยัดพลังงานหลอดไฟโดยการทำความสะดวกโคมไฟ หลอดไฟ อย่าให้มีฝุ่นเกาะ เพราะจะทำให้แสงสว่างลดลง

ปัญหาในการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยที่จัดอยู่ในระดับเป็นปัญหามาก มีข้อค้นพบดังนี้

ปัญหาที่มีระดับความสำคัญอันดับแรกคือ ราคาของอุปกรณ์ประหยัดพลังงานมีราคาสูง เมื่อเชื่อมโยงกับความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่ง ร้อยละ 99.1ของผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าผลดีของการประหยัดพลังงานคือสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ ร้อยละ 96.1ของผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ 5 หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าประสิทธิภาพสูงเป็นวิธีการประหยัดพลังงาน และเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาของอุปกรณ์และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องการลดราคาอุปกรณ์ประหยัดพลังงานเป็นพิเศษ ในระดับมีความสำคัญมาก พบว่าการที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาอุปกรณ์มากทำให้เป็นปัญหาในการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความรู้ว่าการใช้อุปกรณ์ประสิทธิภาพสูงเป็นวิธีการประหยัดพลังงานและทราบว่า การประหยัดพลังงานจะลดค่าใช้จ่ายได้ก็ตาม

ปัญหาที่มีระดับความสำคัญอันดับสองคือ การไม่ให้ความสำคัญในการประหยัดพลังงาน เมื่อเชื่อมโยงกับความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่ง ร้อยละ 84.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย ร้อยละ 99.1ของผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าผลดีของการประหยัดพลังงานคือสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ และเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆ โดยเฉพาะปัจจัยพฤติกรรมในชีวิตประจำวัน(ความเคยชิน)ในระดับมีความสำคัญมาก พบว่าปัญหาเรื่องการไม่ให้ความสำคัญในการประหยัดพลังงานนั้นแม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานแต่จากความเคยชินของผู้ตอบแบบสอบถามและการทำวิธีส่งเสริมการตลาดที่ไม่สามารถเปลี่ยนทัศนคติได้ ทำให้ปัญหานี้ยังอยู่ในระดับเป็นปัญหามาก

ปัญหาที่มีระดับความสำคัญอันดับสามคือ ไม่มีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงาน เมื่อเชื่อมโยงกับความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่ง ร้อยละ 84.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานเป็นส่วนใหญ่แต่สำหรับวิธีการประหยัดพลังงานที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความรู้นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามจัดว่าเป็นปัญหามาก

ปัญหาที่มีระดับความสำคัญอันดับสี่คือ เมื่อทำการประหยัดพลังงานจะประหยัดค่าใช้จ่ายได้น้อย ทำให้ไม่ดึงดูดให้ปฏิบัติ เมื่อเชื่อมโยงกับความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่ง ร้อยละ 99.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าผลดีของการประหยัดพลังงานคือสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ ร้อยละ 84.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย และเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมีความสำคัญมาก พบว่าปัญหาเรื่องเมื่อทำการประหยัดพลังงานจะประหยัดค่าใช้จ่ายได้น้อย ทำให้ไม่ดึงดูดให้ปฏิบัติ นั้น แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงาน และทราบว่าผลดีสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ แต่จากความปัจจัยด้านราคาและการทำวิธีส่งเสริมการตลาดที่ไม่สามารถแก้ปัญหานี้ได้ ทำให้ปัญหานี้ยังอยู่ในระดับเป็นปัญหามาก

ปัญหาที่มีระดับความสำคัญอันดับห้าคือ การไม่ทราบว่าอุปกรณ์ใดเป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน เมื่อเชื่อมโยงกับความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่ง ร้อยละ 84.1 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย และเชื่อมโยงกับข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องการมีฉลากแสดงผลการรับรองประสิทธิภาพจากหน่วยงานที่เชื่อถือได้ เช่น ฉลากเบอร์ 5 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมีความสำคัญมาก พบว่าปัญหาเรื่องการไม่ทราบว่าอุปกรณ์ใดเป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงานนั้น แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงานแต่ผู้ตอบแบบสอบถามยังคงต้องการทราบว่าอุปกรณ์ใดเป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน

ปัญหาที่มีระดับความสำคัญอันดับหกคือ ขาดการสนับสนุนและรณรงค์การประหยัดพลังงานจากภาครัฐ เมื่อเชื่อมโยงกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมีความสำคัญมาก พบว่าปัญหานี้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการการสนับสนุนและรณรงค์จากภาครัฐมากกว่าเดิม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้สนใจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสำหรับใช้เป็นแนวทางในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนโดยทั่วไป มีจิตสำนึก เรื่องการประหยัดพลังงาน และมีส่วนร่วมในการช่วยประเทศชาติในการประหยัดพลังงาน ได้ดังต่อไปนี้

จากพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าโดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัยเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีพฤติกรรมปฏิบัติบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.7 มีพฤติกรรมปฏิบัติบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.6 และมีพฤติกรรมไม่เคยปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 6.2 ตามลำดับ เห็นได้ว่าหากปรับเปลี่ยนผู้มีพฤติกรรมปฏิบัติบางครั้งให้มาปฏิบัติเป็นประจำจะทำให้เกิดผลการประหยัดได้มากเนื่องจาก สักส่วนผู้ที่มีพฤติกรรมปฏิบัติบางครั้งเป็นอันดับสองรองจากผู้ที่มีพฤติกรรมปฏิบัติเป็นประจำ นอกจากนั้นเพื่อให้เกิดผลการประหยัดพลังงานที่เด่นชัดจึงควรเน้นในอุปกรณ์ที่มีการใช้พลังงานมาก โดยข้อมูลจาก ศูนย์อนุรักษ์พลังงานแห่งประเทศไทย⁴ ที่ระบุไว้ในหนังสือประหยัดไฟ กำไร 2 ต่อ(ระยะที่2) “60ล้านไทย ลดใช้พลังงาน” อุปกรณ์ที่มีขนาดมากกว่า 500 วัตต์ ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ หม้อหุงข้าว กระจกน้ำร้อน เตารีด เครื่องทำน้ำอุ่น เครื่องดูดฝุ่น เครื่องเป่าผม(ไดร์) กระจกไฟฟ้า และเตาไมโครเวฟ ซึ่งอุปกรณ์ดังกล่าวจัดว่าเป็นอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานในที่พักอาศัยมาก ดังนั้นวิธีการที่ควรรณรงค์ให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมปฏิบัติเป็นประจำได้แก่

เครื่องปรับอากาศ: ตั้งอุณหภูมิห้องให้เหมาะสมที่ 25 องศาเซลเซียส

เครื่องปรับอากาศ: ทำความสะอาดแผ่นกรองอากาศอย่าให้มีฝุ่นเกาะเพราะจะลดประสิทธิภาพของเครื่อง

กระจกน้ำร้อนไฟฟ้า: เสียบปลั๊กคัมน์น้ำเมื่อต้องการ ละเว้นการเสียบปลั๊กคัมน์น้ำทิ้งไว้โดยยัง

ไม่มีความต้องการจะใช้

เตารีด: ถอดปลั๊กก่อนรีดเสร็จ 2-3 นาที และพรมน้ำแต่พอดีไม่พรมน้ำมากเกินไป

หม้อหุงข้าวไฟฟ้า: รอจนข้าวสุกโดยไม่เปิดฝาทันทีหุงข้าวเพื่อดูว่าข้าวสุกหรือยัง

อุปกรณ์ที่มีความร้อนเช่นกระจกไฟฟ้า: ตั้งอยู่นอกห้องปรับอากาศ เพื่อไม่ให้เป็นการ

ของเครื่องปรับอากาศ

เตาแก๊ส กระจกไฟฟ้า: เปิดเตาเมื่อต้องการใช้ ละเว้นการเปิดเตาล่วงหน้าก่อนปรุงอาหาร

⁴ ศูนย์อนุรักษ์พลังงานแห่งประเทศไทย, *ประหยัดไฟ กำไร 2 ต่อ(ระยะที่2) “60ล้านไทย ลดใช้พลังงาน”* (กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์กรุงเทพ(1984),2547), หน้า32-34.

เตาไมโครเวฟ: วางเตาไมโครเวฟไว้ห่างจากวิทยุ โทรทัศน์เพราะจะรบกวนการทำงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าเหล่านั้น

เตาอบไฟฟ้า: ใช้งานเบนวางในเตาอบไฟฟ้าแทนหมเพื่อให้ความร้อนจากเตาได้ดี ตั้งเวลาให้เหมาะสม

เครื่องปรับอากาศ: ปลุกต้นไม้เพื่อบังแสงแดดให้บ้าน

เครื่องปรับอากาศ: ติดฉนวนที่ฝ้าเพดานเพื่อช่วยลดความร้อน

เครื่องดูดฝุ่น: ใช้ไม้กวาด ไม้ถูพื้นแทนเครื่องดูดฝุ่นกับพื้นที่ทำความสะอาดง่าย

เครื่องทำน้ำอุ่นสำหรับอาบน้ำ: ตั้งที่ระดับความแรงของน้ำปานกลางที่เหมาะสม ละเว้นการตั้งระดับไว้ที่แรงสุด

สำหรับแนวทางในการรณรงค์นั้นควรเป็นแนวทางเพื่อแก้ในปัญหาการประหยัดพลังงานในที่พักอาศัย ดังนี้คือ ในการแก้ปัญหาหาค่าของอุปกรณ์ประหยัดพลังงานมีราคาสูง อาจะปรับลดราคาอุปกรณ์ประหยัดพลังงานให้ต่ำลง และควรทำการส่งเสริมการวิจัยเพื่อให้ได้อุปกรณ์ประหยัดพลังงานที่มีราคาถูกลง จากนั้นจึงทำการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงราคาของอุปกรณ์ประหยัดพลังงานเปรียบเทียบกับอุปกรณ์ทั่วไปผ่านทางสื่อโทรทัศน์ และวิทยุ

การแก้ปัญหาการไม่ให้ความสำคัญในการประหยัดพลังงานและการไม่มีความรู้ในวิธีการประหยัดพลังงาน ทำได้โดยการรณรงค์ผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งการใช้สื่อจึงต้องใช้อย่างผสมผสานกันตามลักษณะเด่นของสื่อแต่ละประเภทคือ การใช้โทรทัศน์และวิทยุเพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของการประหยัดพลังงาน การใช้แผ่นพับ ใบปลิวหรือคู่มือการประหยัดพลังงานเพิ่มเสริมความรู้ในการประหยัดพลังงาน และการจัดกิจกรรมรณรงค์ในแหล่งชุมชนเพื่อให้รายละเอียดของเนื้อหาความรู้ในการประหยัดพลังงาน โดยการจัดกิจกรรมรณรงค์ในแหล่งชุมชนนั้นต้องเลือกเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม เช่น หากจัดในงานประเพณีควรจัดเป็นซุ้มกิจกรรมมีการเล่นเกมที่สอดแทรกความรู้เรื่องการประหยัดพลังงานซึ่งมีผู้ดูแลเกมเป็นผู้แนะนำ และผู้เล่นเกมจะได้ของที่ระลึกหรือคู่มือประหยัดพลังงานเป็นรางวัล

การแก้ปัญหาเรื่องเมื่อทำการประหยัดพลังงานจะประหยัดค่าใช้จ่ายได้น้อย ทำให้ไม่ดึงดูดให้ปฏิบัติ ควรมีโครงการที่ทำให้ผู้บริโภคเห็นผลประโยชน์ของการประหยัดพลังงานให้มากกว่าปัจจุบันซึ่งมีเพียงการให้ส่วนลดค่าไฟฟ้าเท่านั้น ตัวอย่างของโครงการดังกล่าวคือโครงการตรวจเช็คอุปกรณ์ไฟฟ้าหรือทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศให้ฟรีเมื่อสามารถลดค่าไฟฟ้าได้ และสำหรับโครงการให้ส่วนลดค่าไฟฟ้านั้นควรเพิ่มสิ่งจูงใจเช่นมีการให้รางวัลผู้ที่ประหยัดไฟได้มากที่สุดในแต่ละตำบลทุกๆเดือน

การแก้ปัญหาเรื่อง การไม่ทราบว่าคุณสมบัติใดเป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน ควรเพิ่มโครงการติดฉลากประหยัดพลังงานในอุปกรณ์ที่ใช้ไฟฟ้านอกเหนือจากปัจจุบันที่มีเพียง พัดลม เครื่องปรับอากาศ และตู้เย็นเท่านั้น ควรจัดทำทำเนียบอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน โดยมีข้อมูลว่าอุปกรณ์ใด ยี่ห้อใด รุ่นใด เป็นอุปกรณ์ประหยัดพลังงาน และสถานที่ที่สามารถซื้ออุปกรณ์ประหยัดพลังงานนั้นๆ โดยต้องโฆษณา ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ทำเนียบอุปกรณ์ประหยัดพลังงานดังกล่าวให้ทั่วถึง

สำหรับปัญหาเรื่อง ขาดการสนับสนุนและรณรงค์การประหยัดพลังงานจากภาครัฐนั้น นอกเหนือจากที่ทางภาครัฐส่วนกลางจะต้องเพิ่มการสนับสนุนและรณรงค์แล้ว ยังสามารถให้ส่วนราชการท้องถิ่นเข้ามาช่วยประสานงานซึ่งได้แก่ จัดทำโครงการชุมชนตัวอย่างด้านการประหยัดพลังงานทำโดยทางภาครัฐให้งบประมาณสนับสนุนให้ชุมชนตัวอย่างมีการประหยัดพลังงาน เพื่อเป็นตัวอย่างแก่ชุมชนใกล้เคียงอื่นๆ จัดการอบรมเผยแพร่ความรู้เรื่องการประหยัดพลังงานโดยส่วนราชการท้องถิ่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved