



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กระทรวงพาณิชย์. ข้อมูลการตลาดจังหวัดพิษณุโลก ประจำปี 2525.

____. ข้อมูลการตลาดจังหวัดพิษณุโลก ประจำปี 2527.

กระทรวงมหาดไทย. สำนักผังเมือง. ข้อมูลประกอบการวางและจัดทำผังเมืองรวม
เมืองพิษณุโลก. ไม่ปรากฏ ปี พ.ศ. ที่พิมพ์

____. ____ ผังโครงสร้างจังหวัดพิษณุโลก, 2528.

จุฬา เทียนไทย. การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง,
ไม่ปรากฏ ปี พ.ศ. ที่พิมพ์. 2517

จักรชัย หงษ์ประยูร. ภูมิศาสตร์เมือง. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช,
2527.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญผล,
2527.

คำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิธ. การค้าเนิ่นงานร้านขายปลีก พช. 242. กรุงเทพมหานคร:
วิทยาลัยพณิชยการพระนคร, 2525.

เทศบาลเมืองพิษณุโลก. คู่มือท่องเที่ยวพิษณุโลก. ไม่ปรากฏปี พ.ศ. ที่พิมพ์.

บัญญัติ คุณเจริญไพบูลย์. ภูมิศาสตร์ท้องถิ่น จังหวัดพิษณุโลก. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พิษณุโลก, 2521.

บัญญัติ จุลนาพันธ์ และคณะ. หลักการตลาด เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523.

ปรีชา วอนขอพร และคณะ. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

พรศักดิ์ ห่องแก้ว. การสู่มั่วอย่าง สำหรับการวิจัยแบบสำรวจ. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2529.

พิบูล ทีปะपाल. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยครูบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 2528.

สมชาย เคชะพรหมพันธุ์. "การศึกษาแรงดึงดูดของการขายปลีกเพื่อกำหนดขอบเขตบริเวณการค้า ระหว่างเมืองชลบุรี-หนองมน-บางพระ และศรีราชา." บทความวิจัยเสนอในการประชุมทางวิชาการประจำปี 2525, จัดโดยสมาคมภูมิศาสตร์แห่งประเทศไทย ร่วมกับคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (3-4 พฤษภาคม 2525).

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และ ลัดดาวัลย์ รอดมณี. เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2527.

สุภาควง เรืองรุจิระ และ ปรานี พรณวิเชียร. หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ประกายพริก, 2529.

สุรศักดิ์ ศิริไพบุลย์สินธุ์. "ระบบเมืองและการวางแผนพัฒนาเมืองในประเทศไทย." ในภูมิศาสตร์เชิงวิเคราะห์ : เอกสารประกอบการอบรมครูภูมิศาสตร์ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จัดทำโดยโครงการการศึกษาต่อเนื่อง ฝ่ายวิชาการ ร่วมกับภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ตุลาคม 2530.

อารง สุทธาศาสตร์. ปฏิบัติการวิจัยสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์,
2527.

บทความ

"ก้าวอย่างทางใหม่ของห้างสรรพสินค้า." รวมประชาชาติธุรกิจ ปีที่ 9 ฉบับที่ 780
(9 มีนาคม 2528).

ไกรฤทธิ์ บุญเกียรติ. "ร้านค้าปลีกได้กลิ่นห้างสรรพสินค้า." คลังสมอง ปีที่ 5 ฉบับที่ 51
(มิถุนายน 2529).

ชัยนี วายลี. "แผนที่ความจำ." วารสารภูมิศาสตร์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 (พฤศจิกายน
2522).

รัชนีวรรณ เวชพฤติ. "การศึกษาขอบเขตการบริการของศูนย์การค้ากรุงเทพ ฯ :
เปรียบเทียบการบริการของตลาดสะพานควาย ตลาดอมรพันธ์ และตลาด
สะพานใหม่." วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ปีที่ 9 ฉบับที่ 4
(มกราคม-กุมภาพันธ์ 2522). กรุงเทพมหานคร: คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รายงานพิเศษ. "ความได้เปรียบของห้างสรรพสินค้าต่อร้านค้าย่อย." นักลงทุน ปีที่ 1
ฉบับที่ 1 (เมษายน 2528).

วรภัทร โทณะเกษม. "วิถีชีวิต ทัศนคติ และแบบแผนการบริโภคของพนักงานสตรี
บริษัทเอกชน." วารสารบริหารธุรกิจ ปีที่ 10 ฉบับที่ 38 (พฤษภาคม-
กรกฎาคม 2529). กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อมรา พงศาพิชญ์. "ภาวะเมืองและกรอบการวิเคราะห์." วารสารการวางแผน : เมือง
และภูมิภาค ฉบับที่ 1 (กันยายน 2528).

เอกสารอื่น ๆ

- เจดจัน เอี่ยมศิริ. "การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนที่ย้าย
อยู่ในชุมชนที่มีอาชีพหลักต่างกัน." วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2518.
- ชัยชนะ แสงสว่าง. "การศึกษาเพื่อเสนอแนวทางการใช้ที่ดินชุมชนเมืองพิษณุโลก."
วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหา
วิทยาลัย, 2529.
- ไชยา ภูฎาคาร. "การวิเคราะห์พื้นที่ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคของศูนย์การค้าในและนอก
เขตศูนย์กลางธุรกิจหลัก." วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย-
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2527.
- ทวนทอง เขาวีรติพงศ์. "ภาพพจน์ของคนสัญชาติต่าง ๆ ตามการรับรู้ของนิสิตนักศึกษา."
วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์-
มหาวิทยาลัย, 2523.
- รณสิทธิ์ แสงสุวอ. "การศึกษาระยะทางการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการในชนบท
อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด." วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2518.
- รำพึงพิศ มะเริงสิทธิ์. "การเจริญเติบโตของร้านสรรพสินค้าในเขตเทศบาลเมืองนครราช-
สีมา." วิทยานิพนธ์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- วิเชียร โขมิอาภานันท์. "การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อห้างสรรพสินค้าในเขต
นครหลวงกรุงเทพมหานครบุรี พ.ศ. 2515." วิทยานิพนธ์ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2516.

วิมลสิทธิ์ ทรยางกูร. "ผลกระทบของสภาพแวดล้อมกายภาพต่อความรู้สึกของผู้อยู่พลัด : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างโครงการเกษตรสงเคราะห์ดินแดงกับห้วยขวาง." กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

สุทธิณี คนตรี. "การศึกษาลำดับความสำคัญของเทศบาลในภาคเหนือ." วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาดบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.

ภาษาต่างประเทศ

หนังสือ

Amedeo, D., and Golledge, R. G. An Introduction to Scientific Reasoning in Geography. New York: John Wiley and Sons, 1975.

Berry, B. J. L. Geography of Market Centers and Retail Distribution. New Jersey, Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc., 1967.

Berry, B. J. L., and Horton, F. E. Geographic Perspectives on Urban Systems with Integrated Readings. New Jersey, Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc., 1970.

Brunner, J. A., and Mason, J. L. "The Influence of Driving Time upon Shopping Center Preference." In Analysis and Valuation of Retail Locations, pp. 253-258. Edited by E. M. Rams. Reston, Va: Reston Publishing Co., 1976.

Cadwallader, M. T. Analytical Urban Geography : Spatial Patterns and Theories. New Jersey, Englewood Cliffs: Prentice Hall, Inc., 1985.

- Chapman, K. People, Pattern and Process : An Introduction to Human Geography. London: Edward Arnold, 1979.
- Comprehensive Transportation Study Review 1973. Coding Manual for Home Interview Survey. Auckland Regional Authority.
- Cox, K. R. Man, Location and Behavior : An Introduction to Human Geography. New York: Wiley International Ed., 1972.
- Cox, Jr., W. E., and Cooke, E. F. "Other Dimensions Involved in Shopping Center Preference." In Analysis and Valuation of Retail Locations, pp. 259-267. Edited by E. M. Rams. Reston, Va : Reston Publishing Co., 1976.
- Daniels, P. W., and Warnes, A. M. Movement in Cities : Spatial Perspectives on Urban Transport and Travel. London: Methuen & Co Ltd, 1980.
- Davies, R. L. Marketing Geography : with Special Reference to Retailing. London: Methuen & Co Ltd, 1976.
- Fielding, G. J. Geography as Social Science. New York: Harper and Row, 1974.
- Garnier, J. B., and Delobez, A. Geography of Marketing. Translated by S. H. Beaver, London: Longman Group Ltd., 1979.
- Gatrell, A. C. Distance and Space : A Geographical Perspective. New York: Oxford University Press, 1983.

- Hurst, M. E. E. A Geography of Economic Behavior : An Introduction.
Belmont, Ca: Duxbury Press, 1972.
- Johnson, J. H. Urban Geography : An Introductory Analysis. Pergamon
Press, 1972.
- Johnston, R. J. Spatial Structures : Introducing the Study of
Spatial Systems in Human Geography. London: Methuen & Co
Ltd., 1973.
- Marquardt, R. A.; Makens, J. C.; and Roe, R. G. Retail Management
: Satisfaction of Consumer Needs. Hinsdale, Ills: The
Dryden Press, 1975.
- Rachman, D. J. Retail Strategy and Structure : A Management
Approach. New Jersey, Englewood Cliffs: Prentice Hall,
Inc., 1969.
- Scott, P. Geography and Retailing. London: Hutchinson, 1970.
- Thompson, J. R. "Shopper Mobility." In Analysis and Valuation of
Retail Locations, pp. 247-252. Edited by E. M. Rams.
Reston, Va: Reston Publishing Co., 1976.
- Walmsley, D. J., and Lewis, G. J. Human Geography : Behavioural
Approaches. Longman Singapore Publishers Ltd., 1985.
- บทสรุป
- Cadwallader, M. T. "A Behavioral Model of Consumer Spatial Decision
Making. "Economic Geography, 51 (1975), pp. 339-349.

- Clark, W. A. V., and Rushton, G. "Models of Intra-Urban Consumer Behavior and Their Implications for Central Place Theory." Economic Geography, 46 (1970), pp. 486-497.
- Lloyd, R., and Jennings, D. "Shopping Behavior and Income : Comparisons in an Urban Environment." Economic Geography, 54 (1978), pp. 157-167.
- O'Kelly, M. E. "Multipurpose Shopping Trips and the Size of Retail Facilities." Annals of the Association of American Geographers, 73 (1983), pp. 231-239.
- Schuler, H. J. "A Disaggregate Store-Choice Model of Spatial Decision-Making." The Professional Geographer, 31 (1979), pp. 146-156.
- Taylor, S. M. "Personal Dispositions and Human Spatial Behavior." Economic Geography, 55 (1979), pp. 184-195.
- Timmermans, H.; Heijden, R. V. D.; and Westerveld, H. "Perception of Urban Retailing Environments : An Empirical Analysis of Consumer Information and Usage Fields." Geoforum, 13 (1982), pp. 27-37.
- Young, W. J. "Distance Decay Values and Shopping Center Size." The Professional Geographer, 27 (1975), pp. 304-309.

เอกสารอื่น ๆ

Halperin, W. C. "Spatial Cognition and Consumer Behavior : A Panel Data Approach. "Dissertation Abstracts International, Vol. 46 No. 11 (May 1986), p. 3458-A.

Kim, C. S. "City Attractiveness and Internal Migration in Korea : Place Utility Considerations." Dissertation Abstracts International, Vol. 47 No. 02 (August 1986), p. 626-A.

Simpson, S. J. "Attitude-Behaviour Relationships in Spatial Decision-Making : A Study of Shopping Centre Choice in South Belfast." Dissertation Abstracts International-C (European Abs.), Vol. 46 No. 2 (June 1985), p. 332.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ใช้สัมภาษณ์ครัวเรือนผู้บริโภครวม 1 ชุดคือ 1 ครัวเรือน โดยผู้ให้สัมภาษณ์หรือผู้ตอบ คือ ผู้ทำหน้าที่หรือรับผิดชอบในการจับจ่าย
2. เนื่องจากผู้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่เป็นผู้ช่วยวิจัย ภาษาที่ใช้ใน "แบบสอบถาม" จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยน และ/หรือ ขยายความจากที่ผู้วิจัยได้ใช้กล่าวถึงในภาคเนื้อหา ทั้งนี้ เพื่อให้ง่ายต่อการได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้อง ตัวอย่างเช่นตัวแปรเกี่ยวกับ "พิธีของขนาดบรรจุสินค้า" สำหรับในแบบสอบถามได้ใช้ข้อความว่า "มีหลายขนาดให้เลือก เช่น ผงซักฟอก ก็มีตั้งแต่เล็กสุด จนถึงชนิดถังหัว" หรือตัวแปรเกี่ยวกับ "วงจรชีวิตของครัวเรือน" ก็ใช้ว่า "สถานภาพของหัวหน้าครอบครัว" ดังนี้ เป็นต้น
3. หวังเหตุผลท่านเองเกี่ยวกับข้อ 2 คำถามเกี่ยวกับอาชีพของหัวหน้าครอบครัว ผู้วิจัยได้เว้นที่ให้ผู้ตอบระบุเท่าที่สามารถระบุได้ แล้วจึงนำมาพิจารณาจัดประเภทตามกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในภายหลัง

ผู้สัมภาษณ์.....วันที่.....เดือน.....เวลา.....

หน่วย ฯ ที่.....

ลำดับที่บ้าน.....

บ้านเลขที่.....

#####

1. ลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภค

- เพศของผู้จับจ่าย ชาย หญิง
- อายุของหัวหน้าครอบครัว*.....ปี
- สถานภาพของหัวหน้าครอบครัว
 เป็นโสด

*คำว่า "หัวหน้าครอบครัว" ในแบบสอบถามนี้ อาจพิจารณาได้เป็น 5 ลักษณะตามชนิดของครอบครัวและการใช้สิ่งของ ดังนี้

ชนิดของครอบครัว	การใช้ของ	หัวหน้าครอบครัว
ครอบครัวเดี่ยว	-	สามี (ถ้าไม่มีก็ภรรยา)
ครอบครัวขยาย	ร่วมกัน	ผู้มีรายได้สูงสุดหรือผู้ที่ได้รับการยกย่อง
"	แยกกัน	หัวหน้าครอบครัวของผู้ตอบ
อยู่ด้วยกันในฐานะผู้อาศัย	ร่วมกัน	ผู้มีรายได้สูงสุดหรือผู้ที่ได้รับการยกย่อง
"	แยกกัน	ผู้ตอบ



- แต่งงานแล้ว แต่ยังไม่มียุติ
 แต่งงานแล้ว และบุตรคนเล็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ
 แต่งงานแล้ว และบุตรคนเล็กอายุ 6 ขวบ หรือมากกว่า
 บุตรได้แยกครอบครัวออกไปแล้ว แต่หัวหน้าครอบครัวยังคงทำงานอยู่
 บุตรได้แยกครอบครัวออกไปแล้ว และหัวหน้าครอบครัวไม่ได้ทำงาน หรือปลดเกษียณ
 อื่น ๆ (ระบุ).....

✓ - อาชีพของหัวหน้าครอบครัว.....

✓ - รายได้ของครอบครัว* (บาท/เดือน)

- ต่ำกว่า 2,000 2,000 - 3,999
 4,000 - 5,999 6,000 - 7,999
 8,000 - 9,999 10,000 ขึ้นไป

* อาจพิจารณาได้ 5 ลักษณะตามชนิดของครอบครัวและการใช้สิ่งของ ดังนี้

ชนิดของครอบครัว	การใช้ของ	รายได้ของครอบครัว
ครอบครัวเดี่ยว	-	ทุกคนที่มีรายได้รวมกัน
ครอบครัวขยาย	ร่วมกัน	ทุกคนที่มีรายได้รวมกัน
"	แยกกัน	ทุกคนที่มีรายได้รวมกัน (ของครอบครัวผู้ตอบ)
อยู่ด้วยกันในฐานะคู่อาศัย	ร่วมกัน	ทุกคนที่มีรายได้รวมกัน
"	แยกกัน	รายได้ของผู้ตอบ

✓ - การศึกษาของหัวหน้าครอบครัว

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> ไม่ได้สำเร็จระดับใด ๆ | <input type="radio"/> ประถมต้นหรือเทียบเท่า |
| <input type="radio"/> ประถมปลายหรือเทียบเท่า | <input type="radio"/> มัธยมต้นหรือเทียบเท่า |
| <input type="radio"/> มัธยมปลายหรือเทียบเท่า | <input type="radio"/> อนุปริญญาหรือเทียบเท่า |
| <input type="radio"/> ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | <input type="radio"/> สูงกว่าปริญญาตรี |

✓ - จำนวนสมาชิกในครอบครัว*.....คน

- ระยะเวลาที่ได้อยู่อาศัย ณ ที่อยู่ขณะนี้รวม.....ปี

- ระยะเวลาที่ได้อยู่อาศัยในเขตเทศบาลเมืองพิษณุโลกรวม.....ปี

- การเป็นเจ้าของรถจักรยานยนต์และรถยนต์ส่วนบุคคล.

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> ไม่มีทั้ง 2 ชนิด | <input type="radio"/> มีจักรยานยนต์ แต่ไม่มีรถยนต์ |
| <input type="radio"/> มีรถยนต์ แต่ไม่มีจักรยานยนต์ | <input type="radio"/> มีทั้ง 2 ชนิด |

2. พฤติกรรมการณ์ทางจับจ่ายในปัจจุบันเปรียบเทียบกับอดีต

✓ - อยากทราบว่าปกติหรือส่วนใหญ่ซื้อของเหล่านี้จากร้านค้าประเภทใด

ก = ขณะนี้

ข = เมื่อก่อน (ซึ่งจะเป็นคอนโหนดของการอยู่อาศัย ณ ที่อยู่ขณะนี้ก็ได้)

- | | | |
|-------------------------|---|--------------------------------|
| <input type="radio"/> 1 | = | ห้างสรรพสินค้าที่ออปแลนด์อาเขต |
| <input type="radio"/> 2 | = | ร้านค้าใกล้ ๆ บ้าน |
| <input type="radio"/> 3 | = | อื่น ๆ (ระบุ)**..... |

สรุป ก : 1 2 3

ข : 1 2 3

*ให้นับบุคคลเหล่านี้ด้วย (ถ้ามี) ได้แก่ ญาติ มิตร ผู้อาศัย และลูกจ้าง ทั้งนี้
โดยพิจารณาว่าได้ใช้สิ่งของร่วมกันหรือไม่

**เช่น ร้านค้าทั่วไปซึ่งไกลบ้าน สหกรณ์ ณ ที่ทำงาน เป็นต้น

- ยาสีฟัน ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)
- ยาสระผม ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)
- ผงซักฟอก ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)
- กระดาษชำระ ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)
- แป้งโรยตัว ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)
- น้ำมันพืช ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)
- น้ำตาล ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)

เครื่องคั้มบรรจุกล่อง ครอบหรือขวดจ้วพกขำ กัพ อดวัลคิน น้้ำหวน
 (น้้ำรวมน้้ำอ้คคค เครื่องคั้มประภทขุกก้ล้ง และเหล้้า-เบียร์)

- ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)

นม (ข้้น ผง สค) คร้ีมเที่ยม

- ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)

น้้ำปลา

- ก : (1) (2) (3)
- ข : (1) (2) (3)

ชื่อผู้ ขอสปรงรตต่าง ๆ

ก : (1) (2) (3)

ข : (1) (2) (3)

เฉพาะผู้ที่ระบุว่า

ก : (1)✓ (2) (3)

ข : (1) (2)✓ (3)

หรือ

ก : (1) (2)✓ (3)

ข : (1) (2)✓ (3)

ในทุกรายการของสินค้าที่กำหนด หรือทุกรายการของสินค้าเท่าที่มีการจับจ่าย
(จากที่กำหนด) ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

✓ วิธีหรือยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> เดิน | <input type="radio"/> รถจักรยาน |
| <input type="radio"/> รถสามล้อถีบ (รับจ้าง) | <input type="radio"/> รถจักรยานยนต์ (มอเตอร์ไซค์) |
| <input type="radio"/> รถสามล้อเครื่องรับจ้าง (ตุ๊ก ๆ) | |
| <input type="radio"/> รถโดยสารประจำทาง | <input type="radio"/> รถยนต์ |
| <input type="radio"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

✓ ความถี่ในการจับจ่าย

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="radio"/> 1 สัปดาห์/ครั้ง | <input type="radio"/> 2 สัปดาห์/ครั้ง |
| <input type="radio"/> 3 สัปดาห์/ครั้ง | <input type="radio"/> 1 เดือน/ครั้ง |
| <input type="radio"/> ไม่น่าอน | <input type="radio"/> อื่น ๆ (ระบุ)..... |

และเฉพาะผู้ที่ระบุว่า

ก : (1)✓ (2) (3)

ข : (1) (2)✓ (3)

ในจำนวนอย่างน้อยร้อยละ 50 ของสินค้าที่มีการจับจ่าย (เช่น ถ้ามีการจับจ่าย
ครบทั้ง 12 รายการ ก็หมายถึง 6 ขึ้นไป ถ้าจับจ่ายเพียง 9 รายการ ก็ 5 ขึ้นไป ทั้งนี้
เป็นต้น) ให้ตอบข้อ 3 ต่อไป

3. เหตุผลของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางเดินเท้า (วงกลมล้อมรอบตัวเลข)

- อยากทราบว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีความสำคัญมากน้อยเพียงใดต่อการเปลี่ยนไปจับจ่ายที่ห้างสรรพสินค้าที่opoulos และแอเซต

ไม่ใช่, ไม่จริง 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 ใช่, จริง

ค่าคะแนน 1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ค่อนข้างน้อย
4 = พอควร 5 = ค่อนข้างมาก 6 = มาก
7 = มากที่สุด

ราคาของถูก

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

ได้ของครบแล้วยังมีของอื่น ๆ ที่อาจต้องกินต้องใช้ให้เลือกซื้อหาได้อีกมากมาย เช่น อาหารกระป๋องต่าง ๆ ของขบเคี้ยว น้ำยาล้างจาน น้ำยาฉีดยุง ฯลฯ

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

มีของให้เลือกมากมายที่อื่น เช่น ยาสีฟัน ก็มีตั้งแต่คอลเกต ไกลซ์ซิด ไปจนถึง ยาสีฟันจากต่างประเทศ

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

มีหลายขนาดให้เลือก เช่น ผงซักฟอกก็มีตั้งแต่เล็กสุดจนถึงชนิดถังหัว

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

ของแต่ละอย่างมีจำนวนมาก เช่น สามารถซื้อยกโหลได้

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

เชื่อว่าได้ของแท้ ของใหม่ (ไม่ตกค้าง) ของมีมาตรฐาน

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

สถานที่สะอาดดี

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

ชอบบรรยากาศอันเพลิดเพลิน เช่น มีแอร์เย็นสบาย ผู้คนมากหน้าหลายตา
แลดูคึกคัก

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

พอใจในบริการ โดยเฉพาะระบบบริการตนเองที่ตัดราคาจากการซักถามของคนขาย
อันเป็นลักษณะของร้านค้าแบบเดิม

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

การจัดวางข้าวของคุณเป็นระเบียบ ทำให้มองเห็นและหยิบหาง่าย

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม เช่น ลิฟท์ ที่จอดรถ

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

ชื่อเสียงของร้านเป็นที่รู้จักกันกว้างขวาง จึงอกที่จะไปจับจ่ายไม่ได้

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

เห็นสถานที่ใหญ่โตดี

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

เห็นทางร้านโฆษณามาก เลยอดไปซื้อไม่ได้

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

เห็นคนอื่นซื้อ เลยเอาอย่างบ้าง

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

ไปซื้อที่นั่นแล้วสามารถจะซื้อหาสินค้าอื่น ๆ จากร้านเดียวกันได้ด้วย ซึ่งได้แก่พวก
เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า กระเป๋า ของเด็กเล่น เครื่องสำอางค์
เครื่องเขียน ของใช้ภายในบ้าน และเครื่องครัวต่าง ๆ รวมตลอดถึงบริการ
จำพวกสวนสนุก โบว์ลิ่ง ห้องอาหาร ฯลฯ

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

สามารถไปซื้อของและรับบริการต่าง ๆ จากร้านหรือสถานที่อื่น ๆ ที่อยู่แถว ๆ นั้นได้
ในคราวเดียวกัน

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

ต้องไปทำธุระแถวนั้นอยู่แล้ว เช่น ไปทำงาน หาเพื่อน จึงถือโอกาสซื้อของ
กลับมาด้วย

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7

ภาคผนวก ข.

VARIABLE	MEAN	STD DEV	VARIANCE	VALID N
PRICE	4.557	.997	.994	79
VARIETY	5.228	1.037	1.076	79
BRR	5.532	.931	.868	79
CAPR	5.785	.872	.761	79
QUAN	5.354	1.155	1.334	79
QUA	4.646	1.155	1.334	79
CLEAN	5.570	.983	.966	79
PLESUR	5.215	1.117	1.248	79
SERVICE	5.342	1.142	1.305	79
LAYOUT	5.405	.954	.911	79
FAC	5.203	1.042	1.087	79
STORER	4.544	1.394	1.944	79
STORES	4.633	1.611	2.594	79
ADVER	3.747	1.621	2.627	79
PEERG	2.291	1.232	1.517	79
MULT1	5.937	1.004	1.009	79
MULT2	4.177	1.534	2.353	79
MULT3	3.076	1.745	3.045	79

CORRELATION MATRIX:

	PRICE	VARIETY	BRR	CAPR	QUAN	QUA	CLEAN	PLESUR	SERVICE	LAYOUT	FAC	STORER
PRICE	1.00000											
VARIETY	-.00031	1.00000										
BRR	.14648	.31096	1.00000									
CAPR	.05115	.15410	.36355	1.00000								
QUAN	.11586	.30628	.14435	.48386	1.00000							
CLEAN	.16252	.28230	.20121	.20327	.17222	1.00000						
PLESUR	-.05317	.08485	.33713	.32423	.31672	.31818	1.00000					
SERVICE	.05218	.25591	.39381	.23234	.28787	.24845	.52907	1.00000				
LAYOUT	.01083	.21480	.18853	.40933	.39284	.28112	.41024	.29477	1.00000			
FAC	-.06500	.12576	.25943	.38329	.04255	.38776	.46155	.21030	.42640	1.00000		
STORER	-.07294	-.07881	.11215	.31645	.16321	.28397	.39895	.24833	.21030	.42640	1.00000	
STORES	.03737	-.03027	.03099	.20299	.29265	.09745	.16378	.36836	.04270	.15016	.24958	1.00000
ADVER	-.01476	-.04139	.10612	.15294	.32579	-.00192	.23903	.41497	-.00062	.04793	.15938	.82665
PEERG	.09593	.07288	.20068	.15954	.31558	-.06223	.18822	.32076	-.05653	-.01574	-.01479	.60074
MULT1	-.10521	.08787	.28311	.05907	.24196	-.20591	-.02225	.06570	-.15366	-.29787	-.16635	.27241
MULT2	.25326	-.06600	-.01295	.20135	-.04672	-.08589	.30969	.19512	.03027	.00034	-.11005	.06154
MULT3	.00485	.13907	-.02516	-.03966	.32991	-.12639	.28081	.20940	.03084	.26563	.40222	.30804
							.04172	.15592	-.00033	-.18037	.11124	.27789
STORES	1.00000											
ADVER	.73491	1.00000										
PEERG	.36480	.55118	1.00000									
MULT1	.18383	.14753	.24311	1.00000								
MULT2	.28613	.25063	.11486	.04068	1.00000							
MULT3	.30196	.21084	.34749	.01009	.37722	1.00000						

ROTATED FACTOR MATRIX:

	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5	FACTOR 6	FACTOR 7
PRICE	.02568	-.03921	.02856	.02635	-.05458	.07071	.75646
VARIETY	-.05045	-.03977	.20335	.09611	.14963	.59022	.01072
BRR	.06267	.16927	.21217	-.11374	.48876	.31614	.16560
CAPR	.11827	.26698	.72907	-.06785	.18527	-.00920	.09095
QUAN	.28151	.00395	.66474	.31758	-.06329	.29912	.05102
GUA	-.00019	.44082	.12337	-.16190	.11314	.44829	.16544
CLEAN	.13497	.55397	.21461	.08808	.38761	.15759	-.05636
PLESUR	.35721	.45019	.03403	.08226	.29613	.41743	.04066
SERVICE	-.06565	.24238	.50501	-.02288	-.00773	.20160	-.04805
LAYOUT	.00240	.75219	.17549	-.14848	.09620	.09067	-.00417
FAC	.08038	.66447	.20035	.16370	-.09325	-.10364	-.04078
STORER	.83672	.20118	.07131	.10973	-.08306	-.02814	.00817
STORES	.93590	.10071	.03328	.13044	.09406	-.01210	-.06097
ADVER	.76146	-.10198	.09599	.11653	.25287	.02142	.11313
PEERG	.41002	-.41314	.07205	.29919	.31773	.02833	.10920
MULT1	.09426	-.01697	-.02364	.01592	.62503	.01111	-.10944
MULT2	.19201	.42099	.07098	.57069	.06729	-.27905	.34361
MULT3	.21714	-.07565	.01833	.76230	-.03131	.11619	-.04389



FACTOR SCORE COEFFICIENT MATRIX:

	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5	FACTOR 6	FACTOR 7
PRICE	.02653	-.05104	-.02725	-.09616	-.05087	.06720	.60812
VARIETY	-.00460	-.04587	-.00431	.03292	.03152	.30496	-.01485
BRR	-.02686	.01633	.02094	-.03467	.23258	.09990	.10614
CAPR	-.00265	.01516	.48795	-.15629	.14138	-.22762	.03676
QUAN	-.00873	-.14029	.48743	.19297	-.24297	.21516	-.03663
GUA	.01234	.12385	-.05121	-.05733	-.13522	.27535	.10517
CLEAN	-.02366	.19039	-.02066	.01845	.24258	-.01449	-.08542
PLESUR	.01292	.15596	-.17588	.03473	.14448	.29216	.02943
SERVICE	-.03569	.02225	.14876	-.01108	-.01596	.02963	-.04248
LAYOUT	.00126	.30130	.01370	-.10168	-.00487	.05556	-.05772
FAC	-.02398	.21909	.04431	.05841	-.09709	-.08815	.06126
STORER	.21103	.09000	-.00073	-.05869	-.26828	-.08350	.03733
STORES	.70896	.04187	-.13779	-.16037	-.01230	-.01705	-.22695
ADVER	.12629	-.15868	.04541	-.05908	.15021	.01705	.13783
PEERG	.06821	-.17240	.00969	.10812	.20841	-.01605	.05355
MULT1	-.06532	-.04117	.00429	.01700	.34551	-.01545	-.06023
MULT2	-.07761	.25116	-.05902	.44243	.07884	-.35717	.31491
MULT3	-.06840	-.05320	-.05019	.51289	-.04427	.18279	-.13390

FSHOP1	FSHOP2	FSHOP3	FSHOP4	FSHOP5	FSHOP6	FSHOP7
-1.46322	-1.37995	-1.16559	1.25830	-1.88805	.13548	1.24718
-.77683	1.17520	-1.68334	.13104	-1.01307	.69853	1.87584
-.61273	1.62010	1.12581	.41419	.54831	1.30988	.18670
.19599	.72524	-1.44303	-.76100	-2.30526	-1.57473	-1.12056
.91638	-1.39421	.49288	.14911	.17979	.43888	.07106
-.38966	1.49927	.25590	.02944	-.47678	.00589	1.71010
.26796	-1.64959	.89178	-1.58850	-1.31439	-.00907	1.44492
-.93493	-.10897	.24844	-.90685	-.07516	-.45482	1.52996
-1.44811	-.26888	-.10427	-.27924	1.13993	-.79065	-.05361
.80830	-.79476	-.22414	-.32508	.77683	.54841	-.53575
.86444	-.38118	.32722	-.52720	.84697	.32829	-.57495
-2.20634	-.92293	.06114	-1.10791	.45173	-.85628	.13256
-1.35261	-1.14556	.04190	-1.61865	-.43431	.01748	-.16246
-1.22709	-1.01279	-.41741	-1.21873	-1.14687	-.63765	.22641
.84683	2.36410	-3.63438	-1.16691	1.07938	-1.30784	.01401
-1.63453	.15986	-1.43493	-1.10617	.76800	.64529	-.47937
.29956	-.56455	.59908	-1.08665	-.29017	.62132	-.23656
-2.16978	.44625	-2.02169	-.88023	.89161	.47543	-.15713
-.20064	1.27223	-.58135	-.34182	-.58495	-.20823	-.47763
-.33077	-.89405	.28548	-.22321	.64201	-.07390	-.44203
.03611	-.73843	.06902	-.18017	.60671	-.22962	-1.24088
.31878	-.93563	.02825	-.09006	.37350	-.54339	-.28598
.50005	1.35201	.69191	-.21328	.15624	-.88785	.52789
.36564	.18887	.12984	.55080	.78655	-1.20754	-.46183
-.39135	-.23259	-1.51264	.93325	.44127	-1.76864	.60154
.58118	.28838	.84962	-.47842	-.00799	-1.08272	1.73817
-.86106	-1.31878	-.25577	-.02092	-1.73442	.15885	.23950
.32366	-1.22361	-.60166	-.20056	.45637	.47007	.15739
.04828	-1.06961	-.32429	.77997	.47496	.99580	-.69707
.63465	-.82932	-.42472	.24347	.67048	.87052	-.87877
.18710	-.88903	-.79007	.14338	1.16899	.51495	.36040

FSHOP1	FSHOP2	FSHOP3	FSHOP4	FSHOP5	FSHOP6	FSHOP7
.08298	-.41436	-.04309	-.55057	.25936	.25522	-.52134
.22799	-.30660	-.91585	.02596	-1.10812	-.23083	-.10280
1.06357	-.75412	.55641	.26189	.72655	1.20777	1.30926
1.02573	-.29561	.56766	.26981	1.07122	.41720	1.56683
.18122	.72560	1.24051	.96938	.93140	1.42240	-.19507
1.16528	1.72947	.66841	.94875	-.03655	-.82484	-.61436
.87251	1.19250	.42790	1.50927	-.90310	-1.10294	-.14842
.99388	.77473	.71488	-1.66013	-.52159	1.03192	-1.26238
.66689	.77645	-.71788	.30262	-.54858	1.50429	-2.35390
.90897	-.93879	-.25141	-.28171	.04085	.64229	-.04893
.93431	-1.13690	-.16909	.17040	-.33681	-.72671	-.32324
.26030	-.87603	-.33775	-.04733	.65245	.88504	-.05104
.62189	-.47952	-.92427	.08647	.49661	.91306	-.17354
-.46433	-.64146	.58211	1.28790	.44045	-1.59782	-.31499
.18812	-.15275	-1.41382	1.93317	-1.07109	1.09463	1.12304
.74981	-.09696	-.44073	.56821	-.03816	-.39936	.89837
-.28888	-.50154	-.08657	.03927	-.60968	-1.3040	-.20883
.04355	.02321	.50996	.77113	-1.82285	-.40402	-1.85409
-1.52820	.57684	.34653	-1.01379	-.33133	.69936	-.66976
1.03827	1.32694	.97973	1.23462	.78020	-.00944	.78493
-2.60991	.71230	1.39850	.11052	1.53006	.35149	-.35001
-1.12457	.71361	1.67754	-.40228	-1.19120	-.54414	.07283
-1.60012	1.31946	.54046	1.58390	-.96157	.68174	-.11192
1.28664	.26596	.81319	.83313	.36586	-.75387	-.80698
-.41992	-.35989	.27352	.65270	.18853	-.83839	.08271
-1.93414	-.16192	.10004	1.88245	.33288	.39097	.10178
-.71673	.47829	.98446	1.35729	.77602	-.58752	.29151
.69324	.24815	-.19194	-1.02084	-.13678	-1.53576	-.48558
.84932	.89346	-.51844	-.74191	1.40356	-1.01754	1.19826
1.07242	.71090	-.54541	.49054	-1.15389	-1.36467	-.69685

FSHOP1	FSHOP2	FSHOP3	FSHOP4	FSHOP5	FSHOP6	FSHOP7
.28331	.54588	1.18227	-1.21106	-.44051	.48350	-.86929
-1.74066	-.55180	.62052	.05196	.37324	-1.42202	-.63415
.77866	-.32076	-.37940	.40009	.56100	-.05023	-.69352
-.96786	1.34356	.11680	-1.27847	-.07250	1.04750	-.70061
-.39660	.97414	1.12311	-.99346	-.41100	.92920	.09697
-.53449	1.55484	1.25580	-.50130	-.40356	1.35726	.21602
.98180	.91156	-.24487	.26545	-.18026	-.44496	-.53016
.46275	-.38217	.40815	-.49076	-.86967	.04738	.23198
1.43947	1.31003	.62811	-1.39176	.74760	.61023	.65336
.34514	-.76383	-.66024	-.51646	.56772	.36994	-.27757
.34296	-.12140	-.01163	-.13142	1.00917	.16183	-.25233
-.09489	-.25060	-.35821	2.03902	-.30292	.55338	.15956
.56481	-.84534	.36291	-.21890	-.19571	.21687	.70801
.94461	-.83224	-.40862	.11703	-.48714	.60156	-.63085
1.00368	-.72208	.45898	-.28805	-.70590	-.58235	.38235
.74007	-.74040	-.34701	.45814	.75692	.04513	-.40086
1.22287	1.25240	.81451	.95875	-.29255	.73727	1.83168
-.81095	.14078	.13425	.81896	-.06679	-.69276	-.01005

NUMBER OF CASES READ = 79 NUMBER OF CASES LISTED = 79



ประวัติผู้เขียน

นายวีระ อนันต์ธนาโรจน์ เกิดเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2501 ที่ตำบล
ในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก สำเร็จการศึกษาปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต
สาขาภูมิศาสตร์ จากคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2524
และเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาภูมิศาสตร์ ของภาควิชา
ภูมิศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2528 ปัจจุบันรับราชการ
ครูในตำแหน่ง อาจารย์ 1 โรงเรียนชาติตระการวิทยา อำเภอชาติตระการ จังหวัด
พิษณุโลก สังกัดกองการมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ