



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- ขวัญใจ เกียรติศักดิ์สาคร. (2541). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมกรรการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนการ ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- คณะอนุกรรมการเฉพาะด้านจัดทำแผนหลักงานสตรี .คณะกรรการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.). (2537). นโยบายและแผนหลักสตรีระยะยาว (พ.ศ. 2535 -2554) บทสรุป.สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี.
- คณาจารย์ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาคณะรัฐศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2537). สังคมและวัฒนธรรม. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จำนงค์ อติวัฒนสิทธิ์ และคณะ. (2540). สังคมวิทยา. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐวุฒิ ศรีรัตบุญ. (2540). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมกรการบริโภคสินค้าของเจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา การโฆษณา ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนิสสรา เพชรยศ. (2543). รูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา การโฆษณา ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรา ชื่นชมลดา. (2543). ลักษณะและพฤติกรรมกรการใช้สินค้าของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา การโฆษณา ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยศ สันตสมบัติ. (2540). มนุษย์กับวัฒนธรรม. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รุ่งฤดี น่อนาค. (2541). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับเพลง กับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- วิเชียร เกตุสิงห์. (2541). คู่มือการวิจัย : การวิเคราะห์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2543). ประมวลสาระชุดวิชาสถิติและระเบียบวิธีในงานสาธารณสุข หน่วยที่ 11-15. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศิริชัย กาญจนวาสี, สุวิมล ตีรกานันท์ และ ศิริเดช สุชีวะ. (2539). การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS/ PC+ สำหรับงานวิจัย : การวิเคราะห์ ข้อมูล และแปลความหมาย. โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2538). สมุดแผนที่แสดงเขต แขวง และข้อมูลพื้นฐานของกรุงเทพมหานคร.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2540). ทฤษฎีสังคมวิทยา เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธ์. (2537). เทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธ์. (2533). เทคนิคทางสถิติขั้นสูง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยไมโครคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC+ เล่ม 1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) การวิเคราะห์จัดกลุ่ม(Cluster Analysis). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุนทรี พชรพันธ์. (2541). รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมที่ซื้อจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน เขตเมือง และชานเมืองของกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชา การประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพัตรา สุภาพ. (2541). สังคมและวัฒนธรรมไทย : ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี, บริษัทสำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด

ภาษาอังกฤษ

- Agarwal , M. K., Muthukumaran, N. S., & Sharma, C.K. (1990). Journal of Marketing Research Society32 (2), 251-259.
- Antonides, G. & van Raaij, W. F. (1998). Consumer Behaviour : A European Perspective. Chichester: John Wiley & Sons.
- Assael, H. (1995). Consumer Behavior: And Marketing Action (5th ed.). Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Assael, H. (1998). Consumer Behavior: And Marketing Action (6th ed.). Cincinnati, OH: South-Western College Publishing.
- Bartos, R. (1989). Marketing to Women Around the World. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Bearden, W. O., Netemeyer ., R. G. & Mobley. M. F. (1993). Handbook of Marketing Scales: multi-item measures for marketing and consumer behavior research. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Bryman, A. & Cramer, D. (1997). Quantitative data analysis with SPSS for Windows. A guide for social scientists. NY: Routledge.
- Chain Store Age. (1996). Dominant lifestyle profiles. 72 (sec3 Oct), 24B-27B.
- Chisnall, P. M. (1995). Consumer Behavior (3rd th). London: McGraw-Hill Book Company.
- Demby, E. H. (1994). Psychographics Revisited: The Birth of a Technique. Journal of Marketing Research. 6 (2) (spring), 26-30.
- "Ecologically & Socially Concerned' Consumer Profiled." (1980). Marketing News 13(16), 8.
- Engel, J. F., Blackwell R. D., & Miniard. P. W. (1993). Consumer Behavior (7th ed.). Fort Worth: Dryden Press.
- Gordon, R. F., Goldsmith R. E., & Brown, S. (1998). Consumer Psychology for Marketing. London: International Thomson Business.
- Gunter, B. & Furnham. A. (1992). Consumer Profiles: An introduction to psychographic. London: Routledge, Chapman and Hall.

- Hair, J. F. JR., Anderson, R. E., Tatham R. L. & Black, W. C. (1995). Multivariate Data Analysis (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Haran, L. (1995). Families together different today. Advertising Age. 66 (n43). 1-12.
- Hawkins, D. I, Best R. J. & Coney, K. A. (1998). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (7th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Hawkins, D. I, Best R. J. & Coney, K. A. (2001). Consumer Behavior: Building Marketing Strategy (8th ed.). Boston, MA: McGraw-Hill.
- Hochwald, L. (1998). Augmented. title: lifestyle magazine more aims at women age 40+. American Demographics 20(12). 32-35.
- Horna, J. (1994). The study of Leisure. Toronto: Oxford University Press.
- Hui, M., Joy, A., Kim., C., & Laroche, M. (1993). Equivalence of lifestyle dimensions across four major subcultures in Canada. Journal of International Consumer Marketing 5(3). 15-35.
- Kamakura, W. & Wedel, M. (1995). Life Style Segmentation with Tailored. Interviewing. Journal of Marketing Research, (August), 308-317.
- Kolasa, B. J. (1969). Introduction to Behavioral Science for Business. New Delhi: Wiley Eastern Private.
- Kotler, P. (1999). Kotler on Marketing: How to creat win and dominate marketings. NY: Free Press.
- Kotler, P., Ang, S. H., Leong S. M., & Tan, C. T. (1999). Marketing Management in Asia Perspective. (2nd ed.) Singapore: Prentice Hall.
- Latham, Valerie. (1993). Lifestyle Research : Do Euro consumer exist ?. Marketing June 24 .
- Malhotra, N. K. (1999). Marketing Research. An Applied Orientation. (3rd ed.) Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall.
- Marney, J. (1996). Women and men: sensitive new age guys and self-confident. women of today decoded. (n.p.)
- Meyers, G. (1994). Brandweek. 35 (Jan. 31). 18-20.
- Michman, R. D. (1991). Lifestyle Market Segmentation. NY: Praeger Publishers.

- Lesser, J. A. & Hughes, M.A. (1986). The generalizability of Psychographic Market Segments Across Geographic Locations. Journal of Marketing 50(n1), 18-27.
- Piirto, R. (1992). Beyond The Marketing Power mind of Psychographics Games. New York, NY: American Demeographics Books.
- PressElliot A., Wilson. T. D. & Akert. R. M. (1997). Social Psychology. London: Addison-Wesley Educational Publishers.
- Robinson , J. P., & Nicosia F. M. (1991). Of Time, Activity, and Consumer Behavior: An Essay on Findings, Interpretations, and Needed Research. Journal of Business Research 22(2). March.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1997). Consumer Behavior (6th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice hall International.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). Consumer Behavior (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice hall International.
- Schutte, H. with Ciarlante, D. (1998). Consumer Behavior in Asia. Hamshire: Macmillan Press Ltd.
- Solomon, M. R. (1994). Consumer Behavior Buying. Having. and Being (2nded.). Boston, MA: Allyn and Bacon Publishing.
- Solomon, M. R. (1999). Consumer Behavior Buying. Having. and Being (4thed.). Upper saddle river, NJ: Prentice Hall.
- SPSS Inc. (1997). SPSS Base 7.5 for Windows User' Guide. USA.
- Statt, D. A. (1997). Understanding the Consumer A Psychological Approach. Basingstoke, Hamprire: Macmillan.
- Tacq, J. (1997). Multivariate Analysis Techniques in Social Science Research from problem to analysis. London :Sage Publications.
- Stevens, J. (1996). Applied Multivariate Statistics for the social Sciences (3thed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Tai, S. H. C. and Tam, J. L.M. (1997). A lifestyle analysis of female consumers in Greater China. Psychology & Marketing14 (May). 287-307.
- Taylor, A. (1998). The lifestyle of female Drug. Journal of Drug Issues 28 (iJ). 77-90.

- Thorndike, R. M. (1978). Correlational Procedures for Research. New York. John Wiley & sons.
- Thompson, A. M., Kaminski, P. F. (1993). Psychographic and lifestyle antecedents of service quality expectations. A segmentation approach 7(4). 53-61.
- Wells, W. D. and Tigert, D J. (1971). Activities, Interests, and Opinions. Journal of Advertising Research (August). 27-35.
- Wells, W. D. and Tigert, D J. (1975). Psychographics: A Critical Review. Journal of Marketing Research (May). 196-209.
- Wilk, R. J. (1991). The New Rich: A Psychographic Approach to Marketing to the Wealthy Japanese Consumer. Marketing & Research Today 19(n1). 62-68.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่อง "รูปแบบการดำเนินชีวิต ของผู้บริโภคสตรี ในกรุงเทพมหานคร"

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งวิทยานิพนธ์นี้จะสำเร็จลงได้ก็ด้วยความร่วมมือของท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ให้ครบถ้วนและตรงตามความเป็นจริง

ผู้จัดทำขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือ

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. อายุ.....ปี

2. การศึกษา

() ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

() มัธยมศึกษา

() มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า

() อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

() อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. อาชีพ

() นักเรียน นักศึกษา

() รับราชการ รัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัทระดับปฏิบัติการ

() พนักงานบริษัทระดับผู้จัดการ/ผู้บริหาร

() ค้าขาย กิจการส่วนตัว

() ผู้เชี่ยวชาญอาชีพเฉพาะ(เช่น แพทย์ วิศวกร ฯลฯ)

() ช่างฝีมือ (เช่นช่างตัดเสื้อ ช่างเสริมสวย ฯลฯ)

() อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. รายได้ของท่านต่อเดือนรวม

() 5,000 บาทหรือต่ำกว่า

() 5,001 – 10,000 บาท

() 10,001 – 15,000 บาท

() 15,001 – 20,000 บาท

() 20,001 – 30,000 บาท

() 30,001 – 50,000 บาท

() 50,001 – 75,000 บาท

() 75,001 – 100,000 บาท

() 100,000 – 200,000 บาท

() 200,001 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพ

() โสด

() แต่งงาน

() หย่า

() หม้าย

() อื่นๆ โปรดระบุ.....

กรุณาทำเครื่องหมาย X ในช่องที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านในแต่ละข้อ

No.	การทำกิจกรรมต่างๆ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1	ฉันวางแผนทำงานเป็นขั้นตอน					
2	ฉันรับผิดชอบงานที่สำคัญมากอยู่เสมอ					
3	ฉันไม่กลัวการทำงานหนัก					
4	ฉันมีเวลาว่างสำหรับงานอดิเรก					
5	ฉันชอบปลูกไม้ดอกไม้ประดับเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ					
6	งานอดิเรกของฉันคือการทำงานฝีมือเย็บปักถักร้อย					
7	ฉันชอบเลี้ยงสัตว์เลี้ยง					
8	งานอดิเรกคือการทำอาหารหรือขนม					
9	ฉันยินดีทำงานอาสาสมัครให้องค์กรการกุศล					
10	การได้ผจญภัยคือการพักผ่อนของฉัน					
11	การพักผ่อนคือ การทำอะไรก็ได้ที่ไม่ต้องมีการวางแผนล่วงหน้า					
12	การได้คุยกับเพื่อนๆ เป็นการพักผ่อน					
13	การไปงานปาร์ตี้ที่มีแสงสีเสียงเป็นความบันเทิงของชีวิต					
14	การดื่มสุรา ช่วยให้งานบันเทิงมีความสุขมากขึ้น					
15	การเล่นการพนันเป็นนิสัยติดตัวของมนุษย์					
16	การร้องเพลงเป็นสิ่งที่ฉันชอบ					
17	สำหรับฉัน วิดีโอเกม เป็นกิจกรรมที่สนุกสนาน					
18	ฉันเห็นว่ากิจกรรมเพื่อสังคมหรือส่วนรวมไม่เกี่ยวกับฉัน					
19	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับอาชีพหรืองานที่ทำ					
20	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับสันทนาการ/การพักผ่อนต่างๆ					
21	ฉันเป็นสมาชิกชมรมซึ่งเกี่ยวข้องกับศาสนา					
22	ฉันมีส่วนร่วมทำงานให้ชุมชนของฉันบ่อยๆ					
23	ฉันจะเปรียบเทียบราคาสินค้าก่อนที่จะซื้อถึงแม้จะไม่ใช่อะไรของแพงก็ตาม					

No.	การทำกิจกรรมต่างๆ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
24	ฉันชอบซื้อสินค้าที่มีตราหยี่ห้อซึ่งมีชื่อเสียง					
25	ฉันมักจะใช้สินค้าตราหยี่ห้อเดิม					
26	ฉันชอบดูโฆษณาสินค้าต่างๆ					
27	ฉันมักจะดูโฆษณาที่แจ้งการลดราคาเสมอ					
28	ฉันจะไปซื้อปิ้งต่อเมื่อฉันมีเป้าหมายไปซื้อของเท่านั้น					
29	ฉันมักใช้สินค้าที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ					
30	ฉันชอบลองสินค้าใหม่ๆแปลกใหม่					

No.	ความสนใจหรือให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
31	เมื่อมีโอกาส ฉันจะไปดูกีฬาที่สำคัญๆที่ชอบ					
32	ฉันชอบเล่นกีฬาเสมอ					
33	งานที่ท้าทายเป็นงานที่ฉันชอบ					
34	ฉันให้ความสำคัญในเรื่องงานเป็นอันดับหนึ่งของชีวิต					
35	ครอบครัวของฉันมีเงินออมเก็บสะสมทุกปี					
36	ฉันไม่มีความลับต่อคนในครอบครัว					
37	บ้านของฉันต้องเป็นระเบียบอยู่เสมอ					
38	ฉันชอบอยู่บ้านในวันหยุดมากกว่าออกไปเที่ยว					
39	ฉันไม่ชอบทำงานบ้าน					
40	ฉันชอบตกแต่งบ้านด้วยเฟอร์นิเจอร์ให้ดูดี					
41	ฉันชอบซ่อมแซมของใช้ในบ้านด้วยตัวเอง					
42	ฉันไม่อยากสนใจเพื่อนบ้านนัก					

No.	ความสนใจหรือให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
43	งานด้านศิลปะเป็นสิ่งจริงจังจิตใจของฉัน					
44	ฉันมักสนใจเข้าอบรม/เรียนหนังสือหลักสูตรสั้นๆ					
45	ฉันชอบไปเดินเล่นดูอะไรใหม่ๆ					
46	ฉันมักจะมีเสื้อผ้าชุดใหม่ล่าสุด1-2 ชุด เสมอ					
47	ถ้าต้องเลือกฉันจะเลือกเสื้อผ้าที่เน้นแฟชั่นมากกว่าความสบายในการสวมใส่					
48	ฉันชอบแต่งตัวไม่เหมือนคนอื่น					
49	ฉันชอบทานอาหารที่สำเร็จรูปเช่น มาม่าเป็นประจำ					
50	ฉันชอบทานอาหารจานด่วน (Fast Food)					
51	ในการเลือกทานอาหาร ฉันคำนึงถึงคุณค่าทางอาหารเสมอ					
52	ครอบครัวฉันปรุงอาหารทานเอง					
53	ฉันยอมเสียเงินแพงขึ้นแลกกับการทานอาหารท่ามกลางบรรยากาศที่ดี					
54	ฉันประสบความสำเร็จตามความต้องการแล้ว					
55	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ เกียรติยศ ชื่อเสียง					
56	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน คือ ความร่ำรวย					
57	เมื่อฉันมีปัญหาในชีวิต ฉันจะไปหาหมอ					
58	บางครั้งคนเราก็น่าจะลองเสี่ยงโชคโดยการซื้อล็อตเตอรี่บ้าง					
59	การใช้ชีวิตที่หรูหราฟู่ฟ่า มีความหมายสำหรับฉัน					

No.	ความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
60	ความสำเร็จสูงสุดของฉัน กำลังจะมาถึงในเร็ววันนี้					
61	ฉันเป็นคนที่คนอื่น ๆ มักมาขอคำปรึกษา					
62	ฉันรู้สึกสนุกกับการพยายามหาคำตอบเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ					
63	ฉันชอบให้คนอื่นช่วยตัดสินใจแทนฉันในเรื่องสำคัญๆ					
64	ฉันอยากได้รับการเลือกเป็นผู้นำ					
65	ฉันสวดมนต์เป็นกิจวัตรประจำวัน					
66	ฉันเป็นคนที่สามารถทนต่อแรงกดดันได้					
67	ฉันรู้สึกประทับใจต่อเรื่องที่แปลกประหลาดเหลือเชื่อ					
68	ฉันยอมรับว่าฉันเป็นคนชอบแสดงออก					
69	ฉันเป็นคนเคร่งครัดในศาสนา					
70	ยิ่งฉันคิดมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งทำให้เกิดข้อผิดพลาดมากขึ้นเท่านั้น					
71	ฉันจะทำในสิ่งที่ฉันเห็นว่าถูกต้อง เหมาะสม โดยไม่สนใจสายตาคนอื่น					
72	แม้ว่าฉันจะรู้สึกไม่สนุกนัก แต่ฉันก็ทำให้เบิกบานได้					
73	ฉันรู้สึกกำลังผินกับวิถีชีวิตที่ฉันถูกเลี้ยงดูมา					
74	ฉันชอบทดลองวิธีใหม่ๆ ในการทำสิ่งต่างๆ เสมอ					
75	บ่อยครั้งที่ฉันรู้สึกถูกทอดทิ้งจากสังคม					
0	กรุณาข้ามช่องนี้ ไปทำข้อต่อไป					
76	ฉันภูมิใจในงานที่ทำอยู่ (งานหมายถึง งานที่ทำ /การดูแลบ้าน/ การศึกษา ฯลฯ)					
77	3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ฐานะการเงินของฉันดีขึ้น					
78	ปัจจุบัน ฉันพอใจกับฐานะการเงินของฉัน					

No.	ความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
79	ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในบริษัทขนาดใหญ่ ฉันคงบริหารงานทำหน้าที่ได้ดี					
80	ถ้าฉันต้องเป็นผู้นำในกองทัพ ฉันจะทำหน้าที่ได้ดี					
81	โดยภาพรวม ฉันรู้สึกว่าคุณมีความสุขดี					
82	ฉันปรารถนาที่จะได้ไปทำงานและใช้ชีวิตในต่างประเทศสักปี					
83	ฉันชอบทำงานซึ่งต้องใช้ทักษะฝีมือ					
84	การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงานเป็นพฤติกรรมที่เสียหาย					
85	ฉันเห็นว่า ไม่ควรมีการทำแท้งอย่างเสรี					
86	แม้ชีวิตคู่จะมีอุปสรรคเพียงใด สามภรรยาก็ไม่ควรเลิกกัน					
87	ฉันยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นสำหรับสินค้าที่ใช้วัสดุซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม					
88	ฉันคิดว่าฉันมีส่วนแก้ปัญหาสังคมได้					
89	สำหรับสตรีที่มีบุตรเล็กๆ เธอน่าจะสามารถดูแลบุตรได้ดี ขณะเดียวกันเธอน่าจะทำงานนอกบ้านได้เช่นกัน					
90	ชีวิตของสตรีจะสมบูรณ์แบบ ก็ต่อเมื่อเธอสามารถทำบ้านให้เป็นสถานที่ให้ความสุข สำหรับครอบครัวได้					
91	สตรีควรดูแลบ้าน ปล่อยให้หน้าที่ดูแลประเทศเป็นของผู้ชาย					
92	เราควรทำตามกฎเกณฑ์ของสังคม					
93	ฉันติดตามการทำงานของรัฐบาล					
94	การเมืองมีผลกระทบต่อชีวิตของฉัน					
95	ทุกคนต้องสนใจเรื่องการเมือง					
96	ฉันเข้าใจรัฐธรรมนูญฉบับใหม่					
97	ฉันติดตามสถานการณ์รอบโลกอย่างใกล้ชิด					
98	ธุรกิจส่วนใหญ่ต้องการให้ได้เงินมากที่สุด					
99	ฉันคิดว่าเศรษฐกิจไทยกำลังจะดีขึ้น					

No.	ความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
100	ความรู้สำคัญกว่าเงิน					
101	ฉันเห็นว่าการศึกษาในต่างประเทศเป็นสิ่งดี					
102	ส่วนใหญ่มักมีคนมาปรึกษาฉันเวลาที่เลือกยี่ห้อสินค้า					
103	ฉันใช้เวลามากในการหาข้อมูลสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ					
104	ฉันมักจะขอคำแนะนำจากเพื่อนในการเลือกยี่ห้อสินค้า					
105	อนาคตเป็นเรื่องของตัวเอง					
106	ฉันไม่คิดถึงอนาคต เพียงแต่ทำวันนี้ให้ดีที่สุด					
107	ฉันอยากคาดเดาอนาคตได้ล่วงหน้า					
108	สังคมสมัยใหม่ การมีคู่รักเป็นเพศเดียวกันไม่เสียหาย					
109	ฉันอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย					
110	บางครั้งการโกหกเป็นเรื่องไม่เสียหาย					
111	ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่เราต้องให้ความเคารพ					

ภาคผนวก ข

การคำนวณคะแนนตัวประกอบ (Factor Score)

การคัดเลือกกลุ่มตัวแปร เพื่อใช้เป็นตัวแทนของตัวประกอบ สามารถกระทำได้ 3 วิธี ดังต่อไปนี้

- 1 เลือกตัวแปรที่มีน้ำหนักตัวประกอบสูงสุดในแต่ละตัวประกอบ เป็นตัวแทน
- 2 เลือกตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักตัวประกอบสูงสุด 2 ถึง 3 ตัวแรกเป็นตัวแทน
- 3 ใช้ตัวแปรทั้งหมด ที่มีน้ำหนักตัวประกอบสูงเป็นตัวแทน

วิธีที่ 1 และ 2 มีข้อดี คือ สามารถคำนวณและตีความหมายได้ง่าย แต่มีข้อเสียที่คะแนนที่ได้มาจากตัวแปรไม่กี่ตัวที่มีน้ำหนักตัวประกอบสูง ในขณะที่ตัวแปรบางตัวไม่ได้ใช้ในการวิเคราะห์ ส่วนวิธีที่ 3 มีข้อดี คือ คะแนนที่ได้ เป็นตัวแทนของทุกตัวแปรที่มีน้ำหนักตัวประกอบสูงที่อยู่ในกลุ่มนั้น

ในการศึกษานี้ การคำนวณคะแนนตัวประกอบใช้วิธีที่ 3 แต่เพื่อให้คะแนนที่ได้เป็นตัวแทนของตัวแปรมากที่สุด คะแนนตัวประกอบ จึงคำนวณจากค่าเฉลี่ยของตัวแปรทุกตัวที่มีน้ำหนักตัวประกอบสูงกว่า 0.3 ซึ่งเป็นค่าที่ถือว่ามีความสำคัญเพียงพอ ที่ชี้ชัดว่า ตัวแปรอยู่ในกลุ่มนั้น (Hair et al., 1995) ในการคำนวณค่าเฉลี่ยนี้ ใช้น้ำหนักของตัวแปร ตามค่าน้ำหนักตัวประกอบของตัวแปรนั้นเป็นหลัก คะแนนตัวประกอบของแต่ละตัวอย่าง ถูกปรับให้เป็นคะแนนมาตรฐาน โดยการลบด้วยคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แล้วหารด้วยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ในกรณีที่ น้ำหนักตัวประกอบ มีค่าเป็นลบ คะแนนดิบจะถูกกลับค่าน้อยเป็นมาก มากเป็นน้อย และค่าน้ำหนักตัวประกอบ จะถูกเปลี่ยนเป็นค่าบวก

รายละเอียดการคำนวณคะแนนตัวประกอบ มีดังต่อไปนี้

- 1 แทนน้ำหนักตัวประกอบที่มีค่าต่ำกว่า 0.3 ด้วย 0
- 2 แปลงคะแนนตัวแปร ให้เป็นคะแนนมาตรฐาน โดยใช้สมการข้างล่าง

$$Z_{1i} = \frac{X_{1i} - \bar{X}_1}{SD_1}$$

X_{1i} คือ คะแนนมาตรฐานของตัวแปรที่ 1 ของคนที่ i

\bar{X}_1 คือ ค่าเฉลี่ยของคะแนนตัวแปรที่ 1

SD_1 คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนตัวแปรที่ 1

3. คำนวณคะแนนตัวประกอบ แต่ละกลุ่มของแต่ละคน โดยใช้สมการข้างล่าง

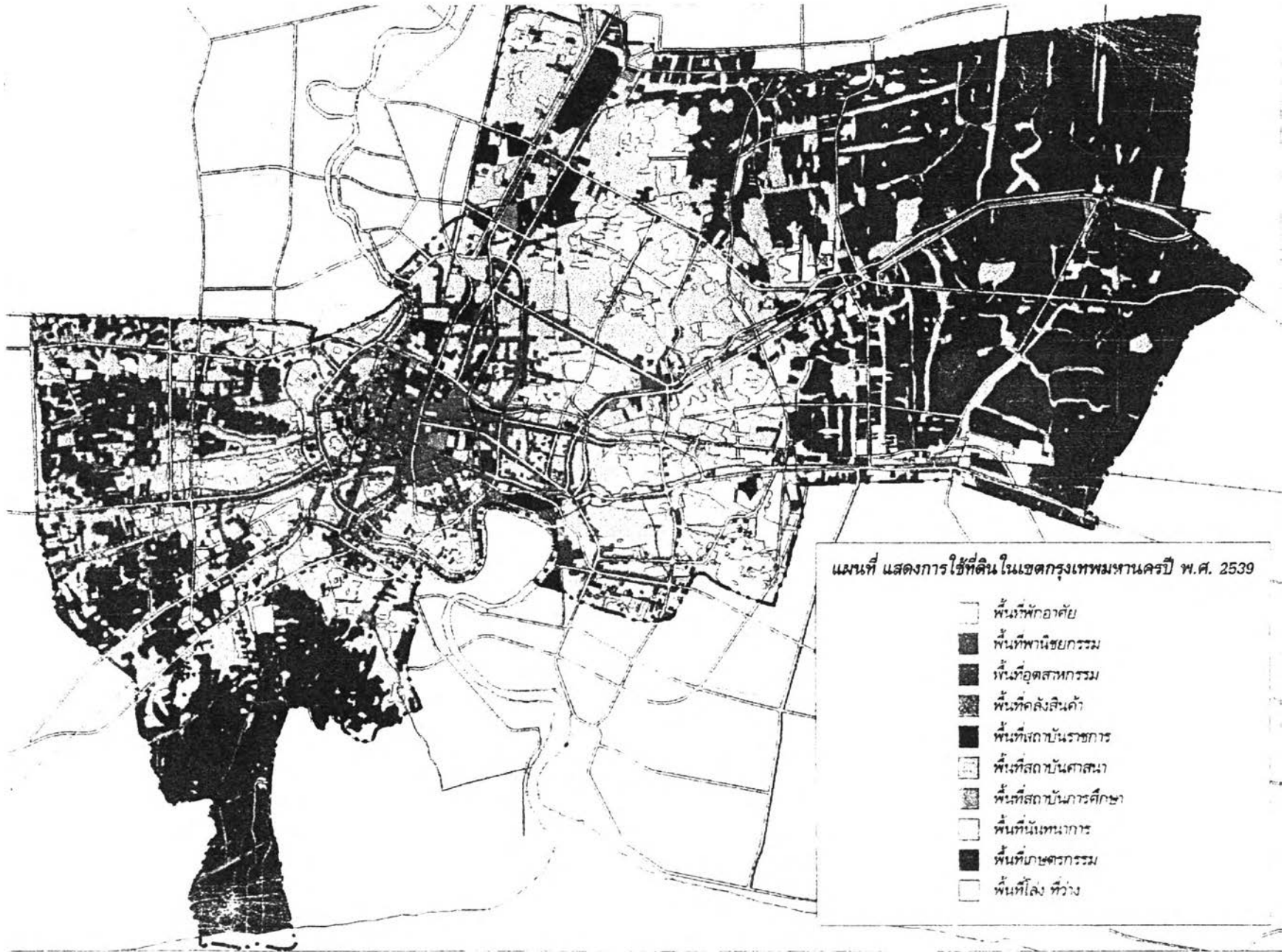
$$F_i = \frac{L_1 Z_{1i} + L_2 Z_{2i} + \dots + L_k Z_{ki}}{L_1 + L_2 + \dots + L_k}$$

F_i คือ คะแนนตัวประกอบของคนี่ i

L_1, L_2, L_k คือ สัมประสิทธิ์คะแนนตัวประกอบของแต่ละตัวแปร

Z_{1i}, Z_{2i}, Z_{ki} คือ คะแนนดิบของแต่ละกลุ่มตัวแปรของคนี่ i

ภาคผนวก ค



แผนภาพ ผ 1 แผนผังการใช้ประโยชน์ที่ดินในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มา: สำนักงานผังเมือง กระทรวงมหาดไทย

ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบ

ภาคผนวกนี้แสดงผลการคำนวณ Total Variance Explained ของการวิเคราะห์ตัวประกอบ ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ซึ่งมี 4 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์ตัวประกอบของตัวแปรรวม 111 ตัวแปร 2) การวิเคราะห์ตัวประกอบของตัวแปรกิจกรรมจำนวน 28 ตัวแปร 3) การวิเคราะห์ตัวประกอบของตัวแปรด้านความสนใจ จำนวน 36 ตัวแปร 4) การวิเคราะห์ตัวประกอบของตัวแปรความคิดเห็นจำนวน 47 ตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบของตัวแปรรวม 111 ตัวแปร แสดงในตาราง ง 1 การกำหนดจำนวนตัวประกอบที่ได้วิเคราะห์ ใช้วิธี Scree Test ซึ่งเหมาะสมสำหรับกรณีที่มีตัวแปรมีจำนวนมากกว่า 50 ตัวแปร (Hair et al., 1995) แผนภาพที่ ผ 2 แสดง Scree Plot ของการวิเคราะห์คั้งนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า จำนวนตัวประกอบที่เหมาะสมคือ 12 ตัวประกอบ โดย Total Variance Explained มีค่าเพียง 29.5% (ดูตารางที่ ง 1)

ผลการวิเคราะห์ตัวประกอบของตัวแปร ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และ ด้านความคิดเห็น นำเสนอในตารางที่ ง 2 ง 3 และ ง 4 ตามลำดับ ในการกำหนดจำนวนตัวประกอบที่วิเคราะห์ ใช้วิธี Eigenvalue มากกว่า 1 ซึ่งเหมาะสำหรับกรณีที่จำนวนตัวแปร น้อยกว่า 50 ตัวแปร (Hair et al., 1995) จากตารางข้างต้น จำนวนตัวประกอบของตัวแปร ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และ ด้านความคิดเห็น เป็น 9 10 และ 14 กลุ่มตามลำดับ ในขณะที่ Total Variance Explained ของตัวแปรเหล่านี้เป็น 58.8 56.1 และ 57.1 ตามลำดับ

ตาราง ง 1 แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปร 111 ตัวแปร

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %
1	11.092	9.993	9.993	11.092	9.993	9.993	4.007	3.610	3.610
2	7.293	6.571	16.563	7.293	6.571	16.563	3.441	3.100	6.710
3	4.024	3.625	20.188	4.024	3.625	20.188	3.145	2.834	9.543
4	3.242	2.921	23.109	3.242	2.921	23.109	3.130	2.820	12.363
5	2.781	2.505	25.614	2.781	2.505	25.614	2.926	2.636	14.999
6	2.638	2.376	27.991	2.638	2.376	27.991	2.779	2.503	17.503
7	2.458	2.215	30.205	2.458	2.215	30.205	2.473	2.228	19.731
8	2.199	1.981	32.186	2.199	1.981	32.186	2.347	2.115	21.845
9	2.092	1.885	34.071	2.092	1.885	34.071	2.212	1.993	23.838
10	1.915	1.725	35.796	1.915	1.725	35.796	2.138	1.926	25.764
11	1.816	1.636	37.433	1.816	1.636	37.433	2.099	1.891	27.655
12	1.757	1.583	39.016	1.757	1.583	39.016	2.089	1.882	29.537

ตาราง ง 1 (ต่อ) แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปร 111 ตัวแปร

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %
13	1.714	1.544	40.560	1.714	1.544	40.560	2.089	1.882	31.419
14	1.694	1.526	42.086	1.694	1.526	42.086	2.035	1.834	33.253
15	1.621	1.461	43.547	1.621	1.461	43.547	1.969	1.774	35.027
16	1.527	1.376	44.923	1.527	1.376	44.923	1.962	1.768	36.795
17	1.470	1.324	46.246	1.470	1.324	46.246	1.959	1.765	38.560
18	1.448	1.305	47.551	1.448	1.305	47.551	1.926	1.735	40.295
19	1.434	1.292	48.843	1.434	1.292	48.843	1.923	1.732	42.027
20	1.399	1.260	50.103	1.399	1.260	50.103	1.920	1.730	43.757
21	1.343	1.210	51.314	1.343	1.210	51.314	1.887	1.700	45.457
22	1.333	1.201	52.514	1.333	1.201	52.514	1.886	1.699	47.157
23	1.250	1.126	53.641	1.250	1.126	53.641	1.881	1.695	48.851
24	1.201	1.082	54.722	1.201	1.082	54.722	1.741	1.568	50.420
25	1.189	1.071	55.793	1.189	1.071	55.793	1.732	1.561	51.980
26	1.149	1.035	56.828	1.149	1.035	56.828	1.719	1.548	53.529
27	1.136	1.024	57.852	1.136	1.024	57.852	1.717	1.547	55.076
28	1.123	1.012	58.864	1.123	1.012	58.864	1.669	1.504	56.580
29	1.111	1.001	59.865	1.111	1.001	59.865	1.651	1.487	58.067
30	1.085	0.977	60.842	1.085	0.977	60.842	1.577	1.421	59.488
31	1.052	0.948	61.790	1.052	0.948	61.790	1.548	1.394	60.882
32	1.045	0.942	62.732	1.045	0.942	62.732	1.535	1.383	62.265
33	1.013	0.913	63.644	1.013	0.913	63.644	1.531	1.379	63.644
34	0.987	0.889	64.534						
35	0.978	0.881	65.415						
36	0.960	0.865	66.279						
37	0.943	0.850	67.129						
38	0.923	0.831	67.961						
39	0.894	0.805	68.765						
40	0.879	0.792	69.557						
41	0.867	0.781	70.338						
42	0.849	0.765	71.103						
43	0.817	0.736	71.839						
44	0.800	0.721	72.560						
45	0.786	0.708	73.267						
46	0.784	0.706	73.973						
47	0.772	0.696	74.669						
48	0.768	0.692	75.362						
49	0.752	0.677	76.039						
50	0.727	0.655	76.694						
51	0.704	0.635	77.328						
52	0.698	0.629	77.957						
53	0.687	0.619	78.575						
54	0.684	0.616	79.192						
55	0.660	0.595	79.787						

ตาราง ง 1 (ต่อ) แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปร111ตัวแปร

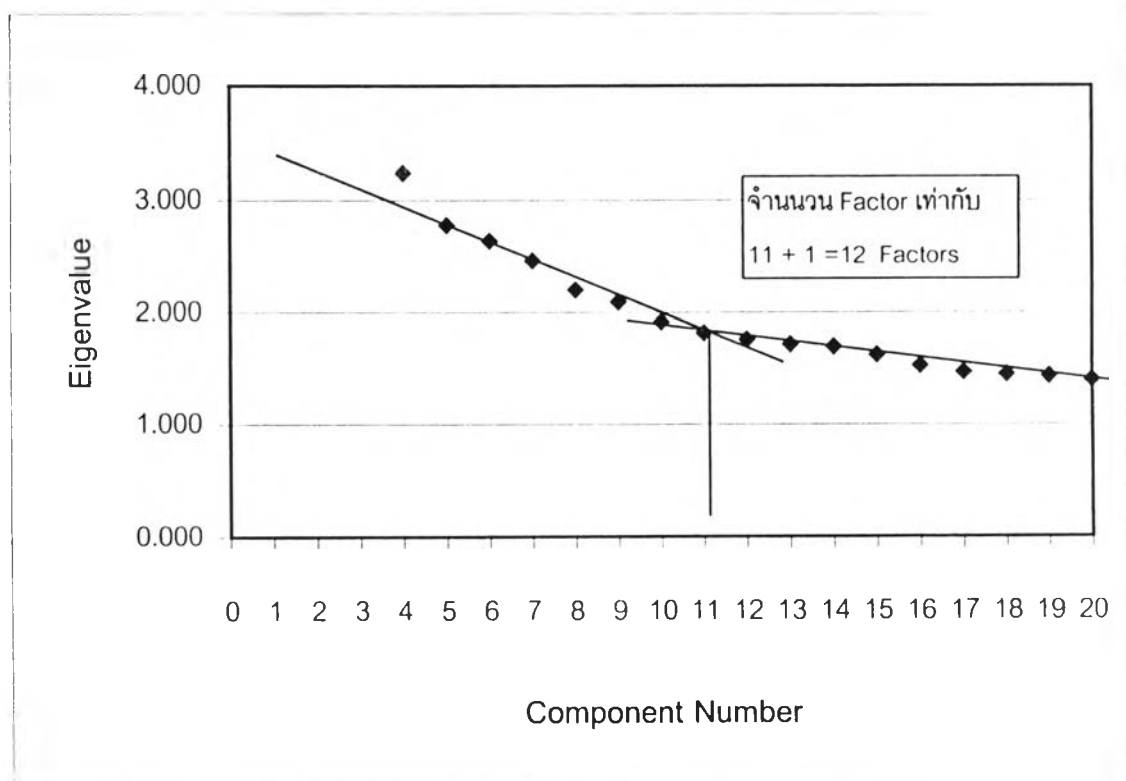
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %
56	0.650	0.586	80.372						
57	0.643	0.579	80.951						
58	0.639	0.575	81.527						
59	0.629	0.567	82.094						
60	0.616	0.555	82.648						
61	0.600	0.540	83.189						
62	0.588	0.530	83.718						
63	0.587	0.529	84.247						
64	0.568	0.512	84.759						
65	0.555	0.500	85.259						
66	0.550	0.496	85.755						
67	0.542	0.488	86.243						
68	0.526	0.474	86.717						
69	0.517	0.466	87.182						
70	0.504	0.454	87.636						
71	0.497	0.448	88.084						
72	0.482	0.434	88.518						
73	0.480	0.432	88.950						
74	0.462	0.416	89.366						
75	0.456	0.411	89.777						
76	0.441	0.398	90.175						
77	0.436	0.392	90.567						
78	0.434	0.391	90.958						
79	0.420	0.379	91.336						
80	0.419	0.378	91.714						
81	0.405	0.365	92.079						
82	0.397	0.358	92.437						
83	0.390	0.351	92.789						
84	0.383	0.345	93.134						
85	0.378	0.340	93.474						
86	0.369	0.332	93.806						
87	0.366	0.330	94.136						
88	0.358	0.322	94.458						
89	0.353	0.318	94.776						
90	0.344	0.310	95.086						
91	0.340	0.306	95.392						
92	0.328	0.296	95.688						
93	0.323	0.291	95.979						
94	0.313	0.282	96.261						
95	0.310	0.279	96.540						
96	0.301	0.271	96.812						
97	0.296	0.267	97.078						
98	0.284	0.256	97.334						

ตาราง ง 1 (ต่อ) แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปร 111 ตัวแปร

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %
99	0.276	0.248	97.582						
100	0.267	0.241	97.823						
101	0.259	0.233	98.056						
102	0.249	0.224	98.280						
103	0.246	0.222	98.501						
104	0.241	0.217	98.718						
105	0.235	0.212	98.930						
106	0.214	0.193	99.123						
107	0.213	0.192	99.315						
108	0.204	0.184	99.499						
109	0.197	0.178	99.676						
110	0.186	0.167	99.844						
111	0.174	0.156	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

แผนภาพ ผ 2 การเลือกจำนวนกลุ่มตัวประกอบ ด้วยวิธี Scree Tests



ตาราง ง 2 แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านกิจกรรม

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %
1	3.916	13.986	13.986	3.916	13.986	13.986	2.651	9.468	9.468
2	2.833	10.117	24.103	2.833	10.117	24.103	2.082	7.437	16.905
3	1.829	6.533	30.636	1.829	6.533	30.636	1.965	7.019	23.925
4	1.634	5.837	36.473	1.634	5.837	36.473	1.873	6.688	30.613
5	1.437	5.131	41.604	1.437	5.131	41.604	1.843	6.582	37.195
6	1.315	4.696	46.301	1.315	4.696	46.301	1.719	6.141	43.336
7	1.283	4.582	50.883	1.283	4.582	50.883	1.602	5.722	49.058
8	1.129	4.031	54.915	1.129	4.031	54.915	1.562	5.580	54.638
9	1.084	3.872	58.787	1.084	3.872	58.787	1.162	4.149	58.787
10	0.999	3.567	62.354						
11	0.976	3.484	65.838						
12	0.916	3.273	69.111						
13	0.827	2.955	72.066						
14	0.766	2.736	74.803						
15	0.722	2.580	77.383						
16	0.674	2.408	79.791						
17	0.651	2.326	82.117						
18	0.605	2.161	84.278						
19	0.585	2.090	86.368						
20	0.537	1.918	88.287						
21	0.525	1.875	90.162						
22	0.485	1.734	91.896						
23	0.432	1.545	93.440						
24	0.425	1.518	94.958						
25	0.386	1.378	96.336						
26	0.356	1.272	97.608						
27	0.352	1.256	98.864						
28	0.318	1.136	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ตาราง ง 3 แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านความสนใจ

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %
1	5.178	14.382	14.382	5.178	14.382	14.382	3.028	8.410	8.410
2	3.390	9.417	23.799	3.390	9.417	23.799	2.284	6.346	14.756
3	2.193	6.091	29.890	2.193	6.091	29.890	2.254	6.262	21.017
4	1.675	4.654	34.544	1.675	4.654	34.544	2.246	6.238	27.255
5	1.565	4.349	38.893	1.565	4.349	38.893	2.106	5.849	33.104
6	1.385	3.847	42.740	1.385	3.847	42.740	1.725	4.791	37.895
7	1.342	3.728	46.467	1.342	3.728	46.467	1.687	4.685	42.580
8	1.263	3.509	49.977	1.263	3.509	49.977	1.650	4.584	47.164
9	1.154	3.206	53.183	1.154	3.206	53.183	1.646	4.572	51.735
10	1.039	2.886	56.069	1.039	2.886	56.069	1.560	4.334	56.069
11	0.989	2.747	58.816						
12	0.948	2.634	61.451						
13	0.917	2.547	63.997						
14	0.888	2.466	66.463						
15	0.815	2.265	68.728						
16	0.810	2.251	70.979						
17	0.763	2.119	73.098						
18	0.729	2.025	75.123						
19	0.716	1.990	77.114						
20	0.663	1.842	78.956						
21	0.629	1.746	80.702						
22	0.613	1.703	82.405						
23	0.605	1.680	84.085						
24	0.585	1.626	85.711						
25	0.571	1.586	87.297						
26	0.520	1.446	88.743						
27	0.514	1.428	90.171						
28	0.498	1.383	91.554						
29	0.473	1.313	92.867						
30	0.449	1.246	94.113						
31	0.431	1.197	95.309						
32	0.409	1.135	96.445						
33	0.355	0.987	97.432						
34	0.351	0.976	98.408						
35	0.317	0.880	99.287						
36	0.257	0.713	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ตาราง ง 4 แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านความคิดเห็น

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %
1	5.309	11.297	11.297	5.309	11.297	11.297	3.210	6.830	6.830
2	3.224	6.859	18.156	3.224	6.859	18.156	2.058	4.378	11.208
3	2.472	5.259	23.415	2.472	5.259	23.415	2.017	4.292	15.500
4	2.083	4.433	27.847	2.083	4.433	27.847	1.962	4.175	19.675
5	1.794	3.816	31.664	1.794	3.816	31.664	1.961	4.172	23.847
6	1.664	3.540	35.204	1.664	3.540	35.204	1.958	4.167	28.014
7	1.588	3.379	38.582	1.588	3.379	38.582	1.921	4.087	32.100
8	1.519	3.231	41.813	1.519	3.231	41.813	1.774	3.774	35.875
9	1.381	2.938	44.752	1.381	2.938	44.752	1.712	3.644	39.518
10	1.256	2.672	47.424	1.256	2.672	47.424	1.707	3.631	43.149
11	1.229	2.615	50.038	1.229	2.615	50.038	1.672	3.556	46.706
12	1.189	2.529	52.567	1.189	2.529	52.567	1.654	3.519	50.225
13	1.092	2.324	54.891	1.092	2.324	54.891	1.644	3.499	53.724
14	1.035	2.203	57.094	1.035	2.203	57.094	1.584	3.370	57.094
15	0.995	2.118	59.212						
16	0.984	2.093	61.305						
17	0.950	2.020	63.325						
18	0.896	1.906	65.232						
19	0.864	1.839	67.071						
20	0.833	1.772	68.843						
21	0.808	1.720	70.562						
22	0.775	1.649	72.211						
23	0.762	1.621	73.832						
24	0.729	1.551	75.384						
25	0.712	1.516	76.899						
26	0.685	1.458	78.358						
27	0.667	1.418	79.776						
28	0.644	1.371	81.147						
29	0.626	1.331	82.478						
30	0.615	1.308	83.786						
31	0.597	1.270	85.056						
32	0.593	1.262	86.318						
33	0.574	1.221	87.539						
34	0.535	1.137	88.676						
35	0.523	1.113	89.789						
36	0.487	1.036	90.825						
37	0.475	1.010	91.834						
38	0.464	0.987	92.821						
39	0.452	0.962	93.783						
40	0.430	0.915	94.698						
41	0.415	0.883	95.582						

ตาราง ง 4 (ต่อ) แสดงค่า Total Variance Explained ของตัวแปรด้านความคิดเห็น

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %	Total	% of Var.	Cumu. %
42	0.414	0.881	96.463						
43	0.385	0.819	97.282						
44	0.354	0.753	98.035						
45	0.345	0.734	98.769						
46	0.307	0.653	99.422						
47	0.272	0.578	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวสุมาลี เหลืองดำรงกิจ จบการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต จากคณะ
นิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาสื่อสารมวลชน เมื่อปีการศึกษา 2527 และศึกษา
ต่อในระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปีการศึกษา 2541 โดย เป็นนิสิตรุ่นที่ 4 ภาคปกติ ปัจจุบันเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโฆษณาและประชาสัมพันธ์