

การศึกษาพฤติกรรม การเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ
ของคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่มีอาชีพหลักต่างกัน

ปริญญานิพนธ์

ของ

เจกดิน เอี่ยมศิริ

หอสมุดกลาง

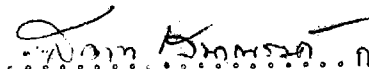
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต

กันยายน 2518

คณะกรรมการที่ปรึกษาประจำตัวนิสิตได้พิจารณาปัญหานี้นี้แล้ว เห็นสมควร
รับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


.....ประธานกรรมการ


.....กรรมการ

กันยายน 2518

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.ประเสริฐ วิทยารัฐ และศาสตราจารย์สวาท เสนาณรงค์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบคุณชานาตำบลโพพระ ชาวประมงตำบลบ้านแหลม และชาวไร่นาตำบลสองพี่น้องและตำบลวังไคร้ ในกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ประจำอำเภอเมือง อำเภอทวาย และอำเภอบ้านแหลม ที่อำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลและให้ข้อมูลบางประการ ทำให้ผู้เขียนสามารถดำเนินงานได้สะดวกยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ คุณเชิดศักดิ์ โสวาสินธุ์ ที่ช่วยเหลือในเรื่องสถิติการวิจัย คุณอิฉรา สวัสดิ์ คุณสมพร ประกอบชาติ คุณไพรัช พันธุชาติ คุณอุคมเดช กมลบุตร และคุณวรรณิ บำรุงพันธุ์ ตลอดจนพี่ ๆ น้อง ๆ และเพื่อนทุกคน ที่ช่วยเหลือในการจัดทำวิทยานิพนธ์ และท้ายสุดขอกราบขอบพระคุณบิดาและมารดาของผู้เขียน ที่ให้กำลังใจและให้ความอนุเคราะห์ผู้เขียนตลอดการศึกษา

เจดณิน เอี่ยมศิริ

สารบัญ

		หน้า
บทที่ 1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	8
	สมมุติฐานในการศึกษาค้นคว้า	8
	ความสำคัญของการวิจัย	9
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	9
	หลักเกณฑ์ในการเลือกบริเวณที่ศึกษา และประเภทของสินค้าและบริการที่ศึกษา	10
	คำอธิบายคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	11
บทที่ 2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
บทที่ 3	ลักษณะโครงสร้างของบริเวณที่ศึกษา	17
บทที่ 4	วิธีการดำเนินการศึกษา	26
	การรวบรวมข้อมูล	26
	การจัดกระทำข้อมูล	30
บทที่ 5	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
	เปรียบเทียบระยะการเดินทาง	31
	เปรียบเทียบวิธีการเดินทาง	62
	เปรียบเทียบขนาดของศูนย์บริการที่ไปใช้บริการ	64
	เปรียบเทียบความถี่ในการเดินทาง	81
	เปรียบเทียบพิสัยของสินค้าและบริการ	93

		หน้า
บทที่ 6	วิปารายผลการคนควา	115
	สรุปผลการคนควา	115
	อภิปรายผล	116
	อุปสรรคและขอบกพร่องในการวิจัย	134
	ขอเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อไป	135
	บรรณานุกรม	136
	ภาคผนวก	

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนหมู่บ้าน จำนวนราษฎร จำนวนครัวเรือน และอาชีพของราษฎรตำบลโพพระ	19
2	แสดงจำนวนหมู่บ้าน จำนวนราษฎร จำนวนครัวเรือน และอาชีพของราษฎรบางหมู่บ้านในตำบลสองพี่น้องและ ตำบลวังไคร้	21
3	แสดงจำนวนหมู่บ้าน จำนวนราษฎร จำนวนครัวเรือน และอาชีพของราษฎร สุขาภิบาลบ้านแหลม	27
4	แสดง เกณฑ์ในการให้ค่าน้ำหนักคะแนน จำนวนหน้าที่บริการ จำนวนร้านค้า และจำนวนชนิดของสินค้าและบริการ ที่มีบริการอยู่ในศูนย์บริการต่าง ๆ ในบริเวณที่ศึกษา	
5	แสดงค่าน้ำหนักคะแนนรวม ของลำดับศักยภาพของศูนย์บริการ ขนาดต่าง ๆ	28
6	แสดงลำดับศักยภาพของศูนย์บริการที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ	28
7	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซื้ออาหารสด ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	32
8	แสดงผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไป ซื้ออาหารสดของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	33
9	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่อง ประกอบอาหาร ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	34

10	แสดงผลการ เปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการ เดินทาง ไปซื้อเครื่องประกอบอาหารของคนในชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง	35
11	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทาง ในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ ทั่วไป ของคนในชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง	36
12	แสดงผลการ เปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการ เดินทางไป ซื้อเครื่องใช้ทั่วไป ของคนในชุมชน ชาวประมง ชวนา และชาวไร่	37
13	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่าง ของระยะทางในการ เดินทางไปซื้อเครื่องใช้ภายใน ครัวเรือนของคนในชุมชน ชาวประมง ชวนา และชาวไร่	38
14	แสดงผลการ เปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ย ในการ เดินทาง ไปซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน ของคนในชุมชน ชาวประมง ชวนา และชาวไร่	39
15	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทางในการ เดินทางไปซื้อเครื่อง ใช้ประจำวัน ของคนในชุมชน ชาวประมง ชวนา และชาวไร่	40
16	แสดงผลการ เปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการ เดินทาง ไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน ของคนในชุมชน ชาวประมง ชวนา และชาวไร่	41

17	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบ ความแตกต่างของระยะทางในการ เดินทางไป ซื้อเครื่องใช้ในการก่อสร้างและการประกอบ อาชีพ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	42
18	แสดงผลการ เปรียบเทียบระยะเฉลี่ยในการ เดินทางไปซื้อ เครื่องใช้ในการก่อสร้างและการประกอบอาชีพ ของ คนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	43
19	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทางในการ เดินทางไปซื้อยาสามัญ ประจำบ้าน ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	44
20	แสดงผลการ เปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการ เดินทาง ไปซื้อยาสามัญประจำบ้าน ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	45
21	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทางเฉลี่ยในการ เดินทางไปร้าน ตัดผมของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	46
22	แสดงผลการ เปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการ เดินทางไป ร้านตัดผม ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	47
23	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทางในการ เดินทางไปร้านเสริมสวย - ตัดผม ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	48

24	แสดงผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ย ในการเดินทาง ไปร้านเสริมสวย-ตัดผม ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	49
25	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทาง ในการเดินทางไปยังร้าน ตัดเสื้อผ้าสตรี ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	50
26	แสดงผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทาง ไปยังร้านตัดเสื้อผ้าสตรี ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	51
27	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทางเฉลี่ยในการ เดินทางไปร้านตัดเสื้อ ผู้ชาย ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	52
28	แสดงผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ย ในการเดินทางไป ร้านตัดเสื้อผ้าชาย ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	53
29	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความ แตกต่างของระยะทางในการ เดินทางไปชมวิถุ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	54
30	แสดงผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ย ในการเดินทาง ไปชมวิถุของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	55

ตาราง	หน้า
31	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซ่อมเครื่องยนต์ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ 56
32	แสดงผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซ่อมเครื่องยนต์ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ 58
33	แสดงความสอดคล้องของลำดับการ เดินทางไปซื้อสินค้า 7 ประเภท ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ 59
34	แสดงความสอดคล้องของลำดับระยะการ เดินทางไปยังสถานบริการ 6 ประเภท ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ 60
35	แสดงการ เปรียบเทียบวิธีการ เดินทางในระยะทางต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ด้วยอัตราส่วนร้อยละ 62
36	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปซื้ออาหารที่ศูนย์บริการชนาคต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ 64
37	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปซื้อเครื่องประกอบอาหารที่ศูนย์บริการชนาคต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ 65
38	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปซื้อเครื่องใช้ในครัวเรือนที่ศูนย์บริการชนาคต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ 66

39	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปซื้อ เครื่องใช้ทั่วไปที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคน ในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	67
40	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปซื้อ เครื่องใช้ประจำวัน ที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	68
41	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปซื้อยา สามัญประจำบ้าน ที่ศูนย์บริการต่าง ๆ ของคนใน ชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	69
42	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปซื้อ เครื่องใช้ในการก่อสร้าง และการประกอบอาชีพ จากศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	70
43	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปรับ บริการ คัดผมในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของ คนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	71
44	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปรับบริการ เสริมสวย คัดผม ในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของ คนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	72
45	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปรับบริการ ตัดเสื้อผ้าสตรี ในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคน ในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	73

46	แสดงการเปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปรับบริการ ตัดเลื้อน้าชาย ในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคน ในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	74
47	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปรับบริการ ซ่อมวิทยุในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	75
48	แสดงการ เปรียบเทียบอัตราส่วน การ เดินทางไปรับบริการ ซ่อมเครื่องยนต์ในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคน ในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	76
49	แสดงอัตราส่วนร้อยละของชาวประมงในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการแต่ละประเภท ที่ศูนย์บริการ ขนาดต่าง ๆ	77
50	แสดงอัตราส่วนร้อยละของชาวนาในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการแต่ละประเภท ที่ศูนย์บริการ ขนาดต่าง ๆ	78
51	แสดงอัตราส่วนร้อยละของชาวไร่ในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการแต่ละประเภท ที่ศูนย์บริการ ขนาดต่าง ๆ	79
52	แสดงความถี่ในการ เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่ ศูนย์บริการต่าง ๆ ของชาวประมง	81
53	แสดงความถี่ในการ เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่ ศูนย์บริการต่าง ๆ ของชาวนา	83
54	แสดงความถี่ในการ เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่ ศูนย์บริการต่าง ๆ ของชาวไร่	85

55	แสดงการ เปรียบเทียบความถี่ในการ เดินทางไปซื้อ สินค้าและบริการจากร้านค้าในหมู่บ้าน ของคน ในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	88
56	แสดงการ เปรียบเทียบความถี่ในการ เดินทางไปซื้อสินค้า และบริการจากศูนย์บริการใหญ่ของชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	89
57	แสดงการ เปรียบเทียบความถี่ในการ เดินทางไปซื้อสินค้า และบริการที่เขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี	91
58	แสดงการ เปรียบเทียบพิสัยปริมาณการซื้อกระเทียมแห้ง ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ควยอัคราส่วนรอยละ	93
59	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง พิสัยปริมาณการซื้อ กระเทียมแห้ง ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ควย ไค - สแกว	95
60	แสดงการ เปรียบเทียบพิสัยปริมาณการซื้อน้ำมันปรุงอาหาร ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ควยอัคราส่วนรอยละ	96
61	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง พิสัยปริมาณการซื้อ น้ำมันปรุงอาหารของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ควย ไค - สแกว	97
62	แสดงการ เปรียบเทียบพิสัยปริมาณการซื้อผงซักฟอกของคน ในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ควย อัคราส่วนรอยละ	98

63	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยปริมาณ การซื้อผงซักฟอก ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย ไค - สแคว์	99
64	แสดงการเปรียบเทียบพิสัยของการรักษาพยาบาลอาการ ท้องร่วง เป็นปึก ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่ายอิตราสวนรอยละ	100
65	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยการรักษา พยาบาลอาการท้องร่วงเป็นปึก ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย ไค - สแคว์	102
66	แสดงการเปรียบเทียบพิสัยของการรักษาอาการไข้หวัดใหญ่ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย อิตราสวนรอยละ	103
67	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยการรักษา พยาบาลอาการไข้หวัดใหญ่ ของคนในชุมชนชาว ประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย ไค - สแคว์	104
68	แสดงการเปรียบเทียบพิสัยของการรักษาพยาบาลโรค อีสุกอีใส ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่ายอิตราสวนรอยละ	105
69	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง พิสัยของการรักษา พยาบาลโรคอีสุกอีใส ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย ไค - สแคว์	106
70	แสดงการเปรียบเทียบพิสัยการรักษาพยาบาลอาการกระดูกหัก ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย อิตราสวนรอยละ	107

71	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยการรักษา พยาบาลอาการกระดูกหัก ของคนในชุมชน ชาว ประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย ไค - สแคว์	108
72	แสดงการ เปรียบเทียบพิสัยของการรักษาบาดแผลใหญ่ จากอุบัติเหตุ หรือถูกทำร้ายของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา ชาวไร่ ค่ายอัตราสวนรอยละ	109
73	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยการรักษา พยาบาลบาดแผลใหญ่จากอุบัติเหตุหรือถูกทำร้าย ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย ไค - สแคว์	110
74	แสดงการ เปรียบเทียบพิสัยของการรักษาพยาบาลการคลอดบุตร คลอดบุตร ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่ายอัตราสวนรอยละ	111
75	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยการรักษา พยาบาลการคลอดบุตร ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย ไค - สแคว์	112
76	แสดงการ เปรียบเทียบพิสัยการรักษาพยาบาล การทำหมัน ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่ายอัตราสวนรอยละ	113
77	แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยการรักษา พยาบาลการทำหมัน ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย ไค - สแคว์	114
78	แสดงการ เปรียบเทียบพิสัยปริมาณการซื้อกระเทียมแห้ง น้ำมันปรุงอาหาร และผงซักฟอกต่อครั้ง ของกลุ่ม ตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม	128

บัญชีแผนภูมิ

แผนภูมิ		หน้า
1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสูงของภูมิประเทศ กับการตั้งถิ่นฐานของชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่	118
2	แสดงการเปรียบเทียบลำดับขนาดของศูนย์บริการ ในชุมชน ชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง	122
3	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางกับที่ตั้งของ ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ในชุมชนชาวไร่	127

บัญชีแผนที่

แผนที่		หน้า
1	แสดงที่ตั้งของอำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดเพชรบุรี และบริเวณ ที่ศึกษา	16
2	แสดงลักษณะการตั้งถิ่นฐาน เส้นทางคมนาคม และ การใช้ที่ดิน ตำบลโพพระ	18
3	แสดงลักษณะการตั้งถิ่นฐาน เส้นทางคมนาคม และ การใช้ที่ดิน ตำบลสองพี่น้อง - วังไกร	22
4	แสดงลักษณะการตั้งถิ่นฐาน เส้นทางคมนาคม และ การใช้ที่ดิน ตำบลบ้านแหลม	24
5	แสดงการกระจายของศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ใน ตำบลบ้านแหลม ตำบลโพพระ ตำบลสองพี่น้อง - วังไกร และศูนย์บริการที่เกี่ยวข้อง	123

ภูมิหลัง

พฤติกรรมของผู้บริโภคได้รับความสนใจจากนักธุรกิจ ในด้านขบวนการตัดสินใจในการซื้อสินค้าและบริการ การนำความรู้ทางด้านจิตวิทยา สังคมวิทยา มาสัมพันธ์กับความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์ ส่วนนักภูมิศาสตร์มุ่งสนใจพฤติกรรมทางระวางที่ (spatial behavior) ของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างการกระจายของผู้บริโภคกับการกระจายของย่านกลาง (central place) ตามทฤษฎีย่านกลางของคริสตอลเลอร์ (Christaller) และของเลอช (Lösch) (Chark, W.A.V. Gerard Rushton, 1970:486) ที่เกี่ยวกับพิสัยของสินค้า (range of goods) อันมีสาเหตุมาจากการกระจายของสินค้าและบริการในชุมชนต่าง ๆ แตกต่างกัน ทำให้เกิดความแตกต่างในเรื่องบริเวณบริการ และระดับประชากรประเคิม (Threshold level) ของสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพ และทางวัฒนธรรมของบริเวณนั้นด้วย (ประโยชน์ เรืองโรจน์, 2516:14)

ตามแนวพิสัยของสินค้า ของคริสตอลเลอร์ นั้น องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของผู้บริโภค คือ

1. ขนาดและความสำคัญของย่านกลาง และการกระจายของประชากร
2. ราคาและความตั้งใจ (Price - willingness) ของผู้บริโภค
3. ระยะทางตามความรู้สึกทางเศรษฐกิจ (Subjective economic distance)

4. ชนิด ปริมาณ และราคาของสินค้าที่ย่านกลาง (Christaller, 1966:54)

ต่อมาทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับพิสัยของสินค้าดังกล่าว เลอชได้นำมาขยาย โดยนำกรวยความต้องการ (demand cone) เข้ามาวิเคราะห์ ไอซาร์ด (Isard) ได้ดัดแปลงหลักจิตวิทยาเกี่ยวกับความพอใจ มาใช้ในสิ่งที่เกี่ยวกับความพอใจในสถานที่หนึ่ง (space preference) ซึ่งเป็นธรรมชาติของแต่ละบุคคล หรืออาจจะเป็นนิสัย หรือสิ่งที่ได้มาภายหลัง อันทำให้ความต้องการในเรื่องปฏิสัมพันธ์ แตกต่างกันไป ในแต่ละคนหรือกลุ่มคน (Murdie, 1965 : 213)

การศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของผู้บริโภค ตามแนวพิสัยของสินค้า ได้กระทำกันมาก เช่น การศึกษาของมาร์เบิล (Marble) ที่เมืองซีดาร์ เรพิดส์ (Cedar Rapids) (Marble, 1959: No 15) ของโรเบิร์ต ซี เมลฟีลด์ (Robert C. Mayfield) ในอินเดียนา ของเบเกอร์ และ วอร์วีย์ (Baker and Woroby) ในเซตัสเกตเชอว์น (Saskatchewan) ของแคนาดา และของเบอร์รี่ (Berry) และคณะ ในเขตต่าง ๆ 5 เขต ของเขตตะวันตกตอนกลางของสหรัฐอเมริกา ฯลฯ สรุปได้ว่า (Murdie, 1964 : 213 - 125)

1. องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางของผู้บริโภค ของคริสตอลเลอร์ ควรจัดเรียงใหม่เป็น

- 1.1 ความสำคัญของย่านกลาง (Central place in portance)
- 1.2 ปัจจัยด้านราคา (Cost factors)
- 1.3 สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic status)
- 1.4 เวลา - ความพยายาม (Time - effort)

ความสำคัญของย่านกลางนั้น สอดคล้องกับสมมุติฐานเดิมของคริสตอลเลอร์ โดยเป็นตัวแทนทางระยะทางที่ ซึ่งสัมพันธ์กับระยะทางของที่พักกับระดับของย่านกลางนั้น ส่วนปัจจัยด้านราคานั้น ครอบคลุมราคาสินค้า และค่าขนส่งด้วย ส่วนสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยด้านเวลานั้น สัมพันธ์กับราคาที่พึงใจของผู้บริโภค และระยะทางทางเศรษฐกิจตามความรู้สึกจะแสดงความชอบมากกว่า (space preference) ได้ดีเท่าใดก็ตาม

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางของผู้บริโภคที่สำคัญที่สุด คือ ขนาดของศูนย์ที่ไปเยี่ยม ซึ่งขนาดของศูนย์วัดได้จากหน้าที่ในย่านกลาง

3. ความสัมพันธ์ในด้านความถี่กับระยะทางจะมีความแตกต่าง เฉพาะสินค้าประเภทจำเป็น (Convenience goods) *

4. ผู้บริโภคที่มีฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และภูมิหลังทางสังคมแตกต่างกัน ย่อมเลือกความต้องการสินค้าและบริการแตกต่างกันตามลำดับขั้น เช่น ผู้มีรายได้น้อยจะซื้อสินค้าและบริการในศูนย์ขนาดเล็กของท้องถิ่น จะไปเยี่ยมศูนย์ที่มีลำดับสูงกว่าเพียงบางครั้ง บางคราว ส่วนผู้บริโภคที่มีรายไถ่สูงมักจะซื้อสินค้าที่จำเป็น และสินค้าไม่จำเป็น (shopping goods) จากศูนย์ที่มีลำดับสูงกว่า ตามแนวของความชอบมากกว่า

5. การวัดโครงสร้างทางระวางที่ (spatial structure) พบว่าสัมพันธ์กับการเดินทางของผู้นับถือ การวัดระยะทางไปยังศูนย์ที่แตกต่างกัน

6. เวลา - ความพยายามวัดคุณภาพของถนน หรือการขนส่งที่นิยมที่สุด พบว่าเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพิสัยของสินค้าแต่ละชนิด

7. การใช้โทรศัพท์ของจากร้านค้า และการส่งของทางไปรษณีย์ เป็นปัจจัยที่ช่วยอธิบายปฏิสัมพันธ์ของผู้นับถือในชนบทของสังคมที่มีรายได้สูงทางตะวันตก

8. คนจะเดินทางไปยังศูนย์ที่ใกล้ที่สุด ที่มีสินค้าและบริการที่ตนต้องการ บริการอยู่ โดยเฉพาะสินค้าประเภทจำเป็น หรือสินค้าจำเป็น (Clark, 1970:487) ตามหลักการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Principle of least effort) ของซิฟฟ์ (Zipf, 1949: 348) ฉะนั้นคนจะเดินทางไกลออกไป ถ้าต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า (Harris, 1940) หรือระยะทางนั้นถูกทำให้สั้นที่สุด (minimized) (Morrill, Richard L., 1970:161 - 171)

อาชีพพื้นฐานของชุมชน น่าจะเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางของคนในชุมชน การนำอาชีพพื้นฐานของชุมชนขึ้นมาพิจารณานั้นเป็นการพิจารณาในลักษณะรวมรวม และซับซ้อนยิ่งขึ้นจากที่ได้มีผู้ศึกษามา เป็นการรวมศึกษาทั้งความสำคัญของย่านกลาง สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านราคาและเวลา ความพยายาม เพราะชุมชนใดก็ตามที่ยึดอาชีพหนึ่ง เป็นอาชีพหลัก ย่อมมีผลต่อลักษณะการตั้งถิ่นฐานการใช้ที่ดิน การกระจายของประชากร สินค้าและบริการ ลักษณะการคมนาคม สภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนนั้นด้วย

ตามประวัติการตั้งถิ่นฐาน เราจะพบว่าการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์แต่เดิมนั้น จะสัมพันธ์กับแหล่งน้ำ และแหล่งทรัพยากรที่สมบูรณ์ เพื่อนำเอาทรัพยากรที่หาได้มาในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิต เช่น ล่าสัตว์ จับปลา เก็บพืชผลมาเป็นอาหาร เมื่อมีความต้องการมากขึ้นจึงทำการผลิตหรือใช้เครื่องมือที่ช่วยให้ผลิตได้มากขึ้น การปฏิบัติสืบต่อกันมา ประกอบกับทรัพยากรในท้องถิ่นอันน้อย ทำให้อาชีพดังกล่าว เกิดเป็นอาชีพหลักของชุมชน ซึ่งเป็นลักษณะของชุมชนเกษตรกรรมโดยทั่วไป

อาชีพหลักของชุมชนแบบใดก็ตาม ย่อมก่อให้เกิดรูปแบบลักษณะทางตั้งถิ่นฐานเฉพาะอย่างขึ้น ตามสภาพการใช้ที่ดิน และสภาพทางสังคม ในชุมชนเกษตรกรรม ซึ่งเป็นชุมชนชนบทนั้น พบว่ามีลักษณะการตั้งถิ่นฐานอยู่ 5 ลักษณะ คือ (เชิดชาย เหลาหล้า, พ.อ.,

1. การตั้งถิ่นฐานรวมกันตามสภาพท้องถิ่น เป็นการตั้งบ้านเรือนเป็นกลุ่ม ๆ ตามไร่นา ป่าละเมาะ หมู่บ้านแบบนี้อาจตั้งอยู่โคกเดี่ยว ลักษณะของหมู่บ้านจะมีทุ่งข้าว กองฟาง บ้านอยู่ชิดกัน มีที่พอเลี้ยงสัตว์ปีก มีสวนหลังบ้าน มีทางเดิน มีที่พุ่มไม้ มีโรงเรียน วัด และร้านค้า

2. การตั้งถิ่นฐานในที่ทำกินของตน (Single Farmstead) ประชากรเหล่านี้ จะตั้งบ้านเรือนอยู่ตามไร่นา บ้านเรือนอยู่ไม่ห่างกันมากนัก หมู่บ้านแบบนี้มักจะตั้งอยู่ในที่ดอน มีลักษณะโคกเดี่ยว

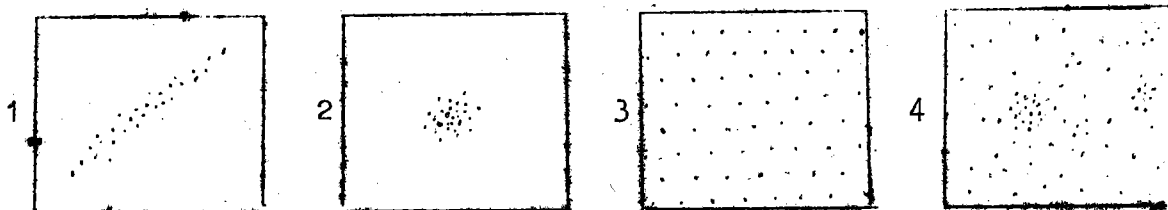
3. การตั้งถิ่นฐานตามแนวความยาวถนน หรือแม่น้ำลำคลอง ประชาชนตั้งบ้านเรือนอยู่ตามลำคลอง หนองบึง หรือตามความยาวของถนน เพราะสามารถใช้เป็นเส้นทางคมนาคม และการกสิกรรม

4. การตั้งถิ่นฐานแบบขยายออกเป็นวงกลม (round villege) การตั้งถิ่นฐานแบบนี้จะมีโรงเรียน วัดเป็นศูนย์กลางของหมู่บ้าน ยิ่งห่างไกลศูนย์กลางออกไป บ้านเรือนยิ่งลดน้อยลง บริเวณรอบนอกจะเป็นไร่นา

5. การตั้งถิ่นฐานแบบนิคมสร้างตนเอง การจัดหมู่บ้านแบบนี้เป็นแบบที่ทางราชการได้จัดขึ้น เป็นแบบที่มีระเบียบ กฎเกณฑ์ เพราะการขยายตัวไปตามความต้องการของทางราชการ (เชิดชาย เหลาหล้า, 2515:37 - 47)

การตั้งถิ่นฐานในลักษณะต่าง ๆ นั้น จะก่อให้เกิดการกระจายของการตั้งบ้านเรือนออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. แบบรูปแนวยาว (linear pattern)
2. แบบรูปกระจุก (Cluster pattern)
3. แบบเป็นระเบียบ (Uniform pattern)
4. แบบสุ่ม (Random pattern)



การตั้งถิ่นฐานที่แตกต่างกัน ทำให้การกระจายความหนาแน่นของประชากร และการกระจายของสินค้าและบริการ ในชุมชนแตกต่างกันด้วย กริสทอดเลอร์ได้กล่าวไว้ว่า

พิสัยของสินค้าในย่านกลางที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นมากกว่า หรือมีขนาดใหญ่กว่าจะมีมากกว่าย่านกลางที่มีประชากรอาศัยอยู่เบาบาง หรือเป็นเมืองขนาดเล็กกว่า (Christaller 1966:53) นอกจากนี้ ประโยชน์ เรื่องโรจน์ ให้ข้อสังเกตว่า บริเวณที่มีประชากรหนาแน่น จะมีบริเวณบริการน้อยกว่า บริเวณที่มีประชากรเบาบาง (ประโยชน์ เรื่องโรจน์, 2516:61) ทั้งนี้เพราะมีการกระจายสินค้า และบริการมากกว่าในชุมชนที่มีประชากรหนาแน่นน้อย แนวโน้มของระยะการเดินทางไปซื้อสินค้า และบริการเฉลี่ยน่าจะสูงกว่า แสดงว่าในการเดินทางจะต่ำกว่าคนในชุมชนที่มีประชากรหนาแน่น

เลอรัช ไกลกล่าวหาว่า ผู้ประกอบการจะทำการค้ากับคนในชุมชนนั้นได้ก็ต่อเมื่ออำนาจการซื้อเท่ากันหรือมากกว่าระดับประชากรประเภที่สินค้านั้นตั้งอยู่ได้ (Clark, W.A.V., 1970:486) และผลการศึกษาของประโยชน์ เรื่องโรจน์ พบว่าร้านค้าซึ่งนับว่าเป็นศูนย์บริการสินค้าที่จำเป็นที่เล็กที่สุดของชุมชน ที่มีลำดับศักยภาพสูง มักจะตั้งอยู่ในย่านกลางของชุมชนใหญ่ ส่วนร้านค้าที่มีลำดับศักยภาพต่ำ มักจะตั้งอยู่รอบนอกของชุมชนใหญ่ (ประโยชน์ เรื่องโรจน์, 2516:52) ฉะนั้นถ้าจะซื้อสินค้าในลำดับศักยภาพสูง คนในชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่เบาบาง น่าจะต้องเดินทางไกลกว่าคนในชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นกว่า

รายได้ซึ่งเป็นผลประโยชน์ที่ได้รับจากการประกอบอาชีพนั้น ย่อมแตกต่างกันตามลักษณะอาชีพ เมื่อพิจารณาจากผลประโยชน์สูงสุดที่ได้รับและความสม่ำเสมอของรายได้ จะพบว่าอาชีพทางเกษตรกรรมนั้น มีความความผันแปรทางด้านรายได้นั้น เพราะยังต้องอาศัยดินฟ้าอากาศ และตลาดสินค้าเป็นของผู้ซื้อ รายได้จากการอุตสาหกรรมและอาชีพบริการต่าง ๆ นั้นค่อนข้างจะมีมั่นคงกว่า ความแตกต่างในรายได้นี้มีผลทำให้อำนาจในการซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน ผู้มีรายได้ต่ำมักจะเลือกซื้อเฉพาะสินค้าที่จำเป็นในการดำรงชีวิตจากศูนย์ใกล้บ้าน ส่วนผู้มีรายได้สูงมีโอกาสดูเลือกซื้อสินค้าตามความพอใจ จากศูนย์ต่าง ๆ ที่อยู่ไกลออกไปได้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2515:256)

การที่คนมาอยู่รวมกันและประกอบอาชีพเหมือน ๆ กัน นอกจากความเกี่ยวพันในทางเศรษฐกิจ ผลที่ตามมาคือการผูกพันทางสังคม ทั้งนี้เพราะลักษณะอาชีพแต่ละอย่างก็ย่อมมีวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันเฉพาะอย่าง ฉะนั้นชุมชนที่คนส่วนใหญ่มีอาชีพเดียวกัน จะมีการสะสมความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ กลายคลึงกัน เกิดเป็นพฤติกรรมรวมของกลุ่ม รวมทั้งที่เกี่ยวกับการบริโภคประเภทต่าง ๆ เมอร์กูลิส (Murgulis) ได้ศึกษาพบว่าคนแต่ละกลุ่มนั้น จะมีระยะการเดินทางเฉลี่ยของกลุ่ม (Murgulis, 1971 :

7108) และจากการศึกษาของ โรเบิร์ต เอ เมอดี้ (Robert A. Murdie) ก็ยังพบว่าความแตกต่างกันของวัฒนธรรม ทำให้ระยะการเดินทาง และศูนย์ที่ไปซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันด้วย (Murdie, 1965:211 - 233) ทั้งนี้เป็นผลจากนวัตกรรมที่คนในสังคมต่าง ๆ รับเข้าเป็นพฤติกรรมรวมของสังคมนั้น

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ประชาชนประมาณร้อยละ 80 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม (สวาท เสนาณรงค์, 2516:169) จำนวนประชากรเหล่านี้กระจายอยู่ตามชนบทในหมู่บ้านขนาดเล็ก ๆ ในเขตที่ราบทั่วไป โดยเฉพาะบริเวณลุ่มแม่น้ำต่าง ๆ (สวาท เสนาณรงค์, 2516:16) เนื่องจากประเทศไทยมีที่ราบลุ่มแม่น้ำที่สำคัญหลายบริเวณซึ่งเหมาะในการทำนา ทำให้พื้นที่ทำการเกษตรถึงร้อยละ 68.18 ถูกใช้ทำนา ส่วนบริเวณที่ดอนหรือที่ราบเชิงเขา มักจะใช้เพาะปลูกพืชไร่ หรือข้าวไร่ โดยอาศัยน้ำฝนในการเพาะปลูก การใช้ที่ดินปลูกพืชไร่มีร้อยละ 12.42 อาชีพที่สำคัญรองจากการกสิกรรม คือ อาชีพการประมง ทั้งนี้เพราะประเทศไทยมีชายฝั่งทะเลยาว และมีแหล่งน้ำภายในมาก ตามสถิติสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2513 พบว่าผู้ประกอบอาชีพประมงมีประมาณ 123,594 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการประมงน้ำเค็ม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2513)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบอาชีพเกษตรกรรมในประเทศไทยนั้น จะกระจายกันอยู่ตามลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างกันไป ตามความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ที่มีต่ออาชีพของคน จึงพบว่าผู้ประกอบอาชีพอย่างเดียวกันมาอยู่รวมกัน เกิดเป็นชุมชนที่มีอาชีพหลัก เช่น ชุมชนทำนา ชุมชนทำสวน ชุมชนทำไร่ ชุมชนประมงน้ำเค็ม

เมื่อพิจารณาลักษณะการตั้งถิ่นฐาน ลักษณะเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนที่มีอาชีพพื้นฐานของชุมชนในอาชีพหลักของคนไทย พบว่าชุมชนที่ทำการกสิกรรมแบบทำนา ทำไร่ และชุมชนประมงน้ำเค็ม มีความแตกต่างที่สังเกตเห็นได้ คือ

1. การตั้งถิ่นฐาน ชาวประมงมักจะมีการตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณปากแม่น้ำที่สำคัญ และตามแนวริมชายฝั่ง ฉะนั้นการตั้งถิ่นฐานจะเป็นแบบแนวยาวมากกว่าแบบอื่น การกระจายของประชากรค่อนข้างหนาแน่น บ้านเรือนตั้งอยู่ชิดกันในลักษณะจับกลุ่ม (cluster) มาก โดยเฉพาะฝั่งใกล้บริเวณปากอ่าว แม้บางชุมชนจะมีการทำป่าโกงกาง นาเกลือ ซึ่งมักจะอยู่โดยรอบหมู่บ้าน คนส่วนใหญ่ก็อาศัยอยู่ในหมู่บ้านมากกว่า ลักษณะการตั้งถิ่นฐานดังกล่าวจะช่วยเพิ่มอำนาจในการขาย และระดมประชากรประเดิมในชุมชนนั้น

ชุมชนชาวนา มักเป็นชุมชนที่มีการจับกลุ่มขนาดเล็ก ๆ เป็นกลุ่มเรือนขนาด 5 - 10 ครอบครัว โดยมีพื้นที่นาโดยรอบ นอกจากชุมชนที่เป็นศูนย์กลาง เช่น เป็นที่ตั้งของวัด จะขยายออกเป็นศูนย์กลางที่มีขนาดใหญ่ขึ้น การติดต่อระหว่างกลุ่มเรือน จะใช้เส้นทางตรงตามแนวคันนา หรือทางเกวียน เมื่อมีถนนตัดผ่านลักษณะการตั้งถิ่นฐานมักจะแปรไปตามแนวถนนมากขึ้น การกระจายของกลุ่มเรือนแบบชาวนา จึงค่อนข้างห่างกัน (disperse). ในลักษณะสุ่ม (random pattern) (Ruth, 1972:2146 - B) ระดับประชากรประเดิมต่ำกว่าชุมชนประมง ฉะนั้นสินค้าที่มีขายในชุมชนจะมีเฉพาะจำพวก ลำดับศักราช ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต (ประยงค์ โชชิต, 2516:63) ความสำคัญของศูนย์กลางจึงน่าจะมีอิทธิพลต่อชุมชนแบบชาวนามาก

ชุมชนชาวไร่ มักตั้งถิ่นฐานอยู่ในที่ทำกินของคน ฉะนั้นลักษณะการตั้งถิ่นฐานจึงมักเป็นแบบกระจายห่าง (disperse) ในลักษณะแบบโดดเดี่ยว (Isolated scatter) โอกาสในการพัฒนาศูนย์ในชุมชนแบบนี้ มีน้อยกว่าชุมชนแบบอื่น ฉะนั้นการเดินทางไปซื้อสินค้าอาจต้องเดินทางไกลกว่าคนในชุมชนแบบอื่น และความถี่ในการเดินทางน่าจะน้อยกว่าคนในชุมชนแบบอื่น

2. ลักษณะทางเศรษฐกิจ คนในชุมชนทั้ง 3 แบบมีเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ซึ่งน่าจะมีผลต่อวิถีชีวิตของสินค้า

ในชุมชนชาวประมง ลักษณะการทำงานเป็นการจ้าง (employment) และมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องมาก เช่น ทำนํ้าปลา ปลาเค็ม กะปิ การต่อเรือ ฯลฯ ทำให้ภาวะการว่างงานมีน้อย มีรายได้สม่ำเสมอ มีโอกาสที่จะซื้อสินค้าคุณภาพดี หรือการเดินทางไปศูนย์ที่ไกลออกไป เพื่อซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า หรือซื้อสินค้าในปริมาณที่มากได้

ในชุมชนชาวนา ลักษณะงานเป็นงานอาชีพภายในครัวเรือน แม้จะมีการจ้างแรงงานบ้าง เฉพาะในฤดูทำนาเท่านั้น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องมีน้อย ทำให้ภาวะการว่างงานมีมากกว่ารายได้ไม่สม่ำเสมอ แม้ว่ารายได้จะเป็นก้อน ฉะนั้นการใช้เงินต้องจัดสรรเป็นรายปี ฉะนั้นโอกาสที่จะซื้อสินค้าคุณภาพดี ๆ หรือเดินทางไกล เพื่อซื้อสินค้าน่าจะมีน้อย

ในชุมชนแบบชาวไร่ ลักษณะการทำงานเป็นแบบผสม คือเป็นงานในครอบครัว และมีการจ้างแรงงานมาช่วย เพราะงานไร่ต้องอาศัยการดูแลมากกว่านา โดยเฉพาะในคํานจํากัดวัชพืช การไถพรวนดิน และการเก็บเกี่ยว การทำไร่มักจะอยู่ในลักษณะการปลูกพืชหมุนเวียน พืชชนิดต่าง ๆ ที่มีฤดูเก็บเกี่ยวสลับ รายได้ของชาวไร่จึงค่อนข้างจะ

สม่ำเสมอ แม้จะมีการผันแปรตามราคาซื้อขาย แต่ความถี่ยังมีมากกว่าชาวนา โดยเฉพาะในชุมชนที่ทำไร่พืชสวน เพราะการเก็บเกี่ยวมีสม่ำเสมอตลอดปี เช่น การปลูกมะนาว

3. ลักษณะทางสังคม เนื่องจากลักษณะการตั้งถิ่นฐาน ความสะดวกในการติดต่อ และเศรษฐกิจพื้นฐานของสังคม มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมรวมของกลุ่มในการเดินทาง และการซื้อสินค้า ฉะนั้นลักษณะอาชีพพื้นฐานที่แตกต่างกันย่อมมีผลทำให้ลักษณะทางสังคม และการพัฒนาพฤติกรรมรวมที่เกี่ยวกับการเดินทางไปซื้อสินค้า และบริการน่าจะแตกต่างกัน

จากความแตกต่างตามที่ผู้วิจัยตั้งข้อสงสัยเกณฑ์นี้ ผู้วิจัยคาดว่าน่าจะมีผลทำให้พฤติกรรม การเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของ 3 กลุ่มนี้แตกต่างกัน แต่ก็ไม่มีความวิจัยใด ได้อธิบายถึงผลความแตกต่างอันนี้ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระยะเวลาการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนที่ย้ายอยู่ในชุมชนที่มีอาชีพหลักในการทำนา ทำไร่ และทำการประมง
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบวิธีการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนที่ย้ายอยู่ในชุมชนที่มีอาชีพหลักในการทำนา ทำไร่ และทำการประมง
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความถี่ของการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนที่ย้ายอยู่ในชุมชนที่มีอาชีพหลักในการทำนา ทำไร่ และทำการประมง
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบขนาดของศูนย์ที่คนในชุมชนทำนา ทำไร่ และการประมงเลือกไปซื้อสินค้าและบริการ
5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบนิสัยของสินค้าที่คนในชุมชนทำนา ทำไร่ และการประมง เลือกบริโภค

สมมุติฐานในการศึกษาค้นคว้า

1. ระยะเวลาการเดินทางเฉลี่ยไปซื้อสินค้าและบริการของคนในชุมชนทำนา ทำไร่ และการประมง น่าจะแตกต่างกัน
2. วิธีการเดินทางไปซื้อสินค้าของคนในชุมชนชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง น่าจะแตกต่างกัน
3. ขนาดของศูนย์กลางของชุมชนที่ชาวนา ชาวไร่ และชาวประมงไปซื้อสินค้าและบริการน่าจะแตกต่างกัน

4. ความถี่ของการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง น่าจะแตกต่างกัน

5. พิสัยของสินค้าที่คนจากชุมชนชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง เดินทางไปซื้อน่าจะแตกต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการวิจัยจะไ้ทราบพฤติกรรมการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนในชุมชนที่มีอาชีพหลักในการทำนา ทำไร่ และทำการประมง

2. ผลการวิจัย จะไ้ทราบว่าอาชีพพื้นฐานของชุมชน จะเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางหรือไม่

3. ผลการศึกษาจะไ้เป็นข้อยืนยันความสำคัญของย่านกลาง ตามทฤษฎีย่านกลางของคริสตอลเลอร์

4. ผลการศึกษา จะไ้เป็นแนวทางในการศึกษาภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อไป

ขอบเขตของการศึกษาครั้งนี้

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยไ้วางขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

1. บริเวณที่ศึกษา ไ้ทำการศึกษาในท้องที่ 4 ตำบล ตามลักษณะอาชีพของชุมชน ในเขตจังหวัดเพชรบุรี กล่าวคือ

1.1 อาชีพทำนา ไ้ศึกษาในตำบลโพพระ อำเภอเมือง

1.2 อาชีพทำไร่ ไ้ศึกษาในตำบลสองพี่น้อง และตำบลวังไคร้ อำเภอยาง

1.3 อาชีพประมง ไ้ศึกษาในตำบลบ้านแหลม อำเภอบ้านแหลม

2. สินค้าและบริการที่ใช้ในการศึกษา มี 11 ประเภทใหญ่ คือ

2.1 อาหารสด /

2.2 เครื่องประกอบอาหาร

2.3 เครื่องใช้ภายในครัวเรือน

2.4 เครื่องใช้ทั่วไป

2.5 เครื่องใช้ประจำวัน

2.6 ยาสามัญประจำบ้าน

2.7 เครื่องใช้ในการก่อสร้างและประกอบอาชีพ

2.8 การซ่อมเครื่องยนต์และเครื่องใช้

2.9 การรักษาพยาบาล

2.10 การเสริมสวยและตัดผม

2.11 การตัดเย็บเสื้อผ้า

หลักเกณฑ์ในการเลือกบริเวณที่ศึกษา และประเภทของสินค้าและบริการที่ศึกษา

1. บริเวณที่ศึกษา การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการจะเปรียบเทียบพฤติกรรมของคนในชุมชนที่มีอาชีพหลักต่างกัน ฉะนั้นบริเวณที่ศึกษานั้นจะต้องสนับสนุนแนวความคิดของผู้วิจัย ผู้วิจัยจึงวางเกณฑ์ในการเลือกบริเวณที่ศึกษาดังนี้ คือ

1.1 บริเวณที่เป็นตัวแทนของอาชีพทำนา จะต้องเป็นบริเวณที่จำนวนครัวเรือนในบริเวณนั้นเกินร้อยละ 50 มีอาชีพในการทำนา และการใช้ที่ดินในการทำนา ของบริเวณนั้นเกินร้อยละ 50

1.2 บริเวณที่จะเป็นตัวแทนของอาชีพทำไร่ จะต้องเป็นบริเวณที่จำนวนครัวเรือนในบริเวณนั้นเกินร้อยละ 50 มีอาชีพในการทำไร่ การใช้ที่ดินในการทำไร่ของบริเวณนั้นเกินร้อยละ 50 ของพื้นที่ทำการเกษตรกรรมทั้งหมด

1.3 บริเวณที่จะเป็นตัวแทนของอาชีพประมง จะต้องเป็นบริเวณที่จำนวนครัวเรือนในบริเวณนั้นเกินร้อยละ 50 มีอาชีพในการประมง และอาชีพที่เกี่ยวข้อง

1.4 การตั้งถิ่นฐานของชุมชน และการถืออาชีพทำนา ทำไร่ หรือทำการประมง เป็นอาชีพหลักของชุมชน ต้องกระทำติดต่อกันมาเป็นเวลานานพอที่คนในชุมชนจะมีเวลาพอที่จะสร้างสมวัฒนธรรม

1.5 บริเวณที่ศึกษา มีบริเวณกว้างขวางพอที่จะแสดงให้เห็นรูปแบบการเคินทางได้

2. สินค้าและบริการที่นำมาศึกษา เป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นพื้นฐานที่คนในชุมชนทั้ง 3 แบบบริโภค

คำอธิบายคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ระยะการเดินทาง หมายถึง ระยะทางจริง (actual distance) ที่วัดเป็นหน่วยกิโลเมตร ตามทางหลวงแผ่นดิน ถนนในชุมชน หรือเส้นทางที่คนในชุมชนนั้นใช้ประจำ

ศูนย์ (center) หมายถึง ตลาด หรือย่านกลางของชุมชนหนึ่ง ๆ ซึ่งเป็นบริเวณที่มีสินค้าและบริการต่าง ๆ ตั้งอยู่ เพื่อบริการแก่คนที่กระจายอยู่โดยรอบ

ลำดับศักยภาพของย่านกลาง หรือศูนย์ หมายถึง ลำดับของย่านกลางที่จัดเรียงตามชนิดของสินค้าและบริการที่มีอยู่ในย่านกลางนั้น ๆ

พิสัยของสินค้า (range of a good) หมายถึง ช่วงราคาสินค้าชนิดเดียวกัน ตั้งแต่ราคาต่ำสุด ถึงราคาสูงสุด เช่น ผงซักฟอก จะมีตั้งแต่ราคา 1 บาท จนถึงชนิดราคาสูง

ระดับประชากรประเคิม (Threshold level) หมายถึง จำนวนผู้อยู่อาศัยที่น้อยที่สุด ที่สนับสนุนสินค้าชนิดนั้น ๆ ให้ดำรงอยู่ได้

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของผู้บริโภค ของ โรเบิร์ต เอ. เมอร์ดี้ (Robert A Murdie) พบว่าความสำคัญของย่านกลางมีความสำคัญต่อการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค แม้แต่ในคน 2 กลุ่มที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกัน (Murdie, Robert A. ,1965:211 - 233)

✓ เจ.ซี.เบลเชอร์ (J.C. Belcher) ได้ศึกษาร้านค้าในเขตลินคอล์น มลรัฐโอคดาโฮมา สหรัฐอเมริกา พบว่าทุกคนจะซื้อสินค้าจากร้านค้าในท้องถิ่นของตนและจะเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ใกล้ที่สุด โดยเหตุนี้บริเวณบริการของร้านค้าจะแทนบริเวณบริการของชุมชนขนาดเล็กได้ (Belcher, 1964:383 - 392)

จากการศึกษาของการริสัน (Garrison) ในชนบทแห่งหนึ่งทางตะวันตกของสหรัฐอเมริกา และของมาร์เบิล (Marble) ในเมืองซีดาร์ แรพิดส์ (Cedar Rapids) ในรัฐไอโอวา สหรัฐอเมริกา พบว่าคนมักจะเดินทางไปยังสถานที่ใกล้ที่สุดที่สามารถใช้สินค้าและบริการที่เขาต้องการ แต่ความถี่ของการเดินทาง (trip frequency) ไม่เป็นสัดส่วนกับระยะทาง (Marble,1959: No 15, Garrison 1959: No15)

✓ โดแนลด์ แอล ทัมสัน (Donald L. Thomson) ได้เขียนไว้ในบทวิเคราะห์ศักยภาพของกิจการค้าปลีกในเมืองว่า ผู้บริโภคมักจะซื้ออาหาร เครื่องใช้ในฟาร์ม เครื่องมือตัดไม้ จากร้านที่อยู่ใกล้บ้าน แต่เครื่องแต่งกายสตรี จะเป็นสิ่งที่ต้องเดินทางไปซื้อในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะสินค้าแฟชั่น สิ่งที่ต้องเลือกมาก ๆ ราคาสูง หรืออยู่ในความนิยม (Prestige) คนจะยอมเดินทางไกลเพื่อหาซื้อ ส่วนพวกสินค้าจำเป็น เช่น อาหาร เครื่องดื่ม น้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งต้องการในทันทีคนจะซื้อจากที่ใกล้บ้าน (Thomson ,1964:9)

คัมเบลล์.เอ.วี.คลาร์ก (W.A.V. Clark) และ เจอร์ลาต รัสตัน (Gerard Rushton) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเดินทางเพื่อซื้อสินค้าในเขตเมืองคริสตเชิร์ช (Christchurch) นิวซีแลนด์ โดยใช้สินค้าที่จำเป็น 3 ชนิด คือ ของชำ เนื้อ ผัก และบริการ 3 ชนิด คือ ชักแท่ง เสริมสวย และธนาคาร พบว่าผู้บริโภคเดินทางไปซื้อสินค้าประเภทจำเป็นจากศูนย์ที่อยู่ใกล้ที่สุด ส่วนการบริการจะเดินทางไกลกว่า และไปยังศูนย์ขนาดต่าง ๆ กันมากกว่า (Clark and Gerard Rushton ,1970 : 486-479)

ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยไอโอวา (Iowa College Community Research Center) ได้ศึกษารูปแบบพฤติกรรมทางระหว่างที่แท้จริงของผู้บริโภคในบริเวณการค้าของชาวไอโอวาที่กระจ่ายกันอยู่ตามฟาร์ม โดยศึกษาจากสินค้าและบริการ 33 ชนิด พบว่า เลื่อน้ำและภาพยนตร์มีความคล่องตัวทางระหว่างที่มาก โดยเฉพาะเลื่อน้ำสตรี คนจะเดินทางไปยังศูนย์ที่อยู่ไกลออกไป และในศูนย์ที่มีขนาดแตกต่างกัน ส่วนอาหาร เชื่อเพลิงการรักษาพยาบาล ไม่ค่อยมีความคล่องตัวทางระหว่างที่ ผู้บริโภคมักจะซื้อจากศูนย์ที่อยู่ใกล้ที่สุด มากที่สุด (Gollege, R.G., G Rushton and W.A.V. Clark, 1971:489-494)

เฮส จี บาร์นัม (H.G. Barnum) ได้ศึกษารูปแบบทางระหว่างที่ของการซื้ออาหารในเขตตะวันออกของออนตาริโอ และเมืองบาเดน - เวอร์ทเทมเบิร์ก (Baden-Württemberg) ในเยอรมนี พบว่าศูนย์ต่าง ๆ ที่จัดหาอาหารมีกระจ่ายอยู่ทั่วไป จึงจัดอาหารอยู่ในประเภทสินค้าลำดับค่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้ออาหารที่ระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะในศูนย์ที่ตนตั้งอยู่ ส่วนรูปแบบทางระหว่างที่ที่แตกต่างกับการซื้ออาหารอย่างเห็นได้ชัด คือ เลื่อน้ำ ปรากฏการณ์จะไปซื้อยังศูนย์ที่มีขนาดต่าง ๆ กัน โดยเฉพาะศูนย์ที่อยู่ในลำดับคีย์ที่สูงกว่า ทำให้เกิดระยะการเดินทางไกลกว่า และแตกต่างกันมาก (Barnum, H. G., 1966: 103)

✓ เฮอริ ลูควิส เมอร์กูลิส (Herry Lewis Murgulis) ได้ศึกษาถึงทัศนคติและความเชื่อที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางไปร้านค้า พบว่าความแตกต่างในการรับรู้ (perception) ของผู้บริโภคจะแตกต่างกัน เมื่อเกิดความแตกต่างของความเชื่อ อันเป็นผลจากประสบการณ์ที่แตกต่างกันในการค้นหารายละเอียดของสิ่งแวดล้อม ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ฉะนั้นสภาวะทางสังคม เศรษฐกิจของผู้บริโภค ทำให้การเดินทางของผู้บริโภคในเมืองแตกต่างกัน การที่ผู้บริโภคเดินทางในระยะที่ไกลกว่าระยะทางเฉลี่ยของคนในกลุ่มในลักษณะรวม ๆ แสดงว่าเขาปรารถนาที่จะเชื่อในเหตุผลที่จะซื้อแตกต่างออกไปจากกลุ่ม แต่การระยะการเดินทางของผู้บริโภคต่ำกว่าระยะทางเฉลี่ยของกลุ่ม แสดงว่าบุคคลคนนั้นมีทัศนคติที่ไม่ค่อยมั่นคง กลุ่มหลังนี้ระยะการเดินทางมักจะสั้นที่สุด ซึ่งอาจจะเป็นการซื้อชั่วคราว เพราะการทำให้ระยะทางสั้นที่สุด อาจไม่พอใจร้านค้าที่ตั้งอยู่

เขายังพบว่าผู้บริโภคบางคน มีลักษณะอยู่ในพวกใดพวกหนึ่งใน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก คือ พวกที่มีทัศนคติมั่นคงและทำให้ระยะทางสั้นที่สุด และพวกที่มีทัศนคติอ่อนแอกับการเดินทางไกลกว่าระยะเฉลี่ย ในกลุ่มแรกนั้นเป็นผู้บริโภคที่พบโอกาสในการซื้อสินค้า

ที่เหมาะสมอยู่ใกล้ ๆ จึงปรารถนาที่จะคัดทอนระยะทางลง เพื่อปรับสภาพให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ส่วนกลุ่มหลังเพราะไม่พอใจร้านค้าปลีกที่อยู่ใกล้เคียง จึงต้องเดินทางในระยะทางไกลมากขึ้น ในกรณีดังกล่าว ทักษะที่ไม่สามารถทำให้เกิดรูปแบบการเดินทางที่แน่นอนได้ และระยะการเดินทางไปยังร้านค้าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน จะใช้เป็นเครื่องชี้รูปแบบการเดินทางในอนาคตได้น้อยมาก แต่อย่างไรก็ตามสรุปได้ว่าทัศนคติที่สะสมมานานมีผลต่อการเดินทางไปซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Murgulis, Herry Lewis, 1971 : 7108 B)

ชาร์ล แฟรงก์ เฮสส์ (Charles Frank Hess) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อบริเวณบริการของการค้าของเมืองเกรทเทอร์ เอคส์เบอร์ก (Greater Adlberg) ในเดนมาร์ก พบว่านอกจากความถี่ในการเดินทางจะลดลงตามการเพิ่มของระยะทางที่เป็นเวลาแล้ว ความบ่อยของการเดินทางไปยังเมืองเกรทเทอร์ เอคส์เบอร์กของผู้บริโภค และอาชีพของหัวหน้าครอบครัวมีอิทธิพลต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการของแต่ละครอบครัว การที่คนเดินทางไปยังเมืองนี้บ่อย เพราะเป็นศูนย์กลางที่ชอบมากกว่า (Hess, C.F., 1965 : 305 B)

พิสิษฐ์ เศรษฐวงศ์ ได้ศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ซื้อสินค้าจากร้านไทยไคมารุ พบว่า แม้ราคาและคุณภาพของสินค้าที่ขายในร้านไทยไคมารุจะไม่เหนือกว่าร้านสรรพสินค้าอื่น ๆ แต่ที่เดินทางไปซื้อที่ร้านดังกล่าว เพราะสถานที่ดีกว่า การคมนาคมสะดวก มีสินค้าให้เลือกได้มากขึ้น เป็นสิ่งชักจูงให้ซื้อสินค้าแม้ไม่ไ้ตั้งใจไปซื้อ ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาศัยการเดินทางโดยรถประจำทาง สินค้าที่ซื้อจากห้างไทยไคมารุจะเป็นสินค้าพวกแฟชั่น และสินค้าไม่จำเป็น (shopping goods) อื่น ๆ เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง (พิสิษฐ์ เศรษฐวงศ์, 2517:58 - 88)

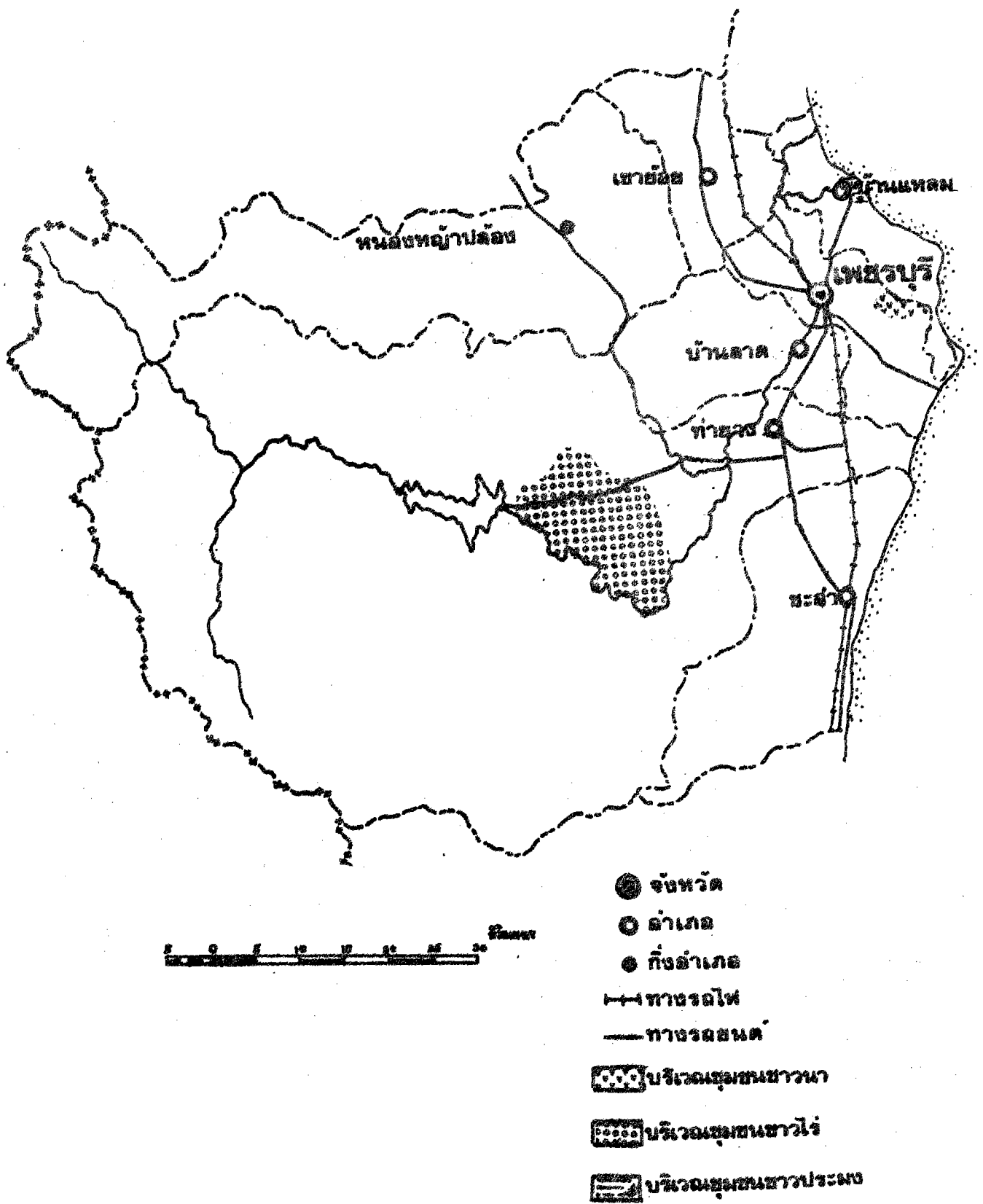
ธงชัย สันติวงษ์ ได้กล่าวในเรื่องที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคว่า ฐานะทางสังคมมักจะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเกี่ยวกับขบวนการซื้อ จะเลือกซื้อที่ใด อย่างไร หลักฐานปรากฏเสมอก็คือ คนที่มีฐานะต่ำมักจะนิยมซื้อจากร้านในท้องถิ่นที่ใกล้ ๆ ที่เป็นที่รู้จักกัน ในขณะที่คนมีฐานะปานกลาง และที่ค่อนข้างสูงจะมีความมั่นใจในการซื้อ และจะทำการเสาะหาและเปรียบเทียบจากหลาย ๆ ร้าน และจากที่ไกล ๆ (ธงชัย สันติวงษ์ 2515:256)

ริชาร์ด เอล มอร์ริล (Richard L. Morrill) และคณะได้ศึกษาองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อระยะการเดินทางไปโรงพยาบาลของผู้ป่วย พบว่าการเดินทางไปโรงพยาบาล

มักจะมีรูปแบบค่อนข้างปกติ กล่าวคือจะลดน้อยลงตามระยะทาง ผู้ป่วยอาจจะเดินทางไกลออกไป ถ้าระยะทางนั้นสามารถทำให้สิ้นได้ การเดินทางของผู้ป่วยขึ้นอยู่กับนายแพทย์ จะมีข้อผูกพันกับโรงพยาบาลใด เชื่อชาติมีผลต่อระยะการเดินทางของชาวนิโกร อาจต้องเดินทางไกลออกไป ถ้าโรงพยาบาลที่อยู่ใกล้จำกัดเชื้อชาติ ทั้งนี้เพราะโรงพยาบาลเฉพาะเชื้อชาติมีกระจายอยู่น้อย ส่วนฐานะทางเศรษฐกิจก็มีผลต่อระยะการเดินทางของผู้ป่วยเช่นกัน คนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ ต้องรับการรักษาจากโรงพยาบาลมากกว่าจะรักษาจากคลินิกแพทย์พิเศษ แต่เนื่องจากโรงพยาบาลลอนดอน และสถานสงเคราะห์ท้องถิ่นมีกระจายอยู่น้อยกว่าคลินิกแพทย์ จึงต้องเดินทางไกลกว่าผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจสูง (Morrill, 1970 : 161 - 171)

★ โรเบิร์ต เอ เมอร์ดี้ (Robert A. Murdie) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของคน 2 กลุ่ม ซึ่งแตกต่างในทางวัฒนธรรม ระหว่างพวกแคนาดาสมัยใหม่ (Modern Canadians) กับพวกเมนโนไมท์รุ่นเก่า (Old Order Mennonites) ซึ่งกลุ่มหลังยังเป็นพวกที่รักษาวินัยดั้งเดิมของชน ทั้งด้านการแต่งกาย อาชีพและชีวิตความเป็นอยู่ พบว่าสินค้าและบริการสมัยใหม่ ได้แก่ การแพทย์ ทันตแพทย์ ธนาคาร เครื่องใช้ คน 2 กลุ่มจะมีพฤติกรรมในการเดินทางเหมือนกัน ส่วนสินค้าและบริการพวกเก่าที่มีมานานแล้ว ได้แก่ การซ่อมเครื่องมือและพาหนะเทียมลาก คน 2 กลุ่มจะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน นอกจากนี้ความสำคัญของยานากลางยังมีความสำคัญต่อการเดินทางของคนทั้ง 2 กลุ่ม โดยเฉพาะในการเดินทางไปซื้อเสื้อผ้าและรองเท้าของพวกแคนาดาใหม่ และยกเว้นในกรณีเดินทางไปซื้อเสื้อผ้าและอาหารของพวกเมนโนไมท์ สรุปได้ว่าความแตกต่างทางเศรษฐกิจ และสังคม มีอิทธิพลต่อการเคลื่อนไหวของคนแต่ละกลุ่ม (Murdie, 1965 211 - 233)

→ จากเอกสารและการวิจัยที่ได้อ่านมานี้ ทำให้ผู้วิจัยทราบแนวทาง และวิธีการที่จะศึกษาพฤติกรรม การเดินทาง ไปซื้อสินค้าและบริการของคนในชุมชนที่มีอาชีพหลักแตกต่างกัน ดังจะกล่าวในบทต่อไป



แผนที่ 1 แสดงที่ตั้งของอำเภอต่างๆ ในจังหวัดเพชรบุรี และบริเวณที่ศึกษา

ลักษณะโครงสร้างของบริเวณที่ศึกษา

จากหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกบริเวณที่ศึกษา ชุมชน 3 แบบ คือ ชุมชนชาวนา, ชุมชนชาวไร่ และชุมชนชาวประมง ตามที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้แล้วนั้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกชุมชน 3 บริเวณในเขตจังหวัดเพชรบุรี คือ ชุมชนชาวนาในเขตตำบลโพพระ ชุมชนชาวไร่ในเขตตำบลสองพี่น้องติดต่อกับตัวเมือง และชุมชนชาวประมงในเขตตำบลบ้านแหลม ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวถึงโครงสร้างของบริเวณที่ศึกษาทั้ง 3 บริเวณ ต่อไป คือ

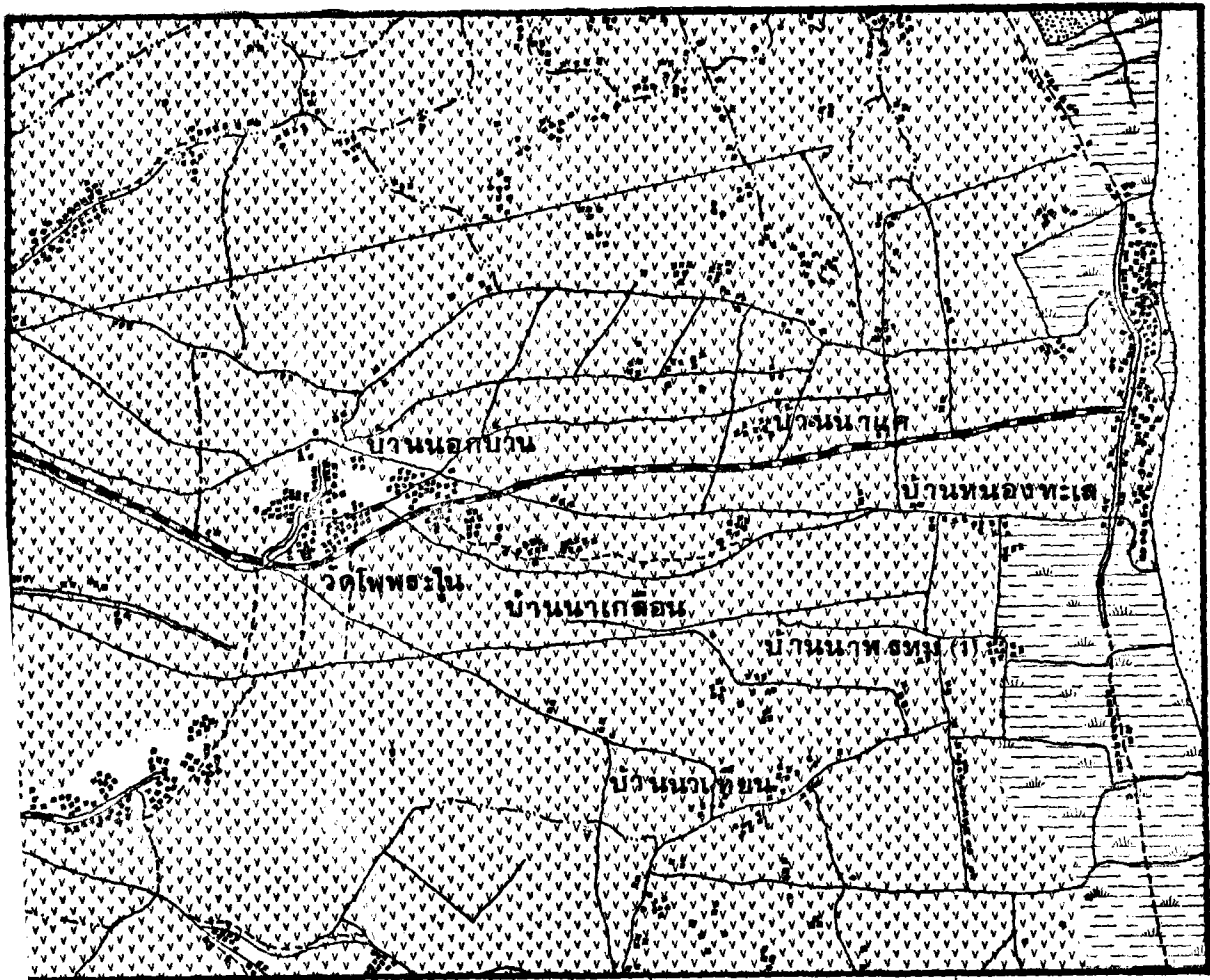
1. บริเวณชุมชนชาวนา ในเขตตำบลโพพระนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาในพื้นที่เดิมตำบล ซึ่งมีโครงสร้างทางภูมิศาสตร์ ประชากร และเศรษฐกิจ ดังนี้ คือ

ตำบลโพพระ เป็นตำบลที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี อยู่ห่างจากเทศบาลเมืองเพชรบุรีไปทางทิศตะวันออก ประมาณ 6 กิโลเมตร ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบริมชายฝั่ง ซึ่งตั้งอยู่สูงจากการระดับน้ำทะเลเพียง 1 - 2 เมตร จึงเป็นบริเวณที่ทับถมของดินตะกอน สึกที่ทับถมในยุคกึ่งปัจจุบัน (Semi-recent alluvium) (Land Classification Division, 1972) โครงสร้างเป็นดินร่วน และดินเหนียวที่มีการระบายน้ำไม่ดี เหมาะในการปลูกข้าวเป็นอย่างดี ประกอบกับเป็นบริเวณที่มีระบบการชลประทานดี ทำให้บริเวณนี้เป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญแห่งหนึ่งของเพชรบุรีมานานแล้ว

พื้นที่ที่ใช้ในการเกษตร กว้างร้อยละ 90 เป็นพื้นที่นา ตามสถิติปี 2517 มีครัวเรือนที่ปลูกข้าว 205 ครัวเรือน (สำนักสถิติแห่งชาติ 2517:21) ซึ่งเป็นจำนวนร้อยละ 55 ของจำนวนครัวเรือนทั้งหมด จึงถือได้ว่าอาชีพทำนาเป็นอาชีพหลักของตำบลโพพระ ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นรายหมู่บ้านตามตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนหมู่บ้าน จำนวนราษฎร ครัวเรือน และอาชีพของราษฎร

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	จำนวนราษฎร	จำนวนครัวเรือน	อาชีพของราษฎร		ปลูกข้าว	
				อาชีพหลัก	อาชีพรอง	ครัวเรือน	ไร่
1	บ้านคันโพธิ์	256	51	ทำนาข้าว	ทำตาล	21	663
2	บ้านหัวบ้าน	327	46	ทำนาข้าว	ทำตาล	19	400
3	บ้านนาเทียน	136	29	ทำนาข้าว	ทำตาล	29	1,000



- | | |
|-----------------|---------|
| —— ถนนพื้นอ่อน | นาข้าว |
| —— คลองชลประทาน | ไร่ |
| ••••• บ้าน | หนอง |
| | หนองน้ำ |

แผนที่ 2 แสดงลักษณะการตั้งถิ่นฐาน เส้นทางคมนาคม และการใช้ที่ดิน
ตำบลโพธิ์

ตาราง 1 (ต่อ)

หมู่ที่	ชื่อหมู่บ้าน	จำนวน ราษฎร	จำนวน ครัวเรือน	อาชีพของราษฎร		ปลูกข้าว	
				อาชีพหลัก	อาชีพรอง	ครัวเรือน	ไร่
4	บ้านนอกบ้าน	205	52	ทำนาข้าว	ทำตาล	16	708
5	บ้านวัด	250	60	ทำนาข้าว	ทำตาล	20	790
6	บ้านพราหมณ์	107	21	ทำนาข้าว	ทำตาล	11	247
7	บ้านนาท่า	112	23	ทำนาข้าว	ทำตาล	18	993
8	บ้านไค่น	101	20	ทำนาข้าว	ทำตาล	11	412
9	บ้านไค่กลาง	117	25	ทำนาข้าว	ทำตาล	16	400
10	บ้านนาเกลือ	170	30	ทำนาข้าว	ทำตาล	28	603
11	บ้านหนองทะเล	102	17	ทำนาข้าว	ทำตาล	16	865
รวม		1,883	374			205	7,081

การตั้งถิ่นฐาน จากแผนที่ 2 จะเห็นได้ว่าประชากรส่วนใหญ่จะตั้งบ้านเรือนกระจายอยู่เป็นกลุ่ม เรือนขนาดเล็กตามแนวคลองส่งน้ำ และอาศัยถนนตามแนวคันคลอง หรือทางเดินตามแนวคันนา เป็นเส้นทางติดต่อ บริเวณที่ประชากรตั้งบ้านเรือนอยู่หนาแน่น ใกล้กับบริเวณแนวถนนในหมู่บ้าน ซึ่งเชื่อมระหว่างวัดโพธิ์นอกกับวัดโพธิ์ใน เฉลี่ยความหนาแน่นของจำนวนประชากรในตำบลโพธิ์ ประมาณ 171 คนต่อ 1 ตารางกิโลเมตร

2. บริเวณชุมชนชาวไร่ ไล่ศึกษาในเขตตำบลสองพี่น้องคือเขตตำบลวังไคร้ รวมพื้นที่เขตบ้านทอน้ำ บ้านหนองหงษ์ บ้านคันเกด (บ้านแก่งกระเจาน) ตำบลสองพี่น้อง และบ้านหนองสะแก ตำบลวังไคร้ มีพื้นที่รวมประมาณ 60 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมีโครงสร้างทางภูมิศาสตร์ ประชากร และเศรษฐกิจดังนี้คือ

ลักษณะภูมิประเทศ ในเขตที่ศึกษาอยู่ในเขตภูเขาสูงทางตะวันตกของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีโครงสร้างเป็นหินคินคาน หินทรายที่ทับถมมาในบุคกลาง หรือหินซุกแก่งกระเจานทางคานตะวันตกของเขตมีแนวภูเขาสูงระหว่าง 200 - 300 เมตร คีคคือเป็นแนวลาดเอียงสู่ทางคานตะวันออก ทำให้มีที่ราบเชิงเขา และหุบเขา ซึ่งมีความสูงของภูมิประเทศ ประมาณ 60 - 70 เมตร จากระดับน้ำทะเล

ลักษณะดินส่วนใหญ่เป็นดินในที่สูง ซึ่งมีลักษณะเป็นดินดุกรังอยู่บริเวณผิวดิน ซึ่งมีการพังทะลายสูง ไม่เหมาะในการเพาะปลูก นอกจากบริเวณที่มีความลาดชันน้อย หรือที่ราบเชิงเขา จะมีลักษณะเป็นดินทรายหรือดินเหนียว ที่มีการระบายน้ำคืออยู่บนตะกอนเก่า หรือดินที่เกิดจากหินปูน สามารถใช้ปลูกพืชไร่ เช่น มันสำปะหลัง ข้าวโพด ถั่ว ยาลูบ ถั่วเหลือง ถั่ว มะพร้าว ฯลฯ ได้ โดยต้องมีการควบคุมการพังทะลาย และไถพรวน (Land Classification Division, 1972)

พื้นที่ทำไร่บริเวณที่ศึกษา เป็นพื้นที่ทำการเกษตรที่เพิ่งได้รับการบุกเบิกในช่วง 10 กว่าปี พื้นที่ทำการเกษตรเป็นร้อยละ 90 ใช้ในการปลูกพืชไร่ พืชที่สำคัญในบริเวณที่ศึกษาได้แก่ ข้าวโพด มันสำปะหลัง ถั่วเหลือง ถั่ว พืช อ้อย บริเวณริมฝั่งน้ำมีการปลูกมะนาว

กัณฑ์การ 2

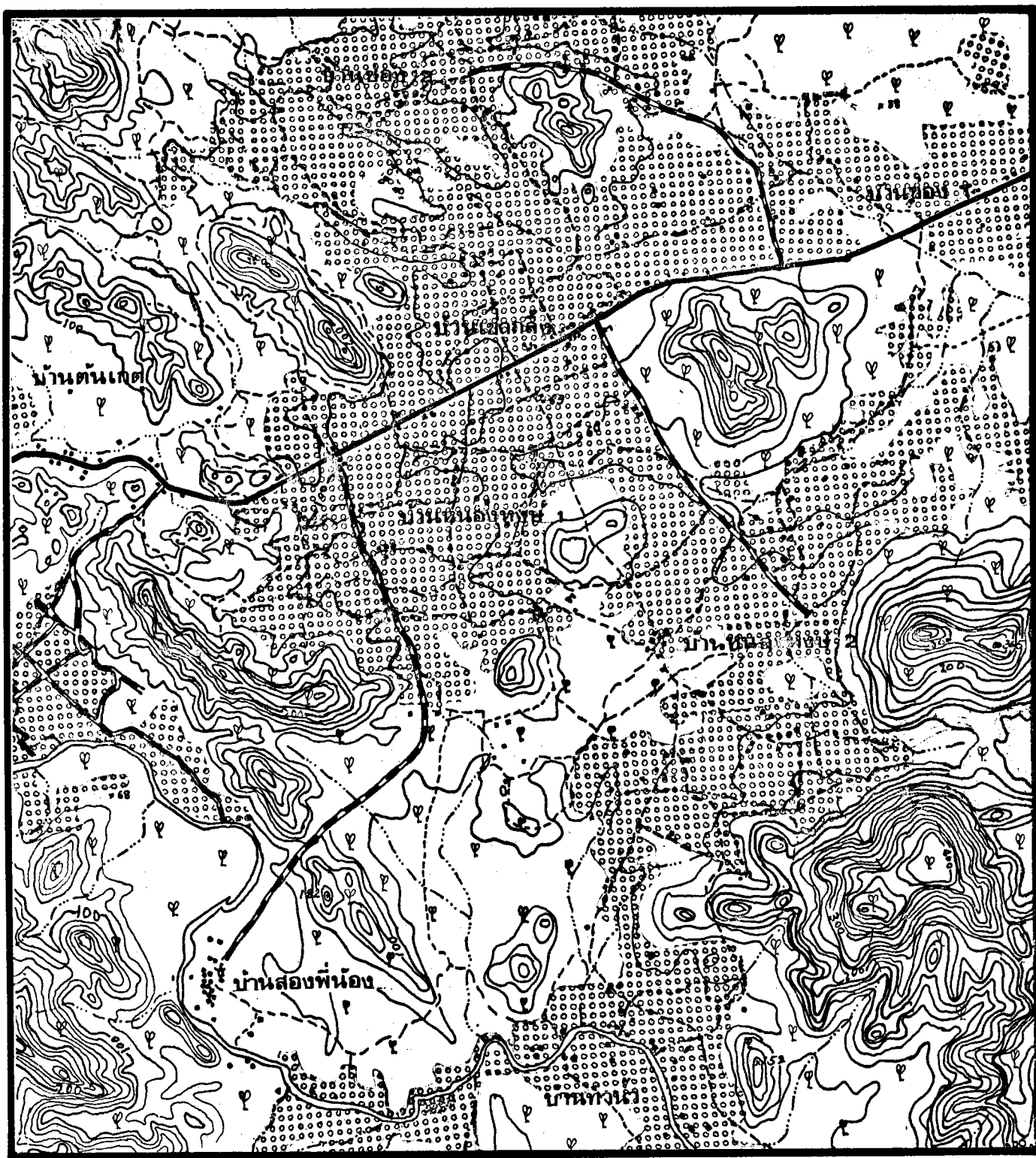
ตาราง 2 แสดงจำนวนหมู่บ้าน จำนวนราษฎร ครัวเรือน อาชีพของราษฎร และพื้นที่การเกษตร บางหมู่บ้านในตำบลสองพี่น้อง และตำบลวังไคร

หมู่บ้าน	จำนวนราษฎร	จำนวนครัวเรือน	อาชีพราษฎร อาชีพหลัก	ประชากร		ประชากรโสด		ปลูกฝ้าย		ปลูกมัน สำปะหลัง		ปลูกข้าว ทดลอง		ปลูก มะนาว	
				ครัวเรือน	ไร่	ครัวเรือน	ไร่	ครัวเรือน	ไร่	ครัวเรือน	ไร่	ครัวเรือน	ไร่	ครัวเรือน	ไร่
* ถ้าเสีย	427	79	ทำไร่	—	—	11	145	8	118	—	—	15	130	42	248
* พืชของ	602	104	ทำไร่	2	15	104	1,743	35	385	—	—	—	—	—	—
* แกงกระเจียน	2,750	554	ทำไร่	—	—	32	50	17	120	—	—	40	220	—	—
** พืชองสะแก	2,800	367	ทำไร่	—	—	330	15,000	200	5,000	12	550	20	100	—	—

* เขตตำบลสองพี่น้อง

** เขตตำบลวังไคร

หอสมุดกลาง
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์



- ถนนพื้นแข็ง
 ——— ถนนพื้นอ่อน
 - - - - - ทางเกวียน
 บ้าน
 [Grid] ไร่
 x x x ป่าไม้เนื้อแข็ง

แผนที่ 3 แสดงลักษณะการตั้งถิ่นฐาน เส้นทางคมนาคม และการใช้ที่ดิน ตำบลสองพี่น้อง
วังไคร้

การตั้งบ้านเรือน ประชากรที่อาศัยอยู่บริเวณนี้ มักจะตั้งบ้านอยู่แบบโคกเดี่ยว ในพื้นที่ทำการเกษตร ความหนาแน่นจะมีมากตามแนวถนนทางเกวียน หรือริมฝั่งน้ำ การคมนาคมติดต่อภายในชุมชนต้องอาศัยการเดินเท้าตามแนวทางเกวียน และเดินทางพื้นที่ไร้อะไรเลย ความหนาแน่นของประชากร ประมาณ 2 ครัวเรือนต่อ 1 ตารางกิโลเมตร ซึ่งนับว่าเป็นบริเวณที่มีความหนาแน่นน้อยที่สุดของชุมชนที่ศึกษา ประชากรในบริเวณนี้ส่วนใหญ่เป็นผู้อพยพถิ่นมาจากบริเวณอื่น เข้าจับจองที่ดินทำการเกษตร บางครัวเรือนเข้าทำการเพาะปลูกในพื้นที่ป่าสงวน แม้รัฐบาลได้พยายามขยายพื้นที่ทำการเกษตร ฉะนั้นกรรมสิทธิ์ที่ดินในบริเวณนี้ส่วนใหญ่เป็นเพียงใบสำคัญในการจับจองที่ดิน หรือครอบครองที่ดิน (ดูแผนที่ 3)

3. บริเวณชุมชนชาวประมง ไล่ศึกษาในเขตตำบลบ้านแหลม ซึ่งมีโครงสร้างทางภูมิศาสตร์ ประชากร และเศรษฐกิจ ดังนี้คือ

ตำบลบ้านแหลม เป็นศูนย์กลางการประมงน้ำเค็มที่สำคัญที่สุดของอำเภอบ้านแหลม และในเขตจังหวัดเพชรบุรี อยู่ห่างจากเทศบาลเมืองเพชรบุรีไปทางตะวันออกเฉียงเหนือ ประมาณ 12 กิโลเมตร เป็นบริเวณที่ตั้งอยู่บนเขตดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำเพชรบุรี ซึ่งอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลเฉลี่ย 1 เมตร เป็นบริเวณที่ทับถมของตะกอนแม่น้ำ และการทับถมริมชายฝั่งในยุคปัจจุบัน ทำให้มีโครงสร้างของดินเป็นดินเหนียวที่ระบายน้ำไม่ดี ทำให้บริเวณพื้นน้ำเก็บท่วมไม่ถึง จึงใช้ปลูกข้าวได้ ส่วนบริเวณดินเค็มจะมีการท่อน้ำทะเลเพื่อทำนาเกลือ ส่วนบริเวณริมชายฝั่งทะเลจะมีป่าชายเลนตลอดแนว (ดูแผนที่ 4)

จากสถิติปี 2517 (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2517) ตำบลบ้านแหลมมีจำนวนราษฎร 13,546 คน 1,922 ครัวเรือน กระจายอยู่ในพื้นที่ 9 หมู่บ้าน ถึงตาราง 3 ประชากรร้อยละ 80 ตั้งบ้านเรือนอยู่ริมสองฝั่งของปากอ่าวแม่น้ำเพชรบุรี และคลองต่าง ๆ ความหนาแน่นของประชากรเฉลี่ยทั้งตำบล ประมาณ 452 คนต่อ 1 ตารางกิโลเมตร นับว่าเป็นชุมชนที่มีความหนาแน่นของประชากรมากกว่าตำบลโพธาราม และตำบลสองพี่น้อง - วังไกร

ประชากรส่วนใหญ่นิยมนิเวศในกระประมง รองลงมาคือ รับจ้าง ค้าขาย ทำนาเกลือ และทำนาข้าว

การประมงในเขตตำบลบ้านแหลมมีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ คือ

1. การประมงอยู่กับที่ ซึ่งได้แก่ โป๊ะ โพงพาง คอกหอย ขอบึก ฯลฯ

2. การประมงเร่ ซึ่งได้แก่ อวนลาก อวนรุน อวนลอย อวนล้อมจับ

หรืออวนดำ ฯลฯ

ประเภทการประมงที่สำคัญคือ โป๊ะ อวนลาก และอวนรุน ซึ่งจัดว่าเป็นประเภทของการประมงขนาดใหญ่ ต้องอาศัยแรงงานและการลงทุนสูง

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนหมู่บ้าน จำนวนราษฎร ครีว เรือ และอาชีพของราษฎรในตำบลบ้านแหลม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2517)

หมู่บ้าน	จำนวนราษฎร	จำนวน ครีว เรือ	อาชีพของราษฎร	
			อาชีพหลัก	อาชีพรอง
1. ปากอ่าวบ้านแหลม	2,237	338	ประมง	ค้าขาย
2. ตลาด	2,166	353	ค้าขาย	ประมง
3. บ้านวัดกลาง	1,419	238	ประมง	ทำนาเกลือ
4. บ้านโน	1,386	120	รับจ้าง	ค้าขาย
5. บ้านยานซื่อ	920	139	ทำนาข้าว	ประมง
6. บ้านยานซื่อบน	865	136	ประมง	ค้าขาย
7. บ้านศาลเจ้าตึก	1,820	241	เลี้ยงสัตว์	ค้าขาย
8. ปากอ่าวบ้านแหลม	2,039	237	กรรมกร	ค้าขาย
9. คลองจาก	694	120	ทำนา	รับจ้าง
รวม	13,546	1,922		

วิธีดำเนินการศึกษา

.. การรวบรวมข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวข้องกับสถานที่ซื้อสินค้า ระยะการเดินทาง วิธีการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง และพิสัยในการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งได้ดำเนินการดังนี้ คือ

1.1 การศึกษารายละเอียดของชุมชน ได้ศึกษารายละเอียดทางภูมิศาสตร์จากแผนที่ 1:50,000 ชุด L 7017 และแผนที่แสดงสมรรถนะของกินของกรมพัฒนาที่ดิน ส่วนข้อมูลในด้านการประชากรและอาชีพ ได้จากทะเบียนราษฎรของอำเภอต่าง ๆ ที่ศึกษา และสำนักสถิติแห่งชาติประจำจังหวัดเพชรบุรี

1.2 การสัมภาษณ์ เนื่องจากข้อมูลที่ได้กระทบกับประชากรทั่วไป ซึ่งผู้ตอบคำถามส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาน้อย ประกอบกับข้อมูลที่ยังมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลและชุมชน จึงใช้วิธีการสัมภาษณ์รายครอบครัว เพื่อจะได้ข้อมูลที่เที่ยงตรงมากขึ้น

การสัมภาษณ์ได้กระทำเป็น 2 ตอน คือ

ครั้งที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์เพื่อเลือกสรรสินค้าและบริการที่จะใช้วัด เพื่อที่จะใช้เปรียบเทียบได้ทั้ง 3 ชุมชน การสัมภาษณ์ในครั้งนี้กระทำในชุมชนทั้ง 3 แห่ง ชุมชนละประมาณ 10 ครัวเรือน

ครั้งที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์จริง เป็นการนำเอาแบบสัมภาษณ์ที่แก้ไขแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างแต่ละชุมชน ชุมชนละประมาณ 100 ครัวเรือน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการขอหนังสือแนำตัวจากทางคณะกรรมการควบคุมปริญญาชั้นสูง เพื่อขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ปกครองที่เกี่ยวข้องกับบริเวณที่ทำการศึกษา ซึ่งทางอำเภอแต่ละแห่งก็ให้ความอนุเคราะห์เป็นอย่างดี ในการแจ้งความประสงค์และขอความร่วมมือไปยังกำนันผู้ใหญ่บ้าน จำนวนครัวเรือนที่ใช้เป็นข้อมูลจริงมีทั้งหมด 271 เป็นของชุมชนชาวนา 94 ชุมชนชาวไร่ 76 และชุมชนชาวประมง 101

รายละเอียดของการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมไว้มีดังนี้ คือ

1.2.1 ระยะการเดินทางได้สัมภาษณ์สถานที่ไปซื้อสินค้า 7 ประเภทใหญ่ คือ อาหารสด เครื่องประกอบอาหาร เครื่องใช้ภายในครัวเรือน เครื่องใช้ทั่วไป เครื่องใช้ประจำวัน เครื่องใช้ในการก่อสร้างและประกอบอาชีพ และยาสามัญประจำบ้าน

กับการบริการอีก 6 ประเภท คือ ตัดเลื้อนผ้าบุรูป ตัดเลื้อนผ้าสตรี คัดผมเสริมสวย ซ่อมวิทยุ และซ่อมเครื่องยนต์ มากครั้งที่สุด และลงตำแหน่งที่ตั้งบ้านเรือนของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์ทางระหว่างที่พัก กับสถานที่ซื้อสินค้าแต่ละประเภท

1.2.2 วิธีการเดินทางไปซื้อสินค้า ใหญ่ตอบคำถามบอกวิธีการเดินทางที่ชอบมากที่สุดในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการแต่ละประเภท จากศูนย์บริการต่าง ๆ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างระยะทางกับวิธีการเดินทาง ซึ่งวิธีการเดินทางที่พบจากการสัมภาษณ์มี 6 ประเภท คือ

- ก. การเดิน
- ข. โดยรถประจำทาง
- ค. โดยรถจักรยาน
- ง. โดยรถจักรยานยนต์
- จ. โดยรถยนต์ส่วนบุคคล
- ฉ. โดยเรือ

1.2.3 ความถี่ในการเดินทาง ได้สัมภาษณ์ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการในศูนย์บริการต่าง ๆ ตั้งแต่ศูนย์บริการระดับกลุ่มเรือนจนถึงระดับจังหวัด

1.2.4 ขนาดของศูนย์บริการ ได้จากการนับจำนวนหน้าที่ยบริการจำนวนร้านค้าและบริการ ชนิดของสินค้าและบริการ ที่มีบริการอยู่ในศูนย์บริการต่าง ๆ ของบริเวณที่ศึกษา นำมาให้น้ำหนักคะแนน ตามตารางที่ 4

ตาราง 4 เกณฑ์ในการให้น้ำหนักคะแนน จำนวนร้านค้าและบริการ ชนิดของสินค้าและบริการ และหน้าที่ยบริการ ที่มีบริการอยู่ในศูนย์ขนาดต่าง ๆ ในบริเวณที่ศึกษา

จำนวน	น้ำหนักคะแนน
500 ขึ้นไป	5
100 - 499	4
50 - 99	3
10 - 49	2
ต่ำกว่า 10	1

รวมค่าน้ำหนักคะแนนการนับจำนวนทั้ง 3 ประเภท น้ำคะแนนรวมมาจัดเรียงเป็น 5
ชั้นคะแนน เพื่อจัดลำดับศักยภาพของคะแนน ตามตาราง 5

ตาราง 5 ค่าน้ำหนักคะแนนรวมของลำดับศักยภาพของศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ

ค่าน้ำหนักคะแนนรวม	ขนาดของศูนย์บริการ	ลำดับศักยภาพของศูนย์บริการ
มากกว่า 11.3	ขนาดใหญ่	A
11.2 – 9.5	ขนาดค่อนข้างใหญ่	B
9.4 – 7.6	ขนาดกลาง	C
7.5 – 5.8	ขนาดเล็ก	D
ต่ำกว่า 5.7	ขนาดเล็กมาก	E

ผลการจัดลำดับศักยภาพของแต่ละชุมชน แสดงในตาราง 6

ตาราง 6 ลำดับศักยภาพของศูนย์บริการที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มเดินทางไปซื้อสินค้า
และบริการ

ศูนย์	จำนวน			ค่าน้ำหนักของจำนวน			รวม ค่าน้ำ หนัก คะแนน	ลำดับ ศักยภาพของ ศูนย์ บริการ
	หน้า ที่บริการ	ร้านค้า และบริการ	ชนิดสินค้า และบริการ	หน้า ที่บริการ	ร้านค้า และบริการ	ชนิด สินค้า และบริการ		
เทศบาลเพชรบุรี	100	999	259	4	5	4	133	A
บ้านวัด	6	12	109	1	2	4	7	D
บ้านถนนโพธิ์	5	7	83	1	1	3	5	E
บ้านนาเทียน	3	3	82	1	1	3	5	E
บ้านนอกบ้าน	3	4	68	1	1	3	5	E
บ้านไถยบ	3	3	74	1	1	3	5	E
บ้านไทรกลาง	2	2	83	1	1	3	5	E
สุชาภิบาลทายาท	69	622	254	3	5	4	12	A
ตลาดถนนเอก	2	2	136	1	1	4	6	D

ตาราง 6 (ต่อ)

ศูนย์	จำนวน			กาน้ำหนักของ จำนวน			รวม กาน้ำหนัก คะแนน	ลำดับ ดัชนีของ ศูนย์ บริการ
	หน้าที่บริการ	ร้านค้า และบริการ	ซนิกสินค้า และบริการ	หน้าที่ บริการ	ร้านค้า และบริการ	ซนิก สินค้า และบริการ		
หนองสะแก	4	2	92	1	1	3	5	E
หนองสะแก(เขาก้าง)	2	2	62	1	1	3	5	E
บ้านทาน้ำ	1	1	16	1	1	2	4	E
ตลาดสุขาภิบาลบ้านแหลม	53	166	230	3	4	4	11	B
ปากอ่าวบ้านแหลม (หมู่ 1)	11	15	180	2	2	4	8	C
ปากอ่าวบ้านแหลม (หมู่ 8)	21	39	174	2	2	4	8	C
บ้านโน	6	14	88	1	2	3	6	D
บ้านยานชื้อ	15	43	155	2	2	4	8	C
บ้านยานชื้อบน	10	19	112	2	2	4	8	C
บ้านศาลเจ้าตึก	16	33	170	2	2	4	8	C

1.2.5 พิสัยของสินค้า ได้จากการสัมภาษณ์ปริมาณการซื้อสินค้าประเภท
สิ้นเปลือง ไก่แก กระเทียมแห้ง น้ำมันปรุงอาหาร และผงซักฟอก และสถานพยาบาลประเภท
ต่าง ๆ ที่คนในแต่ละชุมชนไปรับบริการ เมื่อมีอาการไข้ต่าง ๆ ซึ่งไก่อแก อาการเป็นไข้หัว
ท้องร่วงเป็นมึล ออกหัด อีสุกอีใส คอลิคบุตร บาดแผลใหญ่จากอุบัติเหตุ หรือถูกทำร้าย กระตุก
หัด และการทำหมัน

1.3 การทำแผนที่ ในการศึกษาได้จัดทำแผนที่ 2 ชั้น คือ ในชั้นแรก เป็นการ
ทำแผนที่ของบริเวณที่ศึกษาเพื่อใช้ประกอบการสัมภาษณ์ กล่าวคือเพื่อลงตำแหน่งครัวเรือน ที่
สัมภาษณ์ และที่ตั้งของศูนย์ที่บริการสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อความถูกต้องในการวิเคราะห์ทาง
การ เดินทาง ชั้นที่ 2 เป็นการทำแผนที่เพื่อเสนอข้อมูล

2. การจักรกระทำข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1.1 วิเคราะห์หาความแตกต่าง ๆ ของระยะทางเฉลี่ยในการเดินทาง ไปซื้อสินค้าและบริการแต่ละประเภทของคนในชุมชนต่าง ๆ ทำไร และการประมณ ก้วยการ วิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) และ t - test

2.1.2 วิเคราะห์หาความแตกต่างของวิธีการเดินทางของคนใน 3 ชุมชน ก้วยการ เปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

2.1.3 วิเคราะห์หาความแตกต่างของความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้า และบริการแต่ละประเภทของคนในชุมชนทั้ง 3 แบบ ก้วยการ เปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

2.1.4 วิเคราะห์หาความแตกต่างของขนาดของศูนย์ที่คนในชุมชนทั้ง 3 แบบ ไปซื้อสินค้าและบริการ ก้วยการ เปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละ

2.1.5 วิเคราะห์หาความแตกต่างของพิสัยของสินค้าและบริการ ที่คนใน ชุมชนทั้ง 3 ใช้ ก้วยการ เปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละ และทดสอบก้วย ไค- สแคว์

2.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.2.1 อัตราส่วนร้อยละ (Percentage)

2.2.2 ไค - สแคว์ (Chi - square) (ฉนวน สายยศ และ อังคณา คันศิริถนนวนนท์ , 2515:231-243)

2.2.3 การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) (Lindquist, 1956:54 - 58)

2.2.4 Studentized Range Statistic (Winer, B.J., 1962:77 - 78)

2.2.5 Kendall coefficient of concordance : W. (Siegal, Sidney, 1956:229 - 238)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบระยะทางในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการแต่ละประเภท
2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบวิธีการเดินทางไปซื้อสินค้า
3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบขนาดของศูนย์กลางที่ถนนในแต่ละชุมชนเดินทางไปซื้อสินค้า
4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ
5. การวิเคราะห์เปรียบเทียบพิสัยของสินค้าและบริการที่เลือกสรรที่คนในแต่ละชุมชนซื้อ

1. เปรียบเทียบระยะทาง

การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของระยะการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการประเภทต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง นั้น อาศัยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยใช้ F-ratio เป็นสถิติดีในการตรวจสอบ และหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วจะตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี

Studentized Range Statistic ดังปรากฏตามตาราง 7 - 32

ตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซื้ออาหารสด ของคนในชุมชนประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	SS	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	27925.597	13962.798	306.6196 **
ภายในกลุ่มอาชีพ	268	12204.144	45.5379	
รวม	270	40129.741		

** $P < .01$

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 7 แสดงว่าคนที่อยู่ในชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปซื้ออาหารสด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อวิเคราะห์ทางในการเดินทางไปซื้ออาหารสดของคนที่อยู่ในชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้ว ผลปรากฏตามตาราง 8

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้ออาหารสด
ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวประมง	ชาวนา	ชาวไร่
	$\bar{X}$	0.4586	1.9952	23.7504
ชาวประมง	0.4586	—	1.5366	23.2918* *
ชาวนา	1.9952		—	21.7552* *
ชาวไร่	23.7504			—

		* *		
		P < .01		
	r		2	3
	q .95	(r, ∞)	2.77	3.31
	q .99	(r, ∞)	3.64	4.12
$MS_{w/n}$	q .95	(r, ∞)	1.9808	2.3670
$MS_{w/n}$	q .99	(r, ∞)	2.6030	2.9462

จากผลในตาราง 8 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่เดินทางไปซื้ออาหารสด
ในระยะทางเฉลี่ยไกลกว่าคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .01 แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของระยะทางเฉลี่ยในการ
เดินทางไปซื้ออาหารสดระหว่างคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องประกอบอาหาร ของคนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	17931.681	8965.8405	180.04021 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	268	13346.159	49.7991	
รวม	270	31277.84		

* * $P < .01$

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 9 แสดงว่าคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องประกอบอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อนำระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องประกอบอาหาร ของคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้วผลปรากฏตามตาราง 10

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปยังเครื่องประกอบอาหาร ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวนา	ชาวประมง	ชาวไร่
	$\bar{X}$	1.6181	1.6661	19.7509
ชาวนา	1.6181	—	0.048	18.1328 * *
ชาวประมง	1.6661		—	18.0848 * *
ชาวไร่	19.7509			—
* * P < .01				
	r		2	3
	q .95 (r, ∞)		2.77	3.31
	q .99 (r, ∞)		3.64	4.12
MS _{w/n}	q .95 (r, ∞)		2.0717	2.4755
MS _{e/n}	q .99 (r, ∞)		2.7224	3.0813

จากผลในตาราง 10 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่เดินทางไปยังเครื่องประกอบอาหาร ในระยะทางเฉลี่ยไกลกว่าคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปยังเครื่องประกอบอาหาร ระหว่างคนในชุมชนชาวนากับชาวประมง

ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ทั่วไป ของคนในชุมชน ชาวประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	24166.689	12083.344	178.3736 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	268	18154.797	67.7418	
รวม	270	42321.486		

* * P < .01

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 10 แสดงว่าคนที่อยู่ในชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ทั่วไป แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อนำระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ทั่วไป ของคนที่อยู่ในชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้วผลปรากฏตามตาราง 12

ตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ทั่วไป
ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวประมง	ชาวนา	ชาวไร่
	$\bar{X}$	1.3997	2.7264	23.0237
ชาวประมง	1.3997	—	1.3267	21.6240 * *
ชาวนา	2.7264		—	20.2973 * *
ชาวไร่	23.0237			—

* * P < .01

	r	2	3
q	.95 (r, ∞)	2.77	3.31
q	.99 (r, ∞)	3.64	4.12
MS _{w/n}	q .95 (r, ∞)	2.4163	2.8873
MS _{w/n}	q .99 (r, ∞)	3.1752	3.5939

จากผลในตาราง 12 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่ เดินทางไปซื้อเครื่องใช้
ทั่วไป ในระยะทางเฉลี่ยไกลกว่าคนในชุมชนชาวนาและชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .01 แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของระยะทางเฉลี่ยในการเดินทาง
ไปซื้อเครื่องใช้ทั่วไป ระหว่างคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง

ตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	17509.8016	8754.9008	** 90.9467
ภายในกลุ่มอาชีพ	268	25798.7795	96.2641	
รวม	270	43308.5811		

* * P < .01

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 13 แสดงว่าคนที่อยู่ในชุมชนชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อวิเคราะห์ทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน ของคนที่อยู่ในชุมชนชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเรียบเรียงเป็นรายตัว โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้วแสดงผลปรากฏตามตาราง 14

ตาราง 14 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้
ภายในครัวเรือนของชนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวประมง	ชวนา	ชาวไร่
	$\bar{X}$	4.2202	7.1078	29.9293
ชาวประมง	4.2202	—	2.8876	25.7091 * *
ชวนา	7.1078		—	22.8215 * *
ชาวไร่	29.9293			—

* * P < .01

	r	2	3
q	.95 (r, ∞)	2.77	3.31
q	.99 (r, ∞)	3.64	4.12
MS _{w/n}	q .95 (r, ∞)	2.8805	3.4421
MS _{w/n}	q .99 (r, ∞)	3.7852	4.2844

จากผลในตาราง 14 แสดงว่าคนในชุมชน ชาวไร่ เดินทางไปซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือนไกลกว่าคนในชุมชนชวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และคนในชุมชนชวนาเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือนไกลกว่าคนในชุมชนชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน ของคนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	33067.6451	16533.8226	113.6539 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	268	37915.3580	141.4752	
รวม	270	70983.0031		

* * P < .01

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 15 แสดงว่าคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อนำระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน ของคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้วผลปรากฏตามตาราง 16

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวประมง	ชาวนา	ชาวไร่
	$\bar{X}$	2.3610	4.1126	27.74
ชาวประมง	2.3610	—	1.7516	25.3790 * *
ชาวนา	4.1126		—	23.6274 * *
ชาวไร่	27.74			—
* * P < .01				
	r		2	3
	q .95 (r, ∞)		2.77	3.31
	q .99 (r, ∞)		3.64	4.12
$MS_{w/n}$	q .95 (r, ∞)		3.4919	4.1726
$MS_{w/n}$	q .99 (r, ∞)		4.5886	5.1937

จากผลในตาราง 16 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่เดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน ในระยะทางเฉลี่ยไกลกว่าคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน ระหว่างคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง

ตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ในการก่อสร้าง และการประกอบอาชีพ ของคนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	29114.1766	14557.0883	3.5582 *
ภายในกลุ่มอาชีพ	267	1092334.2972	4091.1397	
รวม	269	1121448.4738		

* $P < .05$

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 17 แสดงว่าคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ในการก่อสร้างและการประกอบอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เมื่อนำระยะทางในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ในการก่อสร้างและการประกอบอาชีพ ของคนในชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้วผลปรากฏตามตาราง 18

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้
ในการก่อสร้างและการประกอบอาชีพ ของคนในชุมชนชาวประมง
ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวนา	ชาวประมง	ชาวไร่
	$\bar{X}$	6.9949	12.8945	32.4473
ชาวนา	6.9949	—	5.8996	25.4524 *
ชาวประมง	12.8945		—	19.5528 *
ชาวไร่	32.4473			—
* $P < .05$				
r				
$q .95 (r, \infty)$			2.77	3.31
$MS_{w/n} \quad q .95 (r, \infty)$			18.8061	22.4723

จากผลในตาราง 18 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่เดินทางไปซื้อเครื่องใช้
ในการก่อสร้าง และการประกอบอาชีพ ในระยะทางเฉลี่ยไกลกว่าคนในชุมชนชาวนาและ
ชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติของระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ในการก่อสร้างและการประกอบ
อาชีพ ระหว่างคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง

ตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทาง
ในการเดินทางไปซื้อยาสามัญประจำบ้าน ของคนในชุมชนชาวประมง
ชาวนา ชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	27193.4889	13596.7445	31.2657 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	268	116547.1698	434.8775	
รวม	270	143740.6587		

* * P < .01

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 19 แสดงว่าคนที่อยู่ใน
ชุมชนชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปซื้อยาสามัญประจำบ้าน
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อนำระยะทางในการเดินทางไปซื้อยาสามัญประจำบ้าน ของคนในชุมชน
ชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized
Range Statistic แล้วผลปรากฏตามตาราง 20

ตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อยาสามัญ
ประจำบ้าน ของคนในชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง

อาชีพ		ชวนา	ชาวประมง	ชาวไร่
	$\bar{X}$	2.7793	3.0730	24.9882
ชวนา	2.7793	—	.2937	22.2089 * *
ชาวประมง	3.073		—	21.9152 * *
ชาวไร่	24.9882			—
* * P < .01				
	r		2	3
	q .95 (r, ∞)		2.77	3.31
	q .99 (r, ∞)		3.64	4.12
	q .95 (r, ∞)		6.1223	7.3158
	q .99 (r, ∞)		8.0451	9.1060

จากผลในตาราง 20 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่ เดินทางไปซื้อยาสามัญ
ประจำบ้าน ในระยะทางเฉลี่ย ไกลกว่าคนในชุมชนชวนาและชาวประมง อย่างมีนัย
สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของระยะทาง
เฉลี่ย ในการเดินทางไปซื้อยาสามัญประจำบ้าน ระหว่างคนในชุมชนชวนา และชาว
ประมง

ตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของ
ระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปร้านตัดผม ของคนที่อยู่ในชุมชน
ชาวประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	27366.3914	13683.1957	69.6120 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	260	51106.5690	196.5637	
รวม	262	78472.9604		

* * P < .01

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 21 แสดงว่าผู้ชายที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปร้านตัดผม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อวิเคราะห์ระยะทางในการเดินทางไปร้านตัดผม ของคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้วผลปรากฏตามตาราง 22

ตาราง 22 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไประ้านคักณของ
คนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวประมง	ชาวนา	ชาวไร่
	$\bar{X}$	1.1050	1.6867	24.2526
ชาวประมง	1.1050	—	.5817	23.1476 * *
ชาวนา	1.6867		—	22.5659 * *
ชาวไร่	24.2526			—

* * P < .01

	r	2	3
q .95	(r, ∞)	2.77	3.31
q .99	(r, ∞)	3.64	4.12
$MS_{w/n}$ q .95	(r, ∞)	4.1885	5.0051
$MS_{w/n}$ q .99	(r, ∞)	5.5040	7.5682

จากผลในตาราง 22 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่ เดินทางไประ้านคักณ
ไกลกว่าคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่
ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ของระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไประ้าน
คักณ ระหว่างคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง

ตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของ
ระยะทางในการเดินทางไปร้านเสริมสวย ถัดมา ของคนในชุมชน
ชาวประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	38596.7864	19298.3932	50.0046 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	235	90694.1724	385.9326	
รวม	237	129290.9588		

* *

P < .01

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 24 แสดงว่าคนที่อยู่ใน
ชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปร้านเสริมสวย -
ถัดมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อนำระยะทางในการเดินทางไปร้านเสริมสวย - ถัดมา ของคนที่อยู่ใน
ชุมชน ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized
Range Statistic แล้วผลปรากฏตามตาราง 24

ตาราง 24 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปร้านเสริมสวย –
ทัศนคติของคนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวประมง	ชวนา	ชาวไร่
	$\bar{X}$	1.3281	2.8916	29.9471
ชาวประมง	1.3281	—	1.5635	28.6190 * *
ชวนา	2.8916		—	27.0555 * *
ชาวไร่	29.9471			—

* * P < .01

r	2	3
q .95 (r,)	2.77	3.31
q .99 (r,)	3.64	4.12
q .95 (r,)	6.1563	7.3565
q .99 (r,)	8.0899	9.1567

จากผลในตาราง 24 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่ เดินทางไปร้านเสริมสวย
ทัศนคติ ไกลกว่าคนในชุมชนชวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของระยะทางเฉลี่ย ในการเดินทางไป
ร้านเสริมสวย ทัศนคติ ระหว่างคนในชุมชนชวนา และชาวประมง

ตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปยังร้านค้าเสื้อผ้าสตรี ของคนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	56303.0329	28151.5165	105.2765 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	239	63909.9154	267.4055	
รวม	241	120212.9483		

* * P < .01

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 25 แสดงว่าคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปยังร้านค้าเสื้อผ้าสตรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อนำระยะทางในการเดินทางไปยังร้านค้าเสื้อผ้าสตรี ของคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้วผลปรากฏตามตาราง 26

ตาราง 26 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปยังร้านค้าเสื้อผ้าสตรี ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวประมง	ชาวนา	ชาวไร่
	$\bar{X}$	1.6994	2.2181	35.4479
ชาวประมง	1.6994	—	.5187	33.7485 * *
ชาวนา	2.2181		—	33.2298 * *
ชาวไร่	35.4479			—

* *

P < .01

	r	2	3
	q .95 (r, ∞)	2.77	3.31
	q .99 (r, ∞)	3.64	4.12
MS _{w/n}	q .95 (r, ∞)	5.0641	6.0513
MS _{w/n}	q .99 (r, ∞)	6.6546	7.5322

จากผลในตาราง 26 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่ เดินทางไปยังร้านค้าเสื้อผ้าสตรี ในระยะทางเฉลี่ยไกลกว่าคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของระยะทางเฉลี่ย ในการเดินทางไปร้านค้าเสื้อผ้าสตรี ระหว่างคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง

ตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทาง
เฉลี่ยในการ เดินทางไปร้านตัดเสื้อผู้ชาย ของคนในชุมชน ชาวประมง
ชาวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	51593.8362	25796.9181	98.4212 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	245	64216.3198	262.1074	
รวม	247	115810.1550		

 $P < .01$

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน ตามตาราง 27 แสดงว่าผู้ชายที่อยู่ในชุมชนชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการ เดินทางไปร้านตัดเสื้อผู้ชาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อนำระยะทางในการ เดินทางไปร้านตัดเสื้อผู้ชาย ของคนที่อยู่ในชุมชนชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้วผลปรากฏตามตาราง 28

ตาราง 28 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปร้าน
ตัดเสื้อผู้ชายของนักในชุมชน ชาวประมง ชาวนา ชาวไร่

อาชีพ		ชาวประมง	ชาวนา	ชาวไร่
	$\bar{X}$	1.7641	4.5545	34.4676
ชาวประมง	1.7641	—	2.7904	32.7075 * *
ชาวนา	4.5545		—	29.9131 * *
ชาวไร่	34.4676			—

		* * P < .01		
	r	2	3	
q	.95 (r, ∞)	2.77	3.31	
q	.99 (r, ∞)	3.64	4.12	
$MS_{w/n}$	q .95 (r, ∞)	8.8576	10.5844	
$MS_{w/n}$	q .99 (r, ∞)	11.6396	13.1745	

จากผลในตาราง 28 แสดงว่านักในชุมชนชาวไร่ เดินทางไปร้านตัดเสื้อผู้ชาย ในระยะทางเฉลี่ยที่ไกลกว่านักในชุมชน ชาวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ของระยะทางเฉลี่ย ในการเดินทางไปร้านตัดเสื้อผู้ชาย ระหว่างนักในชุมชนชาวนา และชาวประมง

ตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปชมวิทย์ ของคนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	31364.866	15682.4330	599.6785 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	255	6668.6011	26.1514	
รวม	257	38033.4771		

* * P < .01

จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตามตาราง 29 แสดงว่าคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปชมวิทย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

เมื่อนำระยะทางในการเดินทางไปชมวิทย์ ของคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายกลุ่ม โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้ว ผลปรากฏตามตาราง 30

ตาราง 30 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปรวมวิทยุของคน
ในชุมชน ชายประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวประมง	ชาวนา	ชาวไร่
	$\bar{X}$	4.3505	7.4957	30.6956
ชาวประมง	4.3505	—	3.1452 **	26.3457 **
ชาวนา	7.4957		—	23.1999 **
ชาวไร่	30.6956			—

** $P < .01$

	r	2	3
q .95 (r, ∞)		2.77	3.31
q .99 (r, ∞)		3.64	4.12
$MS_{w/n}$ q .95 (r, ∞)		1.5493	1.8513
$MS_{w/n}$ q .99 (r, ∞)		2.0359	2.3043

จากผลในตาราง 30 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่ เดินทางไปรวมวิทยุใน
ระยะทางเฉลี่ยที่ไกลกว่าคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ระดับ .01 และชาวนาเดินทางไกลกว่าคนในชุมชนชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .01 เช่นกัน

ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อทดสอบความแตกต่างของระยะทางในการเดินทางไปซ่อมเครื่องยนต์ ของคนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

Source of Variation	df	ss	ms	F
ระหว่างกลุ่มอาชีพ	2	7751.8624	3875.0	8.3583 * *
ภายในกลุ่มอาชีพ	158	73731.4358	463.7197	
รวม	160	81483.2982		

* * P < .01

จากผลการวิเคราะห์ ความแปรปรวนตามตาราง 31 แสดงว่าคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มีระยะทางในการเดินทางไปซ่อมเครื่องยนต์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อนำระยะทางในการเดินทางไปซ่อมเครื่องยนต์ ของคนที่อยู่ในชุมชนชวนา ชาวไร่ และชาวประมง มาเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยวิธี Studentized Range Statistic แล้วผลปรากฏ ตามตาราง 32

ตาราง 32 ผลการเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซ่อมเครื่องยนต์
ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ		ชาวนา	ชาวประมง	ชาวไร่
	$\bar{X}$	7.4593	12.0999	30.6611
ชาวนา	7.4593	—	4.6406	23.2018 **
ชาวประมง	12.0999		—	18.5612 **
ชาวไร่	30.6611			—

**
P < .01

	r	2	3
q .95 (r, ∞)		2.77	3.31
q .99 (r, ∞)		3.64	4.12
MS _{w/n} q .95 (r, ∞)		9.9573	11.8985
MS _{w/n} q .99 (r, ∞)		13.0847	14.8102

จากผลในตาราง 32 แสดงว่าคนในชุมชนชาวไร่ เดินทางไปซ่อมเครื่องยนต์ในระยะเวลาเฉลี่ยที่ไกลกว่าคนในชุมชนชาวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของระยะเวลาเฉลี่ย ในการเดินทางไปซ่อมเครื่องยนต์ ระหว่างคนในชุมชนชาวนาและชาวประมง

จากตารางที่ 7 - 32 พบว่าชาวไร่มีระยะการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการทุกประเภทแตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างชาวนา และชาวประมง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นกรณีการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ในการก่อสร้าง และการประกอบอาชีพที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนระหว่างกลุ่มชาวนา กับชาวประมง นั้นพบว่าไม่มีระยะการเดินทางที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เฉพาะการซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน (ระดับ .05) และการซ่อมวิทยุ (ระดับ .01)

เมื่อวิเคราะห์ลำดับของระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ
แต่ละประเภท ด้วยการหาค่าความสอดคล้อง ตามวิธีของ เคนเดิล (Kendal)

(Siegel, Sidney, 1956:228 – 238) ผลปรากฏตามตาราง 33 และ 34

ตาราง 33 ความสอดคล้องของลำดับการเดินทางไปซื้อสินค้า 7 ประเภท ของคน
ในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

ประเภทสินค้า	ชาวประมง ระยะทางเฉลี่ย (ก.ม.)	อันดับ	ชวนา ระยะทางเฉลี่ย (ก.ม.)	อันดับ	ชาวไร่ ระยะทางเฉลี่ย (ก.ม.)	อันดับ	Rj
1. อาหารสด	0.0586	1	1.9952	2	23.7504	3	6
2. เครื่องใช้ทั่วไป	1.3997	2	2.7264	3	23.0237	2	7
3. เครื่องประกอบอาหาร	1.6661	3	1.6181	1	49.7509	1	5
4. เครื่องใช้ประจำวัน	2.3610	4	4.1126	5	27.74	5	14
5. ยาสำผัสดำบ้าน	3.073	5	2.7793	4	24.9882	4	13
6. เครื่องใช้ภายในครัวเรือน	4.2202	6	7.1078	7	29.9293	6	19
7. เครื่องใช้ในการก่อสร้าง และการประกอบอาชีพ	12.8995	7	6.9949	6	32.4473	7	20

$$W = .9048^{**}$$

ผลการวิเคราะห์หาค่าความสอดคล้องของ 3 กลุ่มตัวอย่าง = .9048

เมื่อทดสอบด้วยค่าไค-สแควร์ จากตาราง (Siegel, Sidney, 1956:286) พบว่าความสอดคล้อง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 แสดงว่าลำดับระยะการ เดินทางไปซื้อสินค้า 7 ประเภทของทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างคล้ายคลึงกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จะเห็นได้ว่าแม้ในแต่ละกลุ่มตัวอย่างจะมีค่าเฉลี่ยในการ เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มชาวไร่ ที่แตกต่างจากอีก 2 กลุ่มอย่างเห็นได้ชัด แต่ลำดับของระยะการ เดินทางไปซื้อสินค้าแต่ละประเภทกลับสอดคล้องกันมาก กล่าวคือ อาหารสด เครื่องประกอบอาหาร และเครื่องใช้ทั่วไปมักจะเดินทางในระยะสั้น ส่วน เครื่องใช้ภายในครัวเรือน เครื่องใช้ในการก่อสร้าง และการประกอบอาชีพ มักจะต้อง เดินทางในระยะที่ไกลกว่าสินค้าหมวดอื่น ๆ ส่วนการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน และยาสามัญประจำบ้านอยู่ในลำดับปานกลาง

ตาราง 34 ความสอดคล้องของลำดับระยะการเดินทางไปยังสถานบริการ 6 ประเภท
ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

ประเภทของ การบริการ	ชาวประมง		ชาวนา		ชาวไร่		Rj
	ระยะทางเฉลี่ย (ก.ม.)	อันดับ	ระยะทางเฉลี่ย (ก.ม.)	อันดับ	ระยะทางเฉลี่ย (ก.ม.)	อันดับ	
คักฉม	1.1050	1	1.6867	1	24.2526	1	3
เสริมสวย คักฉม	1.3281	2	2.8916	3	29.9471	2	7
คักเสื้อผ้าสตรี	1.6994	3	2.2181	2	35.4479	6	11
คักเสื้อผ้าชาย	1.7641	4	4.5545	4	34.4676	5	13
ซ่อมวิทยุ	4.3505	5	7.4957	5	30.6956	4	14
ซ่อมเครื่องยนต์	7.4593	6	12.0999	6	30.6611	3	15
							63

$$W = .6825^*$$

ผลการวิเคราะห์พบว่าความสอดคล้องของ 3 กลุ่มตัวอย่าง = .6825 เมื่อทดสอบด้วยค่า ไค - สแควร์ จากตาราง พบว่าค่าความสอดคล้องที่คำนวณได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงว่าลำดับของระยะการเดินไปสถานบริการ 6 ประเภท ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 สอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาลำดับของระยะทางพบว่า คัดค้านั้นมีระยะการเดินทางสั้นที่สุดในบริการ 6 ประเภท การเสริมสวย คัดค้านของสตรี มีระยะการเดินทางเฉลี่ยสูงกว่าคัดค้านชาย การคัดค้านนั้นพบว่าผู้ชายต้องเดินทางไกลกว่าผู้หญิง ยกเว้นในกรณีชาวไร่นี้ เพราะในชุมชนชาวไร่นี้ผู้ชายเดินทางจากที่อื่นจำนวนมาก ซึ่งบุคคลเหล่านี้มักจะคุ้นเคยกับสถานที่เดิม เฉพาะสตรี จากการสัมภาษณ์ พบว่าผู้ชายมาจากกรุงเทพมหานคร มักจะเดินทางไปตัดเสื้อในถิ่นเดิม ซึ่งติดกับคนในอีก 2 ชุมชน ซึ่งเป็นผู้ตั้งถิ่นฐานอยู่ในบริเวณนั้นมานานแล้ว ผู้หญิงชาวบ้านเมื่อว่างงานจะรีบตัดเสื้อเสริมสวยไปรับบริการอยู่ตามชุมชนที่คนอาศัยอยู่ด้วย ทำให้ระยะการเดินทางไกลกว่า

ส่วนการบริการซ่อมเครื่องมือเครื่องใช้ นั้น พบว่าระยะการเดินทางไปยังร้านซ่อมวิทยุ โดยเฉลี่ยไกลกว่าการซ่อมเครื่องยนต์ ยกเว้นในชุมชนชาวไร่นี้ ในกลุ่มตัวอย่าง เพราะเครื่องยนต์ของชาวไร่มักจะซ่อมเอง ทำให้ระยะทางเฉลี่ยลดลง

อาจกล่าวสรุปได้ว่า แม้ว่าลำดับของระยะทางในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ แต่ละประเภทจะสอดคล้องกันทั้งกลุ่มตัวอย่าง ชาวนา ชาวไร่นี้ และชาวประมง แต่ก็พบว่าระยะการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะกลุ่มชาวไร่นี้ แตกต่างกับกลุ่มชาวนา และชาวประมง ทุกประเภทของสินค้าและบริการ แตกต่างกับกลุ่มชาวประมง เฉพาะสินค้าและบริการบางประเภท แต่ก็นับได้ว่าสอดคล้องกับสมมุติฐานข้อ 1 เป็นส่วนใหญ่

2. เปรียบเทียบวิธีการเดินทาง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของวิธีการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ของคนในชุมชนประมง ชวนา และชาวไร่ ด้วยการวิเคราะห์อัตราส่วนร้อยละ ผลปรากฏตามตาราง 35

ตาราง 35 การเปรียบเทียบวิธีการเดินทางในระยะทางต่าง ๆ ของคนในชุมชนชวนา ประมง ชวนา และชาวไร่ ด้วยอัตราส่วนร้อยละ

ระยะทาง วิธีการ เดินทาง	1 ระยะทางใกล้			2 ระยะทางปานกลาง			3 ระยะทางไกล			รวม
	ชาว ประมง	ชวนา	ชาวไร่	ชาว ประมง	ชวนา	ชาว ไร่	ชาว ประมง	ชวนา	ชาวไร่	
เดิน	182	126	40	4	22	4	—	4	1	383
%	63.42	89.36	97.56	10.57	78.57	57.14	—	4.49	0.87	
รถประจำทาง	5	1	—	1	4	1	93	66	112	283
%	1.74	0.71	—	2.63	14.29	14.29	85.32	74.16	97.39	
รถจักรยานยนต์	10	2	—	20	—	—	3	16	1	52
%	3.48	1.42	—	52.63	—	—	2.75	17.98	0.87	
รถยนต์ส่วนบุคคล	—	—	—	—	1	—	—	1	1	3
%	—	—	—	—	3.57	—	—	1.12	0.87	
รถจักรยาน	49	11	1	10	1	2	1	2	—	77
%	17.07	7.80	2.44	26.32	3.57	28.57	0.92	2.25	—	
เรือ	41	1	—	3	—	—	12	—	—	57
%	14.29	0.71	—	7.89	—	—	11.01	—	—	
รวม	287	141	41	38	28	7	109	89	115	855

1

ระยะทางไม่เกิน 1 กิโลเมตร

2

ระยะทางมากกว่า 1 - 3 กิโลเมตร

3

ระยะทางมากกว่า 3 กิโลเมตร

จากตาราง 35 พบว่าการเดินทางในระยะใกล้ ซึ่งในระยะไม่เกิน 1 กิโลเมตร คนในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ส่วนใหญ่ใช้การเดินเท้า โดยเฉพาะในชุมชนชาวไร่ (97.56 %) แต่ในชุมชนชาวประมง มีความแตกต่างของวิธีการเดินทางมากกว่า เพราะมีประชากรบางส่วนยังคงนิยมใช้จักรยาน (17.07 %) และเรือ (14.29 %)

ในระยะทางปานกลาง ระหว่าง 1 กิโลเมตรขึ้นไปถึง 3 กิโลเมตร นั้น พบความแตกต่างในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 โดยเฉพาะกลุ่มชาวประมง ชาวประมงประมาณครึ่งหนึ่ง (52.63 %) ของกลุ่มตัวอย่าง เดินทางโดยรถจักรยานยนต์ รองลงมาคือใช้จักรยาน (26.32 %) อัตราส่วนผู้ใช้วิธีการเดินทางมีน้อยเพียงร้อยละ 10.57 แต่ในชุมชนชาวไร่และชาวไร่ยังคงนิยมใช้การเดินเท้า โดยเฉพาะกลุ่มชาวไร่มีอัตราส่วนสูงถึงร้อยละ 78.57 รองลงมาคือใช้รถประจำทาง (14.29 %) สำหรับกลุ่มชาวไร่ประมาณครึ่งหนึ่ง (57.14 %) ยังใช้การเดินเท้า รองลงมาคือใช้จักรยาน (28.57 %)

ในระยะทางไกลมากกว่า 3 กิโลเมตรขึ้นไปนั้น พบว่า คนในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 นิยมใช้รถประจำทาง โดยเฉพาะกลุ่มชาวไร่เกือบทั้งหมด (97.39 %) ส่วนกลุ่มชาวประมง การใช้รถประจำทางมีอัตราส่วนสูงเช่นกัน ถึงร้อยละ 85.32 นอกจากนี้ก็มีการใช้เรือบ้างเล็กน้อย (11.01 %) ชาวไร่ประมาณ 3 ใน 4 (74.16 %) นิยมใช้รถประจำทางเช่นกัน รองลงมาคือการใช้รถจักรยานยนต์

อาจสรุปได้จากการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 มีลักษณะคล้ายคลึงกันมาก กล่าวคือในระยะใกล้ใช้การเดินเท้า และระยะใกล้ใช้รถประจำทาง ส่วนการเดินทางในระยะปานกลาง พบว่าแตกต่างเฉพาะกลุ่มประมงเท่านั้น จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐานข้อที่ 2

3. เปรียบเทียบขนาดของศูนย์บริการที่ไปใช้บริการ

การวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยการเปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละของจำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ที่เลือกไปซื้อสินค้าและบริการจากศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ผลปรากฏตามตาราง 36 - 51

ตาราง 36 เปรียบเทียบอัตราส่วนการเดินทางไปซื้ออาหารสดที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ \ ขนาด	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด ค่อนข้างใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาด กลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
ชาวประมง	—	103	92	—	17	212
%	—	48.58	43.40	—	8.02	100
ชาวนา	39	—	—	162	25	226
%	17.26	—	—	71.68	11.06	100
ชาวไร่	162	—	—	45	18	225
%	72.0	—	—	20.0	8.0	100
รวม	201	103	92	207	60	663
%	30.32	15.54	13.88	31.22	9.05	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่เดินทางไปซื้ออาหารสดที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่าชาวประมงจะซื้ออาหารสดจากศูนย์บริการค่อนข้างใหญ่ (48.58 %) และขนาดกลาง (43.40 %) ส่วนคนในชุมชนชาวนามักจะไปซื้อสินค้าจากศูนย์บริการขนาดเล็ก (72.0 %) และชาวไร่นิยมซื้อสินค้าจากศูนย์บริการขนาดใหญ่ (71.05 %) สรุปได้ว่าศูนย์บริการที่คนในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เลือกไปซื้ออาหารสดมีขนาดแตกต่างกันจริง ตามสมมุติฐานข้อ 2

ตาราง 37 เปรียบเทียบอัตราส่วนการเดินทางไปซื้อเครื่องประกอบอาหารที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ \ ศูนย์บริการ	ศูนย์บริการใหญ่	ศูนย์บริการขนาดกลางใหญ่	ศูนย์บริการขนาดกลาง	ศูนย์บริการขนาดเล็ก	ศูนย์บริการเล็กมาก	รวม
ชาวประมง	38	123	275	—	5	441
%	8.62	17.89	62.36	—	1.13	100
ชาวนา	68	—	—	160	190	418
%	16.27	—	—	38.28	45.45	100
ชาวไร่	242	—	—	61	49	352
%	68.75	—	—	17.33	13.92	100
รวม	348	123	275	221	244	1211
%	28.74	10.16	22.71	18.25	20.15	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของผู้ที่เดินทางไปซื้อเครื่องประกอบอาหารที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่าชาวประมงเดินทางไปซื้อเครื่องประกอบอาหารจากศูนย์บริการขนาดกลาง (62.36 %) เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือการเดินทางไปซื้อจากศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่ (27.89 %) แต่ชาวนาส่วนใหญ่ไปซื้อเครื่องประกอบอาหารจากศูนย์บริการขนาดเล็กมาก (45.45 %) และขนาดเล็ก (38.28 %) ส่วนชาวไร้มักจะซื้อเครื่องประกอบอาหารจากศูนย์บริการขนาดใหญ่ (68.75 %) สรุปได้ว่าศูนย์บริการที่คนส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เลือกไปซื้อเครื่องประกอบอาหารมีขนาดแตกต่างกันจริง ตามสมมุติฐานข้อ 2

ตาราง 38 เปรียบเทียบอัตราส่วนการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน
ที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และ
ชาวไร่

อาชีพ \	ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด ค่อนข้างใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาด กลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
ชาวประมง		46	155	84	—	—	285
	%	16.14	54.39	29.47	—	—	100
ชาวนา		267	—	—	11	—	278
	%	96.04	—	—	3.96	—	100
ชาวไร่		204	—	—	8	1	213
	%	95.77	—	—	3.76	0.47	100
รวม		517	155	84	19	1	776
	%	66.62	19.97	10.82	2.45	0.13	100

เพื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน
ที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่าชาวประมงส่วนใหญ่ (54.39 %) เดินทางไปซื้อจากศูนย์
บริการขนาดค่อนข้างใหญ่ รองลงมาคือศูนย์บริการขนาดกลาง (29.47 %) แต่ชาวนาใน
กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด (96.04 %) ซื้อที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง
ชาวไร่ (95.77 %) ฉะนั้นความแตกต่างมีเฉพาะกลุ่มชาวประมง แต่กลุ่มชาวนาและชาวไร่
ไม่พบความแตกต่าง

ตาราง 39 เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปซื้อเครื่องใช้ทั่วไปที่ศูนย์บริการ
ขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชวนา และชาวไร่

อาชีพ	ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาด ใหญ่	ศูนย์ขนาด ค่อนข้าง ใหญ่	ศูนย์ขนาด กลาง	ศูนย์ขนาด เล็ก	ศูนย์ขนาด เล็กมาก	รวม
ชาวประมง		10	74	206	—	—	290
	%	3.45	25.52	71.03	—	—	100
ชวนา		95	—	—	11	172	278
	%	34.17	—	—	3.96	61.87	100
ชาวไร่		165	—	—	16	42	223
	%	73.99	—	—	7.17	18.83	100
รวม		270	74	206	27	214	791
	%	34.13	9.36	26.04	3.41	27.05	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของการ เดินทางไปซื้อเครื่องใช้ทั่วไป ที่ศูนย์บริการ
ขนาดต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง ชวนา ชาวไร่ และชาวประมง พบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวประมง
เดินทางไปซื้อจากศูนย์บริการขนาดกลาง (71.03 %) รองลงมาคือศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่
(25.52 %) ซึ่งต่างกับกลุ่มตัวอย่างชวนาส่วนใหญ่เดินทางไปซื้อจากศูนย์บริการขนาดเล็กมาก
(61.87 %) รองลงมาไปซื้อจากศูนย์บริการขนาดใหญ่ (34.17 %) ส่วนกลุ่มชาวไร่ส่วนใหญ่
(73.99 %) เดินทางไปซื้อที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ ส่วนน้อย (18.83 %) ซื้อจากศูนย์บริการ
ขนาดเล็กมาก สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ทั่วไปจากศูนย์บริการ
ขนาดแตกต่างกัน นั่นคือศูนย์บริการที่คนในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เลือกไปซื้อเครื่องใช้ทั่วไปแตกต่าง
กันจริง ตามสมมุติฐานข้อ 2

ตาราง 40 เปรียบเทียบอัตราการเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน ที่ศูนย์บริการ
ขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ \ ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาด ใหญ่	ศูนย์ขนาดค่อน ข้างใหญ่	ศูนย์ขนาด กลาง	ศูนย์ขนาด เล็ก	ศูนย์ขนาด เล็กมาก	รวม
ชาวประมง	28	181	155	—	—	364
%	7.69	49.58	42.58	—	—	100
ชาวนา	200	—	—	34	136	370
%	54.05	—	—	9.19	36.76	100
ชาวไร่	232	—	—	32	34	298
%	77.85	—	—	10.74	11.41	100
รวม	460	181	155	66	170	1032
%	44.57	17.54	15.02	6.40	16.47	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของการ เดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน ที่ศูนย์
บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ พบว่าชาวประมงใน
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเดินทางไปซื้อที่ศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่ (49.73 %) และศูนย์
บริการขนาดกลาง (42.58 %) ส่วนชาวนาในกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเดินทางไปซื้อที่ศูนย์
บริการขนาดใหญ่ (54.05 %) และศูนย์บริการขนาดเล็กมาก (36.76 %) รองลงมา ส่วน
ชาวไร่ส่วนใหญ่จะซื้อที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ (77.85 %) แะ เดียว มีเพียงส่วนน้อยที่ซื้อจาก
ศูนย์บริการขนาดเล็ก (10.74 %) และขนาดเล็กมาก (11.41 %) เมื่อพิจารณาโดยรวม
แล้วพบว่า ศูนย์บริการที่ชาวนาและชาวไร่ในกลุ่มตัวอย่างเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ประจำวัน
มีความคล้ายคลึงกัน แต่แตกต่างกับกลุ่มชาวประมง

ตาราง 41 เปรียบเทียบอัตราส่วนการเดินทางไปซื้อยาสามัญประจำบ้าน ที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ	ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด กอนขาง ใหญ่(B)	ศูนย์ขนาด กลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
ชาวประมง		6	120	73	—	—	199
	%	3.02	60.30	36.68	—	—	100
ชาวนา		54	—	—	2	109	165
	%	32.73	—	—	1.21	66.06	100
ชาวไร่		104	—	—	8	32	144
	%	72.22	—	—	5.56	22.22	100
รวม		164	120	73	10	141	508
	%	32.28	23.62	14.37	9.97	27.76	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของการเดินทางไปซื้อยาสามัญประจำบ้าน ที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ พบว่าชาวประมงส่วนใหญ่ (60.30 %) เดินทางไปซื้อที่ศูนย์บริการขนาดกอนขางใหญ่ และรองลงมาคือศูนย์บริการขนาดกลาง (36.68 %) ส่วนชาวนาส่วนใหญ่นิยมซื้อยาสามัญประจำบ้านจากศูนย์บริการขนาดเล็กมาก (66.06 %) รองลงมาคือที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ ตรงข้ามกับกลุ่มชาวไร่ที่ส่วนใหญ่ (72.20 %) นิยมไปซื้อที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ รองลงมาคือที่ศูนย์บริการขนาดเล็กมาก (22.22 %) สรุปได้ว่าศูนย์บริการทั้ง 3 กลุ่มกัวยางเดินทางไปซื้อยาสามัญประจำบ้านนั้นแตกต่างกันจริง ตามสมมุติฐาน ข้อ 2

ตาราง 42 เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปซื้อเครื่องใช้ในการก่อสร้าง
และการประกอบอาชีพ จากศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน
ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ \	ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด ค่อนข้าง ใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาด กลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
ชาวประมง		122	200	106	—	—	428
	%	28.50	46.73	24.88	—	—	100
ชาวนา		509	—	—	2	51	562
	%	90.57	—	—	0.36	9.07	100
ชาวไร่		325	—	—	6	2	333
	%	97.60	—	—	1.80	0.60	100
รวม		956	200	106	8	53	1323
	%	72.26	15.12	8.01	0.60	4.01	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของการ เดินทางไปซื้อเครื่องใช้ในการก่อสร้าง
และการประกอบอาชีพ จากศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา
และชาวไร่ พบว่า คนในชุมชนชาวประมงส่วนใหญ่ (46.73 %) เดินทางไปซื้อที่ศูนย์บริการ
ขนาดค่อนข้างใหญ่ รองลงมาในขนาดไล่เรียงกัน คือ ที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ (28.50 %) และศูนย์บริการขนาดกลาง (24.77 %) ส่วนชาวนาและชาวไร่ในกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด
(90.57 % และ 97.60 % ตามลำดับ) นิยมซื้อที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่เช่นเดียวกัน ฉะนั้น
ความแตกต่างจึงพบในเฉพาะกลุ่มชาวประมงเท่านั้น

ตาราง 43 เปรียบเทียบอัตราส่วนการเดินทางไปรับบริการ ตัดผม ในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่

อาชีพ \ ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาดใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาดค่อนข้างใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาดกลาง (C)	ศูนย์ขนาดเล็ก (D)	ศูนย์ขนาดเล็กมาก (E)	รวม
ชาวประมง	5	81	9	—	—	95
%	5.26	85.26	9.47	—	—	100
ชวนา	13	—	—	—	75	88
%	14.77	—	—	—	85.23	100
ชาวไร่	54	—	—	—	9	63
%	85.71	—	—	—	14.29	100
รวม	72	81	9	—	84	246
%	29.27	32.93	3.65	—	34.15	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของจำนวนผู้ชายในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ที่เดินทางไปตัดผมที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่าผู้ชายในชุมชนประมงเกือบทั้งหมด (85.26 %) นิยมไปรับบริการในศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่ ส่วนในชุมชนชวนานิยมไปศูนย์ขนาดเล็กมาก (85.23 %) และในชุมชนชาวไร่นิยมไปศูนย์ขนาดใหญ่ (85.71 %) จึงนับได้ว่าศูนย์บริการที่ผู้ชายในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เดินทางไปตัดผมมีขนาดแตกต่างกันจริง ตามสมมุติฐานข้อ 2

ตาราง 44 เปรียบเทียบอัตราส่วนการเดินทางไปรับบริการเสริมสวยตัดผมในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อัตราส่วน ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาด ใหญ่	ศูนย์ขนาด กลาง	ศูนย์ขนาด เล็ก	ศูนย์ขนาด เล็กมาก	รวม
ชาวประมง	7	82	2	—	91
%	7.69	90.11	2.20	—	100
ชาวนา	23	—	—	48	71
%	32.39	—	—	67.61	100
ชาวไร่	56	—	—	2	58
%	96.55	—	—	3.45	100
รวม	86	82	2	50	220
%	39.09	37.27	0.91	22.73	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของจำนวนสตรีในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ที่เดินทางไปเสริมสวยตัดผมจากศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่าชาวประมงเกือบทั้งหมด (90.11 %) นิยมไปรับบริการที่ศูนย์บริการขนาดเกือบใหญ่ แต่ชาวนาส่วนใหญ่นิยมไปรับบริการที่ศูนย์บริการขนาดเล็กมาก รองลงมาคือศูนย์บริการขนาดใหญ่ (32.39 %) ส่วนชาวไร่ เกือบทั้งหมด (96.55 %) เดินทางไปรับบริการที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ จึงกล่าวได้ว่าศูนย์บริการที่สตรีในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง เดินทางไปเสริมสวยตัดผมมีขนาดแตกต่างกันจริง ตามสมมุติฐานข้อ 2

ตาราง 45 เปรียบเทียบอัตราส่วนการ เดินทางไปรับบริการคัดเลือดน้ำสตรี ในศูนย์
ขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ	ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด ค่อนข้าง ใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาด กลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
ชาวประมง		9	69	6	—	—	84
	%	10.71	82.14	7.14	—	—	100
ชาวนา		10	—	—	—	61	71
	%	14.08	—	—	—	85.92	100
ชาวไร่		70	—	—	—	1	71
	%	98.59	—	—	—	1.41	100
รวม		89	69	6	—	62	226
	%	39.38	30.53	2.65	—	27.43	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของจำนวนสตรีในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ที่เดินทางไปคัดเลือดน้ำในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน จะเห็นได้ว่าสตรีในชุมชนประมงเกือบทั้งหมด (82.14 %) นิยมคัดเลือดที่ศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่ มีเพียงส่วนน้อยที่เดินทางไปคัดเลือดที่ศูนย์บริการใหญ่ (10.71 %) ส่วนชาวนาเกือบทั้งหมด (85.92 %) นิยมคัดเลือดที่ศูนย์บริการขนาดเล็กมาก มีส่วนน้อย (14.08 %) ที่นิยมเดินทางไปคัดเลือดในศูนย์บริการขนาดใหญ่ แต่สำหรับสตรีชาวไร่ในกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด (98.59 %) นิยมไปคัดเลือดจากศูนย์บริการขนาดใหญ่ สรุปได้ว่าศูนย์บริการที่สตรีในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 นิยมไปคัดเลือด มีขนาดแตกต่างกันจริง ตามสมมุติฐานข้อ 2

ตาราง 46 เปรียบเทียบอัตราการส่วนการ เดินทางไปรับบริการตัดเชื้อผ้าชายในศูนย์
บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ \ ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด ค่อนข้าง ใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาด กลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
ชาวประมง	8	78	3	—	—	89
%	8.99	87.64	3.37	—	—	100
ชาวนา	45	—	—	—	35	80
%	56.25	—	—	—	43.75	100
ชาวไร่	71	—	—	—	1	72
%	98.61	—	—	—	1.39	100
รวม	124	78	3	—	36	241
	51.45	32.37	1.24	—	14.94	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของจำนวนผู้ชายในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ที่เดินทางไปตัดเชื้อในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่าชาวประมงเกือบทั้งหมด (87.64 %) นิยมไปตัดเชื้อที่ศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่ มีเพียงส่วนน้อยที่เดินทางไปตัดเชื้อยังศูนย์บริการขนาดใหญ่ ส่วนชาวนามีอัตราส่วนของการเดินทางไปตัดเชื้อที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ (56.25 %) ใกล้เคียงกับที่ศูนย์บริการขนาดเล็กมาก (43.75 %) แต่ชาวไร่เกือบทั้งหมด (98.6 %) เดินทางไปตัดเชื้อที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ นับได้ว่าผู้ชายในทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง นิยมไปตัดเชื้อจากศูนย์บริการที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างกลุ่มชาวประมง ชาวไร่ และชาวนา ตามสมมุติฐาน ข้อ 2

ตาราง 47 เปรียบเทียบอัตราส่วน การเดินทางไปรับบริการขอวิทยุ ในศูนย์บริการ
ขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ	ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด ค่อนข้าง ใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาด กลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
ชาวประมง		23	60	2	—	—	85
	%	27.06	70.59	2.35	—	—	100
ชาวนา		88	—	—	—	3	91
	%	96.70	—	—	—	3.30	100
ชาวไร่		69	—	—	—	—	69
	%	100	—	—	—	—	100
รวม		180	60	2	—	3	245
	%	73.47	24.49	0.82	—	1.22	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของจำนวนคนในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ที่เดินทางไป
ขอวิทยุ เครื่องใช้ซึ่งมีประจำเกือบทุกครอบครัว พบว่ามีความคล้ายคลึงกันทุกชุมชน กล่าวคือ
นิยมไปขอที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มชาวไร่ (100 %) และชาวนา (96.70 %)
ยกเว้นกลุ่มชาวประมงที่อัตราส่วนของจำนวนคนที่เดินทางไปขอวิทยุที่ศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่
มากกว่า (70.59 %) ศูนย์บริการขนาดใหญ่ (27.06 %) ฉะนั้นความแตกต่างพบเฉพาะกลุ่ม
ชาวประมงเท่านั้น

ตาราง 48 เปรียบเทียบอัตราส่วนการเดินทางไปรับบริการซ่อมเครื่องยนต์ในศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ของคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

อาชีพ	ขนาดศูนย์	ศูนย์ขนาดใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาดค่อนข้างใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาดกลาง (C)	ศูนย์ขนาดเล็ก (D)	ศูนย์ขนาดเล็กมาก (E)	รวม
ชาวประมง		19	36	7	—	—	62
	%	30.65	58.06	11.29	—	—	100
ชาวนา		72	—	—	—	1	73
	%	98.63	—	—	—	1.37	100
ชาวไร่		16	—	—	—	—	16
	%	100	—	—	—	—	100
รวม		107	36	7	—	1	151
	%	70.86	23.84	4.64	—	0.66	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของจำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มที่เดินทางไปซ่อมเครื่องยนต์ ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าจำเป็นกับสูง พบว่ามีความคล้ายคลึงกับการเดินทางไปซ่อมวิทยุ กล่าวคือ คนทั้ง 3 ชุมชนนิยมไปซ่อมที่ศูนย์ขนาดใหญ่ (ชาวไร่ 100 % ชาวนา 98.63 %) แต่อัตราส่วนของจำนวนคนในชุมชนประมงที่นิยมไปซ่อมที่ศูนย์ขนาดค่อนข้างใหญ่มีมากกว่า (58.06 %) ศูนย์ขนาดใหญ่ (30.65 %) ฉะนั้นความแตกต่างจะพบบ้างเฉพาะในกลุ่มชาวประมง เท่านั้น

ตาราง 49 อัตราส่วนร้อยละของชาวประมงในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการนอกประเภท ที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ

ประเภท สินค้าและบริการ	ขนาดศูนย์กลาง	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด ค่อนข้าง ใหญ่(B)	ศูนย์ขนาด ปานกลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
อาหารสด		—	103	92	—	17	212
เครื่องประกอบอาหาร		38	123	275	—	5	441
เครื่องใช้ภายในครัวเรือน		46	155	84	—	—	285
เครื่องใช้ทั่วไป		10	74	206	—	—	290
เครื่องใช้ประจำวัน		28	181	155	—	—	364
ยาสามัญประจำบ้าน		6	120	73	—	—	199
เครื่องใช้ในการก่อสร้าง และการประกอบอาชีพ		122	200	106	—	—	428
คัทฉะ		5	81	9	—	—	95
เสริมสวย คัทฉะ		7	82	2	—	—	91
เสื้อผ้าสตรี		9	69	6	—	—	84
คัทเสื้อผ้าชาย		8	78	3	—	—	89
ซ่อมวิทยุ		23	60	2	—	—	85
ซ่อมเครื่องยนต์		19	36	7	—	—	62
รวม		321	1362	1020	—	22	2725
%		11.78	49.98	37.43	—	0.81	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละของจำนวนคนที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากศูนย์บริการต่าง ๆ พบว่าประมาณครึ่งหนึ่ง (49.98 %) ของชาวประมงในกลุ่มตัวอย่าง เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่ รองลงมาคือ ศูนย์บริการขนาดกลาง มีส่วนน้อยที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ (11.78 %)

ตาราง 50 อัตราส่วนร้อยละของชาวนาในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ
แต่ละประเภท ที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ

ประเภท สินค้าและบริการ	ขนาดศูนย์กลาง	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด ค่อนข้าง ใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาด ปานกลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
อาหารสด		39	—	—	162	25	226
เครื่องประกอบอาหาร		68	—	—	160	190	418
เครื่องใช้ภายในครัวเรือน		267	—	—	11	—	278
เครื่องใช้ทั่วไป		95	—	—	11	172	278
เครื่องใช้ประจำวัน		200	—	—	34	136	370
ยาสามัญประจำบ้าน		54	—	—	2	109	165
เครื่องใช้ในการก่อสร้าง และการประกอบอาชีพ		509	—	—	2	51	562
คัคนม		13	—	—	—	75	88
เสริมสวย คัคนม		23	—	—	—	48	71
ตัดเสื้อผ้าสตรี		10	—	—	—	61	71
ตัดเสื้อผ้าบุรุษ		45	—	—	—	35	80
ซ่อมวิทยุ		88	—	—	—	3	91
ซ่อมเครื่องยนต์		72	—	—	—	1	73
รวม		1483	—	—	382	906	2771
%		53.52	—	—	13.79	32.70	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละโดยเฉลี่ยของจำนวนชาวนาที่เดินทางไปซื้อสินค้า
และบริการทุกประเภท ที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่าชาวนาประมาณครึ่งหนึ่ง (53.52 %)
เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการทุกประเภทที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ รองลงมาคือศูนย์บริการขนาด
เล็กมาก (32.70 %) และศูนย์บริการขนาดเล็ก (13.79 %)

ตาราง 51 อัตราส่วนร้อยละของชาวไร่ในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ
แต่ละประเภท ที่ศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ

ประเภท สินค้าและบริการ	ขนาดศูนย์ บริการ	ศูนย์ขนาด ใหญ่ (A)	ศูนย์ขนาด ค่อนข้าง ใหญ่ (B)	ศูนย์ขนาด กลาง (C)	ศูนย์ขนาด เล็ก (D)	ศูนย์ขนาด เล็กมาก (E)	รวม
อาหารสด		162	—	—	45	18	225
เครื่องประกอบอาหาร		242	—	—	61	49	352
เครื่องใช้ภายในครัวเรือน		204	—	—	8	1	213
เครื่องใช้ทั่วไป		165	—	—	16	42	223
เครื่องใช้ประจำวัน		232	—	—	32	34	298
ยาสามัญประจำบ้าน		104	—	—	8	32	144
เครื่องใช้ในการก่อสร้าง และการประกอบอาชีพ		325	—	—	6	2	333
คัคนม		54	—	—	—	9	63
เสริมสวย คัคนม		56	—	—	—	2	58
คัคนมผ้าสตรี		70	—	—	—	1	71
คัคนมผ้าบุรุษ		71	—	—	—	1	72
ซ่อมวิทยุ		69	—	—	—	—	69
ซ่อมเครื่องยนต์		16	—	—	—	—	16
รวม		1770	—	—	176	191	2137
%		82.83	—	—	8.24	8.94	100

เมื่อพิจารณาอัตราส่วนร้อยละโดยเฉลี่ยของจำนวนชาวไร่ ที่เดินทางไปซื้อสินค้า
และบริการจากศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่าใกล้เคียงกับชาวนา กล่าวคือ คนส่วนใหญ่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่ แต่ในอัตราส่วนที่สูงกว่า (82.83 %) มีเพียง
ส่วนน้อยที่ซื้อที่ศูนย์บริการขนาดเล็กมาก (8.94 %) และขนาดเล็ก (8.24 %)

ความแตกต่างของขนาดของศูนย์บริการที่คนในแต่ละกลุ่มตัวอย่าง เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ สรุปได้ว่า ถ้าพิจารณาจากสินค้าและบริการทุกประเภทพบว่าแตกต่างเฉพาะกลุ่มชาวประมง ส่วนกลุ่มชาวนาและชาวไร่ แตกต่างกันเพียงเล็กน้อย เมื่อพิจารณาแต่ละประเภทของสินค้าและบริการ พบว่าที่แตกต่างกันทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ การซื้ออาหารสด เครื่องประกอบอาหาร เครื่องใช้ทั่วไป ยาสามัญประจำบ้าน การตัดผม เสริมสวย-ตัดผม ตัดเล็บสตรี และตัดเล็บบุรุษ

กลุ่มของสินค้าและบริการที่พบว่าแตกต่างกันเพียงบางกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งพบว่าแตกต่างเฉพาะกลุ่มประมง ส่วนในกลุ่มชาวนาและชาวไร่พบว่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ เครื่องใช้ภายในครัวเรือน เครื่องใช้ประจำวัน เครื่องใช้ในการก่อสร้างและการประกอบอาชีพ วิทยุ และซ่อมเครื่องยนต์

4. เปรียบเทียบความถี่ในการเดินทาง

การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการเปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละของความถี่ในการเดินทาง
ไปซื้อสินค้าและบริการ ในศูนย์กลางประเภทต่าง ๆ ผลปรากฏตามตาราง 52 - 57

ตาราง 52 แสดงความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์บริการต่าง ๆ ของชาวประมง

สถานที่	จำนวนครั้งต่อวัน				จำนวนครั้งต่อสัปดาห์				จำนวนครั้งต่อเดือน				รวม
	1-2	3-4	5-6		1-2	3-4	5-6		1-2	3-4	5-6		
ร้านค้าในหมู่บ้านต่าง ๆ	46	28	9		5	5	2		1	-	-		96
	47.92	29.17	9.38		5.21	5.21	2.08		1.04	-	-		%
ตลาดสุขาภิบาลบ้านแหลม	45	2	1		27	11	-		6	1	-		98
	45.92	2.04	1.02		27.55	11.22	-		6.12	1.02	-		%
เทศบาลเมืองเพชรบุรี	7	-	-		37	1	2		25	4	4		98
	7.14	-	-		37.76	1.02	2.04		25.51	4.08	4.08		%
รวม	98	30	10		69	17	4		32	5	4		292
	33.56	10.27	3.42		23.63	5.82	1.37		10.96	1.71	1.37		%

ผลการวิเคราะห์อัตราส่วนร้อยละของความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าจากศูนย์บริการต่าง ๆ ของชาวประมง พบว่าชาวประมงส่วนใหญ่ (33.56 %) มีความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าสูง คือ 1 - 2 ครั้งต่อวัน รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ (23.63 %) และ 1 ครั้งต่อเดือน (10.96 %)

เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของสถานที่ให้บริการสินค้าและบริการแก่ชาวประมง ในกลุ่มตัวอย่าง พบว่าการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าในหมู่บ้านมีความถี่สูง ร้อยละ 47.92 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางไป 1 - 2 ครั้งต่อวัน รองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อวัน (29.17 %) และ 5 - 6 ครั้งต่อวัน (9.38 %) ความถี่ในการเดินทางไปร้านค้าที่น้อยที่สุด คือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน ซึ่งมีเพียงร้อยละ 1.04 ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่า ร้านค้าในชุมชนมีความสำคัญต่อคนในชุมชนประมง

ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่ตลาดบ้านแหลม พบว่ามีความถี่สูงเช่นกัน กล่าวคือ ร้อยละ 45.92 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางไป 1 - 2 ครั้งต่อวัน รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ (27.55 %) และ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ (11.22 %)

ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่เขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี พบว่าร้อยละ 37.76 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางไป 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน (25.51 %) นอกจากนี้ยังพบวาร้อยละ 7.14 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางไปซื้อสินค้าทุกวัน

ตาราง 53 แสดงความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ ที่ศูนย์บริการต่าง ๆ ของชาวนา

ความถี่ สถานที่	จำนวนครั้งต่อวัน			จำนวนครั้งต่อสัปดาห์			จำนวนครั้งต่อเดือน			จำนวนครั้งต่อปี			รวม
	1-2	3-4	5-6	1-2	3-4	5-6	1-2	3-4	5-6	1-2	3-4	5-6	
ร้านค้าในหมู่บ้าน	42	13	2	13	13	2	2	—	—	—	—	—	87
	48.28	14.94	2.30	14.94	14.94	2.30	2.30	—	—	—	—	—	%
ตลาดนัด	—	—	—	83	—	—	4	—	—	—	—	—	87
	—	—	—	95.40	—	—	4.60	—	—	—	—	—	%
เพอร์ซูรี	3	—	—	16	5	—	39	13	4	1	—	—	87
	3.45	—	—	18.39	5.75	—	44.83	14.94	6.90	1.15	—	—	%
รวม	45	13	2	112	18	2	45	13	6	4	1	—	261
	17.24	4.98	0.77	42.91	6.90	.77	17.24	4.98	2.30	1.53	0.30	—	%

ผลการวิเคราะห์อัตราส่วนร้อยละของการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากสถานที่ต่าง ๆ ตามความถี่ขนาดต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างในชุมชนชาวนา โดยส่วนรวมแล้วชาวนา (42.91 %) จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากศูนย์บริการต่าง ๆ ทั้งหมดเฉลี่ย 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้งต่อวัน (17.24 %) และ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน (17.24 %)

เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของสถานที่ให้บริการด้านสินค้าและบริการต่าง ๆ แก่ชาวนาในกลุ่มตัวอย่าง พบว่าชาวนาในกลุ่มตัวอย่างเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าในบริเวณหมู่บ้านควยความถี่ 1 – 2 ครั้งต่อวัน เป็นส่วนใหญ่ (48.28 %) รองลงมาคือความถี่ 3 – 4 ครั้งต่อวัน (14.94 %) 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ (14.94 %) และ 3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์ (14.94 %)

การเดินทางไปซื้อสินค้าจากตลาดนัด ซึ่งมีประจำสัปดาห์ละ 2 วัน นั้น ปรากฏว่าเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญต่อชาวนาในกลุ่มตัวอย่างมาก โดยเฉพาะการให้บริการด้านอาหารสด ผลจึงปรากฏว่าชาวนาในกลุ่มตัวอย่างเดินทางไปยังตลาดนัดทุกครั้ง (2 ครั้งต่อสัปดาห์) หรือไปเพียงสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

ส่วนการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี พบว่ามีความถี่น้อยกว่าการไปซื้อของจากตลาดนัดและร้านค้าในชุมชน อัตราส่วนร้อยละ 44.83 ของชาวนาในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรีควยความถี่ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน รองลงมาคือสัปดาห์ละ 1 – 2 ครั้ง (18.39 %) และ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน (14.94 %)

อาจสรุปได้ว่าความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าของชาวนาจะสัมพันธ์กับระยะทางการเดินทางและขนาดของศูนย์ กล่าวคือการเดินทางไปซื้อยังศูนย์ใดที่มีความถี่สูงกว่าศูนย์ที่อยู่ใกล้กว่า และการเดินทางไปซื้อยังศูนย์ขนาดเล็กมีความถี่สูงกว่าศูนย์ขนาดใหญ่

ตาราง 54 ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์บริการต่าง ๆ ของชาวไร่

ความถี่ สถานที่	จำนวนครั้งต่อวัน				จำนวนครั้งต่อสัปดาห์				จำนวนครั้งต่อเดือน				จำนวนครั้งต่อปี				รวม
	1-2	3-4	5-6		1-2	3-4	5-6		1-2	3-4	น้อยกว่า 1		1-2	3-4	5-6		
ร้านค้าในหมู่บ้าน	22	7	1		15	6	1		4	1	10		6	1	—		74
	29.73	9.46	1.35		20.27	8.11	1.35		5.41	1.35	13.51		8.11	1.35	—	%	
ตลาดนัด	—	—	—		37	—	—		19	—	5		10	3	1		74
ตลาด	—	—	—		50.00	—	—		25.68	—	6.76		13.51	4.05	1.35	%	
ตลาดทาง	—	—	—		39	2	—		27	3	2		2	1	3		74
	—	—	—		52.70	2.70	—		36.49	4.05	2.70		2.70	1.35	4.05	%	
เทศบาลเมือง	—	—	—		4	—	—		21	—	21		19	8	1		74
เขตรัฐ	—	—	—		5.41	—	—		28.38	—	28.38		25.68	10.81	1.35	%	
รวม	22	7	1		93	10	1		71	4	38		37	13	5		296
	7.43	2.37	.34		31.42	3.38	0.34		23.99	1.35	12.84		12.50	4.39	1.69	%	

ผลการวิเคราะห์อัตราส่วนร้อยละของความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าจากศูนย์บริการต่าง ๆ ของชาวไร่พม่าชาวไร่ (31.42 %) ส่วนใหญ่เดินทางไปซื้อสินค้าจากศูนย์บริการต่าง ๆ ภายความถี่เฉลี่ย 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน (23.99 %) และ 1 - 2 ครั้งต่อปี หรือน้อยกว่านั้น (12.50 % และ 12.84 % ตามลำดับ)

เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของสถานที่ให้บริการร้านค้าและบริการต่าง ๆ แก่ชาวไร่ในกลุ่มตัวอย่าง พบว่าในกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าในหมู่บ้านหรือชุมชนใกล้เคียง อัตราส่วนร้อยละ 29.73 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางไปซื้อด้วยความถี่ 1 - 2 ครั้งต่อวัน รองลงมา คือ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ (20.27 %) และน้อยกว่า 1 ครั้งต่อปี (13.51 %) จะเห็นได้ว่าความถี่ในการเดินทางแตกต่างกันมาก

ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าจากตลาดนัดถนนเอก ซึ่งเดิมมีสัปดาห์ละครั้ง และเพิ่มเป็น 2 ครั้ง มาประมาณ 1 เดือนเศษ นั้นอัตราส่วนร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางไปซื้อสินค้าจากตลาดนัดดังกล่าวด้วยความถี่ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน (25.68 %) อัตราส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 25.67 จะเดินทางไปซื้อสินค้าจากตลาดนัดประมาณ 2 เดือนต่อ 1 ครั้ง จนถึงน้อยกว่าปีละครั้ง

ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากตลาดท้ายางของชาวไร่ในกลุ่มตัวอย่าง อัตราส่วนร้อยละ 52.70 จะเดินทางไปซื้อด้วยความถี่ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน (36.49 %) จะเห็นได้ว่าความถี่ในการเดินทางไปตลาดท้ายางกับตลาดนัดถนนเอกไม่แตกต่างกัน การเดินทางไปตลาดท้ายางกลับมีอัตราส่วนของความถี่สูงกว่าการเดินทางไปยังตลาดนัดถนนเอก

ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี พบว่ามีความถี่น้อยกว่าการเดินทางไปศูนย์อื่นที่กล่าวมาแล้ว ชาวไร่ร้อยละ 66.22 ของกลุ่มตัวอย่าง เดินทางไปซื้อสินค้าจากเทศบาลเมืองเพชรบุรี อยู่ระหว่างระยะ 2 เดือนต่อครั้งถึงปีละครั้งหรือน้อยกว่านั้น โดยเฉพาะในกลุ่มนี้ จำนวนร้อยละของผู้ที่เดินทางไปซื้อสินค้าจากศูนย์ดังกล่าวน้อยกว่าปีละครั้งมีมากที่สุด (28.38 %) ผู้ที่เดินทางไปซื้อจากศูนย์ดังกล่าวด้วยความถี่สูงสุด ส่วนใหญ่ (28.38 %) จะไป 1 - 2 ครั้งต่อเดือน แม้ว่าจะมีผู้ที่เดินทางไป

เพชรบุรี 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ อยู่ประมาณ 5.41 % ของกลุ่มตัวอย่าง นับว่าไม่มีความสำคัญ คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะเป็นพวกที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตเทศบาลเพชรบุรี แต่ไปทำไร่อยู่ ในบริเวณที่ศึกษา หรือเป็นผู้ดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ดังกล่าว เช่น กิจการเดินรถ รับซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ฯลฯ

อาจสรุปได้ว่าความถี่ในการเดินทางของชาวไร่ไม่สัมพันธ์กับระยะทาง และขนาดของศูนย์บริการ

ตาราง 55 เปรียบเทียบความถี่ในการ เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าในหมู่บ้าน ของคนในชุมชน
ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่

ความถี่ อาชีพ	จำนวนครั้งต่อวัน			จำนวนครั้งต่อสัปดาห์			จำนวนครั้งต่อเดือน			จำนวนครั้งต่อปี			รวม
	1-2	3-4	5-6	1-2	3-4	5-6	1-2	2-4	3-4	1-2	3-4		
ชาวประมง	46	29	9	5	5	2	1	—	—	—	—	96	
	47.92	29.17	9.38	5.12	5.12	2.08	1.04	—	—	—	—		
ชาวนา	42	13	2	13	13	2	2	—	—	—	—	87	
	48.28	14.94	2.30	14.94	14.94	2.30	2.30	—	—	—	—		
ชาวไร่	22	7	1	15	5	1	4	1	10	6	1	74	
	29.73	9.46	20.27	8.11	1.35	5.41	1.35	1.35	13.51	8.1			
รวม	110	48	12	33	24	5	7	1	10	6	1	257	
	42.80	18.68	4.67	12.84	9.34	1.95	2.72	0.39	3.89	2.33	0.39		

จากการพิจารณาอัตราส่วนของความถี่ในการ เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากร้านค้าภายในหมู่บ้าน หรือ
บริเวณใกล้เคียง ตั้งแต่ 1 ครั้งต่อวันขึ้นไป พบว่า ชาวประมงมีความถี่สูงสุด คือร้อยละ 86.47 รองลงมาคือกลุ่ม
ชาวนาร้อยละ 65.52 และชาวไร่ร้อยละ 59.46

ตาราง 56 เปรียบเทียบความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้า และบริการจากศูนย์ใหญ่ของชุมชน
ชาวประมง ชวนา และชาวไร่

ความถี่ อาชีพ	จำนวนครั้งต่อวัน			จำนวนครั้งต่อสัปดาห์		จำนวนครั้งต่อเดือน			จำนวนครั้งต่อปี			รวม
	1-2	2-3	5-6	1-2	3-4	1-2	3-4	1-2	3-4	1-2	3-4	5-6
ชาวประมง ¹	45	2	1	27	11	6	1	1	—	1	4	—
	45.92	2.04	1.02	27.55	11.22	6.12	1.02	—	—	1.02	4.08	—
ชวนา ²	—	—	—	83	—	4	—	—	—	—	—	—
	—	—	—	95.40	—	4.60	—	—	—	—	—	—
ชาวไร่ ³	—	—	—	37	—	19	—	5	10	3	1	—
	—	—	—	49.33	—	25.33	—	6.67	13.33	4.0	1.33	—
รวม	45	2	1	147	11	29	—	5	11	7	1	—
	17.31	0.77	0.39	56.54	4.23	11.15	—	1.92	4.23	2.69	0.39	—

1 ตลาดชุมชนกิโลบายานแหลม

2 นิคโทพระ

3 นิคตนเกด

การเดินทางไปศูนย์ใหญ่ของชุมชน พบว่ากลุ่มชาวประมงมีความถี่เฉลี่ยตั้งแต่วันละครั้งขึ้นไปถึงร้อยละ 48.98 ซึ่งไม่พบในอีก 2 กลุ่มตัวอย่าง ในกลุ่มตัวอย่างชาวนา พบว่าเกือบทั้งหมด (95.40 %) เดินทางไปศูนย์ใหญ่ของชุมชน 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ แต่ชาวไร่มองเห็นประมาณครึ่งหนึ่ง (49.33 %) ของกลุ่มตัวอย่าง นอกนั้นจะพบในความถี่ที่น้อยกว่านี้โดยเฉพาะความถี่ขนาด 1 - 2 ครั้งต่อเดือน

ตาราง 57 เปรียบเทียบความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่เขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี

ความถี่ อาชีพ	จำนวนครั้งต่อวัน			จำนวนครั้งต่อสัปดาห์			จำนวนครั้งต่อเดือน			จำนวนครั้งต่อปี					รวม
	1-2	2-4	5-6	1-2	3-4	5-6	1-2	3-4	ต่ำกว่า 1	1-2	3-4	5-6	7-8		
ชาวประมง	7	—	—	37	1	2	25	4	5	6	7	4	—	98	
	7.14	—	—	37.76	1.04	2.04	25.51	4.08	5.10	6.12	7.14	4.08	—	.	
ชาวนา	3	—	—	16	5	—	39	13	—	—	6	4	1	67	
	3.45	—	—	18.39	5.75	—	44.83	14.94	—	—	6.90	4.60	1.15		
ชาวไร่	—	—	—	4	—	—	21	—	21	19	8	1	—	74	
	—	—	—	5.41	—	—	28.28	—	28.38	25.68	10.81	1.35	—		
รวม	10	—	—	57	6	2	85	17	26	25	21	9	1	259	
	3.86	—	—	22.0	2.32	0.77	32.82	6.56	10.04	9.65	8.11	3.48	0.39		

จากการพิจารณาอัตราส่วนของความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่ศูนย์กลางใหญ่ของจังหวัด กลุ่มที่เดินทางไปทุกวัน พบเฉพาะในกลุ่มชาวประมงและชาวนา แต่ในอัตราส่วนที่น้อยมาก (7.14 % และ 3.45 % ตามลำดับ) จำนวนความถี่ที่สูงกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ พบว่าในกลุ่มชาวประมงมีร้อยละ 47.96 ในกลุ่มชาวนามีร้อยละ 27.59 ส่วนในกลุ่มชาวไร่พบเพียงร้อยละ 5.41 เมื่อพิจารณาความถี่ที่สูงกว่า 1 ครั้งต่อเดือน พบว่า กลุ่มชาวประมงเดินทางไ้ความถี่สูง ร้อยละ 77.55 ส่วนกลุ่มชาวนามีความถี่สูงถึงร้อยละ 87.36 ส่วนชาวไร่มีความถี่ร้อยละ 33.79

จึงอาจสรุปได้ว่า ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่เขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี ซึ่งเป็นศูนย์ใหญ่ของบริเวณที่ศึกษาทั้งหมดรวมกัน พบว่า ชาวประมงมีความถี่สูงสุด ส่วนใหญ่จะเดินทางไปมีความถี่สูงกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนกลุ่มชาวนาส่วนใหญ่มีความถี่อยู่ระหว่างน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ถึงเกือบละครั้ง ชาวไร่ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ต่ำกว่ากลุ่มอื่น คือ ความถี่ที่ต่ำกว่าเกือบละครั้ง (66.22 %) มีมากกว่า เกือบละ 1 - 2 ครั้ง (28.38 %)

5. พิสัยในการซื้อสินค้าและบริการ

การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยการเปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละของผู้ไปซื้อสินค้าที่เลือกสรรในปริมาณต่าง ๆ ตามประเภทของสินค้า และเปรียบเทียบอัตราส่วนร้อยละของผู้ไปรับบริการรักษาพยาบาลในสถานพยาบาลประเภทต่าง ๆ ในอาการใช้ประเภทต่าง ๆ ที่เลือกสรร และทดสอบความแตกต่างด้วยไค-สแควร์ ผลปรากฏตามตาราง 58 - 77

5.1 เปรียบเทียบพิสัยการซื้อสินค้าที่เลือกสรร

ตาราง 58 เปรียบเทียบพิสัยปริมาณการซื้อกระเทียมแห้งของคนในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่ ด้วยอัตราส่วนร้อยละ

อาชีพ \ กิโลกรัม/ครั้ง	น้อยกว่า 1	1-1.9	2-2.9	3-5.9	6-9	10 ขึ้นไป	รวม
ชาวประมง	13	33	14	19	1	21	101
%	12.87	32.67	13.86	18.81	0.99	20.79	
ชวนา	23	45	6	11	5	6	96
%	23.96	46.88	6.25	11.46	5.21	6.25	
ชาวไร่	18	47	7	2	—	—	74
%	24.32	63.15	9.46	2.70	—	—	
รวม	54	125	27	32	6	27	271
%	19.93	46.13	9.96	11.81	2.21	9.96	

จากตาราง 58 พบว่าทั้งกลุ่มประมง (32.67 %) ชาวนา (46.88 %) และชาวไร่ (63.15 %) นิยมซื้อกระเทียมแห้งครั้งละ 1 – 1.9 กิโลกรัม เช่นกัน แต่กลุ่มชาวไร่มีอัตราส่วนเกินครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างชาวไร่ทั้งหมด อัตราส่วนรองลงไปของกลุ่มชาวประมง คือ ปริมาณตั้งแต่ 10 กิโลกรัมขึ้นไป (20.79 %) ของกลุ่มชาวนา ก็น้อยกว่า 1 กิโลกรัม (23.96 %) และของกลุ่มชาวไร่ (24.32 %) เหมือนกับกลุ่มชาวนา

เมื่อพิจารณาการกระจายของอัตราส่วนของผู้ซื้อกระเทียมแห้ง ในปริมาณต่าง ๆ พบว่ามีพิสัยปริมาณการซื้อแตกต่างกัน กลุ่มชาวไร่มีพิสัยปริมาณการซื้อกระเทียมแห้งต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างในชุมชนอื่น เพราะไม่ปรากฏการซื้อกระเทียมแห้งในปริมาณตั้งแต่ 6 กิโลกรัมขึ้นไป แต่พบว่าการซื้อในปริมาณที่ต่ำกว่า 2 กิโลกรัม มีอัตราส่วนถึง 87.47 % ส่วนกลุ่มชาวประมงและชาวนา แม้ว่าจะมีการซื้อกระเทียมแห้งในปริมาณต่าง ๆ เช่นเดียวกัน แต่เมื่อพิจารณาการกระจายของอัตราส่วนในปริมาณการซื้อกระเทียมแห้งตั้งแต่ 10 กิโลกรัมขึ้นไป มีถึง 20.79 % แต่กลุ่มชาวนามีเพียง 6.25 %

การทดสอบความแตกต่าง พิสัยปริมาณการซื้อกระเทียมแห้งของคนที่อยู่ในชุมชน ชาวนา ชาวประมง และชาวไร่ ควบคู่ - สแคว์ ผลปรากฏตามตาราง 59

ตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง ปริมาณการซื้อกระเทียมแห้งของคน
ในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ กว๊านไค - สแกว

อาชีพ \ กิโลกรัม/ครั้ง	น้อยกว่า 1	1 - 1.9	2 - 2.9	3 ขึ้นไป	รวม
ชาวประมง O	13	33	14	41	101
E	20.13	46.59	10.06	24.23	
ชาวนา O	23	45	6	22	96
E	19.13	44.28	9.57	23.03	
ชาวไร่ O	18	47	7	2	74
E	14.75	34.13	7.37	17.75	
รวม	54	125	27	65	271

$$\chi^2 = 41.3835^{**} \quad (** P < .01)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 59 แสดงว่ากลุ่มชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ มีปริมาณการซื้อกระเทียมแห้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 นั่นคือคนในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ มีปริมาณการซื้อกระเทียมแห้ง แตกต่างกันจริง ตามสมมุติฐานข้อ 5

ตาราง 60 เปรียบเทียบพิสัยปริมาณการใช้น้ำมันปรุงอาหาร ของคนในชุมชน ชาว
ประมง ชวนา และชาวไร่ ด้วยอัตราส่วนร้อยละ

อาชีพ \ กิโลกรัม / ครั้ง	ต่ำกว่า 1	1 - 1.9	2 - 2.9	3 ขึ้นไป	รวม
ชาวประมง	20	59	11	11	101
%	19.80	58.42	10.89	10.89	
ชวนา	31	56	5	—	92
%	33.69	60.87	5.43	—	
ชาวไร่	15	49	4	5	73
%	20.17	67.12	5.48	6.85	
รวม	66	164	20	16	266
%	24.82	61.65	7.52	6.02	

จากตาราง 60 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ส่วนใหญ่นิยมใช้น้ำมันปรุงอาหาร
ครั้งละประมาณ 1 - 1.9 กิโลกรัม โดยเฉพาะกลุ่มชาวไร่มีอัตราส่วนร้อยละสูงกว่ากลุ่มอื่น
(ชาวไร่ 67.12 % ชวนา 60.87 % และชาวประมง 58.42 %) กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3
จะใช้น้ำมันปรุงอาหารในปริมาณต่ำกว่า 1 กิโลกรัมต่อครั้ง ในอัตราส่วนรองลงไป โดยเฉพาะ
กลุ่มชวนามีอัตราส่วนมากกว่ากลุ่มอื่น (ชวนา 33.69 % ชาวไร่ 20.17 % และชาวประมง
19.80 %)

เมื่อพิจารณาพิสัยปริมาณการใช้น้ำมันปรุงอาหารในแต่ละครั้ง พบว่ากลุ่มชวนา
มีพิสัยค่าสุด เพราะกลุ่มชวนาไม่มีการซื้อในปริมาณตั้งแต่ 3 กิโลกรัมขึ้นไป ส่วนกลุ่มชวนา
และชาวไร่แม้ว่าจะมีอัตราส่วนของผู้น้ำมันปรุงอาหารในปริมาณตั้งแต่ 3 กิโลกรัมขึ้นไปเช่นกัน

แต่พิจารณาการกระจายอัตราส่วนของปริมาณการซื้อในขนาดต่าง ๆ พบว่าชาวประมงมีพิสัย
ปริมาณการซื้อน้ำมันปรุงอาหารสูงกว่าชาวไร่

เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของพิสัยปริมาณการซื้อคั่ว ไค - สแคว์ ผล
ปรากฏตามตาราง 61

ตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง พิสัยปริมาณการซื้อน้ำมันปรุงอาหาร ของ
คนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ คั่ว ไค - สแคว์

อาชีพ \ กิโลกรัม / ครั้ง	ต่ำกว่า 1	1 - 1.9	2 ขึ้นไป	รวม
ชาวประมง O	20	59	22	101
E	25.06	62.27	13.67	
ชาวนา O	31	56	5	92
E	22.83	56.72	12.45	
ชาวไร่ O	15	49	9	73
E	18.11	45.01	9.88	
รวม	66	164	36	266

$$\chi^2 = 14.6294^* (* P < .05)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 61 แสดงว่ากลุ่มชาวประมง ชาวนา และชาวไร่
มีพิสัยปริมาณการซื้อน้ำมันปรุงอาหาร แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือคน
ในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ มีพิสัยปริมาณการซื้อน้ำมันปรุงอาหาร แตกต่างกันอย่าง
ตามสมมุติฐานข้อ 5

ตาราง 62 การเปรียบเทียบพิสัยปริมาณการซื้อขายผักฟอกของคนในชุมชน ชาวประมง
ชาวนา และชาวไร่ กล้วย อีตราส่วนร้อยละ

ปริมาณ/ครั้ง อาชีพ	1 ของเล็ก	1 กลองเล็ก	1 กลองกลาง	1 กลองใหญ่	1 กลองยักษ์	รวม
ชาวประมง	3	7	8	40	43	101
%	2.97	6.93	7.92	39.6	42.57	
ชาวนา	8	12	18	28	28	94
%	8.51	12.77	19.15	29.79	29.79	
ชาวไร่	11	12	4	20	27	74
%	14.86	16.22	5.40	27.03	36.49	
รวม	22	31	30	88	98	269
%	8.18	11.58	11.15	32.71	36.43	

จากตาราง 62 พบว่าชาวประมงนิยมซื้อผักฟอกขนาดกลองยักษ์ มีอีตราส่วนสูงกว่าขนาดอื่น ๆ (42.57 %) รองลงมาคือขนาดกลองใหญ่ (39.6 %) สำหรับกลุ่มชาวนา นิยมซื้อขนาดกลองยักษ์ และกลองใหญ่ ในอีตราส่วนเท่ากัน คือ 29.79 % และอีตราส่วนจะลดน้อยลงตามขนาดของกลอง เช่นเดียวกับกลุ่มชาวประมง ส่วนกลุ่มชาวไร่ นิยมซื้อผักฟอกขนาดกลองยักษ์ มีอีตราส่วนมากกว่าขนาดอื่น ๆ (36.94%) และรองลงมาเป็นขนาดกลองใหญ่ (27.03 %) เช่นเดียวกับกลุ่มประมง แต่ในขนาดรองลงไปพบว่าแตกต่างกับกลุ่มประมง และชาวนา คือ อีตราส่วนจะผกผันกับขนาดของกลอง

แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 จะนิยมซื้อผักฟอกขนาดยักษ์ และขนาดใหญ่เช่นกัน แต่มีการกระจายของปริมาณการซื้อทุกขนาดเช่นกัน แต่เมื่อพิจารณาจากการกระจายของอีตราส่วนการซื้อแต่ละขนาด พบว่ามีพิสัยปริมาณการซื้อแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มชาวประมง

มีพิสัยปริมาณการซื้อต่ำสุด อัตราส่วนผู้ซื้อผงซักฟอก ขนาดยักซ์และขนาดใหญ่ รวมกัน
ราว 4 ใน 5 ของกลุ่มชาวประมง ขนาดเล็กลงไปมีอัตราส่วนการซื้อน้อย ส่วนกลุ่ม
ชาวไร่มีพิสัยปริมาณการซื้อสูงสุด เพราะแม้ว่าจะมีผู้นิยม ซื้อผงซักฟอกขนาดยักซ์ และ
ขนาดใหญ่ รวมกันเกินครึ่งหนึ่งของกลุ่มชาวประมง แต่อัตราส่วนของผู้ซื้อผงซักฟอก
ในปริมาณน้อยก็มีอัตราส่วนสูง (ของเล็ก 14.86 % กลองเล็ก 16.22 %)

เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของพิสัยปริมาณการซื้อผงซักฟอกในแต่ละครั้งของ
คนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ด้วย ไค - สแคว์ ผลปรากฏตามตาราง 63

ตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยปริมาณการซื้อผงซักฟอก ของคน
ในชุมชน ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ด้วย ไค - สแคว์

ปริมาณ/ อาชีพ	1 ของเล็ก	1 กลองเล็ก	1 กลองกลาง	1 กลองใหญ่	1 กลองยักซ์	รวม
ชาวประมง						
O	3	7	8	40	43	101
E	7.69	11.53	10.48	31.45	33.90	
ชาวนา						
O	8	12	18	28	28	94
E	7.0	10.15	9.55	28.65	30.88	
ชาวไร่						
O	11	12	4	20	27	47
E	5.79	8.68	7.89	23.66	25.51	
รวม	22	31	30	88	98	269

$$\chi^2 = 27.5619^* \quad (* P < .05)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 63 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 มีพิสัยปริมาณ
การซื้อผงซักฟอกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือคนในชุมชนชาวประมง
ชาวนา และชาวไร่ มีพิสัยปริมาณการซื้อผงซักฟอกแตกต่างกันจริง ตามสมมุติฐานข้อ 5

5.2 เปรียบเทียบพิสัยการรักษาพยาบาล

ตาราง 64 เปรียบเทียบพิสัยของการรักษาพยาบาล อาการท้องร่วงเป็นปึก ของคน
ในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ทั่วอัตราส่วนร้อยละ

อาชีพ	สถานพยาบาล	ทำยาเอง หม้อกลาง บ้าน	ซื้อยา	อนามัยชั้น 2	อนามัยชั้น 1	คลินิก แพทย์	โรงพยาบาล	รวม
ชาวประมง		—	18	3	49	6	16	92
%		—	19.57	3.26	53.26	6.52	17.39	
ชาวนา		2	5	49	1	27	4	88
%		2.27	5.68	55.68	1.14	30.68	4.55	
ชาวไร่		3	25	4	15	6	3	56
%		5.35	44.6	7.14	26.79	10.71	5.36	
รวม		5	48	56	65	39	23	236
%		2.12	20.34	23.73	27.54	16.53	9.75	

จากตาราง 64 พบว่าชาวประมงประมาณครึ่งหนึ่ง (53.26 %) ของกลุ่มตัวอย่างจะรักษาอาการท้องร่วงเป็นปึก ที่สถานีอนามัยชั้น 1 ซึ่งเป็นสถานบริการที่มีแพทย์ประจำที่อยู่ใกล้ที่สุดของชุมชน รองลงมาคือซื้อยามารับประทาน (19.57 %) และไปรับบริการจากโรงพยาบาล (17.39 %) ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนชาวนากว่าครึ่งหนึ่ง (55.68%) ของกลุ่มตัวอย่าง ไปรับบริการจากสถานีอนามัยชั้น 2 ซึ่งเป็นสถานบริการลำดับสูงสุดที่มีบริการอยู่ในชุมชน ส่วนที่เหลือส่วนใหญ่จะไปรับบริการจากคลินิกแพทย์ (30.68 %) และชาวไร่เกือบครึ่งหนึ่ง (44.6 %) ของกลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อยามารับประทานเอง รองลงมาคือ ไปรับบริการจากสถานีอนามัยชั้น 1 (26.79 %) ในสุขาภิบาลทำยา ซึ่งเป็นศูนย์บริการที่อยู่ใกล้ที่สุด ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า สถานรักษาพยาบาลอาการท้องร่วงเป็นปึกของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แตกต่างกัน

จากการพิจารณาสถานพยาบาลตามลำดับศักยภาพ พบว่าชาวประมงนิยมไปรับ
บริการจากสถานรักษาพยาบาลในลำดับสูงมากกว่าอีก 2 ชุมชน ส่วนกลุ่มชาวนามีลำดับ
ศักยภาพต่ำสุด กล่าวคืออัตราส่วนของความถี่ในการไปรับบริการจากสถานพยาบาลที่มีแพทย์ประจำ
ของคนในชุมชนทั้ง 3 เทียบร้อยละ 77.17, 42.86 และ 36.37 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาพิสัยของสถานรักษาพยาบาล พบว่าชาวโรมีพิสัยของการกระจาย
สูงสุด ส่วนกลุ่มชาวนามีพิสัยต่ำสุด

เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของพิสัยของสถานพยาบาลการท้องร่วงเป็นโรค
ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ไค - สแคว์ ตามตาราง 65

ตาราง 65 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรักษาพยาบาลอาการท้องร่วงเป็นมิด ของคน
ในชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่ กว๊านไค - สแก้ว

สถานพยาบาล อาชีพ	ชื่อยา	อนามัยชั้น 2	อนามัยชั้น 1	คลินิกแพทย์	โรงพยาบาล	รวม
ชาวประมง O	18	3	49	6	16	92
E	19.12	22.30	15.53	15.53	9.16	
ชวนา O	5	49	1	27	4	86
E	17.87	20.85	24.20	14.52	8.86	
ชาวไร่ O	25	4	15	6	3	53
E	11.01	12.85	12.85	8.95	5.28	
รวม	48	56	65	39	23	231

$$\chi^2 = 198.7356^{**} (** P < .01)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 65 พบว่าความถี่ในการไปรับบริการจากสถาน
พยาบาลต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดง
ว่า พฤติกรรมของสถานพยาบาลอาการท้องร่วงเป็นมิด ของคนในชุมชนทั้ง 3 แตกต่างกันอย่าง
ตามสมมุติฐานข้อ 5

ตาราง 66 เปรียบเทียบนิสัยของการรักษาอาการไข้หวัดใหญ่ ของคนในชุมชนชาว
ประมง ชวนา และชาวไร่ ควมอัตราส่วนร้อยละ

อาชีพ \ สถานพยาบาล	ชื่อยา	อนามัยชั้น 2	อนามัยชั้น 1	คลินิกแพทย์	โรงพยาบาล	รวม
ชาวประมง	24	2	50	11	14	100
%	23.76	1.98	49.51	13.86	10.89	
ชวนา	9	63	2	16	4	94
%	9.58	67.02	2.13	4.26	17.02	
ชาวไร่	20	6	23	12	9	71
%	29.58	8.45	32.39	12.68	16.90	
รวม	54	71	75	39	27	266
%	20.31	26.69	28.20	14.66	10.15	

จากตาราง 66 พบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวประมงประมาณครึ่งหนึ่ง (49.51 %) ไปรักษาพยาบาลที่สถานอนามัยชั้น 1 เพราะเป็นสถานที่ที่มีแพทย์ประจำซึ่งอยู่ใกล้สุด รองลงมา คือซื้อยามารับประทานเอง (23.76 %) กลุ่มชวนากว่าครึ่ง (67.02 %) ไปรับบริการจากสถานอนามัยชั้น 2 ซึ่งเป็นสถานบริการของรัฐแห่งเดียวที่มีอยู่ในชุมชน รองลงไปคือ การรักษาจากคลินิกแพทย์ในเขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี แต่ในอัตราส่วนซึ่งไม่สูงนัก (17.02 %) ส่วนชาวไร่สถานรักษาพยาบาลกระจายมาก พบว่าการเดินทางไปรับบริการจากสถานอนามัยชั้น 1 จากสุราษฎร์ธานีทาง มีอัตราส่วนสูงสุด (32.39 %) รองลงมา คือ ซื้อยามารับประทาน (29.58 %) ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เพราะชุมชนชาวไร่การคมนาคมไม่สะดวก ฉะนั้นมักจะซื้อยาแก้ไขมาไว้ประจำบ้านเพื่อทุเลาอาการไข้ขึ้นต้น ถ้าไม่ทุเลาจึงจะไปรักษาจากสถานอนามัยชั้น 1

เมื่อพิจารณาตามลำดับค้ำยของสถานพยาบาล พบว่าชาวประมงมักจะไปรับ
บริการจากสถานพยาบาล ในลำดับค้ำยที่สูงกว่าอีก 2 ชุมชน ส่วนกลุ่มชาวนาคำสุด เพราะ
การไปรักษาพยาบาลจากสถานนี้มีแพทย์ประจำมีในอัตราส่วนร้อยละ 74.26, 61.97 และ
23.41 ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบพิสัยของสถานรักษาพยาบาลพบว่า กลุ่มชาวไร่มีพิสัยสูงสุด
ส่วนกลุ่มชาวนามีพิสัยต่ำสุด

เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของพิสัยของสถานพยาบาลอาการไขหวัดใหญ่ของ
กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ค่ายไค - สแกว้ ตามตาราง 67

ตาราง 67 การเปรียบเทียบพิสัยการรักษาพยาบาลอาการไขหวัดใหญ่ ของคนในชุมชน
ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ค่าย ไค - สแกว้

สถานพยาบาล อาชีพ	ชื่อยา	อนามัยชั้น 2	อนามัยชั้น 1	คลินิกแพทย์	โรงพยาบาล	รวม	
ชาวประมง	O	24	2	50	11	14	101
	E	20.50	26.96	28.48	14.81	10.25	
ชาวนา	O	9	63	2	16	4	94
	E	19.08	25.09	26.50	13.78	9.54	
ชาวไร่	O	21	6	23	12	9	71
	E	14.41	18.65	20.02	10.41	7.21	
รวม		54	71	75	39	27	266

$$\chi^2 = 145.9374^{**} \quad (** P_i < .01)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 67 พบว่าความถี่ในการไปรับบริการจากสถาน
พยาบาลต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
แสดงว่าพิสัยของสถานพยาบาลอาการไขหวัดใหญ่ ของคนในชุมชนทั้ง 3 แตกต่างกันอย่าง
ความสมมุติฐานข้อ 5

ตาราง 68 เปรียบเทียบนิสัยของการรักษาพยาบาลโรคอีสุกอีใส ของคนในชุมชน
ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ด้วยอัตราส่วนร้อยละ

สถานพยาบาล อาชีพ	หมอกกลาง บ้าน	ซื้อยา	อนามัยชั้น 2	อนามัยชั้น 1	คลินิกแพทย์	โรงพยาบาล	รวม
ชาวประมง	—	49	2	31	7	—	89
%	—	55.06	2.25	34.83	7.86	—	
ชาวนา	3	11	45	1	28	3	91
%	3.30	12.09	49.45	1.10	30.77	3.30	
ชาวไร่	7	22	—	10	9	2	50
%	14	44	—	20	18	4	
รวม	10	82	47	42	5	44	230
%	4.35	35.69	20.44	18.26	2.17	19.13	

จากตาราง 68 พบว่าชาวประมงประมาณครึ่งหนึ่ง (55.06 %) ของกลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อยามารับประทานเอง รองลงมาคือไปยังสถานอนามัยชั้น 1 (34.83 %) ซึ่งต่างกับชาวนาซึ่งประมาณครึ่งหนึ่ง (49.45 %) ของกลุ่มตัวอย่างนิยมไปรักษาที่สถานอนามัยชั้น 2 รองลงมาคือไปหาแพทย์ที่คลินิก (30.77 %) ส่วนกลุ่มชาวไร่คล้ายกับกลุ่มชาวประมง กล่าวคือ ชาวไร่เกือบครึ่งหนึ่ง (44 %) ของกลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อยามารับประทานเช่นเดียวกัน รองลงมาคือไปสถานอนามัยชั้น 1 (20 %) และคลินิกแพทย์ (18 %) ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน แต่การรักษาหมอกกลางบ้านยังพบในชุมชนชาวไร่ (14 %) ไม่พบในชุมชนประมง

เมื่อพิจารณาลำดับศักยภาพของสถานรักษาพยาบาล พบว่า กลุ่มชาวประมงและกลุ่มชาวไร่ใกล้เคียงกันคือ อัตราส่วนไปรักษาจากสถานพยาบาลที่มีแพทย์ไม่ถึงร้อยละ 42.69 และ 42 ตามลำดับ

แต่เมื่อพิจารณาพิสัยของสถานพยาบาลตามลำดับศักยภาพพบว่าชาวประมงมีพิสัยต่ำสุด และชาวไร่มีพิสัยสูงสุด

เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของพิสัยของสถานรักษาพยาบาลโรคอีสุกอีใสของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม คือ - สแก้ว ตามตาราง 69

ตาราง 69 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างพิสัยของการรักษาพยาบาลโรคอีสุกอีใสของคนในชุมชนชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ กลุ่ม คือ - สแก้ว

สถานพยาบาล อาชีพ	ชื่อยา	อนามัยชั้น 1	คลินิกแพทย์	รวม	
ชาวประมง	O	49	31	7	87
	E	42.46	21.75	22.79	
ชาวนา	O	11	1	28	40
	E	19.52	10	10.48	
ชาวไร่	O	22	10	9	41
	E	20.01	10.25	10.74	
รวม		82	42	44	168

$$\chi^2 = 57.4813^{**} (**P < .01)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 69 พบว่าความถี่ในการไปรักษาโรคอีสุกอีใสจากสถานพยาบาลประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าพิสัยของสถานรักษาพยาบาลโรคอีสุกอีใส ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แตกต่างกันอย่างจริง ตามสมมุติฐานข้อ 5

ตาราง 70 เปรียบเทียบพฤติกรรมการรักษาพยาบาลอาการกระดูกหักของคนในชุมชน
ชาวประมง ชาวนา และชาวไร่ ด้วยอัตราส่วนร้อยละ

สถานพยาบาล อาชีพ	หมอกกลางบ้าน	อนามัยชั้น 1	โรงพยาบาล	คลินิกแพทย์	รวม
ชาวประมง	24	11	35	1	71
%	33.80	15.49	49.3	1.41	
ชาวนา	36	—	41	—	77
%	46.75	—	53.25	—	
ชาวไร่	16	2	4	1	23
%	69.57	8.7	13.03	4.35	
รวม	76	13	80	2	171
%	44.44	7.60	46.78	1.17	

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 70 พบว่าชาวประมงประมาณครึ่งหนึ่ง (49.3 %) ของกลุ่มตัวอย่างนิยมไปรักษาที่โรงพยาบาล และร้อยละ 33.80 ไปรักษากับหมอกกลางบ้าน เช่นเดียวกับกลุ่มชาวนา ชาวนากว่าครึ่ง (53.25 %) ไปรักษาที่โรงพยาบาล และในอัตราส่วนเกือบเท่ากัน (46.75 %) ที่เหลือนิยมไปรักษากับหมอกกลางบ้าน กลุ่มชาวไร่ส่วนใหญ่ (69.57 %) นิยมรักษากับหมอกกลางบ้าน รองลงมาคือโรงพยาบาล แต่ในอัตราส่วนที่น้อย (13.03 %)

ซึ่งอาจสรุปได้ว่า การรักษาอาการกระดูกหัก นอกจากการรักษาพยาบาลที่โรงพยาบาลซึ่งถือเป็นสถานบริการในลำดับขั้นสูงสุดแล้ว คนส่วนใหญ่จะนิยมไปรักษาจาก หมอพระตามวัด หมอทรงเจ้า หรือหมอน้ำมนต์ ซึ่งเป็นสถานพยาบาลในลำดับขั้นต่ำสุด โดยเฉพาะในชุมชนชาวไร่

เมื่อเปรียบเทียบพิสัยของสถานรักษาพยาบาลอาการกระดูกหัก พบว่าชาวนามีพิสัยน้อยที่สุด ส่วนชุมชนชาวประมง และชาวไร่ แม้ว่าสภาพไปรักษาพยาบาลจะมีลักษณะเหมือนกัน แต่เมื่อพิจารณาความแตกต่างของอัตราส่วน ตามลำดับศักยภาพของสถานรักษาพยาบาล พบว่ากลุ่มชาวไร่มีพิสัยมากกว่า

เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของพิสัยของ สถานรักษาพยาบาลอาการกระดูกหัก ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ตามตาราง 71

ตาราง 71 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยการรักษาพยาบาลอาการกระดูกหักของคนในชุมชนประมง ชาวนา และชาวไร่ กายไค - สแคว์

อาชีพ	สถานพยาบาล	หมอกกลางบ้าน		รวม
		หมอกกลางบ้าน	โรงพยาบาล	
ชาวประมง	O	24	35	59
	E	28.74	30.26	
ชาวนา	O	36	41	77
	E	37.51	39.49	
ชาวไร่	O	16	4	20
	E	9.74	10.26	
รวม		76	80	156

$$\chi^2 = 9.4857^{**} (** P < .01)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 71 แสดงว่าความถี่ในการรักษาอาการกระดูกหักในสถานพยาบาลแต่ละประเภทของกลุ่มตัวอย่าง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าพิสัยของสถานรักษาพยาบาลอาการกระดูกหักของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แตกต่างกันอย่างแท้จริงตามสมมุติฐานข้อ 5

ตาราง 72 เปรียบเทียบนิสัยของการรักษาบาดแผลใหญ่จากอุบัติเหตุ หรือถูกทำร้าย
ของคนในชุมชนประมง ชวนา ชาวไร่ กว๊านตราส่วนร้อยละ

อาชีพ	สถานพยาบาล	นอกกลางบ้าน	อนามัยชั้น 2	อนามัยชั้น 1	โรงพยาบาล	คลินิก แพทย์	รวม
ชาวประมง	—	—	—	47	29	5	81
%	—	—	—	58.03	35.80	6.17	
ชวนา	—	—	21	—	56	3	80
%	—	—	26.25	—	70	3.75	
ชาวไร่	11	7	3	13	5	39	
%	28.20	17.95	7.70	33.33	12.82		
รวม	11	28	50	98	13	200	
%	5.5	14	25	49	6.5		

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 72 พบว่าชาวประมงเกินครึ่ง (58.03 %) ของกลุ่มตัวอย่างนิยมไปรักษาพยาบาลจากสถานอนามัยชั้น 1 รองลงมาคือโรงพยาบาล (35.80 %) ส่วนชาวนาร้อยละ 70 ของกลุ่มตัวอย่างนิยมไปรักษาที่โรงพยาบาล รองลงมาคือ สถานอนามัยชั้น 2 ส่วนชาวไร่พบว่าสถานที่รักษากระจายกันอยู่มาก แต่สถานที่ที่มีอัตราส่วนของการเดินทางไปรับบริการสูงสุด คือ โรงพยาบาล (33.33 %) รองลงมาคือหมอกกลางบ้าน (28.20 %) และอนามัยชั้น 2 (17.95 %)

ฉะนั้นเมื่อพิจารณานิสัยของสถานรักษาพยาบาล พบว่าชาวไร่มีนิสัยมากที่สุด ส่วนชาวนาและชาวประมง แม้จะไปรับบริการจากสถานพยาบาล 3 ประเภทเช่นกัน แต่ชาวนามีนิสัยน้อยกว่า เพราะเฉพาะที่รักษาที่โรงพยาบาล มีอัตราส่วนถึงร้อยละ 70

เมื่อพิจารณาการรักษาด้วยนายแพทย์ พบว่ากลุ่มประมงทั้งหมด (100 %) ไปรักษาจากนายแพทย์ รองลงมาคือ กลุ่มชาวนา (73.75 %) กลุ่มชาวไร่มีอัตราส่วนต่ำสุด (53.85 %)

เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของพิสัยของสถานรักษาพยาบาลขนาดใหญ่จากอุบัติเหตุหรือถูกทำร้าย ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ตามตาราง 37

ตาราง 73 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยของการรักษาพยาบาลขนาดใหญ่จากอุบัติเหตุหรือถูกทำร้าย ของคนในชุมชนประมง ชวนา และชาวไร่
ก๊วย ไค - สแกว

อาชีพ \ สถานพยาบาล	โรงพยาบาล	คลินิก	รวม
ชาวประมง O	29	5	35
E	30.90	4.10	
ชวนา O	56	3	59
E	52.09	6.91	
ชาวไร่ O	13	5	18
E	15.89	2.11	
รวม	98	13	111

$$\chi^2 = 7.3043^{**} \quad (** P < .01)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 73 แสดงว่าความถี่ของการรักษาพยาบาลขนาดใหญ่ในสถานพยาบาลแต่ละประเภทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าพิสัยของสถานรักษาพยาบาลขนาดใหญ่ ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แตกต่างกันจริงตามสมมุติฐานข้อ 5

ตาราง 74 เปรียบเทียบประสิทธิภาพการรักษายาเสพติดของผู้ป่วยในชุมชนชาวประมง ชานา และชาวไร่
ควยอตราส่วนร้อยละ

สถานพยาบาล อาชีพ	ทำคลอด เอง	พบค่าเย ไหม	อนามยชั้น 2	อนามยชั้น 1	คลินิกแพทย์ และพยาบาล	โรงพยาบาลของรัฐ			รวม
						ประจำ จังหวัด	ศูนย์แม่และ เด็กเขต 7	โรงพยาบาล สวนกลาง	
ชาวประมง	—	12	10	23	11	40	3	—	99
%	—	12.12	10.10	23.23	11.11	40.40	3.03	—	
ชานา	20	12	30	1	5	21	—	—	89
%	22.47	13.48	33.71	1.12	5.62	23.60	—	—	
ชาวไร่	19	16	5	1	12	10	1	2	66
%	28.79	24.24	7.58	1.52	18.18	15.15	1.52	3.03	
รวม	39	40	45	25	28	71	4	2	254
	45.35	15.75	17.72	9.84	11.02	27.95	1.58	0.79	

จากตาราง 74 พบว่าชาวประมงเกิดครั้งหนึ่ง (43.43 %) ได้รับการบริการจากโรงพยาบาลของรัฐ โดยเฉพาะ
โรงพยาบาลประจำจังหวัด (40.40 %) รองลงมาคือสถานอนามัยชั้น 1 ที่ให้บริการในชุมชน (23.23 %) นอกจากนั้นก็กระจาย
ตามคลินิกแพทย์และพยาบาล บริการของหมอตำแย และอนามัยชั้น 2 ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนชาวสวนใหญ่ไปรับบริการ
จากสถานอนามัยชั้น 2 ของชุมชน (มีศูนย์แห่งเดียว) ประมาณ 1 ใน 3 (33.71 %) รองลงมาคือไปรับบริการจากโรงพยาบาล

(23.60 %) และทำคลอดเอง (22.47 %) ในอัตราส่วนใกล้เคียงกัน แต่สำหรับชาวไร่
สถานรักษาพยาบาลกระจายมาก อัตราส่วนของการทำคลอดเองที่มันสูงกว่าสถานรักษาพยาบาล
อื่น ๆ คือร้อยละ 28.79 รองลงมาคือให้หมอตำแยมาทำคลอด (24.24 %) และการไปรับ
บริการจากคลินิกและโรงพยาบาลมีอัตราส่วนใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 18.18 และ 19.70 ตามลำดับ
ฉะนั้นเมื่อเทียบอัตราส่วนของสถานรักษาพยาบาลตามลำดับที่พบ ชาวประมง
มีลำดับที่สูงสุด รองลงมาคือชาวนา ส่วนชาวไร่ต่ำสุด
เมื่อเปรียบเทียบพิสัยของการกระจายของสถานรักษาพยาบาลพบว่า ชาวประมง
มีลำดับที่ต่ำสุด ส่วนชาวไร่มีพิสัยสูงสุด
เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของพิสัยของสถานรักษาพยาบาลการทำคลอดของกลุ่ม
ตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ไค - สแคว์ ตามตาราง 75

ตาราง 75 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยของการรักษาพยาบาลการคลอดบุตร
ของคนในชุมชนประมง ชาวนา และชาวไร่ ไค - สแคว์

อาชีพ	สถานพยาบาล	หมอตำแย	อนามัยชั้น		คลินิกแพทย์ และพยาบาล	โรงพยาบาล	รวม
			2	1			
ชาวประมง	O	12	10	23	11	43	99
	E	18.59	20.92	11.62	13.02	34.86	
ชาวนา	O	12	30	1	5	21	69
	E	18.59	9.51	8.9860	9.07	24.30	
ชาวไร่	O	16	5	1	12	11	45
	E	8.45	9.51	5.28	5.92	15.85	
รวม		40	45	25	28	75	213

$$\chi^2 = 7.3043^{**} \quad (** P < .01)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 75 พบว่าความถี่ในการไปรับบริการการคลอดบุตร จากสถานพยาบาลประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า พิสัยของสถานรักษาพยาบาลการคลอดบุตร ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 แตกต่างกันจริง ตามสมมติฐานข้อที่ 5

ตาราง 76 เปรียบเทียบพิสัยการรักษาพยาบาล การทำหมันของคนที่ชุมชนชาวประมง ชวนา และชาวไร่ ด้วยอัตราส่วนร้อยละ

อาชีพ	สถานพยาบาล	อนามัยชั้น 1	คลินิกแพทย์ และพยาบาล	โรงพยาบาลของรัฐ			รวม
				ประจำจังหวัด	ศูนย์แม่และเด็กเขต 7	ส่วนกลาง	
ชาวประมง		10	4	46	1	—	61
%		16.39	6.56	75.41	1.64	—	
ชวนา		—	7	36	8	—	51
%		—	13.73	70.59	15.68	—	
ชาวไร่		1	5	3	12	1	22
%		4.54	22.73	13.64	54.55	4.54	
รวม		11	16	85	21	1	134
%		8.21	11.94	63.43	15.67	0.75	

จากตาราง 76 พบว่าชาวประมง 2 ใน 3 (77.05 %) ไปรับบริการทำหมัน จากโรงพยาบาลโดยเฉพาะโรงพยาบาลประจำจังหวัด (75.41 %) รองลงไปที่สถานอนามัยชั้น 1 ที่มีบริการในชุมชนแต่ในอัตราส่วนค่อนข้างต่ำ (16.39 %) ส่วนกลุ่มชวนาประมาณเกือบทั้งหมด (86.27 %) ไปรับบริการจากโรงพยาบาล โดยเฉพาะโรงพยาบาลประจำจังหวัด (70.59 %) รองลงไปที่ศูนย์แม่และเด็กประจำเขต 7 (15.68 %) ส่วนชาวไร่ เกือบ 2 ใน 3 (72.73 %) เช่นกันที่ไปรับบริการจากโรงพยาบาลโดยเฉพาะโรงพยาบาลประจำจังหวัด (54.55 %) รองลงมาคือคลินิกแพทย์และพยาบาล (22.73 %) จะเห็นได้ว่ากลุ่ม

ชานาไปรับบริการจากโรงพยาบาลของรัฐมากที่สุด และชาวไร่น้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาพิสัยของสถานพยาบาลในแต่ละกลุ่ม พบว่ากลุ่มชาวไร่น้อยที่สุด
ชาวประมงรองลงมา และชาวนามีพิสัยค่าสุด

เมื่อตรวจสอบความแตกต่างของพิสัยของสถานรักษาพยาบาลการทำหมันของ
กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 ค่ายโค - สแกว่ ตามตาราง 77

ตาราง 77 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพิสัยการรักษาพยาบาลการทำหมัน
ของคนในชุมชนชาวประมง ชานา และชาวไร่ ค่ายโค - สแกว่

อาชีพ	สถานพยาบาล	คลินิกแพทย์และ พยาบาล	โรงพยาบาล ประจำจังหวัด	ศูนย์แม่และเด็ก ราชบุรี	รวม
ชาวประมง	O	4	46	1	51
	E	6.69	35.53	8.78	
ชานา	O	7	36	8	51
	E	6.69	35.53	8.78	
ชาวไร่	O	5	3	12	20
	E	2.62	13.93	3.44	
รวม		16	85	21	122

$$\chi^2 = 43.1892^{**} \quad (** P < .01)$$

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 77 พบว่าความถี่ของการไปรับบริการทำหมัน
ที่สถานพยาบาลประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าพิสัยของสถานบริการทำหมันของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 นั้นแตกต่าง
กันจริง ตามสมมุติฐานข้อ 5

บทที่ 6

อภิปรายผลการค้นคว้า

สรุปผลการค้นคว้า

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรม การเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการบางประการ ของคนในชุมชนที่มีอาชีพหลักในการทำนา ทำไร่ และทำการประมง ในเขตจังหวัดเพชรบุรี พอสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ระยะทาง ชาวไร่นี้อยู่ระยะการเดินทางเฉลี่ย แตกต่างจากกลุ่มชาวนา และชาวประมง สำหรับกลุ่มชาวนาและชาวประมง ความแตกต่างมีเฉพาะ การเดินทางไปซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน และการซ่อมวิทยุ ลำดับของระยะการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการโดยส่วนรวมจะสอดคล้องกัน

2. วิธีการเดินทาง การเดินทางในระยะใกล้ (ต่ำกว่า 1 กิโลเมตร) และระยะทางไกลเกิน 3 กิโลเมตร ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการไม่แตกต่างกัน แต่ในระยะทางปานกลาง (1 – 3 กิโลเมตร) มีความแตกต่างในวิธีการเดินทางของกลุ่มชาวประมง

3. การเลือกขนาดศูนย์บริการ ทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างใช้ศูนย์บริการขนาดแตกต่างกัน ในการซื้ออาหารสด เครื่องประกอบอาหาร เครื่องใช้ทั่วไป ยาสามัญประจำบ้าน การตัดผม เสริมสวย – ตัดผม ตัดเลื้อนัสตรี คือกลุ่มชาวนานิยมใช้ศูนย์บริการขนาดเล็ก ชาวประมงใช้ศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่ และชาวไร่ใช้ศูนย์บริการขนาดใหญ่ แต่การซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน เครื่องใช้ประจำวัน เครื่องใช้ในการก่อสร้างและการประกอบอาชีพ ตัดเลื้อนัสตรี ขอมวิทยุ และซ่อมเครื่องยนต์ กลุ่มชาวนาจะเปลี่ยนมาใช้ศูนย์บริการขนาดใหญ่เช่นเดียวกับกลุ่มชาวไร่ จึงพบความแตกต่างเฉพาะกลุ่มชาวประมง

4. ความถี่ในการเดินทาง พบว่าความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของชาวนาและชาวประมง สัมพันธ์ทางกลับกันระยะทางและขนาดของศูนย์บริการ สำหรับความถี่ของการเดินทางของกลุ่มชาวไร่ไม่สัมพันธ์ทั้งกับระยะทางและขนาดของศูนย์บริการ เมื่อเปรียบเทียบจำนวนครั้งของความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าจากศูนย์ในระดับกลุ่มเรือน ถึงศูนย์บริการระดับจังหวัด พบว่ากลุ่มชาวประมงมีความถี่ในการเดินทางสูงสุด รองลงมาคือกลุ่มชาวนา และกลุ่มชาวไร่ ตามลำดับ

5. พิสัยในการซื้อสินค้าและบริการ พบว่า

5.1 พิสัยในการซื้อสินค้าของ 3 กลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน แต่ไม่มีรูปแบบที่แน่นอนขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้า

5.2 พิสัยของการบริการด้านการรักษาพยาบาล พบว่าแตกต่างกันทั้งการรักษาอาการไข้เบาและไข่นัก โดยชาวไร่มีพิสัยของสถานรักษาพยาบาลมากที่สุด ส่วนชาวนามีพิสัยน้อยที่สุด

อภิปรายผล

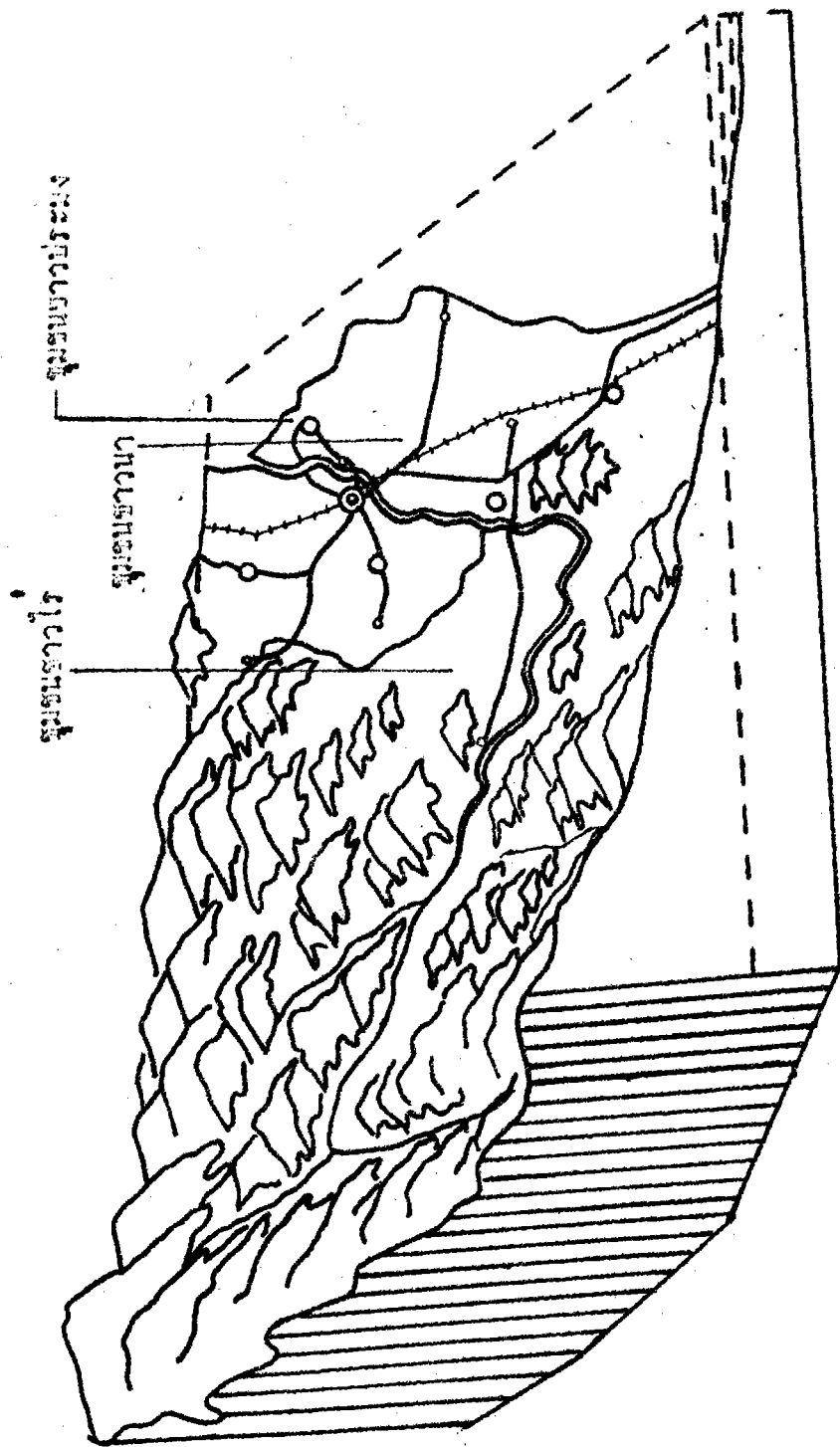
การอภิปรายผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ บางประเภทของคนในชุมชนท่านา ท่าไร่ และท่าการประมง ในจังหวัดเพชรบุรี แบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

1. ระยะการเดินทาง
2. วิธีการเดินทาง
3. ขนาดของศูนย์บริการ
4. ความถี่ในการเดินทาง
5. พิสัยในการซื้อสินค้าและบริการ

1. ความแตกต่างของระยะการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ

การที่ชาวไร่มีระยะการเดินทางเฉลี่ยแตกต่างจากกลุ่มชาวนา และชาวประมง นั้น สัมพันธ์กับประวัติการตั้งถิ่นฐานของคนไทย ตามประวัตินั้นเมืองที่เป็นศูนย์กลางการปกครอง และเมืองสำคัญ ๆ ส่วนใหญ่เป็นเมืองที่ตั้งอยู่บนที่ราบลุ่มแม่น้ำ เช่น สุโขทัย อโยธยา กรุงรัตนโกสินทร์ ทั้งนี้เพราะอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพที่สำคัญแต่เดิม โดยเฉพาะการทำนา ซึ่งเป็นการเพาะปลูกพืชเพื่อยังชีพที่สำคัญ ฉะนั้นบริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำจึงถูกไปด้วยดินตะกอน เหมาะในการปลูกข้าว จึงเป็นแหล่งที่มีประชากรตั้งถิ่นฐานก่อนบริเวณอื่น นอกจากนี้บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำยังเป็นบริเวณที่มีการคมนาคมสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสมัยที่การคมนาคมทางถนนและรถไฟยังไม่เจริญ ต้องอาศัยการขนส่งทางแม่น้ำลำคลอง บริเวณดังกล่าวก็ก่อให้เกิดประโยชน์จากแม่น้ำที่อยู่ใกล้ชุมชน เมื่อมีการพัฒนาการคมนาคมทางถนนและรถไฟมากขึ้น ทำให้การคมนาคมในบริเวณดังกล่าวสะดวกยิ่งขึ้น เราจึงพบว่าศูนย์กลางใหญ่ของจังหวัดมักตั้งอยู่ในลักษณะภูมิประเทศดังกล่าวโดยมีชุมชนชาวนากระจายอยู่โดยรอบ ในลักษณะแบบลุ่ม ชาวนาจึงมีโอกาสดูอยู่ใกล้เมืองใหญ่มากกว่าชุมชนชาวไร่ และชาวประมง มีการสร้างสมวัฒนธรรมมานานกว่าชุมชนแบบอื่น ผู้ขายสินค้าและบริการในชุมชนชาวนามักไม่เสนอราคาสูง เช่นชุมชนชาวไร่ โดยเฉพาะสินค้าที่นำไปจากศูนย์กลางใหญ่ของจังหวัด เพราะค่าขนส่งถูกกว่า และยังมีภาวะการแข่งขันมากกว่าชุมชนชาวไร่ เนื่องจากศูนย์บริการภายในชุมชนอยู่ใกล้ ๆ กัน ทำให้มีร้านค้าให้เลือกหลายร้าน และยังมีศูนย์บริการใหญ่ของจังหวัดอยู่ใกล้ด้วย

ระยะการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากศูนย์บริการภายในชุมชน ไม่ไกลเกินไป เกือบทุกหมู่บ้านจะมีศูนย์บริการตั้งอยู่ แม้ว่าจะเป็นศูนย์บริการขนาดเล็กมีสินค้าและบริการลำดับท้ายๆ เฉพาะสินค้าประเภทที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ก็เพียงพอสำหรับมาตรฐานความเป็นอยู่ของชาวนา นอกจากนี้ชุมชนชาวนาในกลุ่มตัวอย่างยังมีศูนย์ใหญ่ชั่วคราวในรูปของตลาดนัด ถึงสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ที่ช่วยให้มีสินค้าบริการแก่คนในชุมชนมากขึ้น ตลาดนัดดังกล่าวก็ตั้งอยู่ที่ศูนย์กลางของชุมชน จึงสามารถบริการแก่คนในชุมชนได้ทั่วถึง เพราะกลุ่มเรือนของชุมชนชาวนาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ห่างจากศูนย์กลางของชุมชนไม่เกิน 3 กิโลเมตร ซึ่งอยู่ในระยะที่พอจะเดินเท้าได้ และกลุ่มเรือนกระจายอยู่ใกล้ ๆ ศูนย์กลาง จะมีมากกว่าในระยะที่



แผนภูมิ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสูงของภูเขาและหุบเขา การโค้งงอของแนวราบและแนวลาด

15.8.๓๐๕๓๓

ไกลออกไป โดยทั่วไปแล้วคนในชุมชนชาวนาจะใช้ศูนย์บริการภายในชุมชน จึงทำให้ระยะการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของกลุ่มชาวนาดั้น เช่นเดียวกับกลุ่มชาวประมง นอกจากสินค้าและบริการลำดับที่กึ่งสูง ได้แก่ เครื่องใช้ภายในครัวเรือน และการซ่อมวิทยุ ซึ่งไม่มีบริการในชุมชน คนในชุมชนชาวนาจึงต้องเดินทางไปซื้อจากศูนย์บริการใหญ่ของจังหวัด ซึ่งเป็นศูนย์บริการขนาดใหญ่ที่อยู่ไกลมากที่สุด ทำให้ระยะการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการถึงกลาวสูงขึ้น และแตกต่างไปจากกลุ่มชาวประมง ซึ่งอาศัยอยู่ในชุมชนขนาดใหญ่ ที่มีสินค้าและบริการถึงกลาวบริการอยู่ แม้กระนั้นระยะทางการเดินทางที่เพิ่มขึ้นก็ยังอยู่ในอัตราที่ต่ำ เมื่อเทียบกับชาวไร่ ที่ต้องเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจากศูนย์ใหญ่ของเขต (สุขาภิบาล ทาบาง) ฉะนั้นระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการทุกประเภท ยังคงแตกต่างกับกลุ่มชาวไร่

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ซึ่งมีอัตราการเพิ่มของประชากรสูง ทำให้พื้นที่เพาะปลูกไม่เพียงพอ มีการบุกเบิกพื้นที่นอกเหนือจากที่ทำนา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่อยู่นอกเขตดินตะกอนน้ำพา มีภูมิประเทศเป็นที่ดอน ที่มีลักษณะเป็นดินลูกรัง ไม่เหมาะในการปลูกข้าว จึงทำให้มีการบุกเบิกต้องใช้พื้นที่ถึงกลาวปลูกพืชไร่ ประกอบกับในระยะช่วง 20 ปีมานี้ ประเทศไทยได้พยายามส่งเสริมการผลิตพืชส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศหลาย ๆ ประเภท นอกเหนือจากข้าว และยางพารา มีพืชไร่หลายชนิดที่ตลาดมีความต้องการมาก และมีราคาดี ยิ่งทำให้มีการบุกเบิกที่เพาะปลูกมากขึ้น และมีจำนวนไม่น้อยที่รุกเข้าไปในเขตป่าสงวน ก่อให้เกิดปัญหาการตัดไม้ทำลายป่า เมื่อเทียบกับชุมชนเกษตรกรรมแบบอื่น แล้วจึงพบว่า ชุมชนชาวไร่เป็นชุมชนใหม่ ที่ประกอบด้วยคนจากภูมิภาคต่าง ๆ ที่เข้ามาจับจองทำการเกษตร คนเหล่านี้ยังมีความผูกพันกับภูมิลาเนาเดิม ทำให้รูปแบบการเดินทางของชาวไร่กระจายมากกว่าคนในชุมชนอื่น และเป็นชุมชนที่อยู่ห่างจากศูนย์ใหญ่ โดยเฉพาะศูนย์บริการใหญ่ของจังหวัดมากที่สุด (ดูแผนภูมิ 1)

เนื่องจากชุมชนชาวไร่เป็นชุมชนใหม่ การตั้งถิ่นฐานมีรูปแบบกระจายโคกเคียว ทำให้จำนวนผู้ที่สนับสนุนในการตั้งร้านค้ามีน้อยเกินกว่าที่จะตั้งได้ เป็นเหตุให้ร้านค้าในชุมชนมีน้อย และกระจายอยู่ห่างเช่นเดียวกับลักษณะการตั้งถิ่นฐาน ทำให้คนในชุมชนชาวไร่ต้อง

เดินทางไปซื้อสินค้าในระยะใกล้กว่าชุมชนอื่น ผู้ทำการค้าส่วนใหญ่จะเสนอราคาสินค้าสูงกว่าร้านค้าในชุมชนประเภทอื่น เพราะการแข่งขันมีน้อย การขนส่งแพง และโอกาสในการขายมีน้อย ด้วยเหตุนี้ชาวไร่มีแนวโน้มที่จะไปซื้อสินค้าจากศูนย์ใหญ่ถ้ามีโอกาส เพื่อจะได้บริโภคสินค้าราคาถูกกว่า และมีสินค้าให้เลือกมากกว่า โดยเฉพาะกลุ่มชาวไร่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีผลผลิตส่งออกตลาดน้อยครั้ง จึงเดินทางไปใช้ศูนย์บริการใหญ่ที่เป็นศูนย์ทางเกษตรกรรมมากกว่าใช้ศูนย์บริการในชุมชน ยิ่งทำให้ระยะการเดินทางของกลุ่มชาวไร่ใกล้กว่าคนในชุมชนอื่น

ชาวประมงจะตั้งถิ่นฐานอยู่บริเวณริมชายฝั่ง และปากแม่น้ำสำคัญ ๆ ในลักษณะการกระจายแบบแนวยาว และการกระจายจะค่อนข้างหนาแน่นถ้าเป็นชุมชนประมงที่ตั้งอยู่ปากแม่น้ำ โดยเฉพาะชุมชนประมงในกลุ่มตัวอย่าง เป็นชุมชนประมงที่ตั้งอยู่ปากแม่น้ำเพชรบุรี ซึ่งสามารถติดต่อกับศูนย์ใหญ่ของจังหวัดได้สะดวกทั้งทางน้ำและทางบก ฉะนั้นสัตว์ทะเลที่จับได้ในน่านน้ำบริเวณริมชายฝั่งและนอกชายฝั่ง ส่วนใหญ่จะส่งยังท่าปลาของชุมชนประมงกิ่งกลาวเพื่อส่งไปจำหน่ายในศูนย์บริการต่าง ๆ ภายในจังหวัดและภูมิภาคอื่น ๆ การประมงขนาดใหญ่ซึ่งต้องอาศัยแรงงานมาก ในเข้ จังหวัดเพชรบุรีมีอยู่เฉพาะในชุมชนประมงกิ่งกลาว นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการเลี้ยงกุ้ง ปลาน้ำกรวย และสัตว์ปีกในพื้นที่ริมชายฝั่ง นอกเหนือจากการทำนาเกลือ เพราะอาหารหาง่าย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ส่งเสริมให้ชุมชนประมงกิ่งกลาวเป็นชุมชนขนาดใหญ่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นมากกว่าชุมชนชาวนาและชาวไร่ มีสินค้าและบริการทั้งในลำดับท้ายคำและสูงบริการอยู่ในชุมชน สินค้าราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับชุมชนอื่น เพราะการที่มีการคมนาคมติดต่อกับศูนย์ใหญ่ ของจังหวัดอันเป็นศูนย์กลางการค้าส่งสะดวกทำให้อัตราค่าขนส่งถูกกว่าชุมชนอื่น เมื่อเทียบกับระยะทาง การที่มีประชากรหนาแน่นทำให้โอกาสในการขายจะมีมากกว่า ประกอบกับมีภาวะการแข่งขันทางการค้ามากทำให้ผู้ขายเสนอราคาไม่สูง บางอย่างไม่แตกต่างกับการซื้อในศูนย์บริการใหญ่ของจังหวัด ฉะนั้นศูนย์บริการในชุมชนประมงจึงมีศักยภาพเพียงพอและศูนย์บริการแต่ละศูนย์อยู่ใกล้กัน การคมนาคมภายในชุมชนสะดวกทั้งทางน้ำและทางบก จึงทำให้กลุ่มชาวประมงมีระยะการเดินทางเฉลี่ยต่ำกว่าชุมชนอื่น ๆ ในการไปซื้อสินค้าและบริการ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มชาวไร่ แต่สำหรับกลุ่มชาวนาความแตกต่างเห็นไม่ชัดเจน

นอกจากการ เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการที่มีลำดับศักยภาพสูงจะเห็นความแตกต่างที่ชัดเจน คือ กลุ่มชาวนาเดินทางในระยะที่ไกลกว่ากลุ่มชาวประมง

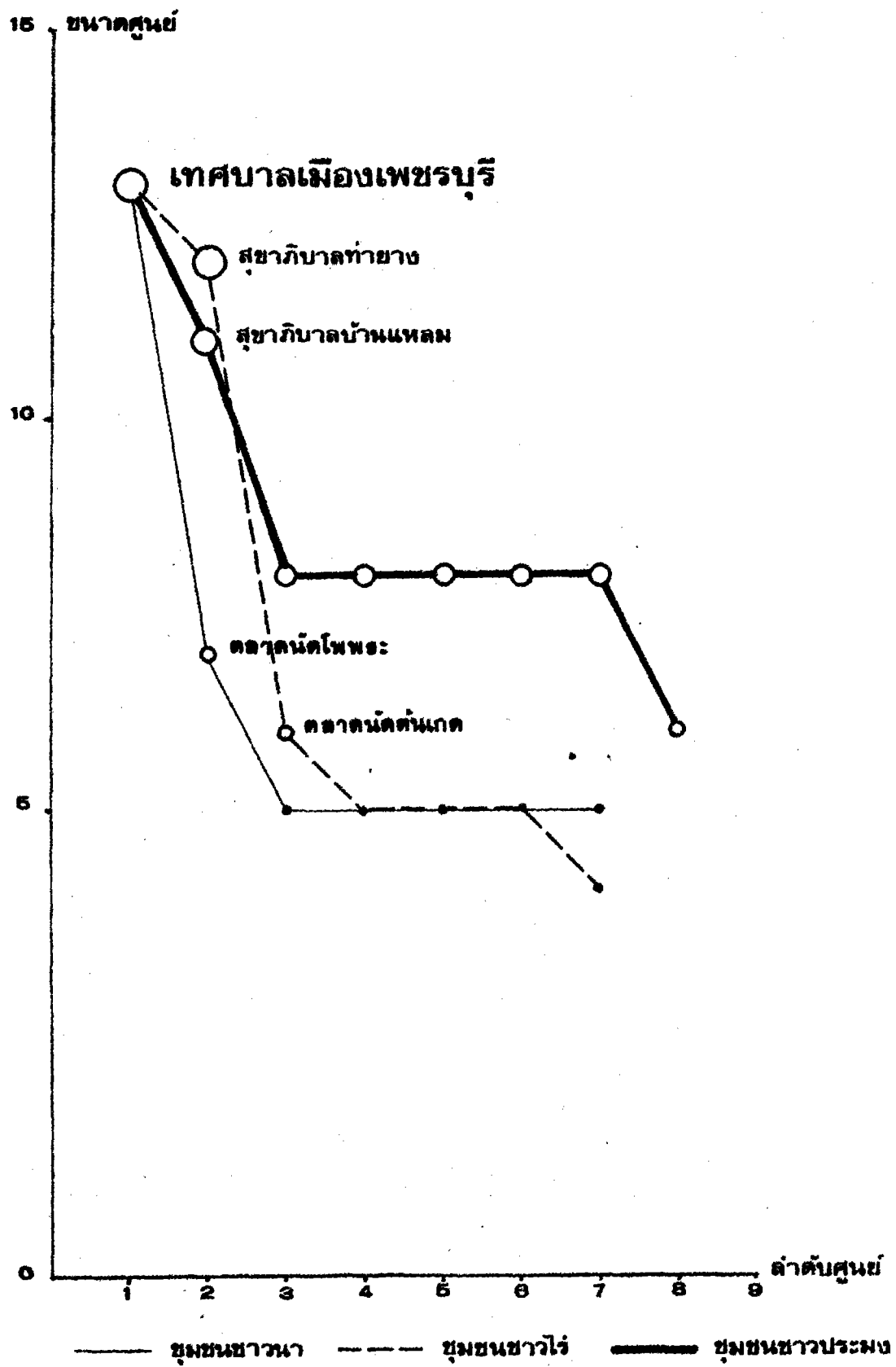
2. ความแตกต่างของวิธีการเดินทาง

ผลการวิเคราะห์ซึ่งพบว่าในระยะทางไม่เกิน 3 กิโลเมตรนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของชุมชนชาวนา และชาวไร่ นิยมใช้การเดินเท้าเพื่อไปซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ เพราะโครงขาของถนนมีน้อย ประกอบกับรถโดยสารมีน้อย คนเหล่านี้จึงนิยมเดินดักไปตาม ไร่ สวน นา หรือคันคลอง เพื่อให้ระยะทางสั้นที่สุด ตามข้อยุติของซิฟฟ์ (Zipf, 1949: 348) ส่วนชุมชนประมงเป็นชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นกว่า 2 ชุมชนดังกล่าว มีเส้นทางติดต่อกับชุมชนอื่น ๆ ใกล้เคียงทาง มีรถจักรยานยนต์รับจ้างรับส่งในชุมชน แม้ลักษณะภูมิประเทศ ของชุมชนประมงที่ตั้งอยู่ปากแม่น้ำจะสร้างทางลำบากเพราะเป็นที่ลุ่มต่ำมากกินเลน แต่ประชากรตั้งถิ่นฐานแบบแนวยาว ฉะนั้นการสร้างทางสองริมฝั่ง เพียง 1 - 2 สาย ก็ สามารถให้การบริการแก่คนในชุมชนได้ทั่วถึงกว่าในชุมชนอื่น จึงทำให้คนในชุมชนชาวประมง นอกจากใช้การเดิน อาจใช้จักรยาน จักรยานยนต์รับจ้างและเรือ เป็นพาหนะในการเดินทาง ไปซื้อสินค้า

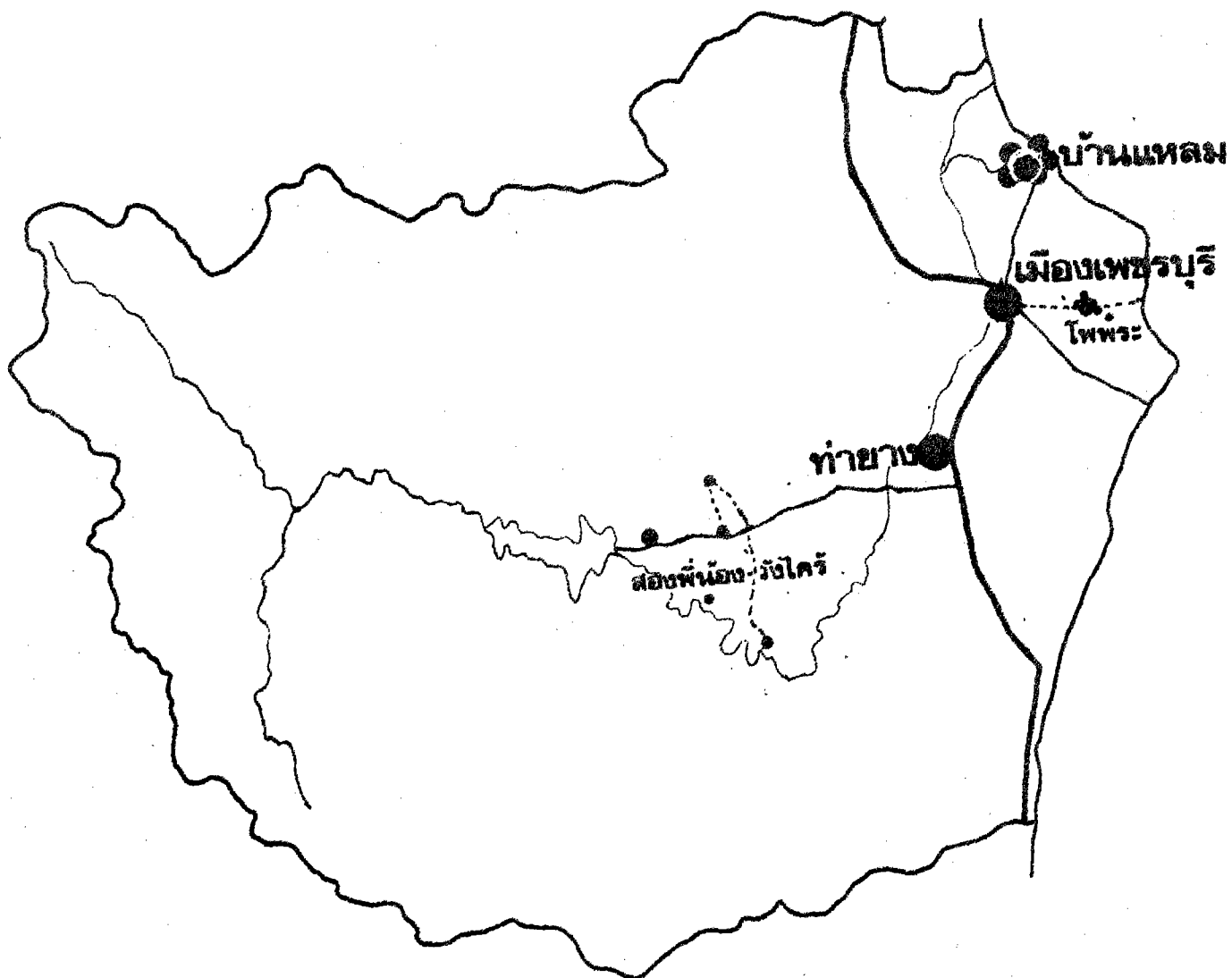
ส่วนการเดินทางในระยะทางไกลเกิน 3 กิโลเมตร ซึ่งเป็นระยะทางที่ไกล ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้ง 3 กลุ่มชนจึงนิยมการนั่งรถ ประจําทางเหมือนกัน ฉะนั้นความแตกต่างของวิธีการเดินทางโดยรวม กลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 3 ชุมชนนี้แตกต่างกันไม่ชัดเจน จึงไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ข้อ 2

3. ความแตกต่างของขนาดของศูนย์บริการที่ใช้ไปซื้อสินค้าและบริการ (ดูแผนที่ 5)

การที่พบว่ากลุ่มชาวนาและชาวไร่ไปใช้ศูนย์บริการขนาดใหญ่ กับศูนย์บริการ ขนาดเล็กมาก ทั้งนี้เพราะศูนย์บริการในชุมชนทั้งชาวนาและชาวไร่ เป็นชุมชนเล็ก ๆ ศูนย์ ที่มีบริการจึงเป็นศูนย์ขนาดเล็กมาก แม้จะมีศูนย์บริการขนาดใหญ่กว่าอยู่ แต่มักจะเป็นศูนย์ บริการที่ใหญ่ขึ้นชั่วคราว ซึ่งอยู่ในรูปของตลาดนัด ฉะนั้นคนในชุมชนทั้ง 2 ยังต้องอาศัย ศูนย์บริการขนาดใหญ่ที่อยู่ไกล แต่เมื่อเทียบอัตราส่วนแล้วถึงแม้ว่าชุมชนชาวนาจะอยู่ใกล้ศูนย์ บริการใหญ่มากกว่าชาวไร่ แต่ชาวไร่ (82.83 %) กลับใช้บริการจากศูนย์บริการขนาดใหญ่



แผนภูมิ 2 แสดงการ เปรียบเทียบลำดับค่าของศูนย์บริการในชุมชน ชาวหา ชาวไร่ และชาวประมง



ลำดับศักยภาพของศูนย์บริการ

- A (ขนาดใหญ่)
- B (ขนาดค่อนข้างใหญ่)
- C (ขนาดกลาง)
- D (ขนาดค่อนข้างเล็ก)
- E (ขนาดเล็ก)

แผนที่ 5 แสดงการกระจายของศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ในตำบลบ้านแหลม ตำบลโพธาราม ตำบลสองพี่น้อง - วังไคร้ และศูนย์บริการที่เกี่ยวข้อง

มากกว่าชาวนา (53.52 %) ทั้งนี้เพราะแม้ว่าศูนย์บริการของชุมชนชาวนาส่วนใหญ่จะมีขนาดเล็กมาก แต่มักจะมีสินค้าและบริการมากกว่า ประกอบกับกลุ่มเรือนแต่ละกลุ่มกระจายกันอยู่ทางน้อยกว่าชุมชนชาวไร่ ฉะนั้นถ้าสินค้าที่ตนต้องการไม่มีบริการในศูนย์บริการที่อยู่ใกล้ที่สุด ก็อาจหาได้จากศูนย์บริการที่อยู่ถัดไป จึงทำให้ชาวนาประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างยังคงใช้บริการอยู่ภายในชุมชนหรือชุมชนที่อยู่ใกล้ ๆ แต่สำหรับชาวไร่ ศูนย์บริการนอกจากจะเป็นศูนย์บริการขนาดเล็กมากแล้ว ศูนย์บริการแต่ละศูนย์ยังอยู่ห่างกันมาก ส่วนใหญ่อยู่ทางเกินที่จะเดินไปได้ ดังนั้นจึงเลือกเดินทางไปซื้อจากศูนย์บริการขนาดใหญ่ซึ่งการคมนาคมสะดวกกว่า และมีสินค้าให้เลือกมากกว่า จากการศึกษาจึงพบว่าแม้อุปกรณ์ตัวอย่างบางคนจะไม่ได้เดินทางไปซื้อจากศูนย์ใหญ่ เองก็จะฝากเพื่อนบ้านซึ่งเขาไปยังศูนย์ใหญ่ซื้อสินค้าต่าง ๆ ที่ตนต้องการ

ส่วนกลุ่มชาวประมงนั้นพบว่าศูนย์บริการขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญน้อยกว่าในชุมชนชาวนาและชาวไร่ ทั้งนี้เพราะชุมชนชาวประมงเป็นชุมชนที่มีความหนาแน่นของประชากรสูงกว่าชุมชนอื่น ฉะนั้นศูนย์บริการในชุมชนก็มีขนาดใหญ่พอที่จะบริการคนในชุมชนได้ ประกอบกับศูนย์บริการแต่ละศูนย์ก็อยู่ใกล้กันมาก ฉะนั้นถ้าศูนย์บริการใกล้บ้านไม่มีสินค้าและบริการที่ตนต้องการก็สามารถเดินทางไปยังศูนย์บริการใหญ่สุดของชุมชนได้ การคมนาคมในชุมชนซึ่งสะดวกยิ่ง เอื้ออำนวยในการติดต่อมากยิ่งขึ้น

เมื่อเราพิจารณาการไปใช้บริการจากศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ ตามประเภทของสินค้าและบริการ พบว่าการซื้ออาหารสด เครื่องประกอบอาหาร เครื่องใช้ทั่วไป ยาสามัญประจำบ้าน การตัดผม เสริมสวย - คัดผม และการตัดเสื้อผ้านั้นปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม แตกต่างกันในลักษณะเช่นเดียวกัน และสอดคล้องกับขนาดของศูนย์บริการที่ใช้ในลักษณะรวม ๆ กล่าวคือ คนในชุมชนชาวประมงจะใช้ศูนย์บริการขนาดค่อนข้างใหญ่ และศูนย์บริการขนาดกลาง ที่มีอยู่ในชุมชนและใกล้บ้านที่สุด คนในชุมชนชาวนามักจะใช้ศูนย์บริการขนาดเล็กมากและเล็กที่มีอยู่ในชุมชน เหมือนกับคนในชุมชนชาวไร่ เกือบทั้งหมดใช้ศูนย์บริการขนาดใหญ่ แม้จะไม่ใช้ศูนย์บริการที่ใกล้ที่สุด ซึ่งมีสินค้าที่ตนต้องการไว้บริการ แต่โครงข่ายอันสืบเนื่องมาจากความสำคัญของศูนย์บริการนั้นกับอาชีพของคน (โดยเฉพาะศูนย์บริการเป็นตลาดสินค้าชาวไร่) และจากความสะดวกของเส้นทางคมนาคมระหว่างศูนย์บริการดังกล่าว

กับที่พักอาศัย ซึ่งช่วยให้ระยะทางตามความรู้สึกสั้นลง

แต่สำหรับการซื้อเครื่องใช้ภายในครัวเรือน เครื่องใช้ประจำวัน เครื่องใช้ ในการก่อสร้างและการประกอบอาชีพ ตัดเลื้อนบ้านเรือน ขอมวิทย์ และขอมเครื่องยนต์ พบว่า แตกต่างเฉพาะกลุ่มประมงเท่านั้น อันที่จริงแล้วคนในชุมชนประมงและชาวไร่สวนใหญ่ก็ยังคง มีสภาพการใช้ศูนย์บริการ เช่นเดียวกับการซื้อสินค้าและบริการข้างคั่นนั้น ยกเว้นในกลุ่มชาวนา เท่านั้นซึ่ง เปลี่ยนจากการใช้ศูนย์บริการขนาดเล็กและเล็กมาก มาใช้ศูนย์บริการขนาดใหญ่สุด สำหรับสินค้าและบริการที่มีลำดับคั่นค่อนข้างสูงซึ่งไม่มีบริการในชุมชนของตน

4. ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ

เราพบว่าความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าของชาวนาและชาวประมง สัมพันธ์ ทางกลับกับระยะทาง กล่าวคือคนส่วนใหญ่ในชุมชนทั้งสองมักจะเดินทางไปซื้อสินค้าจากศูนย์ บริการที่อยู่ใกล้บ่อยครั้งกว่าศูนย์บริการที่อยู่ไกลออกไป และสัมพันธ์ทางกลับกับขนาดของศูนย์ บริการ กล่าวคือคนส่วนใหญ่ในชุมชนทั้งสองมักจะเดินทางไปซื้อสินค้าจากศูนย์ขนาดเล็กบ่อย ครั้งกว่าศูนย์ขนาดใหญ่ หรืออาจสรุปได้ว่าคนส่วนใหญ่ในชุมชนชาวนาและชุมชนชาวประมง มักจะเดินทางไปซื้อสินค้าจากศูนย์บริการ เล็ก ๆ ที่อยู่ในละแวกบ้าน หรือศูนย์บริการที่ใกล้ที่สุด มากที่สุด นอกจากต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า หรือสินค้าและบริการที่มีลำดับคั่นสูง เท่านั้น จึงจะไปใช้บริการจากศูนย์บริการขนาดใหญ่กว่าที่อยู่ไกลออกไป ซึ่งสอดคล้องกับข้อยุติของ แฮร์ริส (Harris, 1940) แต่ถาพิจารณาถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดรูปแบบของพฤติกรรมดังกล่าว ของคนในชุมชนชาวนาและชาวประมงในกลุ่มตัวอย่างแล้วพบว่ามีเหตุผลที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน กล่าวคือ

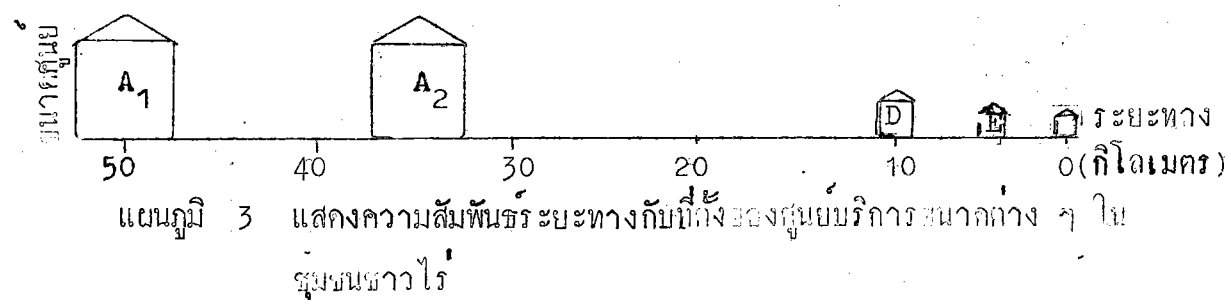
ในชุมชนประมงซึ่งเป็นชุมชนค่อนข้างใหญ่กว่าชุมชนอื่นนั้น การกระจายของสินค้า และบริการมีมาก ฉะนั้นจึงพบว่ามีอาหารสด อาหารแห้ง อาหารปรุงสำเร็จ (เช่นกวยเตี๋ยว ข้าวผัด และขนมสาคูต่าง ๆ) บริการอยู่ทุกหมู่บ้าน และยังมีการบริการหาบเร่ให้ความสะดวก ซึ่งเป็นผลจากการคมนาคมสะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ จึงทำให้คนในชุมชนประมงส่วนใหญ่ ไม่นิยมซื้อของเก็บไว้ นอกจากพวกของแห้งที่สามารถเก็บไว้ได้นาน โดยเฉพาะพวกอาหารสด

ชาวประมงนิยมซื้อพอร์ปประทานในแต่ละมือ หรือในแต่ละวันเท่านั้น เพราะหาซื้อสินค้าได้ง่าย ประกอบกับรายได้ของชาวประมงเป็นรายไกรายวัน อันได้มาจากอาชีพประมงรับจ้าง ในกิจการเกี่ยวกับประมง และค้าขาย เป็นส่วนใหญ่ ฉะนั้นความถี่ในการซื้อสินค้าจึงมีมากกว่าชุมชนอื่น และมักจะซื้อจากศูนย์บริการที่อยู่ใกล้บ้าน นอกจากสินค้าและบริการในลำดับศักยภาพสูงขึ้นไป ซึ่งไม่มีบริการในชุมชน หรือต้องการสินค้าที่มีคุณภาพดีขึ้นก็จะไปใช้ที่ศูนย์บริการขนาดใหญ่กว่าและอยู่ไกลออกไป แต่ก็มักจะเป็นสินค้าและบริการที่มีความถี่ในการจัดซื้อน้อย

ส่วนในชุมชนชาวนานั้น รายได้มาจากการขายข้าวเปลือก ซึ่งเป็นเงินก้อนที่จะต้องจัดสรรใช้ทั้งปี และส่วนหนึ่งจะต้องเก็บไว้เป็นทุนในฤดูเพาะปลูกต่อไป นอกจากนี้รายได้ของชาวนายังไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับภาวะการเอื้ออำนวยของดินฟ้าอากาศ และภาวะการตลาด ทำให้กลุ่มชาวนามีลักษณะการใช้จ่ายออกออมกว่ากลุ่มชาวประมง ยังมีการเก็บผักจับปลาตามหนองน้ำลำคลอง รวมทั้งการเลี้ยงสัตว์เพื่อไว้บริโภคบ้างเล็กน้อย เช่น เป็ด และไก่ เพื่อใช้ในการบริโภคประจำวัน ฉะนั้นสินค้าจำพวกอาหารสดคนในชุมชนชาวนาจึงมีความถี่ในการซื้อน้อย ถึงแม้ว่าศูนย์บริการในชุมชนชาวนาจะมีขนาดเล็กและร้านค้ามีลำดับศักยภาพก็สามารถบริการคนในชุมชนได้ คนในชุมชนชาวนาส่วนมาก จะซื้ออาหารสด อาหารแห้งไว้บริโภคสัปดาห์ละสองครั้ง คือในวันที่มีตลาดนัด ซึ่งมีสินค้าจำพวกอาหารสด และแห้ง และเครื่องใช้ที่มีลำดับศักยภาพเท่านั้น การซื้อสินค้าและบริการลำดับศักยภาพสูง คนในชุมชนชาวนาจึงต้องอาศัยศูนย์บริการใหญ่ของจังหวัด ซึ่งเป็นศูนย์บริการที่ใหญ่กว่าศูนย์บริการในชุมชนและอยู่ไกลที่สุด

ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวไร่ พบว่าความถี่ของการเดินทางแตกต่างไปจาก 2 กลุ่มข้างต้นมาก และมีรูปแบบที่ไม่แน่นอน กล่าวคือแม้ว่าจะไปใช้บริการจากร้านค้าในชุมชนอย่างน้อยวันละครั้ง มีถึงประมาณร้อยละ 40 แต่จากการสัมภาษณ์พบว่าส่วนใหญ่ไปซื้อเครื่องคัมเล็ก ๆ น้อย ๆ หรือไปพบปะสังสรรค์กับเพื่อนบ้าน หรือซื้อสินค้าที่หมดลงอย่างกระตันทัน และจำเป็นต้องใช้ เช่นไม้ซี้ดไฟ ถ่านไฟฉาย น้ำมันเชื้อเพลิง แต่ที่จะไปใช้บริการซื้อทั้งอาหารสด อาหารแห้ง และการบริการต่าง ๆ คนในชุมชนชาวไร่กลับนิยมไปใช้ศูนย์บริการขนาดใหญ่

คือ ศูนย์บริการสาธารณสุขใหญ่ของย่านนั้น ถึงแม้ว่าจะมีตลาดนัด ซึ่งเป็นศูนย์บริการที่ใหญ่กว่าศูนย์บริการในละแวกบ้าน จะอยู่ไกลกว่าศูนย์บริการสาธารณสุข คนกลับนิยมไปใช้บริการจากศูนย์สาธารณสุขมากกว่า กล่าวคือ อัตราส่วนของผู้นิยมไปใช้บริการจากศูนย์สาธารณสุขอย่างน้อยสัปดาห์ละครั้งมีถึงร้อยละ 55 ส่วนที่นักคนเกมีเพียงร้อยละ 50 แต่การไปใช้บริการจากเทศบาลเมืองเพชรบุรี ซึ่งเป็นศูนย์ใหญ่กว่าที่อยู่ไกลออกไปจากศูนย์สาธารณสุข พบว่าในความเห็นที่เท่ากันนั้นมีผู้นิยมไปใช้บริการเพียงร้อยละ 5.41 เท่านั้น ทั้งนี้เพราะเทศบาลเมืองเพชรบุรีอยู่ไกลเกินไป การจะไปใช้บริการจากศูนย์บริการดังกล่าวมีเฉพาะในกรณีที่เกี่ยวกับการรักษาพยาบาล หรือการติดต่อกับหน่วยงานราชการเท่านั้น โอกาสในการเข้ามามีบทบาท (intervening opportunities) ของศูนย์สาธารณสุขจึงมีมาก เพราะเป็นศูนย์บริการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของชาวโรมากรกว่าเทศบาลเมืองเพชรบุรี การดึงดูดให้ชาวโรไปใช้บริการในศูนย์สาธารณสุขจึงมีมากกว่า แต่โอกาสในการเข้ามามีบทบาทของตลาดนัดในชุมชนกลับมีน้อยกว่าตลาดนัดในชุมชนชาวนา ทำให้ความถี่ในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการจึงไม่สัมพันธ์ทั้งกับขนาดของศูนย์บริการและระยะทาง



เมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการไปซื้อสินค้าและบริการจากศูนย์บริการขนาดต่าง ๆ พบว่าคนในชุมชนชาวโรมีความถี่ในการซื้อน้อยกว่า ทั้งนี้เพราะการคมนาคมไม่สะดวก การกระจายของสินค้าในชุมชนมีน้อย ต้องอาศัยวันที่มีตลาดนัดของชุมชนซึ่งส่วนใหญ่มีสัปดาห์ละครั้ง หรือวันนัดขายสินค้าเกษตรของศูนย์สาธารณสุข ชาวโรก็จะนำสินค้ามาขาย และซื้อสินค้าและบริการด้วย (ปกติศูนย์สาธารณสุขมีตลาดประจำ และจะจัดนัดพิเศษขึ้นอีก 2 วัน เพื่อคน

- A₁ ศูนย์เทศบาลเมืองเพชรบุรี
- A₂ ศูนย์สาธารณสุข
- D ศูนย์ตลาดนัดคนเก
- E ร้านค้าในชุมชน

จากที่อื่น ๆ มาซื้อสินค้าเกษตร) ฉะนั้นการซื้ออาหาร และเครื่องใช้มักจะซื้อในปริมาณที่มากพอบริโภคในช่วงที่ไม่ได้ออกมาวิ่งสุขาภิบาลทวาย จากการสัมภาษณ์ชาวไร่ มักจะซื้อข้าวสารครั้งละ 1 กระสอบ เป็นต้น ประกอบกับชาวไร่ มักจะปลูกพืชสวนครัวไว้ไนไร่ และเลี้ยงไก่เพื่อการบริโภคในครอบครัว สินค้าจำพวกอาหารก็จะซื้อพวกอาหารจำพวกเนื้อสัตว์ อาหารแห้ง เครื่องปรุงอาหาร อาหารจำพวกของสดก็จะแปรรูปไว้รับประทานได้หลายวัน ชาวไร่จึงไม่นิยมซื้อสินค้าทุก ๆ วัน โดยเฉพาะสินค้าจำพวกบริการแล้วจะไปใช้บริการ เมื่อจำเป็นต้องไปขายพืชผล หรือซื้ออาหารและเครื่องใช้ต่าง ๆ ในศูนย์บริการใหญ่

5. พิสัยในการซื้อสินค้าและบริการ

ก. พิสัยในการซื้อสินค้าของคนในชุมชนทั้ง 3 แบบนั้นพบว่าแตกต่างกันตามตาราง 7.8

ตาราง 7.8 แสดงเปรียบเทียบพิสัยของปริมาณการซื้อกระเทียมแห้ง น้ำมันปรุงอาหาร และผงซักฟอกตอครั้ง ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม

พิสัย	กระเทียมแห้ง	น้ำมันปรุงอาหาร	ผงซักฟอก
น้อย	ชาวไร่	ชาวนา	ชาวประมง
กลาง	ชาวนา	ชาวไร่	ชาวนา
มาก	ชาวประมง	ชาวประมง	ชาวไร่

สินค้าที่เลือกสรรมาเป็นตัวอย่งนั้นเป็นเครื่องประกอบอาหาร และของใช้ที่จำเป็นซื้อสามารถจะซื้อได้ในปริมาณน้อย ถึงซื้อในปริมาณมาก ๆ ก็ได้ไว้ใช้ ปรากฏว่าเกิดความแตกต่างในเรื่องพิสัยของปริมาณการซื้อ ตามสมมุติฐานข้อที่ 5 เป็นผลจากความแตกต่างทางสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นสำคัญ กล่าวคือ การซื้อกระเทียมซึ่งเป็นของแห้งนั้นครอบครัวทั่วไปทั้ง 3 ชุมชน นิยมซื้อในปริมาณ 1 - 2 กิโลกรัมตอครั้ง เพราะสามารถเก็บไว้ได้ และราคาต่อ 1 กิโลกรัมไม่แพงนัก โดยเฉพาะในระยะที่มีกระเทียมแห้งออกสู่ตลาดมาก คนที่มีฐานะ

ก็มักจะซื้อกระเทียมเก็บไว้บริโภคคราวละมาก ๆ ซึ่งสภาพดังกล่าวเราจะพบในชุมชนประมงมากกว่าชุมชนอื่น เพราะชาวประมงในอัตราส่วนร้อยละ 54.45 ที่ซื้อกระเทียมแห้งในปริมาณเกิน 2 กิโลกรัมต่อครั้ง ทั้งนี้เป็นเพราะเศรษฐกิจของคนในชุมชนประมงดีกว่าชุมชนอื่น ประกอบกับเมื่อเปรียบเทียบสภาพการปรุงอาหารของคนในชุมชนทั้ง 3 แบบ จากการสังเกตและสอบถามพบว่าชาวประมงมีนิสัยในการปรุงอาหารสูงกว่าคนในชุมชนชาวนา และชาวไร่ และกระเทียมเป็นเครื่องปรุงอาหารที่สำคัญทำให้ปริมาณการใช้สูงกว่าอีก 2 ชุมชน ส่วนชาวไร่ที่มีพิสัยในปริมาณการซื้อต่ำสุดนั้น เพราะการซื้ออาหารสดและเครื่องประกอบอาหารลำบากมากกว่าคนในชุมชนอื่น ทำให้ชาวไร่มักจะประกอบอาหารต่าง ๆ เช่น ทอด ต้ม ย่าง การปรุงอาหารแบบทรงเครื่องมีน้อย จึงเป็นผลทำให้ปริมาณการใช้กระเทียมน้อยลง ทำให้มีพิสัยปริมาณการซื้อน้อยกว่าชาวนา

ส่วนพิสัยปริมาณการซื้อน้ำมันปรุงอาหาร คนในชุมชนประมงมีพิสัยปริมาณการซื้อมากเพราะซื้อในปริมาณสูงจากปริมาณเฉลี่ยของทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง เช่นเดียวกับพิสัยปริมาณการซื้อกระเทียม อันเป็นผลจากสภาพเศรษฐกิจ และสังคมเช่นเดียวกัน และการที่ชาวนามีพิสัยปริมาณการซื้อน้ำมันต่ำสุด และมีแนวโน้มที่จะซื้อต่ำกว่าปริมาณการซื้อเฉลี่ย เป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ต่ำกว่าชุมชนอื่น ทำให้ต้องซื้อในปริมาณน้อย และมักจะพยายามเลี่ยงการปรุงอาหารคายน้ำมันซึ่งมีราคาสูงขึ้นมา

ผงซักฟอกซึ่งเป็นของใช้ที่จำเป็นในการทำความสะอาดนั้น พบว่าใช้มากในชุมชนประมงมากกว่าชุมชนอื่น ในการทำความสะอาดเรือ และเครื่องใช้ต่าง ๆ ประกอบกับมีรายได้พอที่จะซื้อในปริมาณมาก ทำให้คนในชุมชนประมงนิยมซื้อผงซักฟอกในปริมาณมาก ขนาดกลาง ยักษ์และขนาดใหญ่ จึงทำให้พิสัยของปริมาณการซื้อต่ำกว่าคนในชุมชนอื่น ส่วนคนในชุมชนชาวไร่พบว่ามีพิสัยปริมาณการซื้อผงซักฟอกสูงสุด เพราะถึงแม้ว่าคนในชุมชนชาวไร่จะนิยมซื้อของในปริมาณมากเพื่อเก็บไว้ใช้นาน ๆ เพื่อไม่ตองซื้อบ่อย (เพราะหาซื้อยาก) ฉะนั้นจึงพบว่าชาวไร่ร้อยละ 63

ยังคงนิยมซื้อผงซักฟอกในขนาดกล่องยักษ์และขนาดใหญ่ แต่ก็พบว่ามีการซื้อในอัตราส่วนร้อยละ 31 นิยมซื้อขนาดของเล็ก และกล่องเล็ก เป็นเพราะความถี่ในการใช้น้ำน้อย ประกอบกับน้ำใช้หายาก ทำให้ไม่เห็นความสำคัญที่จะต้องซื้อในปริมาณมากต่อครั้ง

ข. พิธีของการรับการบริการด้านการรักษาพยาบาล

อาการไข้หวัด เช่นนั้นจำเป็นต้องได้รับการรักษาพยาบาล เราจะพบว่าอาการไข้หวัด ๆ นั้นมีพิธีตั้งแต่อาการไข้เบา จนถึงอาการไข้หนัก และสถานที่ที่จะไปรับการรักษาในสภาพสังคม มีตั้งแต่หมอกกลางบ้าน ร้านขายยา (หมอกี่) อนามัยชั้น 2 อนามัยชั้น 1 โรงพยาบาลและคลินิก จากสภาพของชุมชนที่มีอาชีพหลักต่างกันนั้น ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น เราก็พบว่าคนในชุมชนทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง มีพิธีของสถานรักษาพยาบาลแตกต่างกัน ตามสมมุติฐานข้อที่ 5 โดยกลุ่มตัวอย่างชาวไร่มีพิธีของสถานรักษาพยาบาลแตกต่างกันมากที่สุด ทั้งนี้เพราะการคมนาคมในชุมชนชาวไร่ไม่สะดวก ประกอบกับการกระจายของบ้านเรือนอยู่ห่างกันมาก ทำให้สถานอนามัยบริการไม่ทั่วถึง และคนในชุมชนชาวไร่มักจะเห็นความสำคัญของสถานอนามัยของตำบลน้อย ฉะนั้นเมื่อเกิดอาการไข้หวัด ๆ เช่น ไข้หวัด ท้องร่วง อีสุกอีใส กระจุกหัก เป็นบาดแผลใหญ่ แม้แต่การคลอดบุตร ก็มักจะรักษาตนเอง เช่น ทำยารักษา หรือใช้หมอกกลางบ้าน หรือซื้อยามารับประทานเอง ต่อเมื่อมีอาการหนักจึงจะไปรักษายังสถานอนามัยชั้น 1 ในสุขาภิบาลทรายาง และคลินิกแพทย์ ในอัตราส่วนมากน้อยตามลำดับ ส่วนการจะไปรักษาจากโรงพยาบาลจะมีเฉพาะไข้หนักที่ต้องเข้าเป็นคนไข้ภายใน เช่น บาดแผลใหญ่ กระจุกหัก การทำหมัน ฯลฯ แต่สำหรับกลุ่มชาวไร่พบว่า ชาวไร่นิยมไปทำหมันจากศูนย์แม่และเด็กที่จังหวัดราชบุรี และคลินิกแพทย์และพยาบาล มากกว่าไปรักษาที่โรงพยาบาล

ส่วนคนในกลุ่มชาวนานั้นมีพิธีของสถานรักษาพยาบาลน้อย ส่วนใหญ่มักจะใช้สถานพยาบาลของชุมชนมาก ฉะนั้นไม่ว่าจะเป็นไข้หวัด อีสุกอีใส ท้องร่วง ซึ่งเป็นอาการไข้เบา ก็มักจะไปรักษาจากสถานอนามัยชั้น 2 ที่มีอยู่ในชุมชน เพราะแต่ละกลุ่มเรือนอยู่ไม่ไกลมาก จึงบริการได้ทั่วถึง ประกอบกับอนามัยมีการออกห้องที่ ทำให้คนในชุมชนมีความคุ้นเคยกับอนามัย

ประจำสถานี จึงนิยมมารักษา นอกจากไข้หนักและมีระยะการรักษานาน ก็มักจะนิยมไปใช้บริการจากโรงพยาบาลเพชรบุรี ซึ่งเสียค่ารักษาพยาบาลสูง นอกจากอาการไข้ปัจจุบันบางประเภทซึ่งอาจรอไม่ได้ เช่น ท้องร่วง ไข้หวัด คนในชุมชนชาวเขาก็มักจะไปรักษาจากคลินิก แต่ก็ในอัตราส่วนที่น้อย ถ้าเทียบกับการใช้บริการจากสถานีอนามัยชั้น 2

เป็นที่น่าสังเกตได้ว่า การที่เราพบว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการไปใช้บริการจากศูนย์บริการต่าง ๆ ของคนในชุมชนทั้ง 3 แบบ แตกต่างกันเป็นผลมาจาก

3.1 ขนาดของศูนย์บริการ และการกระจายตัวของศูนย์บริการ จากแผนภูมิ 2 เราจะเห็นได้ว่าชุมชนชาวเขาและชาวประมง ในแต่ละชุมชนจะมีศูนย์บริการใหญ่ของชุมชน (คือนักโพนระและสุขาภิบาลบ้านแหลม ตามลำดับ) และศูนย์บริการขนาดเล็กกว่าที่เหลือจะมีขนาดเท่า ๆ กัน และเมื่อพิจารณาจากแผนที่ 5 ซึ่งแสดงการกระจายของศูนย์บริการต่าง ๆ พบว่าศูนย์บริการขนาดเล็กกว่าเหล่านี้จะกระจายอยู่โดยรอบของศูนย์ใหญ่ ช่วยทำให้ศักยภาพของศูนย์บริการนั้นมีมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประมงซึ่งศูนย์บริการกลางใหญ่เป็นศูนย์บริการขนาดใหญ่ และศูนย์บริการรอง ๆ ลงมาเป็นขนาดปานกลาง และกระจายอยู่ใกล้เคียงกันมาก ทำให้ศักยภาพของศูนย์บริการในชุมชนจึงมีสูงสุด และศูนย์บริการใหญ่สุดของชุมชน ทำหน้าที่เป็นศูนย์การติดต่อของคนภายในชุมชน

ส่วนในชุมชนชาวเขาศูนย์บริการใหญ่ในชุมชนเป็นศูนย์บริการขนาดเล็ก แม้จะมีศูนย์บริการเล็กมากกระจายอยู่โดยรอบ ทำให้ศักยภาพของศูนย์บริการในชุมชนมีเพียงการบริการสินค้าที่จำเป็นพื้นฐานที่มีลำดับศักยภาพเท่านั้น จึงต้องอาศัยศูนย์บริการขนาดใหญ่กว่าที่อยู่ใกล้ชุมชนที่สุด (เทศบาลเมืองเพชรบุรี) แต่ศูนย์ใหญ่สุดภายในชุมชนยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการติดต่อเช่นเดียวกับในชุมชนประมง

แต่สำหรับชุมชนชาวไร่ ในบริเวณชุมชนที่ศึกษานี้เป็นศูนย์บริการขนาดเล็กมาก แม้จะมีศูนย์บริการขนาดใหญ่สุดของชุมชน แต่ก็ยังเป็นศูนย์บริการขนาดเล็ก (นัดทันเถก) ประกอบกับศูนย์บริการเหล่านี้กระจายอยู่ห่าง ทำให้ศักยภาพของศูนย์บริการในชุมชนจึงต่ำสุด ทำให้ชาวไร่ส่วนใหญ่นิยมไปใช้บริการจากศูนย์บริการใหญ่สุดของอำเภอ คือสุขาภิบาลทวาย

3.2 ความสะดวกของเส้นทางคมนาคม ความสะดวกของเส้นทางคมนาคมจะมีผลทำให้ระยะทางตามความรู้สึกสั้นลง วัตถุประสงค์นี้จะมีผลมากสำหรับชุมชนที่ตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ห่างกัน การคมนาคมไม่สะดวก รถประจำทางมีเฉพาะบางเส้นทาง เช่นในชุมชนชาวไร่ในกลุ่มตัวอย่าง มีเส้นทางรถประจำทางวิ่งระหว่างชุมชนกับสุขาภิบาลทรายาง ส่วนทางคิติดออกไปยังศูนย์บริการทาง ๆ ในชุมชน ส่วนใหญ่ของอาศัยการเดินเท้า เมื่อชาวไร่มีกระเช้าสินค้าจำนวนมาก ๆ หลาย ๆ อย่างพร้อม ๆ กัน สักค่าละ 1 หรือ 2 ครั้ง ทำให้นิยมไปซื้อที่ศูนย์บริการใหญ่ที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งมีรถประจำทางคิติดอก มากกว่าซื้อจากศูนย์บริการภายในชุมชน

3.3 โอกาสในการเข้ามามีบทบาท (intervening opportunities) เป็นที่น่าสังเกตไควว่า ศูนย์บริการไคจะเข้ามามีบทบาทในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการนั้น ศูนย์บริการนั้นจะต้องมีศักยภาพเพียงพอ มีระยะทางไม่ไกลเกินไป และการคมนาคมสะดวก เช่นการไปซื้อบริการจากศูนย์บริการใหญ่สุดของจังหวัด ไคแกเทศบาลเมืองเพชรบุรี พบว่ากลุ่มชาวไร่ไปไคน้อยที่สุด เพราะศูนย์บริการสุขาภิบาลทรายาง ซึ่งอยู่ไคลกว่านั้นไคขนาดใหญไคใกล้เคียงกัน และมีเส้นทางเชื่อมคิติดอกกับชุมชนชาวไร่ไคโดยตรง สุขาภิบาลทรายาง จึงมีโอกาสดเข้ามามีบทบาทในการให้บริการมากกว่าเทศบาลเมืองเพชรบุรี

3.4 ความแตกต่างทางสังคม การที่คนในชุมชนจะเลือกซื้อสินค้าที่ศูนย์บริการไค หรือบริไคสินค้าประเภทไคมากน้อย พื้นฐานทางสังคมมีส่วนสำคัญ เช่น เราพบว่าพิสัยการเดินทางของชาวไร่สูงมาก เพราะว่ากลุ่มชาวไร่ซึ่งเป็นกลุ่มคั้งถิ่นฐานไคใหม่ ยังคงผูกพันกับวัฒนธรรมเดิมหรือถิ่นเดิม ฉะนั้นการซื้อสินค้าและบริการบางชนิด พบว่านิยมไปรับบริการจากศูนย์บริการเดิม เช่น กรุงเทพฯ แม่กลอง เทศบาลเมืองเพชรบุรี ฯลฯ

นอกจากนี้การที่เราพบว่าพิสัยปริมาณการซื้อสินค้าบางประเภท เช่น กระเทียมแห้ง น้ำมันปรุงอาหาร และผงซักฟอก แตกต่างกันทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพราะรสนิยมในการปรุงอาหารแตกต่างกัน

3.5 ความแตกต่างทางงานเศรษฐกิจ จะมีผลต่อขนาดของศูนย์บริการสินค้าที่มีบริการในชุมชน และปริมาณการซื้อสินค้าค่อครั้ง ชุมชนที่มีเศรษฐกิจดี เช่น ชุมชนชาว

ประมง ศูนย์บริการจะมีขนาดใหญ่ มีสินค้าและบริการทั้งในลำดับขั้นสูง และต่ำ และคนในชุมชนประมงมักจะซื้อสินค้าที่สามารถเก็บไว้ได้ ในปริมาณมาก ๆ เช่น กระเทียมแห้ง ซึ่งจะช่วยให้บริโภคสินค้าราคาถูกลง

แต่คนในชุมชนชาวนามีเศรษฐกิจต่ำกว่าชาวประมง จะเห็นได้ว่าศูนย์บริการที่บริการอยู่ในชุมชนจึงมีขนาดเล็ก มีแต่สินค้าและบริการเฉพาะในลำดับขั้นต่ำ ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเท่านั้น ซึ่งก็เพียงพอต่อความเป็นอยู่ของชาวนามี การซื้ออาหารแห้งเก็บไว้พบว่า มีมากเพราะรายได้ของชาวนามีเป็นเงินก้อน การซื้อไว้ในปริมาณมากก็ช่วยให้บริโภคสินค้าราคาถูกลงเช่นกัน แต่ยังมีพิสัยน้อยกว่ากลุ่มชาวประมง

อุปสรรคและข้อบกพร่องในการวิจัย

1. สินค้าและบริการที่เลือกสรรในการวิจัย นับว่าเป็นการยากลำบากในการจะเลือกสินค้าและบริการที่จะเป็นตัวแทนในการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนในชุมชนหลาย ๆ ชุมชน ทั้งต้องเป็นสินค้าและบริการที่คนทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างบริโภค และสินค้าและบริการนั้นจะต้องมีลักษณะแตกต่างกัน เพื่อที่จะได้ฐานนิยมของพฤติกรรมสำหรับมาเปรียบเทียบกันระหว่างคนใน 3 ชุมชน

2. ระยะการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ ที่ไ้จากการสัมภาษณ์นั้น ในบางชุมชน ซึ่งมีการตั้งถิ่นฐานกระจายอยู่ห่างกันมาก เช่น ชุมชนชาวไร่ และเส้นทางบางแห่งไม่มีสภาพเป็นถนน อาจทำให้การวัดระยะทางคลาดเคลื่อนบ้าง แม้จะได้ทำการตรวจสอบหลายวิธี คือ วัดจากแผนที่ ถ้าวัดจากกลุ่มตัวอย่าง และสำรวจตามเส้นทาง การเดินทางของกลุ่มตัวอย่าง ฯลฯ

3. ความถี่ในการไปซื้อสินค้าและบริการ ความถี่ในการไปใช้ศูนย์บริการต่าง ๆ ตลอดจนปริมาณการซื้อสินค้าต่อครั้ง และการไปใช้บริการในสถานพยาบาลต่าง ๆ นั้น ก็ได้ข้อมูลเฉลี่ยโดยประมาณ โดยถือเอาพฤติกรรมที่ปฏิบัติบ่อยที่สุด ฉะนั้นอาจจะเกิดข้อบกพร่องขึ้นในกรณีที่ผู้ให้สัมภาษณ์มีพฤติกรรม 2 อย่างพอ ๆ กัน และเลือกพฤติกรรมอันใดอันหนึ่งมาเป็นพฤติกรรมส่วนรวมของผู้ให้สัมภาษณ์ในการใช้ศูนย์บริการรักษาพยาบาลประเภทต่าง ๆ

4. การกำหนดที่ตั้งของศูนย์บริการขนาดเล็ก ผู้ศึกษาพิจารณาจากบริเวณที่เป็นศูนย์บริการของชุมชนจริง ๆ โดยถือร้านค้าที่คนในบริเวณนั้นไปซื้อสินค้ามากที่สุดเป็นจุดศูนย์กลางและปริมาตร ของศูนย์พิจารณาตามกลุ่มเรือน และหมู่บ้าน ซึ่งอาจจะเป็นข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น อันเป็นผลต่อความคลาดเคลื่อนของขนาดศูนย์บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อไป

1. ควรได้ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนในชุมชนที่มีอาชีพหลักแตกต่างไปจากกลุ่มชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง เช่น ชุมชนอุตสาหกรรม
2. ควรได้ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนในชุมชนชาวนา ชาวไร่ และชาวประมง ในภูมิภาคอื่น ๆ
3. ควรได้ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการของคนในชุมชน แบบเมือง กึ่งเมือง และแบบชนบท
4. ควรได้ศึกษาเปรียบเทียบสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ของคนในชุมชนที่มีอาชีพหลักต่างกัน
5. ควรได้ศึกษาเปรียบเทียบการเจริญเติบโตของชุมชนที่มีอาชีพหลักต่าง ๆ กัน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

เจ็ดชาย เหล่าหล้า สังคมวิทยา โรงพิมพ์แพร่วิทยา 2515, 170 หน้า.

✓ ชงชัย สันติวงษ์ พฤติกรรมผู้บริโภค โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พระนคร, 2515, 295 หน้า.

✓ ประโยชน์ เรืองโรจน์ "การวิเคราะห์ที่ตั้งและสภาพเศรษฐกิจร้านชำในเขตอำเภอ เชียงใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราช" ปริญญาณพนธ์ วิทยาลัยวิชาการศึกษา ประสานมิตร 2516, 68 หน้า.

พิศิษฐ์ เศรษฐวงศ์ "พฤติกรรมและทัศนคติของผู้ซื้อสินค้าจากร้านไคมารู" วารสาร เศรษฐกิจการพาณิชย์ 3 : 32 มีนาคม 2517, หน้า 85 - 88.

ล้วน สายยศ และอังคณา คันศิริคานนท์, สถิติการเลือก สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช พระนคร, 2515, 280 หน้า.

สวาท เสนาณรงค์ ภูมิศาสตร์ประเทศไทย ไทยวัฒนาพานิช จำกัด พระนคร 2516, 418 หน้า.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำมะโนประชากรและเคหะ 2513 โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์ การขายและการซื้อแห่งประเทศไทย จำกัด พระนคร 2513, 158 หน้า.

Baker and Woroby Service Centers, Report No.12 Saskatchewan Royal Commission of Agriculture and Rural Life 1957.

Barnum, H.G. Market Centers and Hinterlands in Baden - Wüttemberg, Department of Geography Research Paper, University of Chicago, 1966 103 p.

- Berry, Brian J.L. and William L. Garrison: "A Note on Central Place Theory and The Range of a Good" Economic Geography 34, 1958, p 304 - 311.
- Belcher, J.C. "Service Relationship of Farmers in Lincoln Oklahoma," Oklahoma Agricultural Station, Bulletin 1964, p. 383 - 392.
- Christaller, Walter, Central Places in Southern Germany, Translate by Gastisle W. Basken, Prentice - Hall, 1966, 230 PP.
- Clark, W.A.V. and Gerard Rushton "Model of Intra - Urban Consumer Behavior and Their Implication for Central Place Theory." Economic Geography Vol.46 No : 3 July 1970, p.486 - 497.
- Garrison, Allocation of Road and Street Costs Part 4 of The Benefits of Rural Road Property Washington State Council for Highway Research Discussion Paper No.15 1959.
- Golledge, R.G., G. Rushton, and W.A.V. Clark "Some Spatial Characteristics of Iowa's Dispersed Farm Population and Their Implication For Grouping of Central Place Functions" Economic Geography, Oct 1971, pp.489 - 494.

- Hess, Charles Frank "Selected Spatial Impacts of Consumer Behavior in the Retail Service Area of Greater Aalborg, Denmark" Dissertation Abstract International July 1965, p. 305 - B.
- Land Classification Division "Soil Classification of Thailand, Land development Department, 1972 (Map.)
- Lindquist, E.F., Design and Analysis of Experiments in Psychology and Education, Houghton Mifflin Company, Boston, 1956, 393 pp.
- Marble, Transport Inputs at Urban Residential Sites Department of Geography University of Washington, Discussion Paper No 15 January 9, 1959.
- Mayfield, Robert C. "The Range of a Central Good in the Indian Punjab," Annals Association American Geographers., Vol. 53, 1963, pp. 38 - 49.
- Morrill Richard L., Robert J. Earickson and Philip Rees, "Factors Influencing Distances Traveled To Hospitals" Economic Geography April 1970 p. 161 - 171.
- Murdie, Robert A. "Cultural Differences in Consumer Travel" Economic Geography July 1965, p.211 - 233.

- Murgulis, Herry Lewis, "Consumer Perception and The Intra-urban Journey- to - Shop : A Case Study in New York, New Jersey" Dissertation Abstracts International June 1971, p. 7108 - B.
- Ruth, Gerald Divid, "Market Hierachies in South Dakota : A Study in History and Spatial Analysis, " Dissertation Abstracts International Nov. 1972, p.2146 - B.
- Siegel, Sidney, Non-parametric Statistics for the Behaviora Science, Mc Graw Hill. 1956, 312 pp.
- Thomson, Donald L. Analysis of Retail Potential Metropolitan Area Berkley California, Institute of Bussiness and Economic Research, 1964, p.9.
- Winer, B.J., Statistical Principles in Experimental Design, Mc Grow - Hill Book Company Inc., New York, 1962, 672 pp.
- Zipf, George K., Human Behavior and Principle of Least Effort : An Introduction to Human Ecology, Cambridge Massachusette, 1949, 348 p.

ภาคผนวก

ตัวอย่าง

แบบสอบถามในการสัมภาษณ์

หมู่ที่ ตำบล

สินค้าและบริการ	สถานที่ซื้อสินค้า	ระยะทางห่างจากที่พัก	วิธีการเดินทาง
1. อาหารสด 1.1 ไข่เป็ด 1.2 เนื้อหมู 1.3 ปลาสด 2. เครื่องประกอบอาหาร 2.1 น้ำปลา 2.2 น้ำมันปรุงอาหาร 2.3 น้ำตาลปึกหรือน้ำตาลปีบ 2.4 กระเทียมแห้ง 2.5 ผงชูรส 3. เครื่องใช้ภายในครัวเรือน 3.1 ขอนเค็ดือบ 3.2 หม้ออะลูมิเนียม 3.3 กระทิกน้ำร้อน 4. เครื่องใช้ทั่วไป 4.1 ไม้ขีดไฟ 4.2 ถ่านไฟฉาย 4.3 ถังน้ำหรือปั๊มน้ำ 5. เครื่องใช้ประจำวัน 5.1 สบู่ 5.2 ผงซักฟอก			

สินค้าและบริการ	สถานที่ซื้อสินค้า	ระยะทางห่างจากที่พัก	วิธีการเดินทาง
5.3 เสื้อผ้าสำเร็จรูป 5.4 ผาถุงหรือโสร่ง 6. เครื่องใช้ในการก่อสร้างและ ประกอบอาชีพ 6.1 ลวด ตะปู 6.2 หินฉาบมีค 6.3 มีค พร้า 6.4 จอบ เสียม 6.5 แห อวน 6.6 ฆานไถนา 6.7 เครื่องยนต์ 7. ยาสำผัสดำประจำบ้าน 7.1 ยาแก้ปวดแก้ไข 7.2 ยาฉม 8. สถานบริการต่าง ๆ 8.1 คัดเสื้อผ้าบุรุษ 8.2 คัดเสื้อผ้าสตรี 8.3 คัดผม 8.4 คัดผม เสริมสวย 8.5 ซ่อมวิทยุ 8.6 ซ่อมเครื่องยนต์			

ศูนย์หรือตลาดในชุมชนต่าง ๆ	ความถี่ในการ เดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ
1. ร้านชำในหมู่บ้าน	 ครั้ง ต่อ (วัน สัปดาห์ เกือบ ปี)
2. ร้านชำต่างหมู่บ้าน	 ครั้ง ต่อ (วัน สัปดาห์ เกือบ ปี)
3. ตลาดนัดในตำบล	 ครั้ง ต่อ (วัน สัปดาห์ เกือบ ปี)
4. ตลาดในเขตสุขาภิบาล	 ครั้ง ต่อ (วัน สัปดาห์ เกือบ ปี)
5. ตลาดในเขตเทศบาล	 ครั้ง ต่อ (วัน สัปดาห์ เกือบ ปี)

สินค้า	ปริมาณที่ซื้อต่อครั้ง
1. กระเทียมแห้ง	
2. น้ำมันปรุงอาหาร	
3. ผงซักฟอก	

อาการไข้	สถานที่รักษาพยาบาล
1. ไข้หวัดใหญ่	
2. ท้องร่วงเป็นบิด	
3. ออกหัด อีสุกอีใส	
4. คลอคมุตร	
5. บาดแผลใหญ่จากอุบัติเหตุหรือการถูกทำร้าย	
6. กระดูกหัก	
7. ทำหมัน	