



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารของคนกรุงเทพมหานคร จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ด้านลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการบริโภคในช่วงที่ราคาข้าวคงที่

ส่วนที่ 3 ด้านพฤติกรรมการบริโภคหลังจากที่ราคาข้าวสูงขึ้น และการเปรียบเทียบพฤติกรรม

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยการเลือกซื้อข้าวเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา

ส่วนที่ 5 ค่าความยืดหยุ่น

ส่วนที่ 1 ด้านลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 ชุด จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) โดยใช้ SPSS Program ในการสรุปผลการวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ตาราง 4

จำนวนและค่าร้อยละตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

คุณลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	85	21.25
1.2 หญิง	315	78.75
2. อายุ		
2.1 21-30 ปี	185	46.25
2.2 31-40 ปี	125	31.25
2.3 41-50 ปี	62	15.50
2.4 51 ปีขึ้นไป	28	7.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	41	10.25
3.2 อนุปริญญา/ปวส.	55	13.75
3.3 ปริญญาตรี	272	68.00
3.4 สูงกว่าปริญญาตรี	32	8.00
4. อาชีพ		
4.1 นักศึกษา	12	3.00
4.2 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	66	16.50
4.3 พนักงานบริษัทเอกชน	242	60.50
4.4 ธุรกิจส่วนตัว	55	13.75
4.5 แม่บ้าน	16	4.00
4.6 อื่น ๆ	9	2.25

ตาราง 4 (ต่อ)

คุณลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว		
5.1 1-2 คน	99	24.75
5.2 3-4 คน	161	40.25
5.3 5-6 คน	97	24.25
5.4 7 คนขึ้นไป	43	10.75
6. รายได้ครอบครัวต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 30,000	144	36.00
6.2 30,001-50,000	101	25.25
6.3 50,001-70,000	73	18.25
6.4 70,001-90,000	39	9.75
6.5 90,001 ขึ้นไป	43	10.75
7. ค่าใช้จ่ายครอบครัวช่วงที่ราคาข้าวคงที่		
7.1 ต่ำกว่า 20,000	233	58.25
7.2 20,001-30,000	60	15.00
7.3 30,001-40,000	52	13.00
7.4 40,001-50,000	32	8.00
7.5 50,001 ขึ้นไป	23	5.75
8. ค่าใช้จ่ายครอบครัวช่วงที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้น		
8.1 ต่ำกว่า 20,000	186	46.50
8.2 20,001-30,000	82	20.50
8.3 30,001-40,000	44	11.00
8.4 40,001-50,000	40	10.00
8.5 50,001 ขึ้นไป	48	12.00

จากตาราง 4 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคข้าว จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 78.75 มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 46.25 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 68.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนถึงร้อยละ 60.50 จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ด้วยกันของกลุ่มตัวอย่างเป็นครอบครัวขนาดเล็กที่อาศัยอยู่ด้วยกัน 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 มีรายได้ครอบครัวอยู่ในช่วงที่ไม่เกิน 30,000 บาท ร้อยละ 36.00 รายจ่ายครอบครัวในช่วงปีที่ราคาข้าวคงที่โดยเฉลี่ย ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 58.25 ส่วนรายจ่ายของครอบครัวโดยเฉลี่ยช่วงที่ราคาข้าวเปลี่ยนแปลง ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 46.50

ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการบริโภคช่วงที่ราคาข้าวคงที่

การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคในช่วงที่ราคาข้าวคงที่ แสดงผลการวิเคราะห์เป็นค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ซึ่งทำการวิเคราะห์โดยใช้ SPSS Program ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตาราง 5

ชนิดของข้าวที่บริโภคในช่วงที่ราคาข้าวคงที่

ชนิดของข้าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าวหอมมะลิ	355	88.75
ยี่ห้อมาบุญครอง	120	(33.80)
ยี่ห้อหงษ์ทอง	93	(26.20)
ยี่ห้อเกษตร	12	(3.38)
ยี่ห้อดอกบัว	10	(2.82)
ยี่ห้อเบญจรงค์	36	(10.14)
ยี่ห้ออื่น ๆ	26	(7.32)
ไม่มียี่ห้อ	58	(16.34)
รวม	355	(100.00)

ตาราง 5 (ต่อ)

ชนิดของข้าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าวขาวธรรมดา	45	11.25
ยี่ห้อมาบุญครอง	6	(13.33)
ยี่ห้อหงษ์ทอง	4	(8.89)
ยี่ห้อเกษตร	3	(6.67)
ยี่ห้อดอกบัว	1	(2.22)
ยี่ห้อเบญจรงค์	3	(6.67)
ยี่ห้ออื่น ๆ	5	(11.11)
ไม่มียี่ห้อ	23	(51.11)
รวม	45	(100.00)

จากตาราง 5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่บริโภคข้าวหอมมะลิถึง ร้อยละ 88.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยยี่ห้อของข้าวหอมมะลิที่กลุ่มตัวอย่างเลือกบริโภคมากที่สุดคือ ยี่ห้อมาบุญครอง ร้อยละ 33.80 ส่วนข้าวขาวธรรมดานั้นมีกลุ่มตัวอย่างที่เลือกบริโภค ร้อยละ 11.25 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยเลือกบริโภคข้าวที่ไม่มียี่ห้อถึง ร้อยละ 51.11

ตาราง 6

เหตุผลในการเลือกซื้อข้าวในช่วงที่ราคาข้าวคงที่

เหตุผลในการเลือกซื้อข้าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หุงแล้วข้าวเหนียว ไม่แข็งหรือแฉะจนเกินไป	132	33.00
เมล็ดข้าวสวย	22	5.50
หุงแล้วมีกลิ่นหอม	47	12.00
เป็นยี่ห้อที่ได้รับมาตรฐาน คุณาเชื่อถือ	80	20.00
เป็นยี่ห้อที่ซื้อมานานแล้ว	21	5.25
สะดวกในการซื้อ มีบริการส่งถึงบ้าน	41	10.25
ราคาถูก	51	12.75
แบ่งซื้อได้ในปริมาณที่ต้องการ	5	1.25

จากตาราง 6 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเลือกซื้อข้าวในช่วงที่ราคาข้าวคงที่ ส่วนใหญ่จะเลือกข้าวที่หุงแล้วมีความนุ่ม ไม่แข็งหรือแฉะจนเกินไป ร้อยละ 33.00 รองลงมาเลือกจากข้าวที่ได้รับมาตรฐาน เนื่องจากหุงแล้วมีความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 20.00 ดูจากราคา ร้อยละ 12.75

ตาราง 7

ปริมาณการบริโภคข้าวของครอบครัวต่อเดือนในช่วงราคาข้าวคงที่

ปริมาณข้าวที่บริโภคต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 กิโลกรัม	45	11.25
6-10 กิโลกรัม	123	30.75
11-15 กิโลกรัม	98	24.50
มากกว่า 16 กิโลกรัม	134	33.50

จากตาราง 7 ปริมาณข้าวที่กลุ่มตัวอย่างบริโภคต่อเดือนในครอบครัว มากที่สุด มีปริมาณมากกว่า 16 กิโลกรัม ร้อยละ 33.50 รองลงมาได้บริโภคข้าวต่อเดือนปริมาณระหว่าง 6-10 กิโลกรัม ร้อยละ 30.75 ปริมาณระหว่าง 11-15 กิโลกรัม ร้อยละ 24.50 และปริมาณน้อยกว่า 5 กิโลกรัม ร้อยละ 11.25

ตาราง 8

ราคาข้าวที่กลุ่มตัวอย่างซื้อต่อกิโลกรัมในช่วงราคาข้าวคงที่

ราคาข้าวต่อกิโลกรัม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 บาท	8	2.00
16-20 บาท	44	11.00
21-25 บาท	107	26.75
26-30 บาท	121	30.25
มากกว่า 31 บาท	120	30.00

จากตาราง 8 ในช่วงที่ราคาข้าวคงที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อข้าวในระดับราคา ระหว่าง 26-30 บาทต่อกิโลกรัม ร้อยละ 30.25 และช่วงราคาที่กลุ่มตัวอย่างซื้อข้าวใน จำนวนที่ใกล้เคียงกันด้วยราคาที่มากกว่า 31 บาทต่อกิโลกรัม ร้อยละ 30.00 และช่วง ราคา ระหว่าง 21-26 บาทต่อกิโลกรัม ร้อยละ 26.75

ตาราง 9

สถานที่ที่ซื้อข้าวสารในช่วงที่ราคาข้าวคงที่

สถานที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านค้าปลีก	103	25.75
ซูเปอร์มาร์เก็ต	194	48.50
ซูเปอร์สโตร์	77	19.25
อื่น ๆ	26	6.50

จากตาราง 9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้เลือกซื้อข้าวสารที่ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อป โฮมเฟรทมาร์ท เป็นต้น ร้อยละ 48.50 รองลงมาคือ ร้านค้าปลีก ร้อยละ 25.75

ส่วนที่ 3 ด้านพฤติกรรมการบริโภคหลังจากที่ราคาข้าวสูงขึ้น และการเปรียบเทียบ

การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคในช่วงที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้น แสดงผลการวิเคราะห์ เป็นค่าร้อยละ (percentage) พร้อมเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคในช่วงที่ราคาคงที่ และในช่วงที่ราคาเพิ่มขึ้น ซึ่งทำการวิเคราะห์โดยใช้ SPSS Program ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตาราง 10

เปรียบเทียบชนิดของข้าวที่บริโภคระหว่างราคาข้าวคงที่และเพิ่มขึ้น (หน่วย: ร้อยละ)

ชนิดของข้าว	ราคาข้าวคงที่	ราคาข้าวเพิ่มขึ้น
ข้าวหอมมะลิ	88.75	81.25
ยี่ห้อมาบุญครอง	(33.80)	(30.15)
ยี่หอหงษ์ทอง	(26.20)	(25.23)
ยี่หอเกษตร	(3.38)	(4.62)
ยี่หอดอกบัว	(2.82)	(2.77)
ยี่หอเบญจรงค์	(10.14)	(9.85)
ยี่หออื่น ๆ	(7.32)	(7.69)
ไม่มียี่ห้อ	(16.34)	(19.69)
รวม	(100.00)	(100.00)
ข้าวขาวธรรมดา	11.25	18.75
ยี่ห้อมาบุญครอง	(13.33)	(22.67)
ยี่หอหงษ์ทอง	(8.89)	(8.00)
ยี่หอเกษตร	(6.67)	(14.67)
ยี่หอดอกบัว	(2.22)	(1.33)
ยี่หอเบญจรงค์	(6.67)	(8.00)
ยี่หออื่น ๆ	(11.11)	(6.67)
ไม่มียี่ห้อ	(51.11)	(38.67)
รวม	(100.00)	(100.00)

จากตาราง 10 การที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้นนั้นทำให้กลุ่มตัวอย่างบริโภคข้าวหอมมะลิลดลงจากช่วงที่ราคาคงที่ จากร้อยละ 88.75 เหลือร้อยละ 81.25 โดยกลุ่มตัวอย่างได้เลือกซื้อข้าวหอมมะลิที่ไม่มียี่ห้อเพิ่มขึ้น ซื้อข้าวหอมมะลิที่มียี่ห้อลดลง ได้แก่ มาบุญครอง หงษ์ทอง ดอกบัว และเบญจรงค์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างยังคงต้องการบริโภคข้าวหอมมะลิอยู่ แต่เน้นเลือกราคาที่ถูกลง ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคข้าวขาวธรรมดาเพิ่มขึ้นจาก

ร้อยละ 11.25 เป็นร้อยละ 18.75 ได้เลือกบริโภคข้าวที่มีเยื่อเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ มาบุญครอง เกษตร เบญจรงค์ ส่วนข้าวขาวธรรมดาที่ไม่มีเยื่อนั้นกลุ่มตัวอย่างมีการบริโภคที่ลดลง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่บริโภคข้าวหอมมะลิบางตัวอย่างได้ไปเปลี่ยนมาบริโภคข้าวขาวธรรมดา โดยเลือกซื้อข้าวจากยี่ห้อที่เคยบริโภคข้าวหอมมะลิ

ตาราง 11

เหตุผลในการเลือกซื้อข้าวระหว่างราคาข้าวคงที่และเพิ่มขึ้น (หน่วย: ร้อยละ)

ชนิดของข้าว	ราคาข้าวคงที่	ราคาข้าวเพิ่มขึ้น
หุงแล้วข้าวนุ่ม ไม่แข็งหรือแฉะจนเกินไป	33.00	26.25
เมล็ดข้าวสวย	5.50	6.00
หุงแล้วมีกลิ่นหอม	12.00	11.25
เป็นยี่ห้อที่ได้รับมาตรฐาน น่าเชื่อถือ	20.00	18.25
เป็นยี่ห้อที่ซื้อมานานแล้ว	5.25	10.00
สะดวกในการซื้อ มีบริการส่งถึงบ้าน	10.25	8.50
ราคาถูก	12.75	18.75
แบ่งซื้อได้ในปริมาณที่ต้องการ	1.25	1.00

จากตาราง 11 ขณะที่ราคาข้าวคงที่กลุ่มผู้บริโภคได้เลือกซื้อข้าวจากคุณภาพของข้าวเป็นหลัก ดูได้จากจำนวนร้อยละส่วนใหญ่จะเลือกข้าวที่หุงแล้วข้าวนุ่ม ไม่แข็งหรือแฉะจนเกินไป เลือกยี่ห้อที่ได้รับมาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือ แล้วจึงดูที่ราคา แต่เมื่อราคาข้าวเพิ่มขึ้นกลุ่มตัวอย่างได้เลือกซื้อข้าวจากการเลือกข้าวที่หุงแล้วนุ่ม ไม่แข็งหรือแฉะจนเกินไป และเลือกยี่ห้อที่ได้รับมาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือลดลง เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อข้าวโดยเน้นข้าวราคาที่ถูกเพิ่มขึ้น และซื้อยี่ห้อที่เคยบริโภคมานานแล้วแต่อาจจะเปลี่ยนจากข้าวหอมมะลิเป็นข้าวขาวธรรมดาแทน

ตาราง 12

เปรียบเทียบการบริโภคข้าวต่อเดือนระหว่างราคาข้าวคงที่และเพิ่มขึ้น (หน่วย: ร้อยละ)

ปริมาณข้าวที่บริโภคต่อเดือน	ราคาข้าวคงที่	ราคาข้าวเพิ่มขึ้น
น้อยกว่า 5 กิโลกรัม	11.25	11.00
6-10 กิโลกรัม	30.75	31.25
11-15 กิโลกรัม	24.50	24.75
มากกว่า 16 กิโลกรัม	33.50	33.00

จากตาราง 12 เมื่อเปรียบเทียบการบริโภคข้าวต่อเดือนระหว่างช่วงที่ราคาข้าวคงที่และช่วงที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้นนั้นไม่มีความแตกต่างกันมากนัก เนื่องจากเป็นไปตามอุปสงค์ต่อราคาของสินค้าเกษตรที่เมื่อราคาเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณการบริโภคจะเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตาราง 13

เปรียบเทียบราคาข้าวต่อหนึ่งกิโลกรัมระหว่างราคาข้าวคงที่และเพิ่มขึ้น

(หน่วย: ร้อยละ)

ราคาข้าวต่อกิโลกรัม	ราคาข้าวคงที่	ราคาข้าวเพิ่มขึ้น
ต่ำกว่า 15 บาท	2.00	0.00
16-20 บาท	11.00	2.25
21-25 บาท	26.75	3.75
26-30 บาท	30.25	10.25
31-35 บาท	30.00	16.50
36-40 บาท	0.00	37.25
มากกว่า 41 บาท	0.00	30.00

จากตาราง 13 ในช่วงที่ราคาข้าวคงที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อข้าวต่อหนึ่งกิโลกรัมในราคาระหว่าง 21-35 บาท ส่วนช่วงที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อข้าว

หนึ่งกิโลกรัมในราคาระหว่าง 31-41 บาทขึ้นไป ในจำนวนร้อยละที่ใกล้เคียงกัน จะเห็นว่าราคาข้าวนั้นได้เพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก เป็นเหตุให้กลุ่มตัวอย่างมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค

ตาราง 14

สถานที่ที่ซื้อข้าวสารระหว่างราคาข้าวคงที่และเพิ่มขึ้น (หน่วย: ร้อยละ)

สถานที่	ราคาข้าวคงที่	ราคาข้าวเพิ่มขึ้น
ร้านค้าทั่วไป	25.75	28.50
ซูเปอร์มาร์เก็ต	48.50	45.00
ซูเปอร์สโตร์	19.25	19.75
อื่น ๆ	6.50	6.75

จากตาราง 14 สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างซื้อข้าวนั้นมีความเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงซื้อข้าวที่ซูเปอร์มาร์เก็ตมากที่สุด ทั้งในช่วงราคาที่ข้าวคงที่ และราคาข้าวเพิ่มขึ้น แต่ในช่วงที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้น กลุ่มตัวอย่างได้ซื้อข้าวที่ร้านค้าทั่วไปเพิ่มมากขึ้น

ตาราง 15

เมื่อราคาข้าวเพิ่มขึ้นมีการเปลี่ยนแปลงหรือส่งผลกระทบต่อการใช้จ่าย

ผลการเปลี่ยนแปลง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มีการเปลี่ยนแปลง	328	82.00
ไม่มีการเปลี่ยนแปลง	72	18.00

จากตาราง 15 จากการที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้นส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคถึงร้อยละ 82.00 ส่วนกลุ่มตัวอย่างอีกร้อยละ 18.00 นั้นแม้ราคาข้าวจะขึ้นก็ไม่ส่งผลกระทบและไม่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคแต่อย่างไร

ตาราง 16

วิธีการแก้ปัญหาเมื่อราคาข้าวเพิ่มขึ้น

(หน่วย: คน)

วิธีการแก้ไขปัญหา	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	รวม	ร้อยละ
ลดปริมาณการซื้อ	24	17	19	60	7.42
ลดปริมาณการบริโภคต่อครั้ง	35	28	16	79	9.78
นำข้าวสองชนิดหุงรวมกัน	33	20	11	64	7.92
ซื้อตุนไว้เมื่อทราบว่าราคาจะขึ้น	35	50	31	116	14.36
ซื้อโดยเน้นราคาถูกเป็นหลัก	49	31	24	104	12.87
เปลี่ยนจากข้าวหอมมะลิเป็นข้าวธรรมดา	25	9	11	45	5.56
หารายได้อื่นเพิ่ม	27	30	19	76	9.41
ประหยัดอย่างอื่นแทน	64	55	50	169	20.92
ซื้อข้าวที่หุงสำเร็จมาบริโภคบ่อยขึ้น	36	22	37	95	11.76
รวม	328	262	218	808	100.00

จากตาราง 16 จากการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับผลกระทบเนื่องจากราคาข้าวเพิ่มขึ้น กลุ่มตัวอย่างได้มีวิธีแก้ไขปัญหอันดับแรกโดยการ ประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างอื่นแทน คิดเป็นร้อยละ 20.92 รองลงมา คือ การซื้อตุนไว้เมื่อทราบว่าราคาข้าว ร้อยละ 14.36 และการซื้อข้าวโดยเน้นราคาข้าวที่ถูกเป็นหลัก ร้อยละ 12.87

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง สามารถนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา ด้วยค่าสถิติไคสแควร์ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งพิจารณาจากค่าของ Asymp. Sig. (2-sided) ของ Pearson chi-square ต้องมีค่าน้อยกว่า α กำหนด ($\alpha = 0.05$) โดยมีสมมติฐานดังนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา

รายได้ต่อครัวเรือน และค่าใช้จ่ายต่อครัวเรือนต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารของผู้บริโภคเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา

สมมติฐาน: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกชนิดของข้าว

Ho: ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกชนิดของข้าว

Ha: ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการเลือกชนิดของข้าว

ตาราง 17

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกชนิดของข้าว

ปัจจัยส่วนบุคคล	Pearson chi-square	df	Asymp Sig. (2-sided)
เพศ	0.079	1	0.778
อายุ	2.037	3	0.565
ระดับการศึกษา	34.012	3	0.000*
อาชีพ	16.361	5	0.006*
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	12.188	4	0.016*
รายได้	9.864	5	0.079
รายจ่าย	0.140	2	0.933

*มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 17 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันจะเลือกซื้อข้าวชนิดต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกันเลือกซื้อข้าวชนิดต่างกัน และรายจ่ายที่ต่างกันเลือกซื้อข้าวชนิดต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า Asymp. Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000, 0.006 และ 0.016 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า Asymp. Sig. (2-sided) น้อยกว่าค่า α ที่กำหนด ($\alpha = 0.05$)

สมมติฐาน: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกยี่ห้อของข้าว

Ho: ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อของข้าว

Ha: ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อของข้าว

ตาราง 18

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกยี่ห้อข้าว

ปัจจัยส่วนบุคคล	Pearson chi-square	df	Asymp Sig. (2-sided)
เพศ	4.584	6	0.598
อายุ	8.074	18	0.978
ระดับการศึกษา	27.305	18	0.073
อาชีพ	33.776	30	0.290
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	20.499	12	0.058
รายได้	46.810	30	0.026*
รายจ่าย	25.784	24	0.364

*มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 18 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกยี่ห้อของข้าวเพียงอย่างเดียว กล่าวคือ รายได้ที่ต่างกัน เลือกยี่ห้อของข้าวต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า Asymp. Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.026 ซึ่งมีค่า Asymp. Sig. (2-sided) น้อยกว่าค่า α ที่กำหนด ($\alpha = 0.05$)

สมมติฐาน: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการซื้อข้าว

Ho: ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อข้าว

Ha: ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อข้าว

ตาราง 19

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการซื้อข้าว

ปัจจัยส่วนบุคคล	Pearson chi-square	df	Asymp Sig. (2-sided)
เพศ	2.305	3	0.512
อายุ	14.910	9	0.093
ระดับการศึกษา	11.636	9	0.235
อาชีพ	17.677	15	0.280
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	27.109	6	0.000*
รายได้	25.916	15	0.039*

ตาราง 19 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	Pearson chi-square	df	Asymp Sig. (2-sided)
รายจ่าย	25.886	12	0.011*

*มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 19 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีขนาดต่างกัน ชื่อข้าวในปริมาณที่ต่างกัน รายได้ที่ต่างกัน ชื่อข้าวปริมาณที่ต่างกัน และรายจ่ายที่ต่างกัน ชื่อข้าวปริมาณต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า Asymp. Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.000, 0.039 และ 0.011 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า Asymp. Sig. (2-sided) น้อยกว่าค่า α ที่กำหนด ($\alpha = 0.05$)

สมมติฐาน: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับราคาของข้าว

Ho: ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับราคาของข้าว

Ha: ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับราคาของข้าว

ตาราง 20

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับราคาของข้าว

ปัจจัยส่วนบุคคล	Pearson chi-square	df	Asymp Sig. (2-sided)
เพศ	4.611	5	0.465
อายุ	14.257	15	0.506
ระดับการศึกษา	26.811	15	0.030*
อาชีพ	42.669	25	0.015*
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	24.882	10	0.006*
รายได้	63.137	25	0.000*
รายจ่าย	43.683	20	0.002*

*มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 20 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกัน ชื่อข้าวราคาต่างกัน อาชีพต่างกัน ชื่อข้าวราคาต่างกัน จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ต่างกัน

ชื่อข้าวราคาต่างกัน รายได้ต่างกัน ชื่อข้าวราคาต่างกัน และรายจ่ายต่างกัน ชื่อข้าวราคาต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า Asymp. Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.030, 0.015, 0.006, 0.000 และ 0.002 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า Asymp. Sig. (2-sided) น้อยกว่าค่า α ที่กำหนด ($\alpha = 0.05$)

สมมติฐาน: ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการบริโภคข้าว

Ho: ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคข้าว

Ha: ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปริมาณการบริโภคข้าว

ตาราง 21

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการบริโภคข้าว

ปัจจัยส่วนบุคคล	Pearson chi-square	df	Asymp Sig. (2-sided)
เพศ	5.219	4	0.266
อายุ	18.097	12	0.113
ระดับการศึกษา	13.364	12	0.343
อาชีพ	45.419	20	0.001*
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	136.200	8	0.000*
รายได้	31.371	20	0.050*
รายจ่าย	17.274	16	0.368

*มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากตาราง 21 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาชีพที่ต่างกัน ปริมาณการบริโภคข้าวต่างกัน จำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกัน ปริมาณการบริโภคข้าวต่างกัน และรายได้ที่ต่างกัน ปริมาณการบริโภคข้าวต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า Asymp. Sig. (2-sided) มีค่าเท่ากับ 0.001, 0.000 และ 0.050 ตามลำดับ ซึ่งมีค่า Asymp. Sig. (2-sided) น้อยกว่าหรือเท่ากับค่า α ที่กำหนด ($\alpha = 0.05$)

ตาราง 22

สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าว

ปัจจัยส่วนบุคคล	ชนิดของข้าว	ยี่ห้อ	ปริมาณ การซื้อ	ราคาข้าว	ปริมาณ การบริโภค
เพศ	-	-	-	-	-
อายุ	-	-	-	-	-
ระดับการศึกษา	*	-	-	*	-
อาชีพ	-	-	-	*	*
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	-	-	*	*	*
รายได้	*	*	*	*	*
รายจ่าย	*	-	*	*	-

*มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ส่วนที่ 5 ค่าความยืดหยุ่น

จากการที่ได้เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ได้นำราคาข้าว และปริมาณการซื้อข้าวมาหาค่าเฉลี่ย เพื่อคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ข้าวหอมมะลิ, ข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ และราคาข้าวทั้งสองชนิด โดยใช้การคำนวณ ค่าความยืดหยุ่นแบบ Arc Elasticity ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$E_d = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 + P_2}{P_2 - P_1}$$

E_d คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

Q_1 คือ ปริมาณการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งก่อนราคาเปลี่ยนแปลง (หน่วยกิโลกรัม/ครั้ง)

Q_2 คือ ปริมาณการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งหลังราคาเปลี่ยนแปลง (หน่วยกิโลกรัม/ครั้ง)

P_1 คือ ราคาเฉลี่ยข้าวหนึ่งกิโลกรัมก่อนราคาเปลี่ยนแปลง (หน่วยกิโลกรัม/บาท)

P_2 คือ ราคาเฉลี่ยข้าวหนึ่งกิโลกรัมหลังราคาเปลี่ยนแปลง (หน่วยกิโลกรัม/บาท)

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวหอมมะลิต่อราคา

$$\begin{aligned} E_d &= \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 + P_2}{P_2 - P_1} \\ &= \frac{6.24 - 6.10}{6.10 + 6.24} \times \frac{28.43 + 39.25}{39.25 - 28.43} \\ &= 0.069 \end{aligned}$$

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ต่อราคา

$$\begin{aligned} E_d &= \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 + P_2}{P_2 - P_1} \\ &= \frac{5.91 - 7.00}{7.00 + 5.91} \times \frac{23.65 + 30.47}{30.47 - 23.65} \\ &= -0.667 \end{aligned}$$

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวหอมมะลิและข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ต่อราคา

$$\begin{aligned} E_d &= \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1 + Q_2} \times \frac{P_1 + P_2}{P_2 - P_1} \\ &= \frac{6.18 - 6.20}{6.20 + 6.18} \times \frac{27.82 + 37.68}{37.68 - 27.82} \\ &= -0.013 \end{aligned}$$

จากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวหอมมะลิต่อราคาที่ได้นั้นมีค่า 0.069 แสดงถึงปัจจัยทางด้านราคามีผลต่อข้าวหอมมะลิน้อย หากเทียบกับผลที่ได้จากการสำรวจนั้น กลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนจากการบริโภคข้าวหอมมะลิลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เนื่องจากปัจจัยทางด้านรสสัมผัส หรือความชอบในการบริโภคข้าวหอมมะลิ ที่มีความหอม หุงแล้วข้าวนี้ มีผลต่อการบริโภคมากกว่า ส่วนความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์

ต่อราคามีค่า 0.667 แสดงถึง ปัจจัยทางด้านราคามีผลต่อการเลือกซื้อข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ หากเทียบจากผลสำรวจแล้ว กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ จะเน้นที่ราคาถูกมากกว่าคุณภาพของข้าว ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ข้าวหอมมะลิและข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ต่อราคา มีค่า 0.013 ถือว่าเป็นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (inelasticity demand) ซึ่งจากผลการสำรวจ โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อข้าวจากปัจจัยทางด้านคุณภาพ และรสนิยมมากกว่า ปัจจัยทางด้านราคา