

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



246911



พฤติกรรมการเลือกซื้อปัจจัยอาหารของคนกรุงเทพมหานคร

พันธ์ศรีวัฒน์ วิไลสารนันท์

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง  
เป็นส่วนหนึ่งของเกียรตินิยมตามหลักสูตรปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา 2553



พฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารของคนกรุงเทพมหานคร



พัชรศรีชัย วิไลสาระนันท์

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
ปีการศึกษา 2553  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

CONSUMER RICE-PURCHASING BEHAVIOR  
IN BANGKOK METROPOLIS

PHATSARAN WILAISARANAN

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY  
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS

2010

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารของคนกรุงเทพมหานคร  
ชื่อผู้เขียน นางสาวพัชร์ศรัณย์ วิไลสาระนันท์  
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์อดิ ไทยนันท์ ประธานกรรมการ  
รองศาสตราจารย์อัมรินทร์พงษ์ ฉัตราคม  
รองศาสตราจารย์กาญจนา ธรรมาวาท

มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุทธิพิช)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์บุญธรรม ราชรักษ์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์อดิ ไทยนันท์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์อัมรินทร์พงษ์ ฉัตราคม)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์กาญจนา ธรรมาวาท)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ไกรสร กือประโคน)

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์      พฤติกรรมการเลือกซื้อข้าวสารของคนกรุงเทพมหานคร  
ชื่อผู้เขียน                      นางสาวพัชร์ศรีณย์ วิไลสาระนันท์  
ชื่อปริญญา                      เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
ปีการศึกษา                      2553

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ดิ ไทยานันท์                      ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์อัมภินพวงศ์ ฉัตราคม
3. รองศาสตราจารย์กาญจนา ชรรมาวาท

246911

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อข้าวหอมมะลิ และข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษาโดยการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร และนำมาวิเคราะห์ด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าไคแอสควร์ และค่าความยืดหยุ่น

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อราคาข้าวเพิ่มขึ้นกลุ่มตัวอย่างบางส่วนได้เปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคจากข้าวหอมมะลิเป็นข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ ส่วนเหตุผลที่ใช้ในการเลือกซื้อข้าวในช่วงที่ราคาสูงขึ้นจะเลือกจากข้าวที่หุงแล้วนุ่ม เป็นข้าวที่ได้รับมาตรฐาน ช่วงที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้น กลุ่มตัวอย่างยังคงเลือกซื้อข้าวที่หุงแล้วนุ่มเช่นเดิม แต่จะเน้นซื้อข้าวที่ราคาถูก โดยราคาข้าวคงที่อยู่ช่วงกิโลกรัมละ 26-30 บาท แต่ในช่วงที่ราคาข้าวเพิ่มขึ้น กลุ่มตัวอย่างซื้อข้าวในราคาระหว่าง 36-40 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งกระทบจากค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นเป็นเหตุให้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้วิธีประหยัดค่าใช้จ่ายอย่างอื่นแทน รองลงมาคือซื้อข้าวถุงไว้เมื่อทราบว่ราคาข้าวจะเพิ่มขึ้น

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อข้าว ราคาของข้าว และปริมาณการบริโภคข้าว ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเลือกชนิดของข้าว และราคาของข้าว อาชีพมีความสัมพันธ์กับราคา

246911

ของข้าว และปริมาณการบริโภคข้าว รายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกชนิดของข้าว การเลือกยี่ห้อของข้าว ปริมาณการซื้อข้าว ราคาของข้าว และปริมาณการบริโภคข้าว รายจ่ายมีความสัมพันธ์กับการเลือกชนิดของข้าว ปริมาณการซื้อข้าว และราคาของข้าว

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาข้าวหอมมะลิมีค่า 0.069 ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ มีค่า 0.667 และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาข้าวหอมมะลิและข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์ มีค่า 0.013 ซึ่งค่าความยืดหยุ่นที่ได้สอดคล้องกับผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อข้าวหอมมะลิ จะพิจารณาจากปัจจัยทางด้านคุณภาพและความหอมของข้าวหอมมะลิ มากกว่าปัจจัยทางด้านราคา ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อข้าวขาว 100 เปอร์เซ็นต์จะพิจารณาปัจจัยทางด้านราคา มากกว่าปัจจัยทางด้านคุณภาพ



rice grain with a lower price—26 to 30 baht per kilogram. When the price of rice climbed, the samples bought rice whose price was 36 to 40 baht. The increasing rice price caused higher household expenses; therefore, most research samples saved on other expenses and stocked rice grains when they knew about the price increase.

When it came to testing the hypotheses, it was found that number of family members is related to the quantity of rice purchases and consumption. Education level is related to rice selection and price. Occupation is also related to rice price and quantity of rice consumption. Income is related to the selection of rice breed, brand of rice grain product, the quantity of rice purchased, the price of rice, and the amount of rice consumed. Additionally, consumers' expenses are related to rice breed selection, quantity of rice purchased, and the price.

Elasticity of demand for jasmine rice was 0.069. Demand elasticity for 100 percent white rice was 0.667, and elasticity of demand for jasmine rice price and 100 percent white rice was 0.013. The derived elasticity is in line with the study of the respondents. That is, the samples who selected jasmine rice made their purchase based on the quality of the rice and its fragrance, whereas the factors for rice purchase among consumers who chose 100 percent white rice was the price of the rice rather than the quality.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และการสนับสนุนจาก คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อติ ไทยานันท์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์อัมรินทร์ พงศ์ นัตราคม และรองศาสตราจารย์กาญจนา ชรรมาวาท ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี รวมทั้ง ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักบริหารการปกครองท้องที่สำหรับข้อมูลสนับสนุนการศึกษา ในครั้งนี้ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ท้ายที่สุด ความดีใด ๆ อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนขอมอบให้แด่บิดา มารดา ญาติพี่น้อง เพื่อนร่วมรุ่น และเพื่อนร่วมงานที่ให้การสนับสนุนและเป็นกำลังใจ ตลอดมา

พัชรศรีณย์ วิไลสาระนันท์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(6)
กิตติกรรมประกาศ.....	(8)
สารบัญตาราง.....	(11)
สารบัญภาพประกอบ.....	(13)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
วิธีการศึกษา.....	5
สมมติฐานของการศึกษา.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2 แนวคิดทางทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดทางทฤษฎี.....	8
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	25
3 การตลาดข้าวในประเทศไทย.....	35
โครงสร้างตลาดข้าวภายในประเทศ.....	36
ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาข้าว.....	40
สถานการณ์ข้าว.....	41
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
ส่วนที่ 1 ด้านลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	43
ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมการบริโภคช่วงที่ราคาข้าวคงที่.....	46

บทที่	หน้า
ส่วนที่ 3 ด้านพฤติกรรมกรบริโภคหลังจากที่ราคาข้าวสูงขึ้น และการเปรียบเทียบ.....	49
ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การเลือกซื้อข้าวเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคา .....	54
ส่วนที่ 5 ค่าความยืดหยุ่น .....	59
5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ .....	62
สรุปผลการศึกษา.....	62
ข้อเสนอแนะ.....	64
<b>ภาคผนวก</b>	
ก แบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมกรเลือกซื้อข้าวสารของคน กรุงเทพมหานคร .....	65
ข การรับรองมาตรฐานข้าวหอมมะลิบรรจุถุงจำหน่ายภายในประเทศ.....	70
ค ยุทธศาสตร์และนโยบายข้าวไทย .....	82
บรรณานุกรม .....	98
ประวัติผู้เขียน.....	102

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ปริมาณการส่งออกข้าวของโลกปี พ.ศ. 2549-2552.....	2
2 ราคาข้าวหอมมะลิที่เกษตรกรขายได้และราคาส่งออก F.O.B. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548-2552.....	4
3 ปริมาณผลผลิต การบริโภคภายในประเทศ และการส่งออก ปี พ.ศ. 2548-2552.....	36
4 จำนวนและค่าร้อยละตามลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง .....	44
5 ชนิดของข้าวที่บริโภคในช่วงที่ราคาข้าวคงที่.....	46
6 เหตุผลในการเลือกซื้อข้าวในช่วงที่ราคาข้าวคงที่.....	47
7 ปริมาณการบริโภคข้าวของครอบครัวต่อเดือนในช่วงราคาข้าวคงที่ .....	48
8 ราคาข้าวที่กลุ่มตัวอย่างซื้อต่อกิโลกรัมในช่วงราคาข้าวคงที่.....	48
9 สถานที่ที่ซื้อข้าวสารในช่วงที่ราคาข้าวคงที่ .....	49
10 เปรียบเทียบชนิดของข้าวที่บริโภคระหว่างราคาข้าวคงที่และเพิ่มขึ้น.....	50
11 เหตุผลในการเลือกซื้อข้าวระหว่างราคาข้าวคงที่และเพิ่มขึ้น .....	51
12 เปรียบเทียบการบริโภคข้าวต่อเดือนระหว่างราคาข้าวคงที่และเพิ่มขึ้น .....	52
13 เปรียบเทียบราคาข้าวต่อหนึ่งกิโลกรัมระหว่างราคาข้าวคงที่ และเพิ่มขึ้น .....	52
14 สถานที่ที่ซื้อข้าวสารระหว่างราคาข้าวคงที่และเพิ่มขึ้น.....	53
15 เมื่อราคาข้าวเพิ่มขึ้นมีการเปลี่ยนแปลงหรือส่งผลกระทบต่อ การใช้จ่าย .....	53
16 วิธีการแก้ปัญหาเมื่อราคาข้าวเพิ่มขึ้น.....	54
17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกชนิดของข้าว.....	55
18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการเลือกยี่ห้อข้าว.....	56
19 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการซื้อข้าว .....	56

ตาราง	หน้า
20 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับราคาของข้าว.....	57
21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปริมาณการบริโภคข้าว .....	58
22 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อข้าว .....	59

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
1 เส้นอุปสงค์สินค้า.....	17
2 การเปลี่ยนแปลงของเส้นอุปสงค์สินค้า.....	19
3 การตลาดข้าวไทย .....	37