



ทัศนคติและผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคเมพาสเจอร์ไรต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จะมุ่งไปยังสิ่งต่อไปนี้

1. ทัศนคติของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเมพาสเจอร์ไรต์ ในด้านรสชาติ ความถี่ในการดื่ม และการซื้อ สถานที่ซื้อ ยี่ห้อดื่ม

2. ทัศนคติของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของเมพาสเจอร์ไรต์

การเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูล จะแยกสรุปออกเป็น 7 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สถานะทางเศรษฐกิจสังคมของตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 การรายงานผลการวิจัย เกี่ยวกับความถี่ในการดื่มเมพาสเจอร์ไรต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 การรายงานผลการวิจัย เกี่ยวกับความชอบของผู้บริโภคในการดื่มเมพาสเจอร์ไรต์ในแต่ละยี่ห้อ

ส่วนที่ 4 การรายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับ สถานที่ซื้อ และจำหน่ายที่ซื้อเมพาสเจอร์ไรต์แต่ละครั้งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 การรายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของเมพาสเจอร์ไรต์

ส่วนที่ 6 การรายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับความถี่ในการซื้อเมพาสเจอร์ไรต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 7 การรายงานผลการวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นในการดื่มเมพาสเจอร์ไรต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 สถานะทางเศรษฐกิจสังคมของตัวอย่าง

ตัวอย่างในการวิจัยได้ถูกจัดแบ่งตามลักษณะของเขตที่อยู่อาศัย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ ดังปรากฏสรุปในการร่างที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงเขตที่อยู่ของกลุ่มตัวอย่างที่ออกแบบสอบถาม

เขตที่	ชื่อเขต	จำนวน	ร้อยละ
1.	พระนคร	18	4.50
2.	คูสิต	48	12.00
3.	หนองจอก	5	1.20
4.	บางรัก	13	3.20
5.	บางเขน	24	6.00
6.	บางกะปิ	37	9.20
7.	ปทุมวัน	12	3.00
8.	ป้อมปราบศัตรูพ่าย	12	3.00
9.	พระโขนง	21	5.20
10.	มีนบุรี	7	1.70
11.	ลาดกระบัง	8	2.00
12.	ยานนาวา	11	2.70
13.	สัมพันธวงศ์	8	2.00
14.	พญาไท	48	12.00
15.	ธนบุรี	15	3.70
16.	บางกอกใหญ่	5	1.20
17.	คลองสาน	12	3.00

ตารางที่ 3 (ต่อ)

เขตที่	ชื่อเขต	จำนวน	ร้อยละ
18.	คลังสิน	7	1.70
19.	บางกอกน้อย	26	6.50
20.	บางขุนเทียน	9	2.20
21.	ภาษีเจริญ	10	2.50
22.	หนองแขม	8	2.00
23.	ราษฎร์บูรณะ	6	1.50
24.	ห้วยขวาง	30	7.50
รวม		400	100.00

ตารางที่ 4 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	162	40.05	
ปริญญาตรี	211	52.75	
สูงกว่าปริญญาตรี	26	6.50	
ไม่ระบุ	1	0.20	
รวม		400	100.00

จากตารางที่ 4 ตัวอย่างมีทั้งสิ้น 400 คน และเป็นผู้ที่ทำการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 211 คน (หรือร้อยละ 52.75) เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 162 คน (หรือร้อยละ 40.05) และเป็นผู้ที่ทำการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน (หรือร้อยละ 6.50) ในทันทันผู้ไม่ระบุถึงสถานะการศึกษาเพียง 1 คน

ตารางที่ 5 แสดงรายได้ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1,500 บาท/เดือน	165	41.25
1,501 - 3,500 บาท/เดือน	142	35.50
3,501 - 5,500 บาท/เดือน	61	15.20
5,501 - 7,500 บาท/เดือน	20	5.00
มากกว่า 7,500 บาท/เดือน	11	2.70
ไม่ระบุ	1	0.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 ตัวอย่างมีทั้งสิ้น 400 คน และเป็นผู้มีรายได้ต่ำกว่า 1,500 บาท/เดือน จำนวน 165 คน (หรือร้อยละ 41.25) รองลงมาได้แก่ ผู้มีรายได้ 1,501 - 3,500 บาท/เดือน จำนวน 142 คน (หรือร้อยละ 35.50) ผู้มีรายได้ 3,501 - 5,500 บาท/เดือน จำนวน 61 คน (หรือร้อยละ 15.20) ผู้มีรายได้ 5,501 - 7,500 บาท/เดือน จำนวน 20 คน (หรือร้อยละ 5.00) และผู้มีรายได้มากกว่า 7,500 บาท/เดือน จำนวน 11 คน (หรือร้อยละ 2.70) ในทันทันผู้ไม่ระบุ ถึงระดับรายได้ เพียง 1 คน

ตารางที่ 6 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	212	53.0
หญิง	188	47.0
รวม	400	100.0

ตัวอย่างจะประกอบไปด้วย เพศชาย จำนวนร้อยละ 53 และเพศหญิง จำนวนร้อยละ 47 จะเห็นว่าอยู่ในอัตราที่เท่าเทียมกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 ตารางแสดงระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ออกแบบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	11	2.70
15 - 20 ปี	78	19.50
21 - 25 ปี	106	26.50
26 - 30 ปี	95	23.75
31 - 40 ปี	71	17.75
มากกว่า 40 ปี	39	9.75
รวม	400	100.00

ผู้ตอบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 21 - 25 ปี กล่าวคือ ประมาณร้อยละ 26.50 ของตัวอย่างทั้งหมด จำนวนรองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 26 - 30 ปี 15 - 20 ปี 31 - 40 ปี และมากกว่า 40 ปี โดยลำดับ น้อยที่สุด ได้แก่ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 ตารางแสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ควบคุมแบบสงวนตาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน	65	16.25
นักศึกษา	102	25.50
ลูกจ้าง	116	29.00
ข้าราชการ	68	17.00
อยู่บ้านเป็นแม่บ้าน	12	3.00
นักธุรกิจ	12	3.00
คหชา	25	6.30
รวม	400	100.00

ผู้ควบคุมสัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะมีอาชีพลูกจ้าง ซึ่งเป็นจำนวนร้อยละ 29.00 อันก็รวมถึงมาได้แก่ อาชีพนักศึกษา ข้าราชการ นักเรียน คหชา และนักธุรกิจ กับอยู่บ้านเป็นแม่บ้านตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 ความถี่และขนาดของการบริโภคเมพาสเจอร์ไรส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ในการที่จะศึกษาว่าขนาดของเมพาสเจอร์ไรส์ขนาดใดเป็นที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากที่สุด จะพบว่า เมพาสเจอร์ไรส์ที่มีขนาดเล็ก คือ จำนวนบรรจุ 225 ซีซี จะได้รับความนิยมมากที่สุด กล่าวคือ ร้อยละ 81.7 ของผู้ตอบ กล่าวได้ว่า บริโภคเมพาสเจอร์ไรส์ขนาดเล็กเสียส่วนใหญ่ รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ตารางแสดงขนาดของเมพาสเจอร์ไรส์ที่กลุ่มตัวอย่างดื่ม

ขนาดที่บรรจุ	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดเล็ก (ประมาณ 225 ซีซี)	327	81.7
ขนาดใหญ่* (ประมาณ 1,000 ซีซี)	73	18.3
รวม	400	100.0

* ขนาดใหญ่ มีเพียง 2 ยี่ห้อ คือ ไทย-เคนมาร์ค และ โพรโมสค์

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ตามปกติจะดื่มเมพาสเจอร์ไรส์ขนาดเล็กมากที่สุด เป็นจำนวนร้อยละ 81.7 ส่วนขนาดใหญ่มีเพียงร้อยละ 18.3 ซึ่งมีเพียง 2 ยี่ห้อ คือ ไทยเคนมาร์ค และ โพรโมสค์

“ถ้าจะยึกเอานมพาสเจอร์ไรส์ขนาดเล็กเป็นเกณฑ์แล้ว ผู้วิจัยได้เสนอจำนวนของการกึ่งนมพาสเจอร์ไรส์ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

1. การกึ่งนมพาสเจอร์ไรส์ในหนึ่งอาทิตย์ ในระดับน้อย คือ จำนวนของถุงหรือกล่องในการกึ่งนมพาสเจอร์ไรส์ ตั้งแต่ 1 ถึง 4 ถุงหรือกล่องต่ออาทิตย์
2. การกึ่งนมพาสเจอร์ไรส์ในหนึ่งอาทิตย์ในระดับปานกลาง คือ จำนวนของถุงหรือกล่อง ในการกึ่งนมพาสเจอร์ไรส์ ตั้งแต่ 5 ถึง 7 ถุง หรือกล่องต่ออาทิตย์
3. การกึ่งนมพาสเจอร์ไรส์ในหนึ่งอาทิตย์ในระดับมาก คือ จำนวนของถุงหรือกล่อง ในการกึ่งนมพาสเจอร์ไรส์ตั้งแต่ 8 ถุงหรือกล่องต่ออาทิตย์ขึ้นไป

รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 10



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 ตารางแสดงความถี่ในการกินนมพาสเจอร์ไรส์คออาทิคัย โดยจัดระดับความถี่ (โดยยี่สิบขนาดเล็กเป็นเกณฑ์)

ความถี่ในการกิน	จำนวน	ร้อยละ
น้อย (1 -- 4 ถุงหรือกล่อง)	238	59.50
ปานกลาง (5 -- 7 ถุงหรือกล่อง)	133	33.25
มาก (มากกว่า 7 ถุงหรือกล่อง)	23	5.75
แล้วแต่โอกาส	5	1.25
ไม่ระบุ	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าจากจำนวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ประมาณร้อยละ 60 เป็นผู้ที่มีความถี่ในการกินนมพาสเจอร์ไรส์ในระดับน้อย รองลงมา ได้แก่ ระดับปานกลางและมาก คิดเป็นร้อยละ 33.25 และ 5.75 ตามลำดับ และมีผู้ตอบว่าแล้วแต่โอกาสคิดเป็นร้อยละ 1.25 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมด

ต่อไปนี้จะแสดงถึงผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อความถี่ในการกินนมพาสเจอร์ไรส์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์
ต่ออาทิตย์ โดยจัดระดับความถี่ (โดยยึดขนาดเล็กลงเป็นเกณฑ์)

ความถี่ในการคิม	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
น้อย (1 - 4 ถูหรือถลอง)	137(64.62)	101(53.72)	238
ปานกลาง (5 - 7 ถูหรือถลอง)	60(28.30)	73(38.83)	133
มาก (มากกว่า 7 ถูหรือถลอง)	12(5.66)	11(5.85)	23
แล้วแต่โอกาส	2(0.94)	3(1.60)	5
ไม่ระบุ	1(0.47)	0(0.00)	1
รวม	212(100.00)	188(100.00)	400

$$\chi^2 = 6.54$$

$$df = 4 ; \chi^2 = 9.48$$

$$\alpha = .05$$

ถ้าเราจะพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างกับความถี่ของการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ หลังจากการแบ่งจำนวนของการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ออกเป็น 3 ระดับ ดังตารางที่ 11 จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิง โดยเฉลี่ยแล้วจะมีความถี่ในการคิมในระดับน้อยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.62 และ 53.72 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ตามลำดับ อันดับที่สองได้แก่ ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 28.30 และ 38.83 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ตามลำดับ อันดับที่ได้แก่ ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 5.66 และ 5.85 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิงตามลำดับ

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความถี่ของการดื่มเบียร์ โดยสมมติฐานที่เป็น H_{01} ดังต่อไปนี้คือ "ความแตกต่างระหว่างเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการดื่มเบียร์" จะเห็นว่าการคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 6.54 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 9.48 โดยหลักการแล้วเราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น H_{01} กล่าวคือความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการดื่มเบียร์ หมายความว่า ไม่วาจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงจะบริโภคเบียร์ ในรูปแบบของ ความถี่ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อายุกับความถี่ในการดื่มกาแฟโรส

ตารางที่ 12 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับความถี่ในการดื่มกาแฟโรสใน 1 อาทิตย์ โดยจัดระดับความถี่ (โดยมีคณนค่าเล็กเป็นเกณฑ์)

ความถี่ในการดื่ม	ระดับอายุ						รวม
	ต่ำกว่า 15 ปี	15 - 20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
น้อย (1 - 4 ถ้วยหรือคอก)	5(45.45)	49(62.82)	66(62.26)	58(61.05)	36(50.70)	24(61.54)	238
ปานกลาง (5 - 7 ถ้วยหรือคอก)	4(36.36)	23(29.49)	33(31.13)	30(31.58)	30(42.25)	13(33.33)	133
มาก (มากกว่า 7 ถ้วยหรือคอก)	2(18.18)	4(5.13)	6(5.66)	6(6.32)	3(4.23)	2(5.13)	23
แฉะแต่โอกาส	0(0.00)	1(1.28)	1(0.94)	2(2.82)	2(2.82)	0(0.00)	5
ไม่ระบุ	0(0.00)	1(1.28)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
รวม	11(100.00)	78(100.00)	106(100.00)	95(100.00)	71(100.00)	39(100.00)	400

$$\chi^2 = 13.50$$

$$df = 20 ;$$

$$\chi^2 = 31.41$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 12 ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี 15 - 20 ปี 21 - 25 ปี 26 - 30 ปี 31 - 40 ปี และมากกว่า 40 ปี ต่างก็มีความถี่ในการดื่ม นมพาสเจอร์ไรส์ในระดับน้อย เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 45.45 62.82 62.26 61.05 50.70 และ 61.54 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงต่าง ๆ ดังกล่าว ตามลำดับ อันดับที่สอง ไก่แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.36 29.49 31.13 31.58 42.25 และ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว ตามลำดับ อันดับที่สาม ไก่แก่ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 18.18 5.13 5.66 6.32 4.23 และ 5.13 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับความถี่ในการดื่มนม พาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้คือ "ความแตกต่างระหว่างอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการดื่มนมพาสเจอร์ไรส์" จะเห็นว่าการคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติจะใกล้เคียงกับ 13.50 ในขณะที่ค่า χ^2 (Chi-Square) ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 จะเท่ากับ 31.41 ตามหลักการแล้วเราจะยอมรับสมมติฐาน ที่เป็น Null กล่าวคือความแตกต่างของระดับอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการ ดื่มนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุแตกต่างกันจะมีการดื่มนม พาสเจอร์ไรส์ในอัตราความถี่ที่ไม่แตกต่างกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาชีพกับความถี่ของการคืบนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 13 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการคืบนมพาสเจอร์ไรส์ ใน 1 อาทิตย์ โดยจัดระดับความถี่ (โดยยี่คขนาดเล็กลงเป็นเกณฑ์)

ความถี่ในการคืบ	อาชีพ							รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ลูกจ้าง	ข้าราชการ	อยู่บ้าน เป็นแม่บ้าน	นักธุรกิจ	ค้าขาย	
น้อย (1 - 4 ถูงหรือกลอง)	42(64.62)	65(63.73)	67(57.76)	47(69.12)	6(50.00)	5(41.67)	16(64.00)	238
ปานกลาง (5-7 ถูงหรือกลอง)	18(27.69)	30(29.41)	41(35.34)	24(35.29)	6(50.00)	6(50.00)	8(32.00)	133
มาก (มากกว่า 7 ถูงหรือกลอง)	4(6.15)	5(4.90)	5(6.90)	4(5.88)	0(0.00)	1(8.43)	1(4.00)	23
แล้วแต่โอกาส	1(1.54)	1(0.98)	0(0.00)	3(4.41)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	5
ไม่ระบุ	0(0.00)	1(0.98)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
รวม	65(100.00)	102(100.00)	116(100.00)	68(100.00)	12(100.00)	12(100.00)	25(100.00)	400

$$\chi^2 = 17.77$$

$$df = 24; \chi^2 = 36.415$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักเรียน นักศึกษา ลูกจ้าง รัฐบาล และเกษียณ โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนของการติดเชื้อไวรัส ในระดับน้อย เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 64.62 63.73 57.76 19.12 และ 64.00 ของ กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กันดังกล่าว อันดับที่สอง ไก่แก่ ระดับปานกลาง คิดเป็น อัตราส่วนร้อยละ 27.69 89.41 35.34 35.29 และ 32.00 ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพต่าง ๆ กันดังกล่าว และอันดับที่สาม ไก่แก่ ระดับมาก คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 6.15 4.90 6.90 5.88 และ 4.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ กันดังกล่าว

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพวยพานเป็นเวลานาน โดยเฉลี่ยแล้วจะมีจำนวนของ การติดเชื้อในระดับน้อยและปานกลาง ในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 50.0 ของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอาชีพดังกล่าว

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานธุรกิจ โดยเฉลี่ยแล้วจะมีจำนวนของการติดเชื้อ ไวรัสในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพดังกล่าว อันดับที่รองลงมา ไก่แก่ ระดับน้อยและมาก คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 41.67 และ 8.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพดังกล่าว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการติดเชื้อไวรัส โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้คือ "ความแตกต่างระหว่างอาชีพไม่มีความสัมพันธ์ กับความถี่ของการติดเชื้อไวรัส" จะเห็นว่าการคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติจะได้อาเท่ากับ 17.77 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 36.415 โดยหลักการเราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือความแตกต่างระหว่างอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการติดเชื้อไวรัส มีความสัมพันธ์กับความถี่ของการติดเชื้อไวรัสหมายความว่าความวามุมรโกลที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการติดเชื้อไวรัสในอัตราความถี่ที่คล้ายคลึงกัน

ส่วนที่ 3

ความชอบในการคั่นแพสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ และเหตุผลในการพิจารณาซื้อแพสเจอร์ไรส์ของยูนิโคกในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับความชอบในการคั่นแพสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แพสเจอร์ไรส์ยี่ห้อไทย-เดนมาร์ก เป็นยี่ห้อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.0 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมด อันดับที่สองคือ ไคแก ยี่ห้อ โฟร์โมสต์ และอันดับที่สาม ไคแก ยี่ห้อ ทนงไฟ คิดเป็นร้อยละ 22.0 และ 22.0 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมด ตามลำดับ รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 15

สำหรับการศึกษาในเรื่องที่เกี่ยวกับเหตุผลในการพิจารณาซื้อแพสเจอร์ไรส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้นพบว่า

ประมาณร้อยละ 42 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมด ให้ความสำคัญในการพิจารณาซื้อแพสเจอร์ไรส์มากที่สุด อันดับที่สองคือ ไคแก ยี่ห้อ และอันดับที่สาม ไคแก ไรท์แทนอาหาร คิดเป็นร้อยละ 21.0 และ 16.2 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมด ตามลำดับ รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 16

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 การวางแสดงยี่ห้อของเมทาสเจอร์ไรส์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยม

ยี่ห้อของเมทาสเจอร์ไรส์	จำนวน	ร้อยละ
ไทย-เกนมาร์ก	105	26.2
โฟร์โมสต์	115	28.7
หนองโพ	93	23.2
เกษกร	62	15.5
สหกรณ์โคนมอยุธยา	24	6.0
อื่น ๆ	1	0.2
รวม	400	100.0

เกี่ยวกับยี่ห้อของเมทาสเจอร์ไรส์ที่ประชากรกลุ่มตัวอย่างนิยม พบว่าเมทาสเจอร์ไรส์ยี่ห้อโฟร์โมสต์ มีผู้นิยมมากที่สุด คือมีประมาณร้อยละ 28.7 ของผู้ที่เคยชิม รองลงมาได้แก่ ไทย-เกนมาร์ก หนองโพ และเกษกร คิดเป็นร้อยละ 26.2 23.2 และ 15.5 ตามลำดับ และยี่ห้อที่ผู้ศึกษานิยมน้อยที่สุด คือ สหกรณ์โคนมอยุธยา คิดเป็นร้อยละ 6.00

จากการสอบถามผู้ที่เคยชิมต่อไป ยี่ห้อที่ชอบดื่มมากที่สุดกว่าจะเป็นยี่ห้อใด

ผลปรากฏดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 การแสดงยี่ห้อของเมทาสเจอร์ไรด์ที่กลุ่มตัวอย่างชอบค้มมากที่สุด

ยี่ห้อของเมทาสเจอร์ไรด์	จำนวน	ร้อยละ
ไทย-เคนมาร์ค	144	36.0
โฟร์โมสต์	124	31.0
หนองโพ	88	22.0
เกษตร	38	9.5
สหกรณ์โคนมอยุธยา	4	1.0
อื่น ๆ	1	0.2
ไม่ระบุ	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 15 ผลปรากฏว่า ยี่ห้อที่กลุ่มตัวอย่างชอบค้มมากที่สุดคือ ไทย-เคนมาร์ค เป็นจำนวนร้อยละ 36.0 รองลงมา คือ โฟร์โมสต์ เป็นจำนวนร้อยละ 31.0 และยี่ห้อที่ชอบค้มน้อยที่สุด คือ สหกรณ์โคนมอยุธยา เป็นจำนวนร้อยละ 1.0

จากตารางที่ 14 และ ตารางที่ 15 แสดงว่า ยี่ห้อที่กลุ่มตัวอย่างเคยค้มมากที่สุด ไม่จำเป็นต้องเป็นยี่ห้อที่กลุ่มตัวอย่างชอบค้มมากที่สุด

ตารางที่ 16 ตารางแสดงเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อแพคเกจเจอร์โรส

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	169	42.2
พิมพ์	84	21.0
ไรท์ทดแทนอาหาร	65	16.2
สีของนม	37	9.2
บำรุงร่างกาย	21	5.2
กลิ่น	17	4.2
การโฆษณา	2	0.5
รสชาติ	2	0.5
คุณภาพ	2	0.5
ความสะดวกในการซื้อ	1	0.2
รวม	400	100.0

จากการเรียงลำดับว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ราคาเป็นเหตุผลสำคัญในการพิจารณาเลือกซื้อแพคเกจเจอร์โรสและยี่ห้อมากที่สุด เป็นจำนวนร้อยละ 42.2 รองลงมาได้แก่พิมพ์ และไรท์ทดแทนอาหาร คิดเป็นร้อยละ 21.0 และ 16.2 ตามลำดับ และน้อยที่สุด ได้แก่ความสะดวกในการซื้อ คิดเป็นร้อยละ 0.2

ต่อไปนี้จะแสดงถึงผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่สะท้อนความชอบในการกินนมพาสเจอร์ไรด์แต่ละยี่ห้อ และเหตุผลในการพิจารณาซื้อนมพาสเจอร์ไรด์ ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความชอบมากที่สุดของการกินนมพาสเจอร์ไรด์แต่ละยี่ห้อ

ยี่ห้อของนมพาสเจอร์ไรด์	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ไทย-เคนเนดีย์	75 (35.38)	69 (36.70)	144
โฟร์โมสต์	62 (29.25)	62 (32.98)	124
หนองโพ	48 (22.64)	40 (21.28)	88
เกษกร	23 (10.85)	15 (7.98)	38
สหกรณ์โคนมอยุธยา	2 (0.94)	2 (1.06)	4
อื่น ๆ (ไม่ระบุ)	1 (0.47)	0 (0.00)	1
รวม	212 (100.00)	188 (100.00)	400

$\chi^2 = 3.23$

df = 6 ; $\chi^2 = 12.592$
= .05



จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงและเพศชายต่างก็ชอบคิมเมพาสเจอร์ไรส์ ยี่ห้อ ไทย-เดนมาร์ก มากที่สุด เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 36.70 และ 35.38 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงและเพศชาย ตามลำดับ อันดับที่สอง ไคแก่ ยี่ห้อโฟรโมสต์ คิดเป็นร้อยละ 32.98 และ 29.25 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงและเพศชาย ตามลำดับ และอันดับที่สาม ไคแก่ ยี่ห้อหนองโพ คิดเป็นร้อยละ 22.04 และ 21.28 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ตามลำดับ

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มตัวอย่างกับความชอบในการคิมเมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการคิมเมพาสเจอร์ไรส์ แต่ละยี่ห้อ" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 3.23 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 12.592 โดยหลักการแล้วเราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการคิมเมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ หมายความว่า ไม่ว่าจะ เป็นเพศชายหรือเพศหญิง จะชอบคิมเมพาสเจอร์ไรส์ในยี่ห้อที่เหมือนกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับอายุกับความชอบในการดื่มเบียร์แต่ละยี่ห้อ

ตารางที่ 18 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับความชอบมากที่สุดของการดื่มเบียร์แต่ละยี่ห้อ

ยี่ห้อของเบียร์	ระดับอายุ						รวม
	ต่ำกว่า 15 ปี	15 - 20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
ไทย-เคนมาร์ค	4(36.36)	26(33.33)	36(33.96)	34(35.79)	31(43.66)	13(33.33)	144
โฟร์โมสต์	3(27.27)	28(35.89)	38(35.85)	31(32.63)	18(25.35)	6(15.38)	124
หนองโพ	3(27.27)	17(21.79)	22(20.75)	19(20.31)	13(18.31)	14(35.90)	88
เกษตร	1(9.09)	6(7.69)	9(8.49)	9(9.47)	8(11.27)	5(12.82)	38
สหกรณ์โคนมอยุธยา	0(0.00)	0(0.00)	1(0.94)	1(1.05)	1(11.41)	1(2.56)	4
อื่น ๆ	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(1.05)	0(0.00)	0(0.00)	1
ไม่ระบุ	0(0.00)	1(1.28)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
รวม	11(100.0)	78(100.0)	106(100.0)	95(100.0)	71(100.0)	39(100.0)	400

$$\chi^2 = 24.54$$

$$df = 30 ; \chi^2 = 43.773$$

$$= \alpha .05$$

จากการวางที่ 18 จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี โดยเฉลี่ยแล้ว ชอบคัมเมพาสเจอร์ไรส์ของไทย-เดนมาร์กมากที่สุด เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 36.36 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี อันดับที่สอง ไคเกะ ยี่ห้อ โฟร์ไมสต์ และ หนองโพ คิดเป็นร้อยละ 27.27 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง และอันดับที่สาม ไคเกะ ยี่ห้อ เกษตร คิดเป็นร้อยละ 9.09 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 15 - 20 ปี โดยเฉลี่ยแล้วชอบคัมเมพาสเจอร์ไรส์ ยี่ห้อ โฟร์ไมสต์มากที่สุด เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 35.89 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงนี้ อันดับที่สอง ไคเกะ ยี่ห้อ ไทย-เดนมาร์ก คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง และอันดับที่สาม ไคเกะ ยี่ห้อ หนองโพ คิดเป็นร้อยละ 21.79 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21 - 25 ปี โดยเฉลี่ยแล้วชอบคัมเมพาสเจอร์ไรส์ ยี่ห้อ โฟร์ไมสต์มากที่สุด เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 35.85 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง อันดับที่สอง ไคเกะ ยี่ห้อ ไทย-เดนมาร์ก คิดเป็นร้อยละ 33.96 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง และอันดับที่สาม ไคเกะ ยี่ห้อ หนองโพ คิดเป็นร้อยละ 20.75 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 26 - 30 ปี โดยเฉลี่ยแล้วนิยมคัมเมพาสเจอร์ไรส์ ยี่ห้อ ไทย-เดนมาร์ก มากที่สุด เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 35.79 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง อันดับที่สอง ไคเกะ ยี่ห้อ โฟร์ไมสต์ คิดเป็นร้อยละ 32.63 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง และอันดับที่สาม ไคเกะ ยี่ห้อ หนองโพ คิดเป็นร้อยละ 20.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี โดยเฉลี่ยแล้วนิยมคัมเมพาสเจอร์ไรส์ ยี่ห้อ ไทย-เดนมาร์ก มากที่สุด เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 48.66 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงนี้ อันดับที่สอง ไคเกะ ยี่ห้อ โฟร์ไมสต์ คิดเป็นร้อยละ 25.35 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง และอันดับที่สาม ไคเกะ ยี่ห้อ หนองโพ คิดเป็นร้อยละ 18.31 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี โดยเฉลี่ยแล้วนิยมดื่มเนพาสเจอร์ไรส์ ยี่ห้อ หนองโพ มากที่สุด เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 35.90 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี อันดับที่สอง ไคแก ยี่ห้อ ไทย-เดนมาร์ก คิดเป็นร้อยละ 35.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง และอันดับที่สาม ไคแก ยี่ห้อ โพรโมสต์ คิดเป็นร้อยละ 15.38 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงกึ่งกลาง

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับความชอบในการดื่มเนพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการดื่มเนพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ " จะเห็นว่าการคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 24.54 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.773 โดยหลักการแล้วเราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการดื่มเนพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุต่างกัน จะชอบดื่มเนพาสเจอร์ไรส์ในยี่ห้อที่คล้ายคลึงกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การศึกษาเกี่ยวกับความชอบในการคั้นนมพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละยี่ห้อ

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความชอบมากที่สุดของการคั้นนมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ

ข้อคิดเห็น	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	ไม่ระบุ	
ไทย-เคนมาร์ค	48(29.63)	85(40.28)	11(42.31)	0(0.00)	144
โฟร์โมสต์	51(31.48)	69(32.70)	4(15.38)	0(0.00)	124
หนองโพ	44(27.16)	38(18.01)	6(23.08)	0(0.00)	88
เกษตร	16(9.87)	16(7.58)	5(19.23)	0(100.00)	38
สหกรณ์โคนมอยุธยา	3(1.85)	1(0.47)	0(0.00)	0(0.00)	4
อื่น ๆ	0(0.00)	1(0.47)	0(0.00)	0(0.00)	1
ไม่ระบุ	0(0.00)	1(0.47)	0(0.00)	0(0.00)	1
รวม	162(100.00)	211(100.00)	26(100.00)	1(100.00)	400

$$\chi^2 = 25.7$$

$$df = 18 ; \chi^2 = 28.869$$

$$= .05$$

จากตารางที่ 19 จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี โดยเฉลี่ยแล้วนิยมคั้นนมพาสเจอร์ไรส์ ยี่ห้อ โฟร์โมสต์ มากที่สุด เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 31.48 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี อันดับที่สอง ไคแก ยี่ห้อ ไทย-เคนมาร์ค คิดเป็นร้อยละ 29.63 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว และอันดับที่สาม ไคแก ยี่ห้อ หนองโพ คิดเป็นร้อยละ 27.16 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเฉลี่ยแล้วนิยมกินแมพาสเจอร์ไรส์ ยี่ห้อ ไทย-เดนมาร์ก มากที่สุด เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 40.28 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อันดับที่สอง ไคแก ยี่ห้อ โฟร์โมสต์ คิดเป็นร้อยละ 32.70 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และอันดับที่สาม ไคแก ยี่ห้อ หนองโพ คิดเป็นร้อยละ 18.01 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมกินแมพาสเจอร์ไรส์ ยี่ห้อ ไทย-เดนมาร์ก มากที่สุด เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.31 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อันดับที่สอง ไคแก ยี่ห้อ หนองโพ คิดเป็นร้อยละ 23.08 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดังกลาว และอันดับที่สาม ไคแก ยี่ห้อ โฟร์โมสต์ คิดเป็นร้อยละ 15.38 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดังกลาว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความชอบในการกินแมพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละยี่ห้อ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการกินแมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้เท่ากับ 25.7 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 28.869 ตามหลักการเราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการกินแมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะชอบกินแมพาสเจอร์ไรส์ในยี่ห้อที่คล้ายคลึงกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เพศกับเหตุผลในการพิจารณาซื้อเนพทาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 20 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลสำคัญในการพิจารณาซื้อเนพทาสเจอร์ไรส์

ชนิดความเห็น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ราคา	86(40.57)	83(44.15)	169
ดื่มพอ	45(21.23)	39(20.74)	84
ใช้ทดแทนอาหาร	38(17.92)	27(14.36)	65
สีของนม	21(9.91)	16(8.51)	37
บำรุงร่างกาย	10(4.71)	11(5.85)	21
กลิ่น	11(5.18)	6(3.19)	17
การโฆษณา	0(0.00)	2(1.06)	2
รสชาติ	1(0.47)	1(0.53)	2
คุณภาพ (โฆษณา)	0(0.00)	2(1.06)	2
ความสะดวกในการซื้อ	0(0.00)	1(0.53)	1
รวม	212(100.00)	188(100.00)	400

$$\chi^2 = 8.126$$

$$df = 9 ;$$

$$\chi^2 = 16.919$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงและเพศชาย ทางการใช้รากาเป็นเหตุผลในการซื้อเนยพาสเจอร์ไรส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.15 และ 40.57 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงและเพศชาย ตามลำดับ เหตุผลรองลงมา เป็นอันดับที่สอง โถงแก ี่มีห่อ คิดเป็นร้อยละ 21.23 และ 20.74 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ตามลำดับ และอันดับที่สาม โถงแก ี่ใช้ทดแทนอาหาร คิดเป็นร้อยละ 17.92 และ 14.36 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายและเพศหญิง ตามลำดับ

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับเหตุผลในการพิจารณาซื้อเนยพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น H_{01} ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการพิจารณาซื้อเนยพาสเจอร์ไรส์" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติโดยนัยเท่ากับ 8.126 ในขณะที่ ๗ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 16.919 โดยหลักการแล้ว เราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น H_{01} กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการพิจารณาซื้อเนยพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ไม่ว่าจะเป็ นเพศชายหรือเพศหญิง จะมีเหตุผลในการพิจารณาซื้อเนยพาสเจอร์ไรส์ที่คล้ายคลึงกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อายุกับเหตุผลในการพิจารณาซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 21 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อนมพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ

	ระดับอายุ						รวม
	ต่ำกว่า 15 ปี	15 - 20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
ราคา	4(36.36)	32(41.03)	43(40.57)	39(41.05)	31(43.66)	20(51.28)	169
หีบห่อ	5(45.45)	13(16.67)	18(16.98)	19(17.92)	19(26.76)	10(25.64)	84
โชกทดแทนอาหาร	2(18.18)	14(17.95)	20(18.87)	16(16.84)	7(9.86)	6(15.38)	65
สีของนม	0(0.00)	9(11.54)	12(11.32)	9(9.47)	5(7.04)	2(5.13)	37
บำรุงร่างกาย	0(0.00)	5(6.41)	6(5.66)	6(6.32)	4(5.63)	0(0.00)	21
กลิ่น	0(0.00)	4(5.13)	5(4.72)	4(4.21)	3(4.22)	1(2.56)	17
ความเค็ม	0(0.00)	1(1.25)	1(0.94)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	2
รสชาติ	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(1.05)	0(0.00)	0(0.00)	2
คุณภาพ	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(1.05)	1(1.41)	0(0.00)	2
ความสะดวกในการซื้อ	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(1.41)	0(0.00)	1
รวม	11(100.00)	78(100.00)	106(100.00)	95(100.00)	71(100.00)	39(100.00)	400

$$\chi^2 = 28.51$$

$$df = 45 ; \chi^2 = 43.773$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 21 จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี โดยเฉลี่ยแล้ว จะใช้เหตุผลทางค่านิยมหรือ ในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็น ร้อยละ 45.45 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี เหตุผลรองลงมา ได้แก่ ราคา คิดเป็นร้อยละ 36.36 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไรท์ทดแทนอาหาร คิดเป็นร้อยละ 18.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 15 - 20 ปี โดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เหตุผลทาง ค่านิยมในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 41.03 ของ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว เหตุผลรองลงมา ได้แก่ ไรท์ทดแทนอาหาร คิดเป็นร้อยละ 17.95 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไขมัน คิดเป็นร้อยละ 16.64 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21 - 25 ปี โดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เหตุผลทาง ค่านิยมในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์ เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 40.57 ของ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 21 - 25 ปี อันดับรองลงมาได้แก่ ไรท์ทดแทนอาหาร คิดเป็นร้อยละ 18.87 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไขมัน คิดเป็นร้อยละ 16.98 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 26 - 30 ปี โดยเฉลี่ยแล้วจะใช้เหตุผลทาง ค่านิยมในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์ เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 41.05 เหตุผลรองลงมา ได้แก่ ไขมัน คิดเป็นร้อยละ 17.92 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง คังกลาว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไรท์ทดแทนอาหาร คิดเป็นร้อยละ 16.84 ของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี โดยเฉลี่ยแล้ว จะใช้ราคาเป็น เหตุผลในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์ เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 43.66 ของ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี เหตุผลรองลงมาได้แก่ ไขมัน คิดเป็น ร้อยละ 26.76 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไรท์ทดแทนอาหาร คิดเป็นร้อยละ 9.86 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี โดยเฉลี่ยแล้วประมาณครึ่งหนึ่ง ใช้อาการเป็นเหตุผลการพิจารณาข้อสมมติฐานเจอร์โรส เหตุผลรองลงมา ได้แก่ หีบห่อ คิดเป็นร้อยละ 25.64 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี และอันดับที่สาม ได้แก่ ไซท์ทแทนอาหาร คิดเป็นร้อยละ 15.38 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุของกลุ่มตัวอย่างกับเหตุผลการพิจารณาข้อสมมติฐานเจอร์โรส โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลการพิจารณาข้อสมมติฐานเจอร์โรส" ปรากฏว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 28.51 ในขณะที่ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.773 โดยหลักการแล้วเราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลการพิจารณาข้อสมมติฐานเจอร์โรส หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุต่างกัน จะมีเหตุผลการพิจารณาข้อสมมติฐานเจอร์โรส คล้ายคลึงกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลในการพิจารณาซื้อแพสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 22 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อแพสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	การศึกษา			ไม่ระบุ	รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี		
ราคา	81(50.00)	79(37.44)	9(34.62)	0(0.00)	169
หีบห่อ	33(20.37)	40(18.96)	10(38.46)	1(100.00)	84
ใช้ทดแทนอาหาร	23(14.20)	41(19.43)	1(3.85)	0(0.00)	65
สีของนม	9(5.56)	26(12.32)	2(7.69)	0(0.00)	37
บำรุงร่างกาย	9(5.56)	12(5.69)	0(0.00)	0(0.00)	21
กลิ่น	6(3.70)	8(3.79)	3(11.54)	0(0.00)	17
ความเค็ม	0(0.00)	2(0.95)	0(0.00)	0(0.00)	2
รสชาติ	0(0.00)	2(0.95)	0(0.00)	0(0.00)	2
คุณภาพ	1(0.62)	0(0.00)	1(3.85)	0(0.00)	2
ความสะดวกในการซื้อ	0(0.00)	1(0.47)	0(0.00)	0(0.00)	1
รวม	162(100.00)	211(100.00)	26(100.00)	1(100.00)	400

$$\chi^2 = 43.05$$

$$df = 27 ; \chi^2 = 40.113$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษากว่าปริญญาตรี โดยเฉลี่ยแล้วประมาณครึ่งหนึ่งจะใช้เหตุผลทางคานาราคา ในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์ เหตุผลรองลงมาคือ หนีห่อ คิดเป็นร้อยละ 20.37 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกลาว และอันดับที่สาม ใดแก ไซทคแทนอาหาร ซึ่งมีประมาณร้อยละ 14 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษากว่าปริญญาตรี

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะใช้เหตุผลทางคานาราคา ในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์มากที่สุด ประมาณร้อยละ 37.44 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกลาว เหตุผลรองลงมาคือ ไซทคแทนอาหาร ซึ่งมีประมาณร้อยละ 19.43 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกลาว และอันดับที่สาม ใดแก หนีห่อ ซึ่งมีประมาณร้อยละ 18.96 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่จะใช้เหตุผลทางคานาราคา หนีห่อ ในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.46 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกลาว เหตุผลรองลงมาคือ ราคา ซึ่งมีประมาณร้อยละ 34.62 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกลาว และอันดับที่สาม กลิน ซึ่งมีประมาณร้อยละ 11.54 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกลาว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับเหตุผลในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์ ในแต่ละยี่ห้อ" ปรากฏว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 43.05 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 40.13 โดยหลักการแล้ว เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับการศึกษาจะมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์แต่ละยี่ห้อ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษากัน จะมีเหตุผลในการพิจารณาซื้อเนพาสเจอร์ไรส์แตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 สถานที่และปริมาณการซื้อเมล็ดเจอร์โรสของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ในเรื่องที่เกี่ยวกับสถานที่ซื้อเมล็ดเจอร์โรสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร นั้น ถ้าจะศึกษาว่าสถานที่ใดเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเมล็ดเจอร์โรสมากที่สุด พบว่า รานคาไกลมานเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากที่สุด กล่าวคือ ประมาณร้อยละ 60 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ กล่าวว่า มักจะซื้อเมล็ดเจอร์โรสตามรานคาไกลมานเสียส่วนใหญ่ รองลงมาได้แก่ รานคาที่นึ่งเมล็ดเจอร์โรสขายทั่วไป และร้านสหกรณ์ คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 23.2 และ 8.2 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ เว้นตามลำดับความมากน้อยของการตอบ รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 23

ในเรื่องที่เกี่ยวกับปริมาณการซื้อเมล็ดเจอร์โรสในแต่ละครั้งของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครนั้น จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่แล้ว ผู้บริโภคนิยมซื้อเมล็ดเจอร์โรส ครั้งละ 1 ถุงหรือกilog กล่าวคือ ประมาณร้อยละ 60 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ กล่าวว่า นิยมซื้อเมล็ดเจอร์โรส ครั้งละ 1 ถุงหรือกilog เสียส่วนใหญ่ รองลงมาได้แก่ ครั้งละ 2 และ 3 ถุงหรือกilog เว้นตามลำดับความมากน้อยของการตอบ รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 24

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 ตารางแสดงสถานที่ซื้อเนพทาสเจอร์ไรส์ ของกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ร้านคาโกลมาน	231	57.7
ซูปเปอร์มาร์เกต	24	6.0
ร้านสหกรณ์	33	8.2
ร้านค้าที่ซื้อเนพทาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป	93	23.2
มีดส่งเป็นประจำ	14	3.5
ไม่เคยซื้อเอง	3	0.7
ซื้อจากมหาวิทยาลัยเกษตรโดยตรง	1	0.2
แล้วแต่โอกาส	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 23 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อเนพทาสเจอร์ไรส์ตามร้านคาโกลมาน มากที่สุด เป็นจำนวนร้อยละ 57.7 รองลงมา คือ ร้านค้าที่ซื้อเนพทาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไปเป็นจำนวนร้อยละ 23.2 และที่น้อยที่สุด คือ ซื้อจากมหาวิทยาลัยเกษตรโดยตรง เป็นจำนวนร้อยละ 0.2

ตารางที่ 24 ตารางแสดงจำนวนถุงหรือกล่องในการขี้นุมพาสเจอร์ไรส์ใส่แต่ละครั้งของ
กลุ่มตัวอย่าง

จำนวนถุงหรือกล่องต่อ 1 ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ถุงหรือกล่อง	240	60.0
2 ถุงหรือกล่อง	64	16.0
3 ถุงหรือกล่อง	30	7.5
4 ถุงหรือกล่อง	20	5.0
5 ถุงหรือกล่อง	3	0.7
6 ถุงหรือกล่อง	6	1.5
7 ถุงหรือกล่อง	6	1.5
10 ถุงหรือกล่อง	1	0.2
12 ถุงหรือกล่อง	20	5.0
24 ถุงหรือกล่อง	2	0.5
แล้วแต่โอกาสและความต้องการ	7	1.7
ไม่ระบุ	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมขี้นุมพาสเจอร์ไรส์
ครั้งละ 1 ถุงหรือกล่อง เป็นจำนวนมากที่สุด เป็นจำนวนถึง 240 คน หรือจำนวนร้อยละ
60 และขี้นุมครั้งละ 10 ถุงหรือกล่อง เป็นจำนวนน้อยที่สุด มีเพียงร้อยละ 0.2 เท่านั้น
แต่เป็นที่สังเกตได้ว่า มีกลุ่มตัวอย่างถึง 20 คน หรือเป็นจำนวนร้อยละ 5 มีการขี้นุมครั้งละ
12 ถุงหรือกล่อง

ต่อไปนี้จะแสดงถึงผลการทดสอบ สมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม มีต่อการเลือกสถานที่ซื้อและปริมาณการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

อาชีพกับสถานที่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 25 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการเลือกสถานที่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	อาชีพ							รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ลูกจ้าง	ข้าราชการ	อยู่บ้าน เป็นแม่บ้าน	นักธุรกิจ	ค้าขาย	
ราคาไม่แพง	40(61.54)	62(60.78)	63(54.31)	43(63.24)	4(33.33)	7(58.33)	12(48.00)	231
ซื้อบ่อยมาก	2(3.07)	3(2.94)	11(9.48)	4(5.88)	1(8.33)	1(8.33)	2(8.00)	24
ร้านสะดวก	4(6.15)	7(6.86)	7(6.03)	8(11.76)	2(16.67)	2(16.67)	3(12.00)	33
ราคาที่มีนมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป	17(26.15)	27(26.47)	28(24.14)	10(14.71)	3(25.00)	2(16.67)	6(24.00)	93
มีผู้ส่งเป็นประจำ	1(1.54)	1(0.98)	7(6.03)	1(1.47)	2(16.67)	0(0.00)	2(8.00)	14
ไม่เคยซื้อเอง	1(1.54)	2(1.96)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	3
ซื้อจากมหาวิทยาลัยเกษตรโดยตรง	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(1.47)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
แล้วแต่โอกาส	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(1.47)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
รวม	65(100.00)	102(100.00)	116(100.00)	68(100.00)	12(100.00)	12(100.00)	25(100.00)	400

$$\chi^2 = 47.55^*$$

$$df = 42 ; \chi^2 = 43.77$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 25 จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียนโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อ
 เมพาสเจอร์ไรส์จากร้านค้าไกลมานานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.54 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ
 นักเรียน อันดับที่สอง คือ ร้านค้าที่มีเมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 26.15 ของ
 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว และอันดับที่สาม คือ ร้านสหกรณ์ มีประมาณร้อยละ 6 ของ
 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อเมพาสเจอร์ไรส์จากร้าน
 ก้าไกลมานานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.78 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา อันดับที่สองคือ
 ร้านค้าที่มีเมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 26.47 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว
 และอันดับที่สาม คือ ร้านสหกรณ์ มีประมาณร้อยละ 7 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง พบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อเมพาสเจอร์ไรส์จาก
 ร้านค้าไกลมานานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.31 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง อันดับที่สอง
 คือ ร้านค้าที่มีเมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 24.14 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ
 คังกลาว และอันดับที่สาม คือ ซุปเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 9.48 ของกลุ่มตัวอย่างที่มี
 อาชีพคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ พบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อเมพาสเจอร์ไรส์จาก
 ร้านค้าไกลมานานมากที่สุด คือ ประมาณร้อยละ 63 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ อันดับ
 รองลงมา คือ ร้านค้าที่มีเมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป มีประมาณร้อยละ 15 ของกลุ่มตัวอย่าง
 ที่มีอาชีพคังกลาว และอันดับที่สาม คือ ร้านสหกรณ์ มีประมาณร้อยละ 12 ของกลุ่มตัวอย่าง
 ที่มีอาชีพคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพ่อบ้านเป็นแม่บ้าน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อเมพาสเจอร์ไรส์
 จากร้านค้าไกลมานานเสียส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นแม่บ้าน
 อันดับรองลงมาคือ ร้านค้าที่มีเมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป มีประมาณร้อยละ 25.00 ของกลุ่ม
 ตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว และอันดับที่สาม คือ ร้านสหกรณ์ และมีผู้ส่งเป็นประจำ คิดเป็น
 ร้อยละ 16.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักธุรกิจ พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์จากร้านค้าไกลมานานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักธุรกิจ อันดับที่สอง คือ ร้านสหกรณ์ และร้านค้าที่นมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป มีประมาณร้อยละ 16.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว และอันดับที่สาม ไคแก ซุปเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 8.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพทนาย พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์จากร้านค้าไกลมานานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพทนาย อันดับที่สอง คือ ร้านค้าที่นมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 24.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว และอันดับที่สาม ไคแก ร้านสหกรณ์ มีประมาณร้อยละ 12.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสถานที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรส์" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 47.55 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.77 โดยหลักการ เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของอาชีพที่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน จะซื้อนมพาสเจอร์ไรส์จากสถานที่ที่แตกต่างกัน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับรายได้กับสถานที่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 26 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับการเลือกสถานที่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	รายได้					ไม่ระบุ	รวม
	ต่ำกว่า 1,500 บาทต่อเดือน	1,501-3,500 บาทต่อเดือน	3,501-5,500 บาทต่อเดือน	5,501-7,500 บาทต่อเดือน	มากกว่า 7,500 บาทต่อเดือน		
ราคาใกล้เคียง	98(59.39)	80(56.34)	31(50.82)	13(65.00)	8(72.72)	1(100.00)	231
ซูเปอร์มาร์เกต	4(2.42)	11(7.75)	6(9.84)	2(10.00)	1(9.09)	0(0.00)	24
ร้านสหกรณ์	9(5.45)	12(8.45)	8(13.11)	4(20.00)	0(0.00)	0(0.00)	33
ร้านค้าที่นมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป	46(27.87)	33(23.24)	13(21.31)	0(0.00)	1(9.09)	0(0.00)	93
มีผู้ส่งเป็นประจำ	6(3.64)	5(3.52)	3(4.92)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	14
ไม่เคยซื้อเอง	2(1.21)	1(0.70)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	3
ซื้อจากมหาวิทยาลัยเกษตรโดยตรง	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(9.09)	0(0.00)	1
แล้วแต่โอกาส	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(5.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
รวม	165(100.00)	142(100.00)	61(100.00)	20(100.00)	11(100.00)	1(100.00)	400

$$\chi^2 = 77.14^*$$

$$df = 40 ; \chi^2 = 43.773$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 1,500 บาท ต่อเดือน 1,501 - 3,500 บาทต่อเดือน และ 3,501 - 5,500 บาทต่อเดือน โดยเฉลี่ยแล้วนิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์จากร้านค้าไกลมานานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.39, 56.34 และ 50.82 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับต่าง ๆ ดังกล่าวตามลำดับ อันดับที่สอง ได้แก่ ร้านค้าที่นมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 27.87, 23.24 และ 21.31 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อีกดังกล่าวกว่าตามลำดับ และ อันดับที่สาม ได้แก่ ร้านสหกรณ์ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 5.45, 8.45 และ 13.11 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อีกดังกล่าวกว่าตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อายุระหว่าง 5,501 - 7,500 บาทต่อเดือน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วนิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์จากร้านค้าไกลมานานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในระดับดังกล่าว อันดับที่สอง ได้แก่ ร้านสหกรณ์ คิดเป็นร้อยละ 20.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อายุดังกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต มีประมาณร้อยละ 10.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อายุดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 7,500 บาทต่อเดือน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วนิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์จากร้านค้าไกลมานานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.72 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อายุในระดับดังกล่าว และอันดับรองลงมาได้แก่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าที่นมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป และซื้อจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์โดยตรง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 9.09 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อายุดังกล่าว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ของผู้ตอบสัมภาษณ์ กับสถานที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น H_{01} ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรส์" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 77.14 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.773 ตามหลักการแล้ว เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น H_{01} กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับรายได้ มีความสัมพันธ์กับสถานที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้อายุต่างกัน จะซื้อนมพาสเจอร์ไรส์จากร้านค้าที่ต่าง ๆ กัน

เพศกับสถานที่ในการซื้อแมส เจอร์ไวรัส

ตารางที่ 27 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเลือกสถานที่ในการซื้อแมส เจอร์ไวรัส

ชนิดกิจการ	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ร้านค้าใกล้บ้าน	123(58.02)	108(57.45)	231
ซูเปอร์มาร์เกต	7(3.30)	17(9.04)	24
ร้านสะดวกซื้อ	17(8.02)	16(8.51)	33
ร้านค้าที่มีแมส เจอร์ไวรัสขายทั่วไป	55(25.94)	38(20.21)	93
มีผู้ส่งเป็นประจำ	8(3.77)	6(3.19)	14
ไม่เคยซื้อเอง	1(0.47)	2(1.06)	3
ซื้อจากมหาวิทยาลัยเกษตรโดยตรง	1(0.47)	0(0.00)	1
แล้วแต่โอกาส	0(0.00)	1(0.53)	1
รวม	212(100.00)	188(100.00)	400

$$\chi^2 = 9.492$$

$$df = 7 ; \quad \chi^2 = 14.067$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 27 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย โดยเฉลี่ยแล้วนิยมซื้อ นมพาสเจอร์ไรส์จากร้านค้าไกลบานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.02 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น เพศชายทั้งหมด อันดับที่สอง คือ ร้านค้าที่ม่นมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 25.94 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และอันดับที่สาม คือ ร้านสหกรณ์ มีประมาณร้อยละ 8 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์จากร้านค้า ไกลบาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.45 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง อันดับที่สอง คือ ร้านค้าที่ม่นมพาสเจอร์ไรส์ขายทั่วไป มีประมาณร้อยละ 27 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง และอันดับที่สาม คือ โค้ด ซุปเปอร์มาร์เก็ต มีประมาณร้อยละ 9 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ทั้งหมด

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบคำถามกับสถานที่ซื้อ นมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ซื้อนมพาสเจอร์ไรส์" ปรากฏว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 9.493 ในขณะที่ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 14.067 โดยหลักการแล้วเราจะยอมรับสมมติฐาน ที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ซื้อ นมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ไม่ว่าจะ เป็นเพศชายหรือเพศหญิง จะมีการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์จากสถานที่ เหมือน ๆ กัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาชีพกับปริมาณการช้อนนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 28 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปริมาณการช้อนนมพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละยี่ห้อ

จำนวนถุงหรือกล่อง	อาชีพ							รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ลูกจ้าง	ข้าราชการ	อยู่บ้าน เป็นแม่บ้าน	นักธุรกิจ	ค้าขาย	
1 ถุงหรือกล่อง	42(64.62)	65(63.73)	73(62.93)	32(47.05)	4(33.33)	8(66.67)	16(64.00)	240
2 ถุงหรือกล่อง	10(15.38)	15(14.71)	17(14.65)	12(17.65)	3(25.00)	2(16.67)	5(20.00)	64
3 ถุงหรือกล่อง	4(6.15)	7(6.86)	6(5.17)	7(10.29)	2(10.17)	1(8.33)	3(12.00)	30
4 ถุงหรือกล่อง	3(4.62)	5(4.90)	5(4.31)	6(8.82)	1(8.33)	0(0.00)	0(0.00)	20
5 ถุงหรือกล่อง	1(1.54)	0(0.00)	0(0.00)	1(1.47)	1(8.33)	0(0.00)	0(0.00)	3
6 ถุงหรือกล่อง	1(1.54)	2(1.96)	2(1.72)	1(1.47)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	6
7 ถุงหรือกล่อง	0(0.00)	0(0.00)	2(1.72)	3(4.41)	1(8.33)	0(0.00)	0(0.00)	6
10 ถุงหรือกล่อง	0(0.00)	1(0.98)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
12 ถุงหรือกล่อง	2(3.08)	3(2.94)	11(9.48)	2(2.94)	0(0.00)	1(8.33)	1(4.00)	20
24 ถุงหรือกล่อง	0(0.00)	1(0.98)	0(0.00)	1(1.47)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	2
แล้วแต่โอกาสและความต้องการ	2(3.08)	2(1.96)	0(0.00)	3(4.41)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	7
ไม่ระบุ	0(0.00)	1(0.98)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
	65(100.00)	102(100.00)	116(100.00)	68(100.00)	12(100.00)	12(100.00)	25(100.00)	400

$$\chi^2 = 59.5^*$$

$$df = 55 ; \chi^2 = 43.773 \quad \alpha = .05$$

จากตารางที่ 28 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา ข้าราชการ
 อยู่บ้านเป็นแม่บ้าน และค้าขาย โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมช้อนแมพาสเจอร์ไรส์ ครั้งละ 1 ถูงหรือ
 ถูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.62, 63.72, 47.05, 38.33 และ 34.00 ของ
 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ ดังกล่าว ตามลำดับ อันดับที่สอง ไก่แก๊ว ครั้งละ 2 ถูงหรือถูง
 คิดเป็นร้อยละ 15.38, 14.71, 17.65, 25.00 และ 20.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ
 ต่าง ๆ ดังกล่าว และอันดับที่สาม ไก่แก๊ว ครั้งละ 3 ถูงหรือถูง คิดเป็นร้อยละ 6.15
 6.86, 10.29, 16.67 และ 12.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่าง ๆ ดังกล่าว ตามลำดับ
 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วนิยมช้อนแมพาสเจอร์ไรส์ ครั้งละ
 1 ถูงหรือถูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.95 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง อันดับ
 สองคือครั้งละ 2 ถูงหรือถูง คิดเป็นร้อยละ 14.65 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพดังกล่าว
 และอันดับที่สาม คือ ครั้งละ 12 ถูงหรือถูง คิดเป็นร้อยละ 9.48 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ
 ลูกจ้าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักธุรกิจ พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมช้อนแมพาสเจอร์ไรส์ ครั้งละ
 1 ถูงหรือถูงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักธุรกิจ อันดับที่สอง
 คือ ครั้งละ 2 ถูงหรือถูง คิดเป็นร้อยละ 16.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักธุรกิจ และ
 อันดับที่สาม ไก่แก๊ว ครั้งละ 3 และ 12 ถูงหรือถูง คิดเป็นร้อยละ 8.33 ของกลุ่มตัวอย่าง
 ที่มีอาชีพดังกล่าว

ผลจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ตอบสัมภาษณ์ กับปริมาณการซื้อ
 แมพาสเจอร์ไรส์แต่ละครั้ง โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้คือ "ความแตกต่างของ
 อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อแมพาสเจอร์ไรส์แต่ละครั้ง" ปรากฏว่า การคำนวณ
 ค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 5.95 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ
 .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.773. โดยหลักการ เราจะไม่นยอมรับสมมติฐาน
 ที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของอาชีพมีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อแมพาสเจอร์ไรส์
 แต่ละครั้ง หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน จะมีปริมาณการซื้อแมพาสเจอร์ไรส์แต่ละครั้ง
 ไม่เท่ากัน

ระดับรายได้กับปริมาณการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 29 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับปริมาณการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละครั้ง

ข้อคิดเห็น	รายได้					ไม่ระบุ	รวม
	ต่ำกว่า 1,500 บาทต่อเดือน	1,501-3,000 บาทต่อเดือน	3,501-5,500 บาทต่อเดือน	5,501-7,500 บาทต่อเดือน	มากกว่า 7,500 บาทต่อเดือน		
1 ถูกหรือกลอง	108(65.45)	89(62.68)	29(47.54)	9(45.00)	4(36.36)	1(100.00)	240
2 ถูกหรือกลอง	22(13.33)	22(15.49)	13(21.31)	5(25.00)	2(18.18)	0(0.00)	64
3 ถูกหรือกลอง	11(6.67)	6(4.23)	9(14.75)	2(10.00)	2(18.18)	0(0.00)	30
4 ถูกหรือกลอง	9(5.54)	5(3.52)	4(6.56)	1(5.00)	1(9.09)	0(0.00)	20
5 ถูกหรือกลอง	1(0.61)	1(0.70)	1(1.64)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	3
6 ถูกหรือกลอง	2(1.21)	3(2.11)	1(1.64)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	6
7 ถูกหรือกลอง	0(0.00)	5(3.52)	0(0.00)	1(5.00)	0(0.00)	0(0.00)	6
10 ถูกหรือกลอง	1(0.61)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
12 ถูกหรือกลอง	7(4.24)	7(4.93)	3(4.92)	2(10.00)	1(9.09)	0(0.00)	20
24 ถูกหรือกลอง	1(0.61)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(9.09)	0(0.00)	2
แล้วแต่โอกาสและความต้องการ	2(1.21)	4(2.82)	1(1.64)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	7
ไม่ระบุ	1(0.61)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
รวม	165(100.00)	142(100.00)	61(100.00)	20(100.00)	11(100.00)	1(100.00)	400

df = 55 ; $\chi^2 = 49.91^*$
 $\chi^2 = 43.773$
 $\alpha = .05$

จากตารางที่ 29 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 1,500 บาท ต่อเดือน 3,501 - 5,500 บาทต่อเดือน และ 5,501 - 7,500 บาทต่อเดือน โดยเฉลี่ยแล้วนิยมช้อปปิ้งแฟชั่นเจอร์ไวส์ครั้งละ 1 ถุงหรือกล่อง มากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วน ร้อยละ 65.45, 47.54 และ 45.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับต่าง ๆ ดังกล่าว อันดับที่สอง ได้แก่ ครั้งละ 2 ถุงหรือกล่อง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 13.33, 21.31 และ 25.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับต่าง ๆ ดังกล่าว และอันดับที่สาม คือ ครั้งละ 3 ถุงหรือกล่อง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 6.67, 14.75 และ 10.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับต่าง ๆ ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 1,501 - 3,500 บาทต่อเดือน พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมช้อปปิ้งแฟชั่นเจอร์ไวส์ครั้งละ 1 ถุงหรือกล่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.68 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว อันดับที่สอง คือ 2 ถุงหรือกล่องต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.49 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ ครั้งละ 3 และ 12 ถุงหรือกล่อง มีประมาณร้อยละ 4 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 7,500 บาทต่อเดือน พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมช้อปปิ้งแฟชั่นเจอร์ไวส์ ครั้งละ 1 ถุงหรือกล่อง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.36 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว อันดับที่สอง คือ ครั้งละ 2 และ 3 ถุงหรือกล่อง คิดเป็นร้อยละ 18.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว และอันดับที่สาม คือ ครั้งละ 4, 12 และ 24 ถุงหรือกล่อง คิดเป็นร้อยละ 9.09 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ของผู้ตอบสัมภาษณ์กับปริมาณช้อปปิ้งแฟชั่นเจอร์ไวส์ในแต่ละครั้ง โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการช้อปปิ้งแฟชั่นเจอร์ไวส์แต่ละครั้ง" จะเห็นว่า จากการคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 49.91 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.773 โดยหลักการแล้ว เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปริมาณการช้อปปิ้งแฟชั่นเจอร์ไวส์แต่ละครั้ง หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีการช้อปปิ้งแฟชั่นเจอร์ไวส์แต่ละครั้งในปริมาณที่ไม่เท่ากัน

เพศกับปริมาณการซื้อเนพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละครั้ง

ตารางที่ 30 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปริมาณการซื้อเนพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละครั้ง

ชนิดที่เห็น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
1 ถุงหรือกล่อง	141(66.51)	99(52.66)	240
2 ถุงหรือกล่อง	22(10.38)	42(22.34)	64
3 ถุงหรือกล่อง	17(8.02)	13(6.91)	30
4 ถุงหรือกล่อง	13(6.13)	7(3.72)	20
5 ถุงหรือกล่อง	2(0.94)	1(0.53)	3
6 ถุงหรือกล่อง	2(0.94)	4(2.13)	6
7 ถุงหรือกล่อง	1(0.47)	5(2.66)	6
10 ถุงหรือกล่อง	0(0.00)	1(0.53)	1
12 ถุงหรือกล่อง	5(2.36)	15(7.97)	20
24 ถุงหรือกล่อง	2(0.94)	0(0.00)	2
แล้วแต่โอกาสและความต้องการ	6(2.83)	1(0.53)	7
ไม่ระบุ	1(0.47)	0(0.00)	1
รวม	212(100.00)	188(100.00)	400

$$\chi^2 = 30.482^*$$

$$df = 11$$

$$\chi^2 = 19.675$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 30 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อ นมพาสเจอร์ไรส์ ครั้งละ 1 ถูงหรือถลอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.51 ของกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นเพศชาย อันดับที่สอง คือ ครั้งละ 2 ถูงหรือถลอง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 10.28 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และอันดับที่สาม คือ ครั้งละ 3 ถูงหรือถลอง คิดเป็นร้อยละ 8.02 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ ครั้งละ 1 ถูงหรือถลอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.66 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง อันดับที่สอง คือ ครั้งละ 2 ถูงหรือถลอง คิดเป็นร้อยละ 22.34 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง และ อันดับที่สาม คือ ครั้งละ 12 ถูงหรือถลอง คิดเป็นร้อยละ 7.97 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็น เพศหญิง

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ กับปริมาณการซื้อ นมพาสเจอร์ไรส์ในแต่ละครั้ง โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่าง ของเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์แต่ละครั้ง" ปรากฏว่า จากการ คำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 30.842 ในขณะที่ค่า χ^2 (Chi-Square) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ จะเท่ากับ 19.675 ตามหลักการแล้ว เราจะปฏิเสธสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศ มีความสัมพันธ์กับปริมาณ การซื้อนมพาสเจอร์ไรส์แต่ละครั้ง หมายความว่า เพศชายและเพศหญิง จะมีปริมาณการซื้อนม พาสเจอร์ไรส์แต่ละครั้งไม่เท่ากัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 5 ทศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร

ในเรื่องที่เกี่ยวกับทศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้น จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของนม
พาสเจอร์ไรส์ในปัจจุบัน (ขณะสำรวจ) จะพบว่า ผู้บริโภคมากกว่าครึ่งเล็กน้อย (ประมาณ
ร้อยละ 55) มีความเห็นว่า ราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ ขนาดเล็กควรมีราคา 3.00 บาท
ต่อดูงหรือกล่อง ความคิดเห็นรองลงมาได้แก่ ราคาดูงหรือกล่องละ 2.00 บาท และ 2.75
บาท คิดเป็นร้อยละ 30.7 และ 5.20 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมดตามลำดับ สำหรับนม
พาสเจอร์ไรส์ขนาดใหญ่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 61) มีความเห็นว่า ควรจะ
มีราคา 10.00 บาทต่อดูงหรือกล่อง ความคิดเห็นรองลงมาได้แก่ 11.00 บาทต่อดูงหรือ
กล่อง และคิดเป็นร้อยละ 23.0 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมด รายละเอียดปรากฏในตาราง
ที่ 31 และ 32

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคนมพาสเจอร์ไรส์ต่อไป เกี่ยวกับการ
เปลี่ยนแปลงราคานมพาสเจอร์ไรส์ โดยการขึ้นราคา จะพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ประมาณ
ร้อยละ 42) มีความเห็นว่า จะยังคงซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม ความคิดเห็นรองลงมา
ได้แก่ จะซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 41 ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก
รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 33

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคานมพาสเจอร์ไรส์ขนาดเล็ก

ข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
3.50 บาท	12	3.0
3.00 บาท	219	54.7
2.75 บาท	21	5.2
2.00 บาท	123	30.7
1.50 บาท	2	0.5
2.50 บาท	12	3.0
ควรไม่แพงนักเพื่อจะได้บริโภคกันทั่วถึง	6	1.5
เท่าไรก็ได้ขอให้เหมาะสมกับคุณภาพ	2	0.5
ขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจ	2	0.5
ไม่เคยซื้อเอง	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า มีกลุ่มตัวอย่างถึง 219 คน หรือร้อยละ 54.7 มีความเห็นว่า ราคานมพาสเจอร์ไรส์ ดูนึ่งหรือกล่อง บรรจุขนาดเล็ก ควรมีราคาสูงหรือกล่องละ 3.00 บาท รองลงมา คือ ราคาสูงหรือกล่องละ 2.00 บาท มีกลุ่มตัวอย่างถึง 123 คน หรือร้อยละ 30.7 ที่สนับสนุนความคิดเห็นนี้ อีกร้อยละ 5.2 ของทั้งหมด ให้ความคิดเห็นว่าควรเป็นราคาสูงหรือกล่องละ 2.75 บาท ส่วนราคากล่องหรือถุงละ 3.50 และ 2.50 บาท มีผู้ให้ความคิดเห็นเท่ากัน คือ 12 คน หรือร้อยละ 3 ของทั้งหมด และมีเพียงร้อยละ 0.5 ของทั้งหมด ที่มีความเห็นว่าควรจะเป็นราคา 1.50 บาท

นอกจากนั้น ยังมีกลุ่มตัวอย่างอีก 6 คน หรือร้อยละ 1.5 มีความเห็นว่า ราคาต่อถุงหรือกล่อง ควรไม่แพงมากนัก เพื่อจะได้บริโภคกันอย่างทั่วถึง อีกร้อยละ 0.5 ที่ให้ความเห็นว่า จะมีราคาเท่าไรก็ได้ แต่ควรจะเหมาะสมกับคุณภาพที่ผลิตมา อีกร้อยละ 0.5 มีความเห็นว่า ราคาที่กำหนดมาควรขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ขนาดใหญ่

ราคาต่อถุงหรือกล่องขนาดใหญ่ (1,000 c.c.)	จำนวน	ร้อยละ
10 บาท	245	61.2
11 บาท	92	23.0
12 บาท	15	3.7
5 บาท	5	1.2
6 บาท	1	0.2
7 บาท	1	0.2
8 บาท	6	1.5
9 บาท	2	0.5
ไม่เคยซื้อเอง	17	4.2
ไม่เคยดื่มถุงหรือกล่องขนาดใหญ่เลยไม่ทราบราคา	5	1.2
ควรให้ถูกกว่านี้	9	2.2
เท่าไรก็ได้ขอให้เหมาะสมกับคุณภาพ	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางแสดงให้เห็นว่า มีกลุ่มตัวอย่างถึง 245 คน หรือร้อยละ 61.2 ของทั้งหมด มีความเห็นว่า ราคานมพาสเจอร์ไรส์ขนาดบรรจุถุงหรือกล่อง ควรมีราคาถุงหรือกล่องละ 10 บาท อีกร้อยละ 23.0 มีความเห็นว่าควรมีราคาถุงหรือกล่องละ 11 บาท อีกร้อยละ 3.7 มีความเห็นว่าควรมีราคาถุงหรือกล่องละ 12 บาท อีกร้อยละ 1.5 มีความเห็นว่าควรมีราคาถุงหรือกล่องละ 3 บาท อีกร้อยละ 0.5 มีความเห็นว่าควรมีราคาถุงหรือกล่องละ 9 บาท มีเพียงร้อยละ 0.2 ของทั้งหมด มี

ความเห็นว่าคุณควรมีราคาถุงหรือกล่องละ 6 บาท และ 7 บาท ตามลำดับ นอกจากนี้
มีอีกร้อยละ 1.2 ของทั้งหมด ที่ไม่เคยมีถุงหรือกล่องขนาดใหญ่ เลยไม่ทราบราคา
อีกร้อยละ 1.2 ของทั้งหมด ที่มีความเห็นว่าคุณควรมีราคาสูงกว่าที่ขายอยู่ อีกร้อยละ
0.5 ของทั้งหมด มีความเห็นว่าการกำหนดราคาควรให้เหมาะสมกับคุณภาพ และเป็น
ที่สังเกตว่า มีอีกร้อยละ 4.2 ของทั้งหมด ไม่เคยซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ ขนาดบรรจุถุง
หรือกล่องใหญ่ๆเอง



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของนมพาสเจอร์ไรส์
ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม	169	42.2
ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง	164	41.0
ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็น ต้องการเลิกดื่ม อยู่แล้ว	21	5.2
ไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่พอเพียง	27	6.7
ไม่ซื้อต่อไปเพราะไม่เคยซื้อเอง	2	0.5
ไม่ซื้อต่อไป แต่จะหาสิ่งอื่นที่มีคุณค่าทางอาหารเท่ากันมาแทน	17	4.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า มีกลุ่มตัวอย่างถึง 169 คน หรือ ร้อยละ 42.2 ของทั้งหมด ที่มีความเห็นว่า จะยังคงซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ดื่มต่อไป ในปริมาณที่เท่าเดิม และมีกลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่ใกล้เคียงมาก คือ ร้อยละ 41.0 ของทั้งหมด ที่จะลดปริมาณการซื้อลง นอกจากนั้น มีอีกร้อยละ 6.7 ของทั้งหมด เลิกซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ดื่มต่อไป เนื่องจากรายได้ไม่เพียงพอที่จะซื้อในราคาใหม่ ที่เพิ่มขึ้น อีกร้อยละ 5.2 ของทั้งหมด จะเลิกซื้อดื่มต่อไปเพราะมีความเห็นว่า เป็นอาหารที่ไม่จำเป็น และคิดจะเลิกดื่มอยู่แล้ว อีกร้อยละ 4.2 ของทั้งหมด จะไม่ซื้อต่อไปถ้าราคาเพิ่มขึ้น และจะหาอาหารอื่นที่มีคุณค่าเท่ากันมาทดแทน อีกร้อยละ 0.5 ของทั้งหมดไม่เคยซื้อดื่มเอง จึงไม่ซื้อต่อไป

ต่อไปนี้จะแสดงถึงผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาชีพกับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยการขึ้นราคา

ตารางที่ 34 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	อาชีพ							รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ลูกจ้าง	ข้าราชการ	อยู่บ้าน เป็นแม่บ้าน	นักธุรกิจ	ค้าขาย	
ขอออกไปในปริมาณที่เท่าเดิม	25(38.46)	39(38.24)	53(54.31)	30(44.12)	5(41.67)	6(50.00)	11(44.00)	169
ขอออกไปในปริมาณที่ลดลง	27(41.54)	43(42.16)	49(42.24)	26(38.24)	6(50.00)	4(33.33)	9(36.00)	164
ไม่ขอออกไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่ จำเป็นต่อการเติบโตรุ่อยู่แล้ว	4(4.62)	4(3.92)	4(3.45)	5(7.35)	1(8.33)	1(8.33)	3(12.00)	21
ไม่ขอออกไปเพราะรายได้ไม่พอเพียง	5(7.69)	9(8.82)	6(5.17)	5(7.35)	0(0.00)	0(0.00)	2(8.00)	27
ไม่ขอออกไปเพราะไม่เคยซื้อเอง	1(1.54)	1(0.94)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	2
ไม่ขอออกไปแต่จะหาสิ่งอื่นที่มีคุณค่า ทางอาหารเท่ากันมาแทน	4(6.15)	6(5.88)	4(3.45)	2(2.94)	0(0.00)	1(8.33)	0(0.00)	17
รวม	65(100.00)	102(100.00)	116(100.00)	68(100.00)	12(100.00)	12(100.00)	25(100.00)	400

$$\chi^2 = 17.73$$

$$df = 25 ; \chi^2 = 37.652$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียนโดยเฉลี่ยแล้ว มีความเห็นว่าถ้ามีการขึ้นราคานมพาสเจอร์ไรส์แล้ว ก็จะซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลงเสียเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 41.54 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นนักเรียน ความคิดเห็นรองลงมาเป็นอันดับที่สองได้แก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 38.46 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกล่าว และอันดับที่สาม คือ ไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 7.69 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีความเห็นว่า ถ้ามีการขึ้นราคานมพาสเจอร์ไรส์แล้ว ก็จะซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง เสียเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 42.16 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นนักศึกษา ความคิดเห็นรองลงมา ได้แก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม มีประมาณร้อยละ 38 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 8.82 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีความเห็นว่า ถ้ามีการขึ้นราคานมพาสเจอร์ไรส์แล้วก็จะซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิมเสียเป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 54.31 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นลูกจ้าง ความคิดเห็นรองลงมา คือ ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 42.24 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 5.17 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ พบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า จะซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม ถ้าหากมีการขึ้นราคานมพาสเจอร์ไรส์ คิดเป็นร้อยละ 44.12 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ ความคิดเห็นรองลงมาคือ ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 38.24 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็น ต้องการเลิกกินอยู่แล้ว และไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่พอเพียง คิดเป็นร้อยละ 7.35 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอยู่บ้านเป็นแม่บ้าน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว ประมาณครึ่งหนึ่ง ให้ความคิดเห็นว่า ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง ความคิดเห็นรองลงมาได้แก่ ซื้อต่อไปใน ปริมาณที่เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 41.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพกึ่งกลาง และอันดับที่ สามได้แก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็น ต้องการเลิกกินอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 8.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพกึ่งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักธุรกิจ พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วประมาณครึ่งหนึ่งให้ความ คิดเห็นว่า จะซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม ความคิดเห็นรองลงมาได้แก่ ซื้อต่อไปในปริมาณ ที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 33.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพกึ่งกลาง และอันดับที่สาม ได้แก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็น ต้องการเลิกกินอยู่แล้ว และไม่ซื้อต่อไป แต่จะ หาสิ่งอื่นที่มีคุณค่าทางอาหารเท่ากันมาทดแทน คิดเป็นร้อยละ 8.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพกึ่งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย พบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า จะซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 44.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพกึ่งกลาง ความคิดเห็นรองลงมาได้แก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 36.00 ของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอาชีพกึ่งกลาง และอันดับที่สาม ได้แก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่ จำเป็นต้องการเลิกกินอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 12.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพกึ่งกลาง

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของผู้ตอบสัมภาษณ์กับทัศนคติที่มีต่อ การเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนม พาสเจอร์ไรส์" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผล เท่ากับ 17.73 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 37.652 โดยหลักการแล้ว เราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่าง ของอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการ เปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า บุคคลที่มีอาชีพต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนม พาสเจอร์ไรส์ไม่แตกต่างกัน

ระดับรายได้กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยการขึ้นราคา

ตารางที่ 35 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	รายได้					ไม่ระบุ	รวม
	ต่ำกว่า 1,500 บาทต่อเดือน	1,501-3,500 บาทต่อเดือน	3,501-5,500 บาทต่อเดือน	5,501-7,500 บาทต่อเดือน	มากกว่า 7,500 บาทต่อเดือน		
ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม	66(40.00)	56(39.44)	33(54.10)	8(40.00)	5(45.45)	1(100.00)	169
ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง	70(42.42)	58(40.85)	22(36.07)	10(50.00)	4(36.36)	0(0.00)	164
ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็น							
ต้องการเลิกดื่มนมอยู่แล้ว	5(3.03)	11(7.75)	3(4.92)	2(10.00)	0(0.00)	0(0.00)	21
ไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่พอเพียง	14(8.48)	12(8.45)	1(1.64)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	27
ไม่ซื้อต่อไปเพราะไม่เคยซื้อเอง	0(0.00)	1(0.7)	0(9.09)	0(0.00)	1(9.09)	0(0.00)	2
ไม่ซื้อต่อไปเพราะจะหาสิ่งอื่นที่มีคุณค่า							
ทางอาหารเท่ากันมาแทน	10(6.06)	4(2.82)	2(3.28)	0(0.00)	1(9.09)	0(0.00)	17
รวม	165(100.00)	142(100.00)	61(100.00)	20(100.00)	11(100.00)	1(100.00)	400

$$\chi^2 = 36.43$$

$$df = 25 ; \chi^2 = 37.65$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 35 จะพบว่า ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 1,500 บาทต่อเดือน และ 1,501 - 3,500 บาทต่อเดือน โดยเฉลี่ยแล้ว มีความเห็นว่า ถ้ามีการขึ้นราคามน พาสเจอร์ไรส์แล้ว จะซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลงเสียส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 42.42 และ 40.85 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้ระดับดังกล่าวตามลำดับ ความคิดเห็นรองลงมาเป็น อันดับที่สอง ไคแก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ 39.44 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้ระดับดังกล่าวตามลำดับ และอันดับที่สาม ไคแก่ ไม่ซื้อต่อไป เพราะรายได้น้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 8.48 และ 8.45 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้ระดับดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้อยู่ระหว่าง 3,501 - 5,500 บาทต่อเดือน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วมากกว่าครึ่งเล็กน้อยให้ความคิดเห็นว่า จะซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม ความคิดเห็นรองลงมาไคแก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม ความคิดเห็นรองลงมาไคแก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 36.07 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้ระดับดังกล่าว และอันดับที่สาม ไคแก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็น ต้องการเลิกกินอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 4.92 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้ระดับดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายไ้มากกว่า 5,500 - 7,500 บาทต่อเดือน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว ประมาณครึ่งหนึ่งมีความคิดเห็นว่า จะซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง ความคิดเห็นรองลงมาไคแก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 40.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้ระดับดังกล่าว และอันดับที่สาม ไคแก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็น ต้องการเลิกกินอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 10.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้ระดับดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายไ้ มากกว่า 7,500 บาทต่อเดือน พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว มีความคิดเห็นว่า จะซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิมเสียส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 45.45 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้ระดับดังกล่าว ความคิดเห็นรองลงมาไคแก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 36.36 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้ระดับดังกล่าว และอันดับที่สาม คือ ไม่ซื้อต่อไปเพราะไม่เคยซื้อเอง และไม่ซื้อต่อไปเพราะจะหาสิ่งอื่นที่มีคุณค่าทางอาหาร เท่ากันมาแทน คิดเป็นร้อยละ 9.09 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายไ้มากกว่า 7,500 บาทต่อเดือน

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ของผู้ตอบสัมภาษณ์ กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ "ความแตกต่างของระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์" ปรากฏว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 36.43 ในขณะที่ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 37.65 ตามหลักการ เราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันจะมีทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์เหมือน ๆ กัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับการศึกษากับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยการขึ้นราคา

ตารางที่ 36 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	การศึกษา			ไม่ระบุ	รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี		
ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม	71(43.83)	86(40.76)	12(46.15)	0(0.00)	169
ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง	63(38.89)	88(41.71)	12(46.15)	1(100.0)	164
ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็นต่อการเลี้ยงดู					
อยู่แล้ว	9(5.56)	12(5.69)	0(0.00)	0(0.00)	21
ไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่พอเพียง	14(8.64)	13(6.16)	0(0.00)	0(0.00)	27
ไม่ซื้อต่อไปเพราะไม่เคยซื้อเอง	0(0.00)	2(0.94)	0(0.00)	0(0.00)	2
ไม่ซื้อต่อไปแต่จะหาสิ่งอื่นที่มีคุณค่าทางอาหารเท่ากันมาแทน	5(3.09)	10(4.74)	2(7.69)	0(0.00)	17
รวม	162(100.0)	211(100.0)	26(100.0)	1(100.0)	400

$$\chi^2 = 9.124$$

$$df = 15 ;$$

$$\chi^2 = 24.996$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่การศึกษาค่ากว่าระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า ถ้าหากมีการขึ้นราคาของนมพาสเจอร์ไรส์แล้ว จะซื้อต่อไปใน ปริมาณที่เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 43.83 ของกลุ่มตัวอย่างที่การศึกษาระดับดังกกล่าว ความคิดเห็นรองลงมา คือ ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 38.89 ของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดังกกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่ เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 8.64 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดังกกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วมีความคิดเห็นว่า จะซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลงเสียส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 41.71 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการ ศึกษาในระดับดังกกล่าว ความคิดเห็นรองลงมา คือ จะซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม คิดเป็น ร้อยละ 40.76 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดังกกล่าว และอันดับที่สาม คือ ไม่ซื้อ ต่อไปเพราะรายได้ไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 6.16 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับ ดังกกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว มีความคิด เห็นว่าจะซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม และซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง ในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 46.15 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดังกกล่าว และความคิดเห็นรองลง มา คือ ไม่ซื้อต่อไป แต่จะหาสิ่งอื่นที่มีคุณค่าทางอาหาร เท่ากันมาทดแทน คิดเป็นร้อยละ 7.69 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดังกกล่าว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบสัมภาษณ์ กับ ทศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ขึ้นราคาโดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับทศนคติที่มีต่อ การเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 9.124 ในขณะที่ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 24.996 ตามหลักการแล้วเราจะยอมรับสมมติฐาน ที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับทศนคติที่มี ต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน จะมีทศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์เหมือน ๆ กัน

เพศกับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยการขึ้นราคา

ตารางที่ 37 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการขึ้นราคาของนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม	84(39.52)	85(45.21)	169
ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง	86(40.57)	78(41.49)	164
ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็น			
ต้องการเลิกดื่มอยู่แล้ว	16(7.55)	5(2.66)	21
ไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่พอเพียง	15(7.08)	12(6.38)	27
ไม่ซื้อต่อไปเพราะไม่เคยซื้อเอง	1(0.47)	1(0.53)	2
ไม่ซื้อต่อไปแต่จะหาสิ่งอื่นที่มีคุณค่าทาง			
อาหารเท่ากันมาทดแทน	10(4.72)	7(3.72)	17
รวม	212(100.00)	188(100.00)	400

$$\chi^2 = 5.601$$

$$df = 5 ; \quad \chi^2 = 11.070$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 37 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย โดยเฉลี่ยแล้ว มีความคิดเห็นว่า ถ้าหากมีการขึ้นราคาของนมพาสเจอร์ไรส์แล้ว จะซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลงเสียส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 40.57 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย รองลงมาได้แก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก คือ ร้อยละ 39.62 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และอันดับที่สามได้แก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะเป็นอาหารที่ไม่จำเป็นต้องการเลิกดื่มอยู่แล้ว คิดเป็นร้อยละ 7.55 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วให้ความคิดเห็นว่า จะซื้อต่อไปในปริมาณที่เท่าเดิม เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.21 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง รองลงมาได้แก่ ซื้อต่อไปในปริมาณที่ลดลง คิดเป็นร้อยละ 41.49 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง และอันดับที่สามได้แก่ ไม่ซื้อต่อไปเพราะรายได้ไม่พอเพียง คิดเป็นร้อยละ 6.38

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและผู้ออกสัมภาษณ์กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์" ปรากฏว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติ ได้ผลเท่ากับ 5.61 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) ได้ค่าเท่ากับ 11.07 โดยหลักการแล้ว เราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงราคาของนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ไม่ว่าจะ เป็นเพศชายหรือเพศหญิง จะมีทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงราคานมพาสเจอร์ไรส์เหมือนกัน

ส่วนที่ 6 ความถี่ของการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ของผูบริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาในเรื่องความถี่ของการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผูบริโภค ส่วนใหญ่นิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ และ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ เรียงตามลำดับความมากน้อยของการตอบแบบสัมภาษณ์ รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 38



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38 ตารางแสดงความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ใน 1 อาทิตย์ของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งต่ออาทิตย์	100	25.0
2 ครั้งต่ออาทิตย์	77	19.2
3 ครั้งต่ออาทิตย์	86	21.5
4 ครั้งต่ออาทิตย์	30	7.5
5 ครั้งต่ออาทิตย์	39	9.7
6 ครั้งต่ออาทิตย์	8	2.0
7 ครั้งต่ออาทิตย์	28	7.0
9 ครั้งต่ออาทิตย์	2	0.5
14 ครั้งต่ออาทิตย์	3	0.7
1 ครั้งต่อเดือน	2	0.5
2 ครั้งต่อเดือน	1	0.2
ไม่เคยซื้อเอง	4	1.0
แล้วแต่โอกาส	14	3.5
ไม่ระบุ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 38 ผลปรากฏว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน จะมีการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คือ เป็นจำนวนร้อยละ 25.0 รองลงมา คือ 3 ครั้ง และ 2 ครั้ง คือ เป็นจำนวนร้อยละ 21.5 และ 19.2 ตามลำดับ

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึงจำนวนถุงหรือกล่องที่ซื้อในแต่ละครั้ง ว่าจะ เป็นครั้งละกี่ถุงหรือกล่อง ผลปรากฏดังตารางที่ 39

ต่อไปนี้จะแสดงถึงผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ที่มีต่อความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับการศึกษากับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ใน 1 อาทิตย์

ตารางที่ 39 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	ไม่ระบุ	
1 ครั้งต่ออาทิตย์	50(30.86)	53(25.12)	7(26.92)	0(0.00)	100
2 ครั้งต่ออาทิตย์	34(20.99)	36(17.06)	7(26.92)	0(0.00)	77
3 ครั้งต่ออาทิตย์	30(18.52)	51(24.18)	4(15.38)	1(100.0)	86
4 ครั้งต่ออาทิตย์	12(7.41)	18(8.53)	0(0.00)	0(0.00)	30
5 ครั้งต่ออาทิตย์	18(11.11)	19(9.0047)	2(7.69)	0(0.00)	39
6 ครั้งต่ออาทิตย์	3(1.85)	4(1.90)	1(3.85)	0(0.00)	8
7 ครั้งต่ออาทิตย์	17(10.49)	9(4.27)	2(7.68)	0(0.00)	28
9 ครั้งต่ออาทิตย์	1(0.62)	1(0.47)	0(0.00)	0(0.00)	2
14 ครั้งต่ออาทิตย์	2(1.23)	1(0.47)	0(0.00)	0(0.00)	3
1 ครั้งต่อเดือน	0(0.00)	1(0.47)	1(3.85)	0(0.00)	2
2 ครั้งต่อเดือน	0(0.00)	0(0.00)	1(3.85)	0(0.00)	1
ไม่เคยซื้อเอง	2(1.23)	2(0.95)	0(0.00)	0(0.00)	4
แล้วแต่โอกาส	3(1.85)	11(5.21)	0(0.00)	0(0.00)	14
ไม่ระบุ	0(0.00)	5(2.37)	1(3.85)	0(0.00)	6
รวม	162(100.00)	211(100.00)	26(100.00)	1(100.00)	400

$$\chi^2 = 48.51^*$$

$$df = 33 ; \chi^2 = 43.773$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 39 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.96 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาค่าต่ำกว่าปริญญาตรี อันดับที่สอง ไก่แก่ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 20.99 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับตั้งกลาง และอันดับที่สามไก่แก่ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 18.52 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับตั้งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.12 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับตั้งกลาง อันดับที่สอง คือ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 24.17 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับตั้งกลาง และอันดับที่สาม ไก่แก่ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 17.06 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับตั้งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 และ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด ในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 26.92 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับตั้งกลาง อันดับที่สอง คือ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 15.38 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับตั้งกลาง และอันดับที่สาม ไก่แก่ 5 และ 7 ครั้งต่ออาทิตย์ โดยมีอัตราส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 7.69 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับตั้งกลาง

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบสัมภาษณ์กับความถี่ของการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์" ปรากฏว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 48.51 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.77 ตามหลักการแล้ว เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ในอัตราที่ต่างกัน

อายุกับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ใน 1 อาทิตย์

ตารางที่ 40 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	ต่ำกว่า 15 ปี	อายุ					รวม
		15-20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี	มากกว่า 40 ปี	
1 ครั้งต่ออาทิตย์	1(9.09)	18(23.08)	25(23.50)	24(25.26)	23(32.39)	10(25.64)	100
2 ครั้งต่ออาทิตย์	3(27.27)	15(19.23)	21(19.81)	19(20.00)	13(18.31)	6(15.28)	77
3 ครั้งต่ออาทิตย์	0(0.00)	18(23.08)	25(23.58)	20(21.05)	11(15.49)	2(5.13)	86
4 ครั้งต่ออาทิตย์	0(0.00)	6(7.69)	8(7.55)	7(7.37)	6(8.45)	3(7.69)	30
5 ครั้งต่ออาทิตย์	3(27.27)	7(8.97)	9(8.49)	9(9.47)	8(11.27)	3(7.69)	39
6 ครั้งต่ออาทิตย์	0(0.00)	2(2.56)	2(1.89)	1(1.05)	1(1.41)	2(5.13)	8
7 ครั้งต่ออาทิตย์	3(27.27)	5(6.41)	6(5.66)	6(6.32)	5(7.04)	3(7.69)	28
9 ครั้งต่ออาทิตย์	0(0.00)	0(0.00)	1(0.94)	1(1.05)	0(0.00)	0(0.00)	2
14 ครั้งต่ออาทิตย์	0(0.00)	0(0.00)	1(0.19)	1(1.05)	1(1.41)	0(0.00)	3
1 ครั้งต่อเดือน	0(0.00)	1(1.28)	1(0.94)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	2
2 ครั้งต่อเดือน	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1(1.41)	0(0.00)	1
ไม่เคยซื้อเอง	1(9.09)	1(1.28)	1(0.94)	1(1.05)	0(0.00)	0(0.00)	4

ตารางที่ 40 (ต่อ)

ข้อคิดเห็น	ต่ำกว่า 15 ปี	อายุ				มากกว่า 40 ปี	รวม
		15 - 20 ปี	21 - 25 ปี	26 - 30 ปี	31 - 40 ปี		
แล้วแต่โอกาส	0 (0.00)	4 (5.13)	5 (4.12)	4 (4.21)	1 (1.41)	0 (0.00)	14
ไม่ระบุ	0 (0.00)	1 (1.28)	1 (0.94)	2 (2.11)	2 (2.82)	0 (0.00)	6
	11 (100.00)	78 (100.00)	106 (100.00)	95 (100.00)	71 (100.00)	39 (100.00)	400

$$\chi^2 = 48.47$$

$$df = 65 ; \chi^2 = 43.773$$

$$\alpha = .05$$

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 40 จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมช้อนมพาสเจอร์ไรส์ 2, 5 และ 7 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.27 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว และอันดับรองลงมา คือ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ และไม่เคี้ยวเอง คิดเป็นร้อยละ 9.09 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 15 - 20 ปี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมช้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 และ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.08 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว อันดับที่สอง คือ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 19.23 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ 5 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 8.97 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 25 ปี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมช้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 และ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.58 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว อันดับที่สอง คือ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 19.81 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ 5 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 8.49 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 26 - 30 ปี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมช้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.26 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว อันดับที่สอง ได้แก่ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 21.05 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 20.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมช้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.39 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว อันดับที่สอง คือ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 18.31 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว และอันดับที่สาม คือ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 15.49 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.64 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี อันดับที่สอง คือ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 15.38 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 40 ปี และอันดับที่สาม คือ 4, 5 และ 7 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 7.69 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วงดังกล่าว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้คือ "ความแตกต่างของอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์" ปรากฏว่าการคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติ ได้ผลเท่ากับ 48.47 ในขณะที่ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.77 ตามหลักการแล้ว เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับอายุ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน จะมีความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ในอัตราที่ต่างกัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาชีพกับความถี่ในการชอมนพาสเจอร์ไรส์ใน 1 อาทิตย์

ตารางที่ 41 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความถี่ในการชอมนพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	อาชีพ							รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ลูกจ้าง	ข้าราชการ	อยู่บ้าน เป็นแม่บ้าน	นักธุรกิจ	ค้าขาย	
1 ครั้งต่ออาทิตย์	14(21.54)	21(20.54)	30(25.86)	22(32.35)	5(41.67)	5(41.67)	3(12.00)	100
2 ครั้งต่ออาทิตย์	13(20.00)	20(19.61)	22(24.11)	12(17.68)	1(8.33)	0(0.00)	9(36.00)	77
3 ครั้งต่ออาทิตย์	16(24.62)	25(24.51)	21(18.10)	13(19.12)	1(8.33)	2(16.67)	8(32.00)	86
4 ครั้งต่ออาทิตย์	4(6.15)	7(6.86)	14(12.07)	3(4.40)	1(8.33)	1(8.33)	0(0.00)	30
5 ครั้งต่ออาทิตย์	7(10.77)	10(9.80)	9(7.76)	7(10.29)	3(25.00)	1(8.33)	2(8.00)	39
6 ครั้งต่ออาทิตย์	1(1.54)	3(2.94)	2(1.72)	2(2.94)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	8
7 ครั้งต่ออาทิตย์	4(6.15)	5(4.90)	10(8.62)	2(2.94)	1(8.33)	3(25.00)	3(12.00)	28
9 ครั้งต่ออาทิตย์	1(1.54)	1(0.98)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	2
14 ครั้งต่ออาทิตย์	0(0.00)	1(0.98)	2(1.72)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	3
1 ครั้งต่อเดือน	0(0.00)	1(0.98)	0(0.00)	1(1.67)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	2
2 ครั้งต่อเดือน	0(0.00)	0(0.00)	1(0.86)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
ไม่เคยซื้อเอง	1(1.54)	2(1.96)	1(0.86)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	4

ตารางที่ 41 (ต่อ)

ข้อคิดเห็น	อาชีพ							รวม
	นักเรียน	นักศึกษา	ลูกจ้าง	ข้าราชการ	อยู่บ้าน เป็นแม่บ้าน	นักธุรกิจ	ค้าขาย	
แล้วแต่โอกาส	3(4.62)	5(4.90)	3(2.59)	3(4.41)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	14
ไม่ระบุ	1(1.54)	1(0.98)	1(0.85)	3(4.41)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	6
รวม	65(100.0)	102(100.0)	116(100.0)	116(100.0)	68(100.0)	12(100.0)	25(100.0)	400

$$\chi^2 = 60.10 *$$

$$df = 78 ; \chi^2 = 43.773$$

$$\alpha = .05$$

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 41 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน โดยเฉลี่ยแล้วนิยม ซอนนพาสเจอร์ไรส์ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.62 ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีอาชีพเป็นนักเรียน อันดับที่สอง คือ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 21.54 ของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นนักเรียน และอันดับที่สาม คือ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมซอนนพาสเจอร์ไรส์ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.51 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา อันดับที่สอง คือ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 20.59 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักศึกษา และอันดับที่สาม คือ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 19.61 ของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมซอนนพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.96 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง อันดับ รองลงมาคือ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 24.14 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพลูกจ้าง และอันดับที่สาม คือ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 18.10 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ คังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมซอนนพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.35 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ อันดับที่สอง คือ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 19.12 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ราชการ และอันดับที่สาม คือ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 17.65 ของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอยู่บ้านเป็นแม่บ้าน พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมซอนน พาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพเป็นแม่บ้าน อันดับที่สอง คือ 5 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 25 ของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นแม่บ้าน และอันดับที่สาม คือ 2, 3 และ 7 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 8.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพคังกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักธุรกิจ พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักธุรกิจ อันดับที่สอง คือ 7 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 25 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักธุรกิจ และอันดับที่สาม ได้แก่ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย อันดับที่สอง คือ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 32.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย และอันดับที่สาม ได้แก่ 1 และ 7 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 12.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพดังกล่าว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้คือ "ความแตกต่างของอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์" จะเห็นว่าการคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 60.10 ในขณะที่ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.77 ตามหลักการแล้ว เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของอาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันจะมีอัตราความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ในลักษณะที่ไม่เหมือนกัน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับรายได้กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ใน 1 อาทิตย์

ตารางที่ 42 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์

ความถี่ในการซื้อ	ระดับรายได้					ไม่ระบุ	รวม
	ต่ำกว่า 1,500 บาทต่อเดือน	1,501-3,500 บาทต่อเดือน	3,501-5,500 บาทต่อเดือน	5,501-7,500 บาทต่อเดือน	มากกว่า 7,500 บาทต่อเดือน		
1 ครั้งต่ออาทิตย์	41(24.85)	32(22.54)	15(29.51)	7(35.00)	1(9.09)	1(100.00)	100
2 ครั้งต่ออาทิตย์	36(21.82)	26(18.31)	10(16.39)	1(5.00)	4(36.36)	0(0.00)	77
3 ครั้งต่ออาทิตย์	35(21.21)	29(20.42)	16(26.23)	4(20.00)	2(18.18)	0(0.00)	86
4 ครั้งต่ออาทิตย์	14(8.48)	8(5.63)	6(9.84)	2(10.00)	0(0.00)	0(0.00)	30
5 ครั้งต่ออาทิตย์	15(9.09)	16(11.27)	4(6.57)	3(15.00)	1(9.09)	0(0.00)	39
6 ครั้งต่ออาทิตย์	4(2.42)	3(2.11)	0(0.00)	1(5.00)	0(0.00)	0(0.00)	8
7 ครั้งต่ออาทิตย์	8(4.85)	13(9.15)	3(4.92)	2(10.00)	2(18.18)	0(0.00)	28
9 ครั้งต่ออาทิตย์	2(1.22)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	2
14 ครั้งต่ออาทิตย์	1(0.61)	2(1.41)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	3
1 ครั้งต่อเดือน	1(0.61)	1(0.704)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	2
2 ครั้งต่อเดือน	0(0.00)	0(0.00)	1(1.64)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
ไม่เคยซื้อเอง	1(0.61)	2(1.41)	1(1.64)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	4

ตารางที่ 42 (ต่อ)

ความถี่ในการซื้อ	ระดับรายได้					รวม	
	ต่ำกว่า 1,500 บาทต่อเดือน	1,501-3,500 บาทต่อเดือน	3,501-5,500 บาทต่อเดือน	5,501-7,500 บาทต่อเดือน	มากกว่า 7,500 บาทต่อเดือน		
แล้วแต่โอกาส	5 (3.03)	8 (5.63)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (9.09)	0 (0.00)	14
ไม่ระบุ	2 (1.22)	2 (1.41)	2 (3.28)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	6
รวม	165(100.00)	142(100.00)	61(100.00)	20(100.00)	11(100.00)	1(100.00)	400

$$\chi^2 = 40.68$$

$$df = 65 ; \chi^2 = 43.773$$

$$\alpha = .05$$

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 1,500 บาทต่อเดือน โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.85 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 1,500 บาทต่อเดือน อันดับที่สองได้แก่ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 21.82 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 1,500 บาทต่อเดือน และอันดับที่สามคือ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 21.21 ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่ใกล้เคียงมากกับอันดับที่สอง

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้โดยอยู่ระหว่าง 1,501 - 3,500 บาทต่อเดือน โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 22.54 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้โดยอยู่ระหว่าง 1,501 - 3,500 บาทต่อเดือน อันดับที่สอง ได้แก่ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 20.42 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว และอันดับที่สามได้แก่ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 18.31 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้โดยอยู่ระหว่าง 3,501 - 5,500 บาทต่อเดือน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วนิยมนซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 29.51 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว อันดับที่สองได้แก่ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 26.23 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว และอันดับที่สามได้แก่ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 16.39 ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้โดยอยู่ระหว่าง 5,501 - 7,500 บาทต่อเดือน พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วนิยมนซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว อันดับที่สองได้แก่ 3 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว และอันดับที่สาม คือ 5 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 15.00 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า 7,500 บาทต่อเดือน พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วนิยมนซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ 2 ครั้งต่ออาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.36 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว อันดับที่สอง ได้แก่ 3 และ 7 ครั้งต่ออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 18.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว และอันดับที่สามได้แก่ 1 ครั้งต่ออาทิตย์ 5 ครั้งต่ออาทิตย์ และ แล้วแต่โอกาส คิดเป็นร้อยละ 9.09 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับดังกล่าว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ของผู้ตอบสัมภาษณ์กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 40.68 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 43.47 ตามหลักการแล้ว เรา จะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน จะมีความถี่ในการซื้อนมพาสเจอร์ไรส์ในอัตราที่คล้ายคลึงกัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นในการค้ำนมพาสเจอร์ไรส์ ในคาน รสชาติ สี กลิ่น และประโยชน์
ที่มีต่อร่างกาย ของผู้บริโภคนมพาสเจอร์ไรส์

จากการสำรวจความคิดเห็นในเรื่อง รสชาติ ของนมพาสเจอร์ไรส์ ของประชาชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นมพาสเจอร์ไรส์ รสหวาน ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค
มากที่สุด รองลงมาได้แก่ รสจืด และรสช็อคโกแลต เรียงตามลำดับ รายละเอียดปรากฏ
ในตารางที่ 43

ในเรื่องที่เกี่ยวกับสีของนมพาสเจอร์ไรส์ จากการสำรวจความคิดเห็นของ
ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะพบว่าผู้ตอบสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า
ควรเป็นสีขาวตามธรรมชาติ เป็นอัตราส่วนมากที่สุด คือ ร้อยละ 72.5 ของผู้ตอบสัมภาษณ์
ทั้งหมด รองลงมาเป็นอันดับที่สอง ได้แก่ สีช็อคโกแลต และอันดับที่สาม คือ สีชมพู และ
มีสีตามรสของนม เรียงตามลำดับ รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 44

ส่วนในเรื่องที่เกี่ยวกับ กลิ่นของนมพาสเจอร์ไรส์นั้น จากการสำรวจความ
คิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะพบว่าผู้ตอบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้ความเห็น
ว่า ควรมีกลิ่นของนมสดตามธรรมชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.5 ของผู้ตอบสัมภาษณ์
ทั้งหมด ความคิดเห็นรองลงมาได้แก่ ควรมีกลิ่นเล็กน้อยตามรสของนม และไม่ควรมีกลิ่น
เรียงตามลำดับ รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 45

สำหรับในเรื่องที่เกี่ยวกับประโยชน์ของนมพาสเจอร์ไรส์ที่มีต่อร่างกายนั้น จาก
การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้น พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่
แสดงความคิดเห็นว่า "เห็นด้วย" กับคำกล่าวที่ว่า การค้ำนมพาสเจอร์ไรส์ ช่วยเพิ่ม
พลาสมาบีโอสัมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 73.2 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมด รองลงมา ประมาณ
ร้อยละ 18 แสดงความคิดเห็นว่า เห็นด้วยอย่างยิ่งกับคำกล่าวข้างต้น และอันดับที่สาม
ได้แก่ ไม่เห็นด้วยเพราะไม่แน่ใจ อาจเป็นคำโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ของผู้ขาย มี
ประมาณร้อยละ 6.00 รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 46

สำหรับคำกล่าวที่ว่า "การกินนมพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" นั้น ปรากฏว่า ประมาณร้อยละ 70 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ให้ความคิดเห็นว่า "เห็นด้วย" กับคำกล่าวข้างต้น ความคิดเห็นรองลงมาได้แก่ ไม่เห็นด้วยเพราะวานมเป็นอาหารที่เสริมสร้างเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 10.0 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมด และอันดับที่สามคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีประมาณร้อยละ 8 ของผู้ตอบสัมภาษณ์ทั้งหมด รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 47

จากการสำรวจความคิดเห็นต่อไปเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุ นมพาสเจอร์ไรส์ จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า การใช้ถุงเป็นภาชนะบรรจุนั้นให้ความสะดวกในการดื่ม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ความคิดเห็นรองลงมา คือ ให้ความสะดวกในการนำพา คิดเป็นร้อยละ 27.7 และความคิดเห็นอันดับที่สาม คือ ไม่น่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 15.0 รายละเอียดปรากฏในตารางที่ 48

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 43 ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรสชาติของนมพาสเจอร์ไรส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
จืด	130	32.5
หวาน	142	35.5
ชอคโกแลต	111	27.7
สตรอเบอร์รี่	17	4.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 43 ผลปรากฏว่า รสชาติที่กลุ่มตัวอย่างชอบมากที่สุด คือ รสหวาน เป็นจำนวนร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ รสจืด เป็นจำนวนร้อยละ 32.5 และอันดับที่ 3 คือ รสชอคโกแลต เป็นจำนวนร้อยละ 27.7 ส่วนรสชาติที่กลุ่มตัวอย่างชอบน้อยที่สุด คือ รสสตรอเบอร์รี่ เป็นจำนวนร้อยละ 4.2

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 44 ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของนมพาสเจอร์ไรส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
สีชอคโกแลต	66	16.5
สีชมพู	14	3.5
สีเหลือง	3	0.7
สีส้ม	3	0.7
สีเขียวอ่อน	6	1.5
ควรเป็นสีขาวตามธรรมชาติ	290	72.5
มีสีตามรสของนม	13	3.2
อย่างเค็มเหมาะสมแล้ว	5	1.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 44 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า สีของนมพาสเจอร์ไรส์ ควรเป็นสีขาวตามธรรมชาติมากที่สุด เป็นจำนวนร้อยละ 72.5 รองลงมา คือ สีชอคโกแลต เป็นจำนวนร้อยละ 16.5 และที่น้อยที่สุด คือ สีเหลือง และ สีส้ม เป็นจำนวนร้อยละ 0.7

ตารางที่ 45 ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของนมพาสเจอร์ไรส์ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีกลิ่นเล็กน้อยตามรสของนม	133	33.30
ควรมีกลิ่นของนมสดตามธรรมชาติ	206	51.5
ไม่ควรมีกลิ่น	50	12.5
ไม่คำนึงถึง	9	2.2
ควรมีกลิ่นที่ชวนให้คลื่นไส้	2	0.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของนมพาสเจอร์ไรส์ว่า ควรมีกลิ่นของนมสดตามธรรมชาติเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 206 คน หรือร้อยละ 51.5 รองลงมา ได้แก่ ควรมีกลิ่นเล็กน้อยตามรสของนม จำนวน 133 คน หรือร้อยละ 33.30 และที่จำนวนน้อยที่สุด คือ ข้อคิดเห็นที่ว่า ควรมีกลิ่นที่ชวนให้คลื่นไส้ จำนวน 2 คน หรือร้อยละ 0.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 46 ตารางแสดงความคิดเห็นของค้ำกลว่า "การกินนมพาสเจอร์ไรส์มีส่วนเพิ่มพละอนามัยให้สมบูรณ์"

ข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
เห็นควยอย่างยิ่ง	71	17.7
เห็นควย	293	73.2
ไม่เห็นควยเพราะไม่แน่ใจอาจเป็นคำโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ ของผู้ชาย	24	6.0
ไม่เห็นควยเพราะคุณค่าอาหารยังไม่ครบถ้วนพอที่จะทำให้ ร่างกายมีพละอนามัยสมบูรณ์ได้	6	1.5
ไม่เห็นควยเพราะคุณภาพยังไม่ดีพอเท่าที่ควร	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 46 ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นควยกับค้ำกลที่ว่า "การกินนมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพละอนามัยให้สมบูรณ์" เป็นจำนวนถึง 293 คน หรือ ร้อยละ 73.2 รองลงมา คือ ความคิดเห็นที่ว่า "เห็นควยอย่างยิ่ง" เป็นจำนวน 71 คน หรือร้อยละ 17.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เห็นควยกับค้ำกลข้างต้นทั้งหมด 36 คน ส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า "ไม่แน่ใจอาจเป็นคำโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ของผู้ชาย" เป็นจำนวนถึง 24 คน หรือร้อยละ 6 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ให้เหตุผลว่า "คุณค่าทางอาหารยังไม่ครบถ้วนพอที่จะทำให้ร่างกายมีพละอนามัยให้สมบูรณ์ได้" และ เหตุผลที่ว่า "คุณภาพยังไม่ดีพอเท่าที่ควร" มีจำนวนกลุ่มละ 6 คน หรือร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคำกล่าวที่ว่า "การดื่มเนพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	34	8.5
เห็นด้วย	283	70.7
ไม่เห็นด้วยเพราะยังไม่แน่ใจในคุณภาพ	27	6.7
ไม่เห็นด้วยเพราะนมเป็นอาหารที่เสริมสร้างเท่านั้น	40	10.0
ไม่เห็นด้วยเพราะรับประทานแล้วไม่อิ่มเหมือนข้าว	13	3.2
ไม่เห็นด้วยเพราะทดแทนได้ไม่ดีเท่าที่ควร	3	0.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 47 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างถึง 283 คน หรือ ร้อยละ 70.7 เห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า การดื่มเนพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้ และมีถึงร้อยละ 8.5 มีความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนอีกร้อยละ 10 ของทั้งหมด มีความคิดเห็นว่าเนพาสเจอร์ไรส์เป็นเพียงอาหารเสริมเท่านั้น อีกร้อยละ 3.2 มีความคิดเห็นว่า ดื่มนเนพาสเจอร์ไรส์แล้วไม่อิ่มเหมือนกินข้าว และอีกเพียงไม่ถึงร้อยละ 1 ที่ให้ความเห็นว่า เนพาสเจอร์ไรส์ไม่สามารถทดแทนได้ดีเท่าที่ควร

ตารางที่ 48 ตารางแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุนม
พาสเจอร์ไรส์ ของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวกในการคั้น	134	33.5
ความสะดวกในการนำพา	111	27.7
ความประหยัดเนื้อที่ในการเก็บรักษา	44	11.0
ไม่คำนึงถึง	60	15.0
ควรเปลี่ยนแปลงเพราะถุงไม่สะดวก	49	12.2
หาซื้อได้ง่าย	1	0.2
ไม่เปลี่ยนที่ถุง	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 48 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า การใช้ถุงเป็นภาชนะบรรจุนมพาสเจอร์ไรส์นั้นมีความสะดวกในการคั้น มีจำนวนมากที่สุด คือ 134 คน หรือร้อยละ 33.5 รองลงมา คือ ความสะดวกในการนำพา เป็นจำนวน 111 คน หรือร้อยละ 27.7

นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นว่า ควรเปลี่ยนแปลงภาชนะบรรจุจากถุงเป็นอย่างอื่น มีจำนวนถึง 49 คน หรือร้อยละ 12.2 และเป็นที่สังเกตว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่คำนึงถึงว่าจะจะเป็นภาชนะชนิดไหน มีจำนวนถึง 60 คน หรือร้อยละ 15.0 .

ต่อไปนี้จะแสดงถึงผลของการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมที่มีต่อความคิดเห็นในการกักมนมพาสเจอร์ไรส์ ในค่านรสหาค สี กลิ่น และประโยชน์ที่มีต่อร่างกาย

เพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับรสชาตของนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 49 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความชอบมากที่สุดในการรสชาตต่าง ๆ ของนมพาสเจอร์ไรส์

รสชาต	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
จืด	76 (35.84)	54 (28.27)	130
หวาน	79 (37.26)	63 (33.51)	142
ชอคโกแลต	49 (23.11)	62 (32.98)	111
สตราวเบอร์รี่	8 (3.77)	9 (4.79)	17
รวม	212 (100.00)	188 (100.00)	400

$$\chi^2 = 5.69$$

$$df = 3 ;$$

$$\chi^2 = 7.82$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 49 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมคิมนมพาสเจอร์ไรส์ รสหวาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.26 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย รองลงมาได้แก่ รสจืด คิดเป็นร้อยละ 35.84 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และอันดับที่สาม คือ รสชอคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 23.11 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมคิมนมพาสเจอร์ไรส์ รสหวาน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.51 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง อันดับที่สองคือ รสชอคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 32.98 ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกับอันดับที่หนึ่งมาก และอันดับที่สาม ได้แก่ รสจืด มีประมาณร้อยละ 29 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบสัมภาษณ์ กับรสชาติของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็น ในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ ในด้านรสชาติ" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 5.69 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) ได้ผลเท่ากับ 7.82 ตามหลักการแล้ว เราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ในด้านรสชาติ หมายความว่า ไม่ว่าจะ เป็นเพศชายหรือเพศหญิง จะนิยมคิมนมพาสเจอร์ไรส์ในรสชาติที่คล้ายคลึงกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับรสชาติของเนพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 50 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความชอบมากที่สุดในการรสชาติต่าง ๆ ของเนพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	การศึกษา			ไม่ระบุ	รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี		
จืด	45(27.77)	70(33.18)	15(57.69)	0(0.00)	130
หวาน	61(37.65)	76(36.02)	5(19.23)	0(0.00)	142
ซอศโกลแลต	51(31.48)	54(25.59)	5(19.23)	1(100.00)	111
สตรอเบอร์รี่	5(3.09)	11(5.21)	1(0.47)	0(0.00)	17
รวม	162(100.00)	211(100.00)	26(100.00)	1(100.00)	400

$$\chi^2 = 14.002$$

$$df = 9 ; \chi^2 = 16.919$$

$$\alpha = .05$$

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 50 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรี โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมคิมนมพาสเจอร์ไรส์ รสหวานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.65 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว อันดับที่สอง คือรสชอคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 31.48 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว และอันดับที่สาม คือรสจืด คิดเป็นร้อยละ 27.77 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว นิยมคิมนมพาสเจอร์ไรส์รสหวานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.02 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อันดับที่สอง ไคแก่ รสจืด คิดเป็นร้อยละ 33.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว และอันดับที่สาม ไคแก่ รสชอคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 25.59 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี พบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว นิยมคิมนมพาสเจอร์ไรส์ รสจืด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.69 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี อันดับที่สอง ไคแก่ รสหวานและรสชอคโกแลต ในอัตราส่วนเท่ากัน คือ ร้อยละ 19.23 และอันดับที่สาม คือ รสสตรอเบอร์รี่ คิดเป็นร้อยละ 0.47 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบสัมภาษณ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับรสชาติของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ในคานรสชาติ" จะเห็นว่าการคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 14.002 ในขณะที่ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 16.919 ตามหลักการแล้ว เราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ ในคานรสชาติ หมายความว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคิดเห็นในเรื่องรสชาติของนมพาสเจอร์ไรส์ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

เพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของเนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 51 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของเนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
สีชอคโกแลต	37(17.45)	29(15.42)	66
สีชมพู	11(5.19)	3(1.59)	14
สีเหลือง	3(1.42)	0(0.00)	3
สีส้ม	2(0.94)	1(0.53)	3
สีเขียวอ่อน	1(0.47)	5(2.66)	6
กรรมวิธีชาวตามธรรมชาติ	151(71.23)	139(73.94)	290
มีสีตามรสของเนม	4(1.89)	9(4.79)	13
อย่างเดิมเหมาะสมแล้ว	3(1.42)	2(1.06)	5
รวม	212(100.00)	188(100.00)	400

$$\chi^2 = 12.767$$

$$df = 7 ; \chi^2 = 14.067$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 51 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายโดยเฉลี่ยแล้ว ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของนมพาสเจอร์ไรส์ว่า ควรมีสีขาวตามธรรมชาติ เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.23 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย อันดับที่สอง คือ สีชอคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 17.45 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และอันดับที่สาม คือ สีชมพู คิดเป็นร้อยละ 5.19 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของนมพาสเจอร์ไรส์ว่า ควรมีสีขาวตามธรรมชาติ เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.94 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง รองลงมา ได้แก่ สีชอคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 15.42 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง และอันดับที่สาม คือ มีสีตามรสของนม คิดเป็นร้อยละ 4.79 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบสัมภาษณ์กับสีของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ในคานสีของนมพาสเจอร์ไรส์" ปรากฏว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 12.77 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 14.07 ตามหลักการแล้ว เราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการคิมนมพาสเจอร์ไรส์ในคานสีของนมพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิง จะมีความคิดเห็นในเรื่องสีของนมพาสเจอร์ไรส์ไม่แตกต่างกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อของเมฆาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 52 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อของเมฆาสเจอร์ไรส์

ความคิดเห็น	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	ไม่ระบุ	
สื่อคอโคแลต	32(19.75)	32(15.17)	1(3.85)	1(100.00)	66
สื่อชมพู	8(4.94)	4(1.89)	2(7.69)	0(0.00)	14
สื่อเหลือง	1(0.62)	2(0.95)	0(0.00)	0(0.00)	3
สื่อส้ม	1(0.62)	2(0.95)	0(0.00)	0(0.00)	3
สื่อเขียวอ่อน	4(2.47)	2(0.95)	0(0.00)	0(0.00)	6
การมีสื่อข่าวตามธรรมชาติ	11(69.52)	159(75.36)	20(76.92)	0(0.00)	290
มีสื่อตามรสของนม	4(2.47)	7(3.32)	2(7.69)	0(0.00)	13
ออกแบบเหมาะสมแล้ว	1(0.62)	3(1.42)	1(3.85)	0(0.00)	5
รวม	162(100.00)	211(100.00)	26(100.00)	1(100.00)	400

$$\chi^2 = 19.76$$

$$df = 21 ; \chi^2 = 32.671$$

$$\alpha = .05$$



จากตารางที่ 52 จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรี โดยเฉลี่ยแล้วให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของนมพาสเจอร์ไรส์ว่า ควรมีสีขาวตามธรรมชาติ เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.52 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว ความคิดเห็นรองลงมาได้แก่ สีชอคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 19.75 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว และอันดับที่สาม ได้แก่ สีชมพู คิดเป็นร้อยละ 4.94 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วมีความคิดเห็นว่ นมพาสเจอร์ไรส์ควรมีสีขาวตามธรรมชาติ เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.36 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ความคิดเห็นรองลงมา ได้แก่ สีชอคโกแลต คิดเป็นร้อยละ 15.17 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว และอันดับที่สาม คือ มีสีตามรสของนม คิดเป็นร้อยละ 3.32 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี พบว่าโดยเฉลี่ยแล้วมีความ คิดเห็นว่า นมพาสเจอร์ไรส์ควรมีสีขาวตามธรรมชาติ เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.92 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว ความคิดเห็นรองลงมา คือ เป็น อันดับที่สอง คือ สีชมพู และมีสีตามรสของนม คิดเป็นร้อยละ 7.69 ของกลุ่มตัวอย่างที่มี การศึกษาระดับดั่งกล่าว และอันดับที่สาม คือสีชอคโกแลต และควรมีส้อย่างเดิมเหมาะ สมแล้ว คิดเป็นร้อยละ 3.85 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบสัมภาษณ์กับ สีของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่าง ของระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการค้มนมพาสเจอร์ไรส์ในค่านสี ของนม" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติ โดยผลเท่ากับ 19.76 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 32.671 ตามหลักการแล้ว เราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับ การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการค้มนมพาสเจอร์ไรส์ในค่านสีของนม หมายความว่า ผู้บริโภคที่ระดับการศึกษาต่างกันจะมีความคิดเห็นในเรื่องสีของนม พาสเจอร์ไรส์เหมือน ๆ กัน

เพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 53 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ควรมีกลิ่นเล็กน้อยตามรสของนม	75(35.37)	58(30.85)	133
ควรมีกลิ่นของนมสดตามธรรมชาติ	95(44.81)	11(59.04)	206
ไม่ควรมีกลิ่น	34(16.04)	16(8.51)	50
ไม่คำนึงถึง	6(2.83)	3(1.59)	9
ควรมีกลิ่นที่ชวนให้คลื่นไส้	2(0.94)	0(0.00)	2
รวม	212(100.00)	188(100.00)	400

$$\chi^2 = 11.497^*$$

$$df = 4 ; \chi^2 = 9.488$$

$$\alpha = .05$$

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 53 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย โดยเฉลี่ยแล้ว ให้ความเห็นว่า นมพาสเจอร์ไรส์ ควรม่ก่ลินของนมสดตามธรรมชาติเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.81 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ความคิดเห็นรองลงมา คือ ควรม่ก่ลินเล็กน้อยตามรสของนม คิดเป็นร้อยละ 35.37 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และอันดับที่สาม ได้แก่ ไม่ควรม่ก่ลิน คิดเป็นร้อยละ 16.04 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วมากกว่าครึ่งเล็กน้อย ให้ความเห็นว่า ควรม่ก่ลินของนมสดตามธรรมชาติ ความคิดเห็นรองลงมาเป็นอันดับที่สอง ได้แก่ ควรม่ก่ลินเล็กน้อยตามรสของนม คิดเป็นร้อยละ 30.85 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง และความคิดเห็นอันดับที่สาม คือ ไม่ควรม่ก่ลิน คิดเป็นร้อยละ 8.51 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบสัมภาษณ์กับความคิดเห็นในเรื่องกลิ่นของนมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการดื่มนมพาสเจอร์ไรส์ ในค่านกลิ่นของนม" ปรากฏว่า การคำนวณ ค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติ ได้ผลเท่ากับ 11.497 ในขณะที่ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซนต์ ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 9.488 ตามหลักการแล้ว เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็น ในการดื่มนมพาสเจอร์ไรส์ ในค่านกลิ่นของนม หมายความว่า เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่างกันในเรื่องกลิ่นของนมพาสเจอร์ไรส์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 54 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของนมพาสเจอร์ไรส์

ขอคิดเห็น	การศึกษา				รวม
	สูงกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ไม่ระบุ	
ควรมีกลิ่นเล็กน้อย					
ตามรสของนม	49 (30.25)	75 (35.54)	8 (30.77)	1 (100.00)	133
ควรมีกลิ่นของนม					
ตามธรรมชาติ	83 (51.23)	109 (51.65)	14 (53.85)	0 (0.00)	206
ไม่ควรมีกลิ่น	25 (15.43)	22 (10.43)	3 (11.54)	0 (0.00)	50
ไม่คำนึงถึง	5 (3.09)	4 (1.89)	0 (0.00)	0 (0.00)	9
ควรมีกลิ่นที่ชวนดื่ม	0 (0.00)	1 (0.47)	1 (3.85)	0 (0.00)	2
รวม	162 (100.00)	211 (100.0)	26 (100.00)	1 (100.00)	400

$$\chi^2 = 12.59$$

$$df = 12 \quad \chi^2 = 21.026$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 54 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาค่าควรระดับปริญญาตรี มากกว่าครึ่งเล็กน้อย ให้ความคิดเห็นว่า เมพาสเจอร์ไรส์ควรมีกลิ่นของนมตามธรรมชาติ ความคิดเห็นรองลงมาอันดับที่สอง ได้แก่ ควรมีกลิ่นเล็กน้อยตามรสของนม คิดเป็นร้อยละ 30.25 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว และความคิดเห็นเป็นอันดับที่สาม คือ ไม่ควรมีกลิ่น คิดเป็นร้อยละ 15.43 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วให้ความคิดเห็นว่า เมพาสเจอร์ไรส์ ควรมีกลิ่นของนมตามธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 51.65 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว ความคิดเห็นรองลงมา ได้แก่ ควรมีกลิ่นเล็กน้อยตามรสของนม คิดเป็นร้อยละ 35.50 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว และอันดับที่สาม ได้แก่ ไม่ควรมีกลิ่น คิดเป็นร้อยละ 10.43 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีความคิดเห็นว่ เมพาสเจอร์ไรส์ ควรมีกลิ่นของนมตามธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 53.85 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว ความคิดเห็นรองลงมา ได้แก่ ควรมีกลิ่นตามรสของนม คิดเป็นร้อยละ 30.77 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว และอันดับที่สาม คือ ไม่ควรมีกลิ่น คิดเป็นร้อยละ 11.54 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคิงกลาว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบสัมภาษณ์กับความคิดเห็นในเรื่องกลิ่นของเมพาสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการคิมเมพาสเจอร์ไรส์ในค่านกลิ่นของนม" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 12.59 ในขณะที่ค่า χ^2 (Chi-Square) ณ ระดับนัยสำคัญ .05 จะเท่ากับ 21.026 ตามหลักการแล้ว เราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการคิมเมพาสเจอร์ไรส์ในค่านกลิ่นของนม หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความเห็นเกี่ยวกับกลิ่นของเมพาสเจอร์ไรส์เหมือนกัน

เพศกับความคิดเห็นในเรื่องประโยชน์ของแผนฟาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 55 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นต่อคำถามที่ว่า "การดื่มม
ฟาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพละอนามัยให้สมบูรณ์"

ข้อคิดเห็น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	41(19.33)	30(15.96)	71
เห็นด้วย	146(68.86)	147(78.19)	293
ไม่เห็นด้วยเพราะไม่แน่ใจอาจเป็นคำโฆษณาเพื่อ ผลประโยชน์ของผู้ชาย	19(8.96)	5(2.66)	24
ไม่เห็นด้วยเพราะคุณค่าอาหารยังไม่ครบถ้วน พอที่จะทำให้ร่างกายมีพละอนามัยสมบูรณ์ได้	2(0.94)	4(2.13)	6
ไม่เห็นด้วยเพราะคุณภาพยังไม่ดีพอเท่าที่ควร	4(1.89)	2(1.06)	6
รวม	212(100.0)	188(100.0)	400

$$\chi^2 = 9.803^*$$

$$df = 4 ; \chi^2 = 9.488$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 55 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย โดยเฉลี่ยแล้วให้ความคิดเห็นว่า "เห็นควย" กับค่ากลางที่ว่า "การคัมเมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาสมาบีโอสัมบูรณ์" เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.86 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ความคิดเห็นรองลงมา คือ เห็นควยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 19.33 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และอันดับที่สาม คือ ไม่เห็นควย เพราะไม่แน่ใจอาจเป็นคำโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ของผู้ชาย คิดเป็นร้อยละ 8.96 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว "เห็นควย" กับค่ากลางข้างต้นเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.19 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ความคิดเห็นรองลงมา คือ เห็นควยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 15.96 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง และอันดับที่สาม คือ ไม่เห็นควย เพราะไม่แน่ใจ อาจเป็นคำโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ของผู้ชาย และไม่เห็นว่าเห็นควยเพราะคุณค่าทางอาหารยังไม่ครบถ้วนพอที่จะทำให้ร่างกายมีพลาสมาบีโอสัมบูรณ์ได้ มีประมาณร้อยละ 2 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบสัมภาษณ์กับ ค่ากลางที่ว่า "การคัมเมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาสมาบีโอสัมบูรณ์" โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อค่ากลางที่ว่า "การคัมเมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาสมาบีโอสัมบูรณ์" จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 9.803 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 9.488 ตามหลักการแล้ว เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อค่ากลางที่ว่า "การคัมเมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาสมาบีโอสัมบูรณ์" หมายความว่า เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นแตกต่างกัน กับค่ากลางที่ว่า "การคัมเมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาสมาบีโอสัมบูรณ์"

ตารางที่ 56 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับคำกล่าวที่ว่า
"การกินเนพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้"

ข้อคิดเห็น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	19 (8.96)	15 (7.97)	34
เห็นด้วย	140 (66.04)	143 (76.06)	283
ไม่เห็นด้วยเพราะยังไม่แน่ใจในคุณภาพ	22 (10.38)	5 (2.66)	27
ไม่เห็นด้วยเพราะนมเป็นอาหารที่เสริมสร้างเท่านั้น	23 (10.85)	17 (9.04)	40
ไม่เห็นด้วยเพราะรับประทานแล้วไม่อิ่มเหมือนข้าว	8 (3.77)	5 (2.66)	13
ไม่เห็นด้วยเพราะทดแทนได้ไม่ดีเท่าที่ควร	0 (0.00)	3 (1.60)	3
รวม	212 (100.00)	188 (100.00)	400

$$\chi^2 = 14.14^*$$

$$df = 5 ; \quad \chi^2 = 11.07$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 56 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย โดยเฉลี่ยแล้วมีความคิดเห็น ว่า "เห็นควย" กับค่ากลางที่ว่า "การคิมเมพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" เป็น จำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.04 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ความคิดเห็นรองลงมา คือ ไม่เห็นควย เพราะนมเป็นอาหารที่เสริมสร้างเท่านั้น และไม่เห็นควย เพราะยังไม่แน่ใจใน คุณภาพ มีประมาณร้อยละ 10 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย และอันดับที่สาม คือ เห็นควย อย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 0.96 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่าโดยเฉลี่ยแล้ว "เห็นควย" กับค่ากลางข้างต้น คิดเป็นร้อยละ 76.06 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ความคิดเห็นรองลงมา คือ ไม่เห็นควย เพราะนมเป็นอาหารที่เสริมสร้างเท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 9.04 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง และอันดับที่สาม คือ เห็นควยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 7.97 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้ตอบสัมภาษณ์กับค่ากลางที่ว่า "การ คิมเมพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับค่ากลางที่ว่า "การคิมเม พาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" จะเห็นว่าค่าการคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 14.4 ในขณะที่ค่า χ^2 (Chi-Square) ณ ระดับความเชื่อมั่น .05 จะเท่ากับ 11.07 ตามหลักการแล้ว เราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของเพศ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อค่ากลางที่ว่า "การคิมเมพาสเจอร์ไรส์ สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" หมายความว่า เพศชายและเพศหญิงมีความเห็นแตกต่างกัน ในค่ากลางที่ว่า "การคิมเมพาสเจอร์ไรส์ สามารถทดแทนอาหารอื่นได้"

การศึกษากับความคิดเห็นในเรื่องประโยชน์ของนมพาสเจอร์ไรส์

ตารางที่ 57 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นของค่างกล่าวที่ว่า "การกินนมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพละทานามัยให้สมบูรณ์"

ข้อคิดเห็น	การศึกษา				รวม
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	ไม่ระบุ	
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	29 (17.90)	36 (17.06)	5 (19.23)	1 (100.00)	71
เห็นด้วย	123 (75.93)	150 (71.09)	20 (76.92)	0 (0.00)	293
ไม่เห็นด้วยเพราะไม่แน่ใจ อาจเป็นคำโฆษณาเพื่อ ผลประโยชน์ของผู้ขาย	8 (4.94)	16 (7.58)	0 (0.00)	0 (0.00)	24
ไม่เห็นด้วยเพราะคุณภาพ อาหารยังไม่ครบถ้วนพอ ที่จะทำให้ร่างกายมี พละทานามัยที่สมบูรณ์ได้	0 (0.00)	5 (2.36)	1 (3.85)	0 (0.00)	6
ไม่เห็นด้วยเพราะคุณภาพ ยังไม่ดีเท่าที่ควร	2 (1.23)	4 (1.89)	0 (0.00)	0 (0.00)	6
รวม	162 (100.0)	211 (100.0)	26 (100.0)	1 (100.0)	400

$$\chi^2 = 12.85$$

$$df = 12 ; \chi^2 = 12.026$$

$$\alpha = 0.05$$

จากตารางที่ 57 จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาคำว่าปริญญาตรีโดยเฉลี่ยแล้ว มีความคิดเห็นว่า "เห็นควย" กับค่ากลางที่ว่า "การคิมเมพาสเจอร์ไรส์ ช่วยเพิ่มพลาแนมัยให้สมบูรณ์" เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.93 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกล่าว ความคิดเห็นรองลงมา คือ เห็นควยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 17.90 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกล่าว และอันดับที่สาม คือ ไม่เห็นควยเพราะไม่แน่ใจอาจเป็นคำโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ของผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 4.94 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า โดยเฉลี่ยแล้ว มีความคิดเห็นว่า "เห็นควย" กับค่ากลางข้างต้น เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.09 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกล่าว ความคิดเห็นรองลงมา คือ เห็นควยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 17.06 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกล่าว และอันดับที่สาม คือ ไม่เห็นควย เพราะไม่แน่ใจอาจเป็นคำโฆษณาเพื่อผลประโยชน์ของผู้ขาย คิดเป็นร้อยละ 7.58 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีความคิดเห็นว่า "เห็นควย" กับค่ากลางข้างต้นเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.92 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ความคิดเห็นรองลงมา คือ เห็นควยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 19.23 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และอันดับที่สาม คือ ไม่เห็นควยเพราะคุณค่าทางอาหารยังไม่ครบถ้วนพอที่จะทำให้ร่างกายมีพลาแนมัยสมบูรณ์ได้ คิดเป็นร้อยละ 3.85 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคังกล่าว

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบสัมภาษณ์กับความ คิดเห็นต่อค่ากลางที่ว่า "การคิมเมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาแนมัยให้สมบูรณ์" โดยมีสมมติฐาน ที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ "ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความ คิดเห็นเกี่ยวกับค่ากลางที่ว่า "การคิมเมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาแนมัยให้สมบูรณ์" จะเห็นค่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติโดยผลเท่ากับ 12.85 ในขณะที่ ณ ระดับ นัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 21.025 ตามหลักการแล้ว เราจะยอมรับ สมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความ คิดเห็นต่อค่ากลางที่ว่า "การคิมเมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่มพลาแนมัยให้สมบูรณ์" หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อค่ากลางที่ว่า "การคิมเมพาสเจอร์ไรส์ช่วยเพิ่ม พลาแนมัยให้สมบูรณ์"

ตารางที่ 58 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับคำกล่าวที่ว่า "การคั้นนมพาสเจอร์ไรส์ สามารถทดแทนอาหารอื่นได้"

ความคิดเห็น	การศึกษา			ไม่ระบุ	รวม
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี		
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	15 (9.25)	18 (8.53)	1 (3.85)	0 (0.00)	34
เห็นด้วย	120 (74.07)	147 (69.67)	15 (57.69)	1 (100.00)	283
ไม่เห็นด้วยเพราะยังไม่ แน่ใจในคุณภาพ	7 (4.32)	19 (9.00)	1 (3.85)	0 (0.00)	27
ไม่เห็นด้วยเพราะนมเป็น อาหารที่เสริมสร้างเท่านั้น	10 (6.17)	21 (9.95)	9 (34.62)	0 (0.00)	40
ไม่เห็นด้วยเพราะรับประทาน แล้วไม่อิ่มเหมือนข้าว	10 (6.17)	3 (1.42)	0 (0.00)	0 (0.00)	13
ไม่เห็นด้วยเพราะทดแทน โคไม่คั้นเท่าที่ควร	0 (0.00)	3 (1.42)	0 (0.00)	0 (0.00)	3
รวม	162 (100.00)	211 (100.00)	26 (100.00)	1 (100.00)	400

$$\chi^2 = 37.48^*$$

$$df = 15 ; \chi^2 = 24.966$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 58 จะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรีส่วนใหญ่จะเห็น
 ควบกับค่ากลางที่ว่า "การกินเมพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" มีจำนวนร้อยละ
 74.07 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว ความคิดเห็นรองลงมา คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง
 คิดเป็นร้อยละ 9.25 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว และอันดับที่สาม คือ ไม่เห็น
 ควบ เพราะเมเป็นอาหารที่เสริมสร้างเท่านั้น และไม่เห็นควบเพราะรับประทานแล้วไม่อิ่ม
 เหมือนข้าว มีประมาณร้อยละ 6 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า โดยเฉลี่ยแล้วมีความคิดเห็น
 "เห็นควบ" กับค่ากลางข้างตนเป็นอัตราส่วนมากที่สุดคือร้อยละ 69.67 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการ
 ศึกษาระดับดั่งกล่าว อันดับที่สองคือ ไม่เห็นควบ เพราะเป็นอาหารที่เสริมสร้างเท่านั้น มี
 จำนวนร้อยละ 9.95 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว และอันดับที่สาม คือ
 ไม่เห็นควบ เพราะยังไม่แน่ใจในคุณภาพ มีปริมาณร้อยละ 9 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับ
 ดั่งกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีพบว่า มีจำนวนของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า
 ครั้งเล็กน้อย แสดงความคิดเห็นว่า "เห็นควบ" กับค่ากลางข้างตน ความคิดเห็นรองลงมา
 ใดแก ไม่เห็นควบ เพราะเมเป็นอาหารที่เสริมสร้างเท่านั้น มีประมาณร้อยละ 34 ของกลุ่ม
 ตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับดั่งกล่าว และอันดับที่สาม คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และไม่เห็นควบ
 เพราะยังไม่แน่ใจในคุณภาพ เป็นอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 3.85

ผลของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบสัมภาษณ์กับความ
 คิดเห็นต่อค่ากลางที่ว่า "การกินเมพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" โดยมีสมมติฐาน
 ที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ ความแตกต่างของระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็น
 ต่อค่ากลางที่ว่า "การกินเมพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" ปรากฏว่าการคำนวณ
 ค่า² (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 37.48 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ
 .05 ค่า² (Chi-Square) จะเท่ากับ 24.996 ตามหลักการแล้วเราจะไม่ยอมรับสมมติฐานที่
 เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างของระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อค่า
 กลางที่ว่า "การกินเมพาสเจอร์ไรส์สามารถทดแทนอาหารอื่นได้" หมายความว่า ผู้บริโภค
 ที่ระดับการศึกษาต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อค่ากลางที่ว่า "การกินเมพาสเจอร์ไรส์สามารถ
 ทดแทนอาหารอื่นได้" ไม่เหมือนกัน

เพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุ

ตารางที่ 59 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุนมพาสเจอร์ไรส์

ข้อคิดเห็น	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ความสะดวกในการดื่ม	69(32.55)	65(34.57)	134
ความสะดวกในการนำพา	49(23.11)	62(32.98)	111
ความประหยัดเนื้อที่ในการเก็บรักษา	24(11.32)	20(10.64)	44
ไม่คำนึงถึง	41(19.34)	19(10.11)	60
การเปลี่ยนแปลงเพราะถุงไม่สะดวก	27(12.74)	22(11.70)	49
หาซื้อได้ง่าย	1(0.47)	0(0.00)	1
ไม่เปลี่ยนที่ทิ้งถุง	1(0.47)	0(0.00)	1
รวม	212(100.00)	188(100.00)	400

$$\frac{2}{\chi} = 11.183$$

$$df = 6 ; \frac{2}{\chi} = 12.592$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 59 ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุนมพาสเจอร์ไรส์นั้น ให้ความสะดวกในการดื่ม เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.55 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด ความคิดเห็นรองลงมาได้แก่ ให้ความสะดวกในการนำพา และไม่คำนึงถึง คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 23.11 และ 19.34 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายทั้งหมด ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็น
 ภาชนะบรรจุผงพาสเจอร์ไรส์ว่า ให้ความสะดวกในการเก็บมากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ
 34.57 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงทั้งหมด ความคิดเห็นอันดับที่สองได้แก่ ให้ความสะดวก
 ในการนำพา คิดเป็นร้อยละ 32.98 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง และอันดับที่สาม คือ
 การเปลี่ยนแปลงเพราะถุงไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 11.70 ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง
 ทั้งหมด

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะ
 ในการบรรจุ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ ความแตกต่างระหว่างเพศไม่มีความ
 สัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุผงพาสเจอร์ไรส์ จะเห็นว่า
 การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติได้ผลเท่ากับ 11.183 ในขณะที่ ณ
 ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 12.592 โดยหลักการแล้วเราจะ
 ยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่างระหว่างเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความ
 คิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุผงพาสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ไม่ว่าจะ เป็น
 เพศชายหรือเพศหญิงต่างก็มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะบรรจุไม่แตกต่างกัน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุเมล็ดเจอร์โรส
 ตารางที่ 60 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุง
 เป็นภาชนะในการบรรจุเมล็ดเจอร์โรส

ข้อคิดเห็น	การศึกษา			ไม่ระบุ	รวม
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี		
ความสะดวกในการดื่ม	56(34.57)	70(33.18)	8(30.77)	0(0.00)	134
ความสะดวกในการนำพา	52(32.09)	50(23.70)	9(34.62)	0(0.00)	111
ความประหยัดเนื้อที่ใน					
การเก็บรักษา	18(11.11)	23(10.91)	3(11.54)	0(0.00)	44
ไม่คำนึงถึง	23(14.20)	36(17.06)	0(0.00)	1(100.00)	60
ควรเปลี่ยนแปลงเพราะ					
ถุงไม่สะดวก	12(7.41)	31(14.69)	6(23.08)	0(0.00)	49
หาซื้อได้ง่าย	1(0.62)	0(0.00)	0(0.00)	0(0.00)	1
ไม่เปลี่ยนที่ถุง	0(0.00)	1(0.47)	0(0.00)	0(0.00)	1
รวม	162(100.00)	211(100.00)	26(100.00)	1(100.00)	400

$$\chi^2 = 18.52$$

$$df = 18 ; \chi = 28.69$$

$$\alpha = .05$$

จากตารางที่ 60 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการใช้ถุงเป็นภาชนะบรรจุนั้น ให้ความสะดวกในการดื่มเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 34.57 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ความคิดเห็นรองลงมา คือ ให้ความสะดวกในการนำพา คิดเป็นร้อยละ 32.09 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา คั่งกลาง และอันดับที่สามได้แก่ ไม่คำนึงถึง คิดเป็นร้อยละ 14.20 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคั่งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าการใช้ถุง เป็นภาชนะในการบรรจุนั้น ให้ความสะดวกในการดื่มเป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 33.18 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ความคิดเห็นรองลงมา ได้แก่ ให้ความสะดวก ในการนำพาและไม่คำนึงถึง คิดเป็นร้อยละ 23.70 และ 17.06 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา ระดับคั่งกลาง

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ส่วนใหญ่แล้วให้ความคิดเห็นว่าการใช้ถุงเป็นภาชนะในการบรรจุนั้น ให้ความสะดวกในการนำพามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.62 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคั่งกลาง ความคิดเห็นรองลงมา ได้แก่ ให้ความสะดวกในการดื่มและควรเปลี่ยนแปลงเพราะถุงไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 30.77 และ 23.08 ของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับคั่งกลาง

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบสัมภาษณ์กับความคิดเห็น เกี่ยวกับการใช้ถุงในการบรรจุแพสเจอร์ไรส์ โดยมีสมมติฐานที่เป็น Null ดังต่อไปนี้ คือ ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงในการ บรรจุแพสเจอร์ไรส์ จะเห็นว่า การคำนวณค่า χ^2 (Chi-Square) จากข้อมูลทางสถิติจะ เท่ากับ 18.52 ในขณะที่ ณ ระดับนัยสำคัญ .05 ค่า χ^2 (Chi-Square) จะเท่ากับ 28.869 โดยหลักการแล้วเราจะยอมรับสมมติฐานที่เป็น Null กล่าวคือ ความแตกต่าง ระหว่างระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะในการ บรรจุแพสเจอร์ไรส์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคิดเห็น เกี่ยวกับการใช้ถุงเป็นภาชนะบรรจุไม่แตกต่างกัน