



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การศึกษาคำเนินงานของตลาดกลางข้าวเปลือกในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดนิวยอร์ก เป็นไปตามวัตถุประสงค์ จึงได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ขายข้าวเปลือกที่ใช้บริการของตลาดกลาง โดยเน้นด้านบริการต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการได้รับรวมทั้งความคิดเห็นด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมทางการตลาดของตลาดกลาง โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการตลาดกลางข้าวเปลือกทั้ง 5 แห่งรวม 300 ราย ซึ่งได้แบ่งผู้ใช้บริการออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรกคือผู้ใช้บริการในการขายข้าวเปลือกที่เป็นเกษตรกรจำนวน 120 ราย กลุ่มที่ 2 คือกลุ่มผู้ใช้บริการในการขายข้าวเปลือกที่ไม่ใช่เกษตรกรแต่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นจำนวน 120 ราย และกลุ่มที่ 3 คือกลุ่มผู้ใช้บริการในการซื้อข้าวเปลือกที่เป็นพ่อค้าคนกลางจำนวน 60 ราย ซึ่งแต่ละกลุ่ม ได้ถูกสัมภาษณ์สอบถามความคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไปตามบทบาทของกลุ่มบุคคลเหล่านี้ที่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดกลาง ในลักษณะที่ไม่เหมือนกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มผู้ขายซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มผู้ขายที่เป็นเกษตรกรและกลุ่มผู้ขายที่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมท้องถิ่น บุคคลทั้งสองกลุ่มนี้ใช้บริการในลักษณะของผู้ขายข้าวเปลือกเหมือนกัน แต่กลุ่มของเกษตรกรเป็นผู้ผลิตข้าวเปลือกเองแล้วนำมาขายในตลาดกลางโดยมุ่งหวังที่จะขายได้ในราคาที่เป็นธรรม ส่วนกลุ่มผู้ขายที่เป็นพ่อค้าท้องถิ่นไม่ได้ทำการผลิตข้าวเปลือกเอง แต่เป็นผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากเกษตรกรรายเล็กรายย่อยที่อยู่ห่างไกลและนำมาขายในตลาดกลางโดยมุ่งหวังกำไรจากการซื้อขายข้าวเปลือกนั้น จึงทำให้ทัศนคติหรือความคิดเห็นของบุคคลทั้งสองกลุ่มที่มีต่อตลาดกลางรวมทั้งความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้าวเปลือกที่ซื้อขายกันในตลาดกลางนั้นย่อมแตกต่างกันออกไป ส่วนผู้ซื้อที่เป็นพ่อค้าคนกลางเข้าไปซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางเพื่อนำไปส่งให้โรงสีหรือนำไปแปรรูปในโรงสีของตนเอง ย่อมที่จะมีความคิดเห็นต่อตลาดกลางในอีกด้านหนึ่ง

การศึกษาในบทนี้ เป็นการนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มประชากรตัวอย่างรวมทั้ง 3 กลุ่ม มาวิเคราะห์ในรูปตารางและเสนอเป็นอัตราร้อยละตามความถี่ (Frequency) ซึ่งโครงสร้างในการเสนอตารางวิเคราะห์นี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการตลาดกลางทั้งในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดนิวยอร์ก

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อตลาดกลางตลาดกลางทั้งในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดนิวยอร์ก

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานของการศึกษาดตลาดกลางทั้งในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดนิวยอร์ก

ผลการวิเคราะห์จะนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนงานทางการตลาดของตลาด
กลางข้าวเปลือกทั้ง 5 แห่งในปีที่ 5 ต่อไป

กลุ่มที่ 1

• ผู้ใช้บริการตลาดกลางข้าวเปลือกที่เป็นเกษตรกร

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของเกษตรกรผู้ใช้บริการตลาดกลางข้าวเปลือก

ตารางที่ 25

เกษตรกรที่ใช้บริการของตลาดกลางจำแนกตามเพศ

ลำดับที่	เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ชาย	97	80.8
2	หญิง	23	19.2
	รวม	120	100.0

เกษตรกรที่ใช้บริการของตลาดกลาง ในการขายข้าวเปลือกพบว่า ร้อยละ 80.8
เป็นเพศชาย และร้อยละ 19.2 เป็นเพศหญิง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26

เกษตรกรที่ใช้บริการของตลาดกลางจำแนกตามช่วงของอายุ

ลำดับที่	ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 20	5	4.2
2	20-40	66	55.0
3	41-60	47	39.2
4	60 ปีขึ้นไป	2	1.7
	รวม	120	100

เกษตรกรที่ใช้บริการร้อยละ 55 มีอายุอยู่ในช่วง 20-40 ปี รองลงไปร้อยละ 39.2 มีอายุอยู่ในช่วง 41-60 ปี ส่วนอายุต่ำกว่า 20 ปี และสูงกว่า 60 ปี มีเพียงร้อยละ 4.2 และ 1.7 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27

ภูมิฐานะของเกษตรกรที่ใช้บริการของตลาดกลางจำแนกตามรายจังหวัด

ลำดับที่	ภูมิฐานะของเกษตรกร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	กำแพงเพชร	12	10
2	นครสวรรค์	12	10
3	พิจิตร	14	11.7
4	อุทัยธานี	1	0.8
5	พิษณุโลก	81	67.5
	รวม	120	100

ภูมิฐานะของเกษตรกร ร้อยละ 67.5 เป็นเกษตรกรที่อยู่ในจังหวัดพิษณุโลก ส่วนจังหวัดกำแพงเพชร นครสวรรค์ และพิจิตร มีจำนวนไม่ต่างกันมาก คือ ร้อยละ 10, 11.7 ตามลำดับ ที่น้อยที่สุด คือ จังหวัดอุทัยธานี มีเพียงร้อยละ 0.8

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลในด้านการใช้บริการ และความคิดเห็นของเกษตรกรที่มีต่อตลาดกลาง

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ เพื่อที่จะทราบถึงลักษณะการให้บริการตลาดกลางของเกษตรกรว่าเป็นไปในลักษณะใด และเกษตรกรเหล่านี้เมื่อใช้บริการตลาดกลางแล้ว ได้มีทัศนคติหรือความคิดเห็นอย่างไรต่อตลาดกลางในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการโดยตรง ซึ่งลักษณะการให้บริการและความคิดเห็นเหล่านี้มีหลายด้านด้วยกันดังนี้

ตารางที่ 28

ลักษณะการให้บริการตลาดกลางของเกษตรกรในแต่ละฤดูกาลเก็บเกี่ยว

ลำดับที่	ลักษณะการให้บริการ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ใช้ครั้งแรก	36	30.0
2	ใช้เป็นประจำทุก ๆ ฤดูกาลเก็บเกี่ยว	75	62.5
3	ใช้เป็นครั้งคราวขึ้นกับโอกาส	9	7.5
	รวม	120	100.0

เกษตรกรร้อยละ 62.5 ที่ใช้บริการตลาดกลางได้มาใช้บริการของตลาดกลางในทุกฤดูกาลเก็บเกี่ยว ส่วนที่ให้บริการเป็นครั้งแรกมีเพียงร้อยละ 30 และที่มาใช้บริการเป็นครั้งคราวขึ้นกับโอกาสมีเพียงร้อยละ 7.5

ตารางที่ 29

ลักษณะการขายข้าวเปลือกของเกษตรกรในแต่ละฤดูการเก็บเกี่ยว

ลำดับที่	ลักษณะการขายข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ขายผ่านตลาดกลางทั้งหมด	36	30.0
2	ขายผ่านตลาดกลางและขายให้พ่อค้าท้องถิ่นด้วย	84	70.0
	รวม	120	100.0

การขายข้าวเปลือกของเกษตรกรในแต่ละฤดูการเก็บเกี่ยว เกษตรกรร้อยละ 30.0 จะขายข้าวเปลือกของเขาผ่านตลาดกลางทั้งหมด ส่วนอีกร้อยละ 70.0 จะขายข้าวเปลือกของเขาผ่านตลาดกลางและขายให้กับพ่อค้าท้องถิ่นด้วย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30

วัตถุประสงค์ของการใช้บริการตลาดกลางของเกษตรกรในแต่ละครั้ง

ลำดับที่	วัตถุประสงค์การใช้บริการ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ขายข้าวเปลือกเพียงอย่างเดียว	91	75.8
2	ขายข้าวเปลือกพร้อมซื้อข้าวของเครื่องใช้	15	12.5
3	ขายข้าวเปลือก+ซื้อของ+อยากทราบความเคลื่อนไหวของราคา	2	1.7
4	ขายข้าวเปลือกและอยากทราบความเคลื่อนไหวของราคา	12	10.0
	รวม	120	100.0

การมาใช้บริการตลาดกลางของเกษตรกรร้อยละ 75.8 มีวัตถุประสงค์เพื่อขายข้าวเปลือกเพียงอย่างเดียวโดย ร้อยละ 12.5 เป็นเกษตรกรที่มาใช้บริการตลาดกลางเพื่อขายข้าวเปลือกพร้อมกับซื้อข้าวของเครื่องใช้ด้วย เกษตรกรอีกส่วนหนึ่งร้อยละ 10 มาใช้บริการตลาดกลางเพื่อขายข้าวเปลือกพร้อมกับการอยากทราบความเคลื่อนไหวในด้านราคาของข้าวเปลือก และมีเพียงร้อยละ 1.7 ที่มาขายข้าวเปลือกพร้อมซื้อของใช้และอยากรู้ความเคลื่อนไหวของราคาด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31

เกษตรกรเคยทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกก่อนที่จะนำข้าว
เปลือกมาขายในตลาดกลางที่ใช้บริการ

ลำดับที่	ทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	เคยทราบมาก่อน	94	78.3
2	ไม่เคยทราบมาก่อน	26	21.7
	รวม	120	100.0

เกษตรกรที่ไม่ใช้บริการตลาดกลางส่วนใหญ่ทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าว
เปลือกมาก่อนเมื่ออยู่ร้อยละ 78.3 ส่วนเกษตรกรที่ยังไม่เคยทราบมาก่อนเลยมีเพียงร้อยละ 21.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32

ความคิดเห็นของเกษตรกรที่มาใช้บริการตลาดกลางในด้านของเพื่อนเกษตรกรในหมู่บ้านและตำบล รู้จักตลาดกลางและขั้นตอนวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง

ลำดับที่	รู้จักตลาดกลางและขั้นตอนวิธีการซื้อขายข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	เกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักและไม่เข้าใจ	21	17.5
2	เกษตรกรส่วนใหญ่รู้จักและเข้าใจ	31	25.8
3	ไม่ทราบว่าเกษตรกรรู้จักและเข้าใจ	42	35.0
	รวม	94	100.0

เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางร้อยละ 33.0 เห็นว่าเพื่อนเกษตรกรที่อยู่ในหมู่บ้าน/ตำบลส่วนใหญ่รู้จักและเข้าใจวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง และที่เห็นว่าเพื่อนเกษตรกรส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักและไม่เข้าใจมีอยู่ร้อยละ 22.3 ส่วนเกษตรกรอีกร้อยละ 35 ไม่ทราบว่าเพื่อนเกษตรกรส่วนใหญ่รู้จักและเข้าใจหรือไม่

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33

ความต้องการให้เพื่อนเกษตรกรในหมู่บ้าน/ตำบลได้รับคำแนะนำชี้แจงเกี่ยวกับวิธี
การซื้อข้าวเปลือกของตลาดกลาง

ลำดับที่	ความต้องการคำแนะนำชี้แจง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ต้องการให้ได้รับคำแนะนำชี้แจง	91	75.8
2	ไม่ต้องการให้ได้รับคำแนะนำชี้แจง	29	24.2
	รวม	120	100.0

เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางร้อยละ 75.8 มีความต้องการให้เพื่อนเกษตรกรในหมู่บ้าน/ตำบลได้รับคำแนะนำชี้แจงเกี่ยวกับการซื้อข้าวเปลือกของตลาดกลาง ส่วนอีกร้อยละ 24.2 ไม่ต้องการให้ได้รับคำแนะนำชี้แจง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34

วิธีการที่เกษตรกรที่ใช้บริการต้องการให้เพื่อนเกษตรกรในหมู่บ้าน/ตำบลทราบรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง
ที่ทำให้เข้าใจได้มากที่สุด

ลำดับที่	A		B		C		D		E		F	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1	6	6.6	12	13.2	11	12.0	9	9.9	10	11.0	43	47.3*
2	10	11.0	30	33.0	13	14.3	10	11.0	17	18.7	11	12.0
3	34	37.4	12	13.2	8	8.8	14	15.4	13	14.3	10	11.0
4	14	15.4	17	18.7	13	14.3	13	14.3	26	28.6*	8	8.8
5	11	12.0	9	9.9	31	34.1*	15	16.4	14	15.4	11	12.0
6	16	17.6	11	12.0	15	16.5	30	33.0*	11	12.0	8	8.8
รวม	91	100.0	91	100.0	91	100.0	91	100.0	91	100.0	91	100.0

หมายเหตุ * คือ อันดับที่ 1 ที่มีความถี่และเปอร์เซ็นต์สูงสุดในแต่ละลำดับความสำคัญของความต้องการทราบรายละเอียด

- A คือ เกษตรกรที่ต้องการได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง โดยการออกรายการวิทยุ
- B คือ เกษตรกรที่ต้องการได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง โดยการออกรายการโทรทัศน์
- C คือ เกษตรกรที่ต้องการได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง โดยการขึ้นแจ้งโฆษณาในหนังสือพิมพ์
- D คือ เกษตรกรที่ต้องการได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง โดยการคิดโปสเตอร์หรือแจกใบปลิว
- E คือ เกษตรกรที่ต้องการได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง โดยการให้เจ้าหน้าที่ของตลาดกลางออกไปแนะนำชี้แจง
- F คือ เกษตรกรที่ต้องการได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง โดยการให้เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐบาลออกไปแนะนำชี้แจง

เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลาง มีความต้องการให้เพื่อนเกษตรกรในหมู่บ้าน/ตำบลทราบรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางโดยวิธีการและผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งเรียงลำดับความต้องการที่เห็นว่าเพื่อนเกษตรกรจะเข้าใจที่สุดจากมากไปหาน้อย โดยพิจารณาจากความคิดเห็นส่วนใหญ่ที่เป็นอันดับ 1 ในแต่ละลำดับความต้องการดังนี้

ลำดับที่ 1 เกษตรกรร้อยละ 47.3 ต้องการให้เพื่อนเกษตรกรได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางโดยให้เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐบาลออกไปให้คำแนะนำชี้แจงเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 2 เกษตรกรร้อยละ 33.0 ต้องการให้เพื่อนเกษตรกรได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางโดยการออกรายการทางโทรทัศน์เป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 3 เกษตรกรร้อยละ 37.4 ต้องการให้เพื่อนเกษตรกรได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางโดยการออกรายการทางวิทยุเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 4 เกษตรกรร้อยละ 28.6 ต้องการให้เพื่อนเกษตรกรได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางโดยการให้เจ้าหน้าที่ของตลาดกลางออกไปให้คำแนะนำชี้แจงเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 5 เกษตรกรร้อยละ 34.1 ต้องการให้เพื่อนเกษตรกรได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางโดยการชี้แจงโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 6 เกษตรกรร้อยละ 33.0 ต้องการให้เพื่อนเกษตรกรได้รับคำแนะนำชี้แจงรายละเอียดในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางโดยการติดโปสเตอร์หรือแจกใบปลิวเป็นอันดับที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องซึ่งดวงข้าวเปลือกของตลาดกลาง

ลำดับที่	ความเชื่อเกี่ยวกับเครื่องซึ่งดวง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ได้มาตรฐาน	90	75.0
2	ยังไม่ได้มาตรฐาน	1	0.8
3	ไม่แน่ใจ	22	18.3
4	ไม่ทราบ	7	5.8
	รวม	120	100.0

ความคิดเห็นในด้านเครื่องซึ่งดวงของตลาดกลาง เกษตรกรร้อยละ 75 เชื่อว่าเครื่องซึ่งดวงได้มาตรฐาน มีเพียงร้อยละ 18 ที่ไม่แน่ใจ ส่วนร้อยละ 5.8 บอกว่าไม่ทราบ และที่ไม่เชื่อว่าไม่ได้มาตรฐานมีเพียงร้อยละ 0.8

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	ความเชื่อในการกำหนดคุณภาพ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่าคุณภาพที่คาดหวังไว้	15	12.5
2	เป็นไปตามคุณภาพที่คาดหวังไว้	83	69.2
3	สูงกว่าคุณภาพที่คาดหวังไว้	3	2.5
4	ไม่แน่ใจเพราะไม่มีความรู้	19	15.8
	รวม	120	100.0

ความคิดเห็นด้านคุณภาพของข้าวเปลือกซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการไปกำหนดราคาซื้อขายในตลาดกลาง ปรากฏว่าเกษตรกรร้อยละ 69.2 ยอมรับว่าการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางเป็นไปตามคาดหวัง ร้อยละ 12.5 เห็นว่ากำหนดคุณภาพต่ำ ร้อยละ 15.8 ที่ไม่แน่ใจเพราะไม่มีความรู้ มีเพียงร้อยละ 2.5 ที่เห็นว่ากำหนดคุณภาพได้สูงกว่าที่คาดหวังไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 37

ความคิดเห็นในด้านราคาข้าวเปลือกเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของข้าวเปลือกที่
ขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	ความคิดเห็นด้านราคาและคุณภาพ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ราคาต่ำกว่าคุณภาพ	19	15.8
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	98	81.7
3	ราคาสูงกว่าคุณภาพ	3	2.5
	รวม	120	100.0

การขายข้าวเปลือกของเกษตรกรในตลาดกลาง เกษตรกรร้อยละ 81.7 เห็นว่า
ขายได้ในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และที่เห็นว่าราคาต่ำกว่าคุณภาพมีอยู่ร้อยละ 15.8 ส่วนอีก
ร้อยละ 2.5 เห็นว่าได้ราคาสูงกว่าคุณภาพ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 38

ความคิดเห็นเรื่องราคาข้าวเปลือกที่ขายในตลาดกลางเมื่อเปรียบเทียบกับการขายที่บ้าน

ลำดับที่	การเปรียบเทียบราคา	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ราคาต่ำกว่าขายที่บ้าน	2	2.4
2	ราคาพอ ๆ กับขายที่บ้าน	23	27.4
3	ราคาสูงกว่าขายที่บ้าน	59	70.2
	รวม	84	100.0

การเปรียบเทียบราคาในการขายข้าวเปลือก เกษตรกรร้อยละ 70.2 เห็นว่าการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางได้ราคาสูงกว่าการขายที่บ้านเมื่อหักค่าใช้จ่าย ส่วนอีกร้อยละ 27.4 เห็นว่าได้ราคาพอ ๆ กัน และมีเพียงร้อยละ 2.4 เห็นว่าได้ราคาต่ำกว่าขายที่บ้าน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39

ความคิดเห็นด้านเวลาที่ใช้ตามขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง

ลำดับที่	ขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ล่าช้าขั้นตอนมาก	11	9.2
2	รวดเร็วดี เป็นไปตามขั้นตอน	109	90.8
	รวม	120	100.0

การซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางมีหลายขั้นตอน เกษตรกรร้อยละ 90.8 เห็นว่าการซื้อขายรวดเร็วเป็นไปตามขั้นตอน และที่เห็นว่าล่าช้ามีเพียงร้อยละ 9.2

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40

ความคิดเห็นด้านค่าบริการที่ตลาดกลางเรียกเก็บจากผู้ให้บริการในการขายข้าวเปลือก

ลำดับที่	ค่าบริการของตลาดกลาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ค่อนข้างสูง	39	32.5
2	เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	75	62.5
3	ค่อนข้างต่ำ	6	5.0
	รวม	120	100.0

ค่าบริการต่าง ๆ ที่ตลาดกลางเรียกเก็บจากผู้ให้บริการในการขายข้าวเปลือก
 เกษตรกรร้อยละ 62.5 เห็นว่าเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ส่วนที่เห็นว่าค่อนข้างสูงมีเพียง
 ร้อยละ 32.5 และเห็นว่าเก็บค่อนข้างต่ำมีร้อยละ 5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 41

ความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ใช้บริการในด้านการคมนาคมไปสู่ตลาดกลาง

ลำดับที่	การคมนาคม	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	สะดวกดี	117	97.5
2	ค่อนข้างลำบาก	3	2.5
	รวม	120	100.0

การคมนาคมไปสู่ตลาดกลางพบว่าเกษตรกรร้อยละ 97.5 เห็นว่าการคมนาคมสะดวกดี มีเพียงร้อยละ 2.5 เท่านั้นที่เห็นว่าค่อนข้างลำบาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42

ความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ใช้บริการในด้านสถานที่ทำการซื้อขายของตลาดกลาง

ลำดับที่	สถานที่ทำการซื้อขาย	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	คับแคบ	12	10.0
2	กว้างขวางเพียงพอ	108	90.0
	รวม	120	100.0

สถานที่ทำการซื้อขายในบริเวณตลาดกลางรวมไปถึงที่จอดรถ เกษตรกรร้อยละ 90 เห็นว่าสถานที่กว้างขวางเพียงพอ ส่วนที่เห็นว่าสถานที่คับแคบมีเพียงร้อยละ 10

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 43

เกษตรกรทราบราคาข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางมาก่อนหรือไม่

ลำดับที่	การทราบราคา	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ทราบราคามาก่อน	75	62.5
2	ไม่ทราบราคามาก่อน	45	37.5
	รวม	120	100.0

ราคาข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางขึ้นอยู่กับคุณภาพ ทำให้ราคาและคุณภาพข้าวเปลือกเป็นปัจจัยหลักในการซื้อขายซึ่งเกษตรกรที่ใช้บริการร้อยละ 62.5 ทราบราคาก่อนที่นำข้าวเปลือกมาขาย ส่วนอีกร้อยละ 37.5 ไม่ทราบราคามาก่อน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 44

ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกของเกษตรกร

ลำดับที่	ระดับความรู้	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ไม่รู้เลย	35	29.2
2	รู้นิดเล็กน้อย	52	43.3
3	รู้ดีพอสมควร	33	27.5
4	รู้ดีมาก	-	-
	รวม	120	100.0

ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกของเกษตรกรมีเกษตรกรเพียงร้อยละ 27.5 ที่รู้ดีพอสมควร ร้อยละ 43.3 ที่รู้นิดเล็กน้อย และร้อยละ 29.2 ที่ไม่รู้เลย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 45

ผู้ที่จะเป็นผู้กำหนดคุณภาพข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	ผู้ที่จะกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ผู้บริหารตลาดกลาง	53	44.2
2	ผู้ซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลาง	1	0.8
3	ผู้ขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง	9	7.5
4	ผู้ซื้อขายข้าวเปลือกกำหนดร่วมกัน	22	18.3
5	ผู้ซื้อ-ผู้ขาย-ผู้บริหารตลาดกลางกำหนดร่วมกัน	35	29.2
	รวม	120	100.0

เพื่อที่จะให้เกิดความเป็นธรรมในด้านการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก ซึ่งมีผลกระทบต่อราคาเกษตรกรร้อยละ 44.2 ต้องการให้ผู้บริหารตลาดกลางเป็นผู้กำหนด รองลงไป ร้อยละ 29.2 อยากให้ผู้ซื้อผู้ขายและผู้บริหารตลาดกลางร่วมกันกำหนด ส่วนอีกร้อยละ 18.3 ต้องการให้ผู้ซื้อผู้ขายกำหนดร่วมกัน มีเพียงร้อยละ 7.5 ต้องการให้ผู้ขายกำหนดและอีกร้อยละ 0.8 ต้องการให้ผู้ซื้อกำหนด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 46

ประโยชน์ของตลาดกลาง ในความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ใช้บริการ

ลำดับที่	A		B		C		D		E		F		G	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1	1	0.8	23	19.2	2	1.7	38	31.7	8	6.7	40	33.3*	8	6.7
2	7	5.8	20	16.7	14	11.7	31	25.8*	13	10.8	22	18.3	13	10.8
3	4	3.3	30	25.0*	25	20.8	23	19.2	18	15.0	15	12.5	5	4.2
4	11	9.2	22	18.3	15	12.5	11	9.2	32	26.7*	22	18.3	7	5.8
5	10	8.3	15	12.5	35	29.2*	4	3.3	15	12.6	14	11.7	27	22.3
6	25	20.8	6	5.0	19	15.8	10	8.3	25	20.8	4	3.3	31	26.0*
7	62	51.8*	4	3.3	10	8.3	3	2.5	9	7.4	3	2.5	29	24.1
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0

หมายเหตุ * คือ อันดับที่ 1 ที่มีความถี่และเปอร์เซ็นต์สูงสุดในแต่ละลำดับความสำคัญของประโยชน์

- A คือ จัดมีผู้หาข้อขัดแย้ง เรื่องราคาและคุณภาพ ในการซื้อขายข้าวเปลือก
- B คือ เครื่องชั่งตวงได้มาตรฐาน
- C คือ การกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก ได้ถูกต้องยุติธรรม
- D คือ บริการด้านการเงินรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย
- E คือ ขายข้าวเปลือก ได้ราคายุติธรรมตามคุณภาพ
- F คือ มีอำนาจในการต่อรองราคามากกว่าการขายที่อื่น
- G คือ มีโอกาสทราบราคาก่อนนำข้าวเปลือกมาขาย

เกษตรกรที่ใช้บริการ ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดกลางด้านการซื้ออำนาจประโยชน์ในการขายข้าวเปลือก โดยเรียงลำดับความสำคัญของประโยชน์จากมากที่สุดไปหาน้อย โดยพิจารณาจากความคิดเห็นส่วนใหญ่ที่เป็นอันดับที่ 1 ในแต่ละลำดับตามประโยชน์ที่ได้รับดังนี้

ลำดับที่ 1 เกษตรกรร้อยละ 33.3 เห็นว่าการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางช่วยให้มีอำนาจในการต่อรองราคามากกว่าที่อื่นเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 2 เกษตรกรร้อยละ 25.8 เห็นว่าการบริการด้านการเงินรวดเร็ว สะดวก และปลอดภัยเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 3 เกษตรกรร้อยละ 25.0 เห็นว่าเครื่องชั่งตวงของตลาดกลางได้มาตรฐานเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 4 เกษตรกรร้อยละ 26.7 เห็นว่าสามารถขายข้าวเปลือกได้ราคายุติธรรมตามคุณภาพเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 5 เกษตรกรร้อยละ 29.2 เห็นว่าการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางได้ถูกต้องและยุติธรรมเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 6 เกษตรกรร้อยละ 26.0 เห็นว่าการมีโอกาสทราบราคาข้าวเปลือกในตลาดกลางก่อนนำข้าวเปลือกมาขายเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 7 เกษตรกรร้อยละ 51.8 เห็นว่าตลาดกลางช่วยแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งเรื่องราคาและคุณภาพในการซื้อขายข้าวเปลือกเป็นอันดับที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 47

ความคิดเห็นของเกษตรกรเกี่ยวกับการใช้บริการของตลาดกลางในการขายข้าว
เปลือกครั้งต่อไป

ลำดับที่	การขายข้าวเปลือกครั้งต่อไป	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	จะใช้บริการตลาดกลางอีก	113	94.2
2	จะไม่ใช้บริการตลาดกลางอีก	-	-
3	ยังไม่ทราบแน่นอน	7	5.8
	รวม	120	100.0

การขายข้าวเปลือกครั้งต่อไปเกษตรกรร้อยละ 94.2 จะใช้บริการของตลาดกลางอีก ส่วนอีกร้อยละ 5.8 ตอบว่ายังไม่ทราบแน่นอนว่าจะใช้บริการอีกหรือไม่

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 48

ความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ใช้บริการในการที่จะแนะนำเกษตรกรเพื่อนบ้านมาใช้บริการ
ของตลาดกลาง

ลำดับที่	การแนะนำเพื่อนเกษตรกร	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	จะแนะนำเพื่อนเกษตรกร	110	91.7
2	จะไม่แนะนำเพื่อนเกษตรกร	5	4.2
3	ยังไม่แน่ใจ	5	4.2
	รวม	120	100.0

เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางร้อยละ 91.7 จะแนะนำให้เกษตรกรเพื่อนบ้านมา
ใช้บริการตลาดกลาง ส่วนที่จะไม่แนะนำ และไม่แน่ใจว่าจะแนะนำหรือไม่มีเพียงร้อยละ 4.2
เท่านั้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 49

ความคิดเห็นของเกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางที่คิดว่ามีเพื่อนเกษตรกรใน
หมู่บ้าน/ตำบล ยังไม่เคยใช้บริการของตลาดกลาง

ลำดับที่	เพื่อนเกษตรกรที่ยังไม่เคยใช้บริการตลาดกลาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	มีเกษตรกรที่ยังไม่เคย	70	58.3
2	ไม่มีเกษตรกรที่ยังไม่เคย	50	41.7
	รวม	120	100.0

เกษตรกรร้อยละ 58.3 เห็นว่ายังมีเพื่อนเกษตรกรที่ยังไม่เคยมาใช้บริการตลาดกลาง
ส่วนอีกร้อยละ 41.7 เห็นว่าไม่มี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 50

สาเหตุที่เพื่อนเกษตรกรในหมู่บ้าน/ตำบล ไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	A		B		C		D		E		F	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1	15	21.4	7	10.0	12	17.1	25	35.7*	5	7.1	6	8.6
2	10	14.3	18	25.7*	8	11.4	15	21.4	16	22.9	3	4.3
3	10	14.3	16	22.9	5	7.1	14	20.0	20	28.6*	5	7.1
4	21	30.0*	13	18.6	12	17.1	6	8.6	11	15.7	7	10.0
5	10	14.3	8	11.4	20	28.6*	7	10.0	13	18.6	12	17.0
6	4	5.7	8	11.4	13	18.6	3	4.3	5	7.1	37	52.9*
รวม	70	100.0	70	100.0	70	100.0	70	100.0	70	100.0	70	100.0

หมายเหตุ * คือ อันดับที่ 1 ที่มีความถี่และเปอร์เซ็นต์สูงสุดในแต่ละลำดับความสำคัญของสาเหตุ

- A คือ ข้าวเปลือกมีปริมาณน้อย ไม่คุ้มค่าขนส่ง
 B คือ ไม่รู้จักและไม่เข้าใจวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง
 C คือ กลัวถูกเอาเปรียบถ้ามาขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง
 D คือ มีการะงับสินผูกพันต้องขายภายในหมู่บ้าน
 E คือ มีพ่อค้าประจำไปซื้อที่บ้านทุกฤดูเก็บเกี่ยว
 F คือ เป็นการเสียเวลาและเพิ่มภาระให้กับตนเอง

เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลาง ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่เพื่อนเกษตรกรในหมู่บ้าน/ตำบล ไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลาง โดยเรียงลำดับความสำคัญของสาเหตุที่เห็นว่ามีความสำคัญมากที่สุดไปหาน้อย โดยพิจารณาจากความคิดของเกษตรกรส่วนใหญ่ที่เป็นอันดับที่ 1 ในแต่ละลำดับของสาเหตุดังนี้

ลำดับที่ 1 เกษตรกรผู้ใช้บริการร้อยละ 35.7 เห็นว่าสาเหตุที่เพื่อนเกษตรกรไม่มาขายข้าวเปลือกในตลาดกลางคือมีภาระหนี้สินผูกพันต้องขายข้าวเปลือกภายในหมู่บ้านเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 2 เกษตรกรผู้ใช้บริการร้อยละ 25.7 เห็นว่าสาเหตุที่เพื่อนเกษตรกรไม่มาขายข้าวเปลือกในตลาดกลางคือไม่รู้จักและไม่เข้าใจวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 3 เกษตรกรผู้ใช้บริการร้อยละ 28.6 เห็นว่าสาเหตุที่เพื่อนเกษตรกรไม่มาขายข้าวเปลือกในตลาดกลางคือมีพ่อค้าชาประจำไปซื้อที่บ้านทุกฤดูการเก็บเกี่ยวเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 4 เกษตรกรผู้ใช้บริการร้อยละ 30.0 เห็นว่าสาเหตุที่เพื่อนเกษตรกรไม่มาขายข้าวเปลือกในตลาดกลางคือข้าวเปลือกมีปริมาณน้อยไม่คุ้มกับค่าขนส่งเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 5 เกษตรกรผู้ใช้บริการคิดเป็นร้อยละ 28.6 เห็นว่าสาเหตุที่เพื่อนเกษตรกรไม่มาขายข้าวเปลือกในตลาดกลางคือการกลัวถูกเอารัดเอาเปรียบถ้ามาขายข้าวเปลือกในตลาดกลางเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 6 เกษตรกรผู้ใช้บริการร้อยละ 52.9 เห็นว่าสาเหตุที่เพื่อนเกษตรกรไม่มาขายข้าวเปลือกในตลาดกลางคือเป็นการเสียเวลาและเพิ่มภาระให้กับตนเองเป็นอันดับที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 51

ควรมีการจัดตั้งตลาดกลางข้าวเปลือกตามจังหวัดต่าง ๆ เพิ่มขึ้นอีกหรือไม่

ลำดับที่	การจัดตั้งตลาดกลาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	เห็นควรจัดตั้งเพิ่ม	119	99.2
2	ไม่ควรจัดตั้งเพิ่ม	1	0.8
	รวม	120	100.0

เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางให้ความเห็นว่าควรจัดตั้งตลาดกลางเพิ่มขึ้นตามจังหวัดต่าง ๆ ร้อยละ 99.2 และมีเพียงร้อยละ 0.8 ที่เห็นว่าไม่ควรจะจัดตั้งเพิ่มขึ้นอีก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 52

ปัญหาของเกษตรกรในการใช้บริการตลาดกลาง

ลำดับที่	ปัญหาการใช้บริการ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	มีปัญหา	13	10.8
2	ไม่มีปัญหา	107	89.2
	รวม	120	100.0

เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางร้อยละ 89.2 ให้ความเห็นว่าการใช้บริการตลาดกลางไม่มีปัญหา มีเพียงร้อยละ 10.8 ที่เห็นว่ามีปัญหา ซึ่งปัญหาที่เกษตรกรพบหรือมักจะพบ เช่น ในช่วงฤดูการเก็บเกี่ยวมีผู้มาใช้บริการตลาดกลางมาก ทำให้สถานที่จอดรถบรรทุกข้าวเปลือกคับแคบ แออัด หรือบางครั้งเมื่อพ่อค้าคนกลางซื้อข้าวเปลือกเป็นจำนวนมาก เงินสดของตลาดกลางหมดต้องมารับใหม่ในวันรุ่งขึ้น และผู้ซื้อข้าวเปลือกไม่สนใจและให้ความสำคัญแก่เกษตรกรเท่าที่ควร

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มที่ 2

ผู้ให้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกที่ไม่ใช่เกษตรกรแต่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวม
ข้าวเปลือกจากท้องถิ่น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น

ตารางที่ 53

ภูมิลำเนาของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการของตลาดกลาง

ลำดับที่	ภูมิลำเนาของผู้ใช้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	จ. นครสวรรค์	43	35.8
2	จ. กำแพงเพชร	36	30.0
3	จ. พิษณุโลก	20	16.7
4	จ. พิจิตร	16	13.3
5	จ. สุโขทัย	3	2.5
6	จ. อ่างทอง	2	1.7
	รวม	120	100.0

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลางมีภูมิลำเนาอยู่ใน
จ. นครสวรรค์ และ จ. กำแพงเพชร ร้อยละ 35.8 และ 30.0 รองลงไปคือ จ. พิษณุโลก
และ จ. พิจิตร ร้อยละ 16.7 และ 13.3 ที่เหลือเป็น จ. สุโขทัย และ จ. อ่างทองมี
เพียงร้อยละ 2.5 และ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 54

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลางจำแนกตามเพศ

ลำดับที่	เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ชาย	100	83.3
2	หญิง	20	16.7
	รวม	120	100.0

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 83.3 เป็นเพศชายร้อยละ 83.3 ส่วนเพศหญิงมีเพียงร้อยละ 16.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 55

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลางจำแนกตามอายุ

ลำดับที่	อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 20 ปี	1	0.8
2	20 - 40 ปี	65	54.2
3	41 - 60 ปี	51	42.5
4	สูงกว่า 60 ปี	3	2.5
	รวม	120	100.0

อายุของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 54.2 อยู่ในช่วง 20-40 ปี ร้อยละ 54.2 รองลงไปอายุอยู่ในช่วง 41-60 ปีร้อยละ 42.5 ส่วนอายุสูงกว่า 60 ปี และน้อยกว่า 20 ปี มีเพียงร้อยละ 2.5 และ 0.8 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 56

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลางจำแนกตามลักษณะอาชีพ

ลำดับที่	การค้าขายข้าวเปลือก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	อาชีพหลัก	59	49.2
2	อาชีพรอง	61	50.8
	รวม	120	100.0

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกท้องถิ่นที่นำข้าวมาขายในตลาดกลางพบว่ามีเพียงร้อยละ 49.2 ที่ทำการค้าขายข้าวเปลือกเป็นอาชีพหลัก ส่วนอีกร้อยละ 50.8 ทำการค้าขายข้าวเปลือกเป็นอาชีพรอง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการใช้บริการและความคิดเห็นของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่มีต่อตลาดกลาง

ในส่วนนี้ได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการให้บริการเพื่อที่จะทราบความคิดเห็นต่าง ๆ ของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่มีต่อตลาดกลางในฐานะที่เป็นผู้นำข้าวเปลือกมาขาย

ตารางที่ 57

ลักษณะการให้บริการตลาดกลางของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น

ลำดับที่	การให้บริการของตลาดกลาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	เคยใช้มาก่อน	116	96.7
2	ใช้ครั้งแรก	4	3.3
	รวม	120	100.0

การให้บริการตลาดกลางของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น พบว่าร้อยละ 96.7 เคยใช้บริการมาก่อนมีเพียงร้อยละ 3.3 ที่ใช้เป็นครั้งแรก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 58

ลักษณะการใช้บริการตลาดกลางโดยทั่วไปของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น

ลำดับที่	ใช้บริการตลาดที่ไหนบ้าง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	หมุนเวียนกันไป	90	75.0
2	ตลาดนี้เพียงแห่งเดียว	30	25.0
	รวม	120	100.0

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 75 ใช้บริการตลาดกลางหมุนเวียน ส่วนที่ใช้เป็นประจำเพียงตลาดเดียวมีเพียงร้อยละ 25

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 59

อัตราส่วนการขายข้าวเปลือกผ่านตลาดกลางในแต่ละปีของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือก
จากท้องถิ่นกับการไปขายที่อื่น

ลำดับที่	การขายข้าวผ่านตลาดกลาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 50%	4	3.3
2	ประมาณ 50%	15	12.5
3	มากกว่า 50%	60	50.0
4	ทั้งหมด 100%	41	34.2
	รวม	120	100.0

แต่ละปีพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 50 นำข้าวที่รวบรวมได้ส่วนใหญ่ (มากกว่า 50%) ขายผ่านตลาดกลาง และพ่อค้าผู้รวบรวมร้อยละ 34.2 ขายข้าวเปลือกทั้งหมด (100%) ผ่านตลาดกลาง ส่วนที่ขายผ่านตลาดกลางเพียงครึ่งหนึ่ง (50%) ของปริมาณข้าวเปลือกที่รวบรวมได้มีเพียงร้อยละ 12.5 และที่ขายผ่านตลาดกลางเล็กน้อย (น้อยกว่า 50%) ร้อยละ 3.3

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 60

ความเข้าใจขั้นตอนและวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง

ลำดับที่	เข้าใจขั้นตอนการซื้อขาย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	เข้าใจเล็กน้อย	8	6.6
2	เข้าใจดี	38	31.7
3	เข้าใจดีมาก	74	61.7
	รวม	120	100.0

นอด้ว่าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลางร้อยละ 61.7 มีความเข้าใจขั้นตอนและวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางดีมาก ส่วนอีกร้อยละ 31.7 เข้าใจดี มีเพียงร้อยละ 6.6 ที่เข้าใจเพียงเล็กน้อย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 61

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องชั่งตวงของตลาดกลาง

ลำดับที่	เครื่องชั่งตวงวัด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ไม่แน่ใจว่าได้มาตรฐาน	19	15.8
2	ยังไม่ได้มาตรฐาน	3	2.5
3	ได้มาตรฐาน	98	81.7
	รวม	120	100.0

ความคิดเห็นด้านเครื่องชั่งตวงของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 81.7 เห็นว่าเครื่องชั่งตวงได้มาตรฐาน ส่วนอีกร้อยละ 15.8 ไม่แน่ใจ และมีเพียงร้อยละ 2.5 ที่เห็นว่าเครื่องชั่งตวงยังไม่ได้มาตรฐาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 62

ความคิดเห็นในด้านการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกของตลาดกลาง

ลำดับที่	การกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ค่อนข้างต่ำ	10	8.3
2	เหมาะสม	110	91.7
	รวม	120	100.0

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 91.7 เห็นว่าเหมาะสมและร้อยละ 8.3 เห็นว่าค่อนข้างต่ำ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 63

การเปรียบเทียบราคากับคุณภาพของข้าวเปลือกที่นำมาขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	ราคากับคุณภาพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ราคาต่ำกว่าคุณภาพ	8	6.7
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	112	93.3
	รวม	120	100.0

ความคิดเห็นด้านราคาที่ได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพข้าวเปลือกที่ขายพบว่าร้อยละ 93.3 ของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นเห็นว่าราคาที่ได้รับเหมาะสมกับคุณภาพ และมีเพียงร้อยละ 6.7 ที่เห็นว่าราคาต่ำกว่าคุณภาพ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 64

เวลาที่ใช้ตามขั้นตอนในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง

ลำดับที่	ขั้นตอนในการซื้อขายข้าวเปลือก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ล่าช้าขั้นตอนมาก	16	13.3
2	รวดเร็วเป็นไปตามขั้นตอน	104	86.7
	รวม	120	100.0

ความคิดเห็นของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นในด้านขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกพบว่าร้อยละ 86.7 เห็นว่าขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางรวดเร็ว มีเพียงร้อยละ 13.3 ที่เห็นว่าล่าช้า

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 65

ค่าบริการที่ตลาดกลางเรียกเก็บจากผู้ให้บริการในการขายข้าวเปลือก

ลำดับที่	ค่าบริการที่ตลาดเรียกเก็บ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	เหมาะสม	93	77.5
2	ค่อนข้างสูง	27	22.7
	รวม	120	100.0

ความคิดเห็นในด้านค่าบริการที่ตลาดกลางเรียกเก็บจากการให้บริการพบว่าร้อยละ 77.5 เห็นว่าเหมาะสมดี ส่วนอีกร้อยละ 22.5 เห็นว่าค่อนข้างสูง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 66

การคมนาคมของผู้ใช้บริการในการนำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	การคมนาคม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ค่อนข้างลำบาก	4	3.3
2	สะดวกดี	116	96.7
	รวม	120	100.0

การคมนาคมติดต่อกับตลาดกลาง น้อยที่สุดรวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 96.7 เห็นว่าการคมนาคมสะดวกดี ส่วนอีกร้อยละ 3.3 เห็นว่าค่อนข้างลำบาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 67

สถานที่ที่ใช้ในการซื้อขายข้าวเปลือกของตลาดกลาง

ลำดับที่	สถานที่ทำการซื้อขาย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	คับแคบ	15	12.5
2	กว้างขวางเพียงพอ	105	87.5
	รวม	120	100.0

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ทำการประมูลซื้อขายข้าวเปลือกของตลาดกลางพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 87.5 เห็นว่ากว้างขวางเพียงพอ และที่เห็นว่าสถานที่คับแคบมีเพียงร้อยละ 12.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 68

ปริมาณข้าวเปลือกที่พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นนำมาขายในตลาดกลางใน
แต่ละครั้ง

ลำดับที่	ปริมาณข้าวเปลือกที่นำมาขาย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	1 - 10 เกวียน	37	30.5
2	11 - 20 เกวียน	78	65.0
3	20 เกวียนขึ้นไป	5	4.2
	รวม	120	100.0

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลางร้อยละ 65 จะนำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางแต่ละครั้งส่วนใหญ่จะมีปริมาณระหว่าง 11 - 20 เกวียน ส่วนที่นำมาขายปริมาณต่ำกว่า 10 เกวียนมีประมาณร้อยละ 30 และปริมาณ 20 เกวียนขึ้นไปมีเพียงร้อยละ 4.2

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 69

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นเคยนำข้าวไปขายให้กับโรงสี

ลำดับที่	เคยนำข้าวเปลือกไปขายให้โรงสี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ไม่เคย	41	34.2
2	เคย	79	65.8
	รวม	120	100.0

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นเมื่อรวบรวมข้าวเปลือกได้ในแต่ละครั้งแล้วนำไปขายยังแหล่งรับซื้อร้อยละ 34.2 ไม่เคยนำข้าวเปลือกไปขายให้กับโรงสี ส่วนใหญ่ร้อยละ 65.8 เคยนำข้าวเปลือกไปขายให้กับโรงสี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 70

การเปรียบเทียบด้านราคาข้าวเปลือกที่ได้รับจากตลาดกลางและโรงสีที่เคยไปขายข้าวเปลือก

ลำดับที่	ราคาข้าวเปลือกที่ได้รับจากตลาดกลาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	พอ ๆ กัน	40	50.6
2	ต่ำกว่าโรงสี	17	21.5
3	สูงกว่าโรงสี	22	27.9
	รวม	79	100.0

ความเห็นของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่เคยไปขายข้าวเปลือกให้กับโรงสี ร้อยละ 27.9 เห็นว่าราคาที่ได้รับจากตลาดกลางสูงกว่า ส่วนอีกร้อยละ 21.5 เห็นว่าราคาที่ได้รับจากโรงสีสูงกว่าและส่วนใหญ่ร้อยละ 50.6 เห็นว่าได้รับราคาพอ ๆ กัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 71

การเปรียบเทียบด้านค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการขายข้าวเปลือกระหว่างตลาดกลางกับโรงสี

ลำดับที่	ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในตลาดกลาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	พอ ๆ กัน	37	46.8
2	ต่ำกว่าโรงสี	14	17.7
3	สูงกว่าโรงสี	28	35.5
	รวม	79	100.0

ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการขายข้าวเปลือกของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น ร้อยละ 46.8 เห็นว่าค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการขายข้าวเปลือกระหว่างตลาดกลางกับโรงสีพอ ๆ กัน ส่วนร้อยละ 35.5 เห็นว่าค่าใช้จ่ายของตลาดกลางสูงกว่า ส่วนอีกร้อยละ 17.7 เห็นว่าค่าใช้จ่ายของตลาดกลางต่ำกว่าโรงสี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 72

การเปรียบเทียบด้านการใช้เวลาตามขั้นตอนการซื้อข้าวเปลือกของตลาดกลางกับ
โรงสี

ลำดับที่	เวลาที่ใช้ตามขั้นตอนของตลาดกลาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	พอ ๆ กัน	27	34.2
2	น้อยกว่าโรงสี	28	35.4
3	มากกว่าโรงสี	24	30.4
	รวม	79	100.0

เวลาที่ใช้ตามขั้นตอนการซื้อข้าวเปลือกระหว่างตลาดกลางกับโรงสี พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 34.2 เห็นว่าใช้เวลาพอ ๆ กัน และที่เห็นว่าตลาดกลางใช้เวลามากกว่าคิดเป็นร้อยละ 30.4 ส่วนที่เห็นว่าตลาดกลางใช้นเวลาน้อยกว่าคิดเป็นร้อยละ 35.4

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 73

การเปรียบเทียบด้านการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกของตลาดกลางกับโรงสี

ลำดับที่	การกำหนดคุณภาพข้าวของตลาดกลาง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	พอ ๆ กัน	41	51.9
2	ต่ำกว่าโรงสี	13	16.5
3	ดีกว่าโรงสี	25	31.6
	รวม	79	100.0

การกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกของตลาดกลางกับโรงสี พ่อค้าผู้รวบรวมจากท้องถิ่น ร้อยละ 51.9 เห็นว่ากำหนดคุณภาพเหมือน ๆ กัน และร้อยละ 31.6 เห็นว่าตลาดกลางกำหนดคุณภาพดีกว่า มีเพียงร้อยละ 16.5 เห็นว่าตลาดกลางกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกต่ำกว่า

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 74

การเปรียบเทียบด้านมาตรฐานของเครื่องซึ่งตวงของตลาดกลางกับโรงสี

ลำดับที่	มาตรฐานของเครื่องซึ่งตวงวัดของตลาดกลาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	พอ ๆ กัน	46	58.2
2	ต่ำกว่าโรงสี	9	11.4
3	สูงกว่าโรงสี	24	30.4
	รวม	79	100.0

ความคิดเห็นของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นเกี่ยวกับด้านเครื่องซึ่งตวงร้อยละ 58.2 เห็นว่าได้มาตรฐานพอ ๆ กัน ส่วนร้อยละ 30.4 เห็นว่าเครื่องซึ่งตวงของตลาดกลางได้มาตรฐานดีกว่า มีเพียงร้อยละ 11.4 ที่เห็นว่ามาตรฐานเครื่องซึ่งตวงของตลาดกลางด้อยกว่า

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 75

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นเห็นว่ามีเกษตรกรที่ยังไม่รู้จักและไม่เข้าใจวิธีการ
การซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง

ลำดับที่	เกษตรกรรู้จักและเข้าใจวิธีการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ยังไม่รู้จัก	43	35.8
2	ส่วนมากรู้จักและเข้าใจ	77	64.2
	รวม	120	100.0

พ่อค้าผู้ซึ่งไปซื้อและรวบรวมข้าวเปลือกจากเกษตรกรตามหมู่บ้านและตำบลต่าง ๆ ร้อยละ 64.2 เห็นว่าเกษตรกรที่เข้าไปซื้อข้าวเปลือกนั้นส่วนมากรู้จักและเข้าใจวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง ส่วนอีกร้อยละ 35.8 เห็นว่ามีเกษตรกรตามหมู่บ้านและตำบลต่าง ๆ ที่ยังไม่รู้จักและไม่เข้าใจวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 76

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นเห็นว่ามีเกษตรกรในหมู่บ้าน/ตำบลที่ไม่เคยนำ
ข้าวมาขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	เกษตรกรไม่เคยนำข้าวมาขายในตลาด	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ไม่มีเกษตรกรที่ยังไม่เคย	27	22.5
2	มีเกษตรกรที่ยังไม่เคย	93	77.5
	รวม	120	100.0

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 77.5 เห็นว่ามีเกษตรกรตามหมู่บ้าน/
ตำบลที่ยังไม่เคยนำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลาง ส่วนร้อยละ 22.5 เห็นว่าไม่มี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 77

สาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายที่ตลาดกลางในความเห็นของพ่อค้าผู้รวบรวม
ข้าวเปลือกจากท้องถิ่น

ลำดับที่	A		B		C		D		E		F	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1	13	14.0	31	33.3*	15	16.1	14	15.1	13	14.0	7	7.5
2	17	18.3	18	19.4	24	25.8*	9	9.7	10	10.8	15	16.1
3	19	20.4	12	12.9	15	16.1	11	11.8	11	11.8	25	26.9*
4	17	18.3	3	3.2	8	8.6	27	29.0*	23	24.7	15	16.1
5	24	25.8*	13	14.0	11	11.8	19	20.4	12	12.9	14	15.1
6	3	3.2	16	17.2	20	21.5	13	14.0	24	25.8*	17	18.3
รวม	93	100.0	93	100.0	93	100.0	93	100.0	93	100.0	93	100.0

หมายเหตุ * คือ อันดับที่ 1 ที่มีความถี่และเปอร์เซ็นต์สูงสุดในแต่ละลำดับความสำคัญของสาเหตุ

- A = ข้าวเปลือกที่จะขายมีปริมาณน้อย ไม่คุ้มค่าขนส่ง
 B = ไม่รู้จักและไม่เข้าใจวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง
 C = กลัวถูกเอารัดเอาเปรียบ ถ้ามาขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง
 D = มีการทะเลาะวิวาทกัน ต้องขายภายในหมู่บ้าน
 E = มีพ่อค้าขานประจำมารับซื้อทุก ๆ ฤดูกาลเก็บเกี่ยว
 F = เป็นการเสียเวลาและเนิ่นนานให้กับตนเอง

● พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นที่ใช้บริการตลาดกลาง ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่เกษตรกรในหมู่บ้าน/ตำบล ไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลาง โดยเรียงลำดับความสำคัญของสาเหตุที่สำคัญมากที่สุดไปหาน้อย และพิจารณาจากความคิดเห็นส่วนใหญ่ที่เป็นอันดับที่ 1 ของแต่ละระดับความสำคัญของสาเหตุซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นร้อยละ 33.3 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่าไม่รู้จักและไม่เข้าใจวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 2 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นร้อยละ 25.8 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่ากลัวถูกเอาเปรียบถ้ามาขายข้าวเปลือกในตลาดกลางเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 3 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นร้อยละ 26.9 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่าเป็นการเสียเวลาและเพิ่มภาระให้กับตนเองเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 4 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นร้อยละ 29.0 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่าเกษตรกรมีภาระหนี้สินผูกพันต้องขายภายในหมู่บ้านเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 5 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นร้อยละ 25.8 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่าข้าวเปลือกที่จะขายมีปริมาณน้อยไม่คุ้มกับค่าขนส่งเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 6 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นร้อยละ 25.8 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่ามีพ่อค้าขาประจำมารับซื้อทุกฤดูกาลเก็บเกี่ยวเป็นอันดับที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 78

ประโยชน์ของตลาดกลางที่พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นได้รับ

ลำดับที่	A		B		C		D		E		F		G	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1	5	4.2	18	15.0	4	3.3	25	20.8	9	7.5	52	43.3*	7	5.8
2	3	2.5	17	14.2	3	2.5	45	37.5*	12	10.0	31	25.8	9	7.5
3	4	3.3	22	18.3	9	7.5	24	20.0	17	14.2	16	13.3	28	23.3*
4	7	5.8	44	36.7*	13	10.8	8	6.7	12	10.0	9	7.5	27	22.5
5	12	10.0	10	8.3	51	42.5*	8	6.7	11	9.2	5	4.2	23	19.2
6	10	8.3	5	4.2	34	28.3	6	5.0	49	40.8*	4	3.3	12	10.0
7	79	65.8*	4	3.3	6	5.0	4	3.3	10	8.3	3	2.5	14	11.7
รวม	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0	120	100.0

หมายเหตุ * คือ อันดับที่ 1 ที่มีความถี่และเปอร์เซ็นต์สูงสุดในแต่ละลำดับความสำคัญของประโยชน์

- A = จัดปัญหาข้อขัดแย้งเรื่องราคาและคุณภาพในการขายข้าวเปลือก
 B = เครื่องจักรที่ใช้งานได้มาตรฐาน
 C = การกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก ได้ถูกต้องยุติธรรม
 D = บริการด้านการเงินรวดเร็วสะดวกและปลอดภัย
 E = ขายข้าวเปลือกได้ราคายุติธรรมตามคุณภาพ
 F = มีอำนาจในการต่อรองราคามากกว่าขายที่อื่น ๆ
 G = มีโอกาสทราบราคาก่อนนำข้าวเปลือกมาขาย

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการ ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดกลางที่เอื้ออำนวยประโยชน์ในการขายข้าวเปลือกโดยเรียงลำดับความสำคัญของประโยชน์ที่ได้รับจากมากที่สุดไปหาน้อย และพิจารณาจากความคิดเห็นส่วนใหญ่ที่เป็นอันดับที่ 1 ของแต่ละลำดับความสำคัญของประโยชน์ ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 43.3 ของลำดับนี้เห็นว่าตลาดกลางให้ประโยชน์ในด้านการมีอำนาจในการต่อรองราคามากกว่าขายที่อื่นเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 2 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 37.5 ของลำดับนี้เห็นว่าตลาดกลางให้ประโยชน์ในด้านการให้บริการด้านการเงินรวดเร็วสะดวกและปลอดภัยเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 3 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 23.3 ของลำดับนี้เห็นว่าตลาดกลางให้ประโยชน์ในด้านการมีโอกาสทราบราคาก่อนนำข้าวเปลือกมาขายเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 4 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 36.7 ของลำดับนี้เห็นว่าตลาดกลางให้ประโยชน์ในด้านเครื่องชั่งตวงได้มาตรฐานเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 5 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 42.5 ของลำดับนี้เห็นว่าตลาดกลางให้ประโยชน์ในด้านการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกได้ถูกต้องและยุติธรรมเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 6 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 40.8 ของลำดับนี้เห็นว่าตลาดกลางให้ประโยชน์ในด้านการขายข้าวเปลือกได้ราคายุติธรรมตามคุณภาพเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 7 พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 65.8 ของลำดับนี้เห็นว่าตลาดกลางให้ประโยชน์ในด้านการจัดหาข้อขัดแย้งเรื่องราคาและคุณภาพในการขายข้าวเปลือกเป็นอันดับที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 79

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกในครั้งต่อไป

ลำดับที่	การขายข้าวเปลือกครั้งต่อไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ยังไม่ทราบแน่นอน	9	7.5
2	ไม่ใช้บริการอีก	1	0.8
3	จะใช้บริการอีก	110	91.7
	รวม	120	100.0

พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 91.7 เห็นว่าในการขายข้าวเปลือกครั้งต่อไปจะใช้บริการตลาดกลางอีก ส่วนอีกร้อยละ 7.5 ยังไม่ทราบแน่ชัดว่าจะใช้บริการตลาดกลางอีกหรือไม่ มีเพียงร้อยละ 0.8 เท่านั้นที่จะไม่ใช้บริการตลาดกลางอีก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 80

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดกลางเพิ่มขึ้น ตามจังหวัดต่าง ๆ

ลำดับที่	การจัดตั้งตลาดกลางเพิ่ม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ไม่ควรจัดตั้งเพิ่ม	38	31.7
2	เห็นควรจัดตั้งเพิ่ม	82	68.3
	รวม	120	100.0

ความคิดเห็นของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นกับการตลาดกลางพบว่าร้อยละ 68.3 เห็นว่าควรมีการจัดตั้งตลาดกลางเพิ่มขึ้นอีกในจังหวัดต่าง ๆ และร้อยละ 31.7 เห็นว่าไม่ควรจัดตั้งเพิ่มขึ้นอีก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 81

ปัญหาของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น ในการใช้บริการตลาดกลาง

ลำดับที่	ปัญหาการใช้บริการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	มีปัญหา	22	18.3
2	ไม่มีปัญหา	98	81.7
	รวม	120	100.0

พ่อค้าคนกลางผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นร้อยละ 81.7 ให้ความเห็นว่าการใช้บริการตลาดกลางไม่มีปัญหา ส่วนอีกร้อยละ 18.3 เห็นว่ามีปัญหาอยู่บ้าง ปัญหาที่พบหรือมักจะพบอยู่เสมอคือ สถานที่จอดรถบรรทุกข้าวเปลือกคับแคบ และบางครั้งพบว่าเครื่องชั่งตวงของตลาดกลางมักจะคลาดเคลื่อนไม่แน่นอน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มที่ 3

ผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือก

ตารางที่ 82

ภูมิฐานะของพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อที่ใช้บริการตลาดกลาง

ลำดับที่	จังหวัด	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	นครสวรรค์	23	38.3
2	สุพรรณบุรี	17	28.3
3	อยุธยา	5	8.3
4	พิษณุโลก	4	6.7
5	นครปฐม	3	5.0
6	ชัยนาท	2	3.3
7	อ่างทอง	2	3.3
8	นิจิตร	1	1.7
9	กำแพงเพชร	1	1.7
10	ลพบุรี	1	1.7
11	นนทบุรี	1	1.7
	รวม	60	100.0

พ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการของตลาดกลางทั้ง 5 แห่งในการซื้อข้าวเปลือกจะมีภูมิฐานะอยู่ในภาคกลางและภาคเหนือตอนล่าง เช่น ร้อยละ 38.3 อยู่ใน จ.นครสวรรค์ และร้อยละ 28.3 อยู่ใน จ.สุพรรณบุรี และกระจายกันไปตามจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งมีปริมาณไม่ถึงร้อยละ 10 เช่น จ.อยุธยา จ.พิษณุโลก จ.นครปฐม ไปจนถึง จ.นนทบุรี

ตารางที่ 83

พ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวในตลาดกลางจำแนกตามเพศ

ลำดับที่	เพศ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ชาย	50	83.3
2	หญิง	10	16.7
	รวม	60	100.0

พ่อค้าคนกลางที่ซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางร้อยละ 83.3 เป็นเพศชาย และมีเพศหญิงเพียงร้อยละ 16.7

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 84

พ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางจำแนกตามวัย

ลำดับที่	อายุ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 20 ปี	-	-
2	20 - 40 ปี	40	66.7
3	41 - 60 ปี	18	30.0
4	สูงกว่า 60 ปี	2	3.3
	รวม	60	100.0

พ่อค้าคนกลางที่ซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางร้อยละ 66.7 มีวัยอยู่ในช่วงอายุ 20 - 40 ปี รองลงไปร้อยละ 30 ได้แก่วัยที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 41 - 60 ปี ส่วนวัยที่อายุสูงกว่า 60 ปีขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 3.3 และวัยที่อายุต่ำกว่า 20 ปีไม่มีเลย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 85

การค้าขายข้าวเปลือกของพ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการตลาดกลางตามลักษณะอาชีพ

ลำดับที่	การค้าขายข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	อาชีพหลัก	55	91.7
2	อาชีพรอง	5	8.3
	รวม	60	100.0

พ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการตลาดกลางพบว่าซื้อขายข้าวเปลือกเป็นอาชีพหลักร้อยละ 91.7 และที่ทำเป็นอาชีพรองมีเพียงร้อยละ 8.3

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 86

ระยะเวลาที่พ่อค้าคนกลางทำการค้าขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง

ลำดับที่	ระยะเวลาค้าขายข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 5 ปี	22	36.7
2	6 - 10 ปี	18	30.0
3	11 - 15 ปี	10	16.7
4	16 - 20 ปี	5	8.3
5	20 ปีขึ้นไป	5	8.3
	รวม	60	100.0

พ่อค้าคนกลางร้อยละ 36.7 ทำการค้าขายข้าวเปลือกในระยะเวลาต่ำกว่า 5 ปี และร้อยละ 30 ค้าขายมาระหว่าง 5 - 10 ปี ส่วนร้อยละ 16.7 ที่ทำการค้าข้าวเปลือกมาเป็นเวลา 11-15 ปี และที่มีเพียงร้อยละ 8.3 อยู่ในช่วงเวลา 16.20 ปี และ 20 ปีขึ้นไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 87

การมีขี้ฉางในการเก็บรักษาข้าวเปลือกของพ่อค้าคนกลาง

ลำดับที่	การมีขี้ฉางเก็บข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	มี	32	53.3
2	ไม่มี	28	46.7
	รวม	60	100.0

พ่อค้าคนกลางร้อยละ 53.3 จะมีขี้ฉางในการเก็บรักษาข้าวเปลือกในตลาดกลาง ก่อนที่จะส่งไปแปรรูปตามโรงสี ส่วนพ่อค้าคนกลางอีกร้อยละ 46.7 ยังไม่มีขี้ฉาง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 88

ความจุของยุงฉางที่เก็บรักษาข้าวเปลือกของพ่อค้าคนกลางในตลาดกลาง

ลำดับที่	ความจุของยุงฉาง (เกวียน)	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 100 เกวียน	6	18.8
2	101 - 200 เกวียน	14	43.8
3	201 - 300 เกวียน	1	3.1
4	301 - 400 เกวียน	-	-
5	401 - 500 เกวียน	7	21.8
6	500 เกวียนขึ้นไป	4	12.5
	รวม	32	100.0

พ่อค้าคนกลางที่มียุงฉางในตลาดกลางร้อยละ 43.8 มียุงฉางที่สามารถเก็บข้าวเปลือกได้ 101-200 เกวียน ร้อยละ 21.8 ที่เก็บรักษาได้ 401-500 เกวียน ส่วนร้อยละ 18.8 เก็บรักษาได้ต่ำกว่า 100 เกวียน ร้อยละ 12.5 เก็บได้ 500 เกวียนขึ้นไป และร้อยละ 3.1 ที่เก็บได้ 201-300 เกวียนคิดเป็นร้อยละ 3.1 ส่วนยุงฉางขนาดบรรจุได้ 301-400 เกวียนไม่มีเลย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการใช้บริการและความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางที่มีต่อตลาดกลาง

ในส่วนนี้จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการให้บริการและความคิดเห็นต่าง ๆ ของพ่อค้าคนกลางที่มีต่อตลาดกลางในฐานะที่เป็นผู้ซื้อข้าวเปลือกซึ่งผู้ให้บริการกลุ่มนี้มีความใกล้ชิดกับตลาดกลางและผู้บริหารตลาดกลางมากกว่า 2 กลุ่มแรก ดังนั้นความคิดเห็นของผู้ให้บริการกลุ่มนี้จึงเป็นไปตามความสัมพันธ์ที่มีต่อตลาดกลาง ดังนี้

ตารางที่ 89

ลักษณะการให้บริการในการซื้อข้าวเปลือกของพ่อค้าคนกลางในตลาดกลาง

ลำดับที่	การให้บริการของตลาดกลาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ตลาดกลางเพียงแห่งเดียว	45	75.0
2	หมุนเวียนไปใช้ที่อื่น	15	25.0
	รวม	60	100.0

การให้บริการตลาดกลางของพ่อค้าคนกลางซึ่งลักษณะการให้บริการร้อยละ 75 จะใช้บริการตลาดกลางแห่งเดียวเป็นประจำ และมีเพียงร้อยละ 25 เท่านั้นที่ใช้บริการตลาดกลางอื่นด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 90

ลักษณะและปริมาณการซื้อขายข้าวเปลือกของพ่อค้าคนกลางจากผู้ขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	ชื่อข้าวเปลือกจากผู้ขาย	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกท้องถิ่น	45	75.0
2	เกษตรกรและกลุ่มเกษตรกร	10	16.7
3	พ่อค้าคนกลางด้วยกัน	5	8.3
	รวม	60	100

พ่อค้าคนกลางซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางจากพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ร้อยละ 75.0 รองลงไปร้อยละ 16.7 ซึ่งจากเกษตรกรและกลุ่มเกษตรกรมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 และร้อยละ 8.3 ซึ่งจากพ่อค้าคนกลางด้วยกันมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 91

ระยะเวลาในการเก็บรักษาข้าวเปลือกก่อนที่จะนำไปขายให้กับโรงสี

ลำดับที่	ระยะเวลาเก็บข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	1 - 30 วัน	30	93.7
2	31 - 60 วัน	2	6.3
3	61 - 90 วัน	-	-
4	90 วันขึ้นไป	-	-
	รวม	32	100.0

เมื่อพ่อค้าคนกลางซื้อข้าวเปลือกแล้ว พ่อค้าคนกลางร้อยละ 93.7 จะเก็บรักษาข้าวเปลือกไว้ไม่เกิน 30 วัน มีเพียงร้อยละ 6.3 ที่เก็บรักษาไว้เกิน 30 วันแต่ไม่เกิน 60 วัน นั่นก็คือเป็นการเก็บรักษาไว้เพื่อขายต่อให้กับโรงสีและพ่อค้าส่งออกหรือพ่อค้าคนกลางด้วยกัน ส่วนที่เก็บไว้เกิน 60 วันไม่มี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 92

ลักษณะการขายข้าวเปลือกของพ่อค้าคนกลางที่ซื้อจากตลาดกลางและขายให้กับผู้ซื้อ

ลำดับที่	แหล่งขายข้าวเปลือก	จำนวน	ร้อยละ
1	ขายให้โรงสี	60	100.0
2	ขายให้พ่อค้าคนกลางด้วยกัน	-	-
3	ขายให้พ่อค้าส่งออก	-	-
	รวม	60	100

พ่อค้าคนกลางที่รับซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางจะขายข้าวเปลือกที่รับซื้อทั้งหมดให้กับโรงสีเพื่อนำไปแปรรูป คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 93

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางเกี่ยวกับเครื่องชั่งตวงของตลาดกลาง

ลำดับที่	เครื่องชั่งตวง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ได้มาตรฐาน	60	100
2	ยังไม่ได้มาตรฐาน	-	-
3	ไม่แน่ใจ	-	-
	รวม	60	100

พ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการตลาดกลางได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับเครื่องชั่งตวงของตลาดกลางว่าได้มาตรฐานคิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 94

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางเกี่ยวกับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

ลำดับที่	การกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ถูกต้องเหมาะสม	51	85.0
2	ไม่ถูกต้องเหมาะสม	9	15.0
	รวม	60	100.0

พ่อค้าคนกลางร้อยละ 85.0 เห็นว่าการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางถูกต้องเหมาะสม มีเพียงร้อยละ 15.0 ที่เห็นว่ายังไม่ถูกต้องเหมาะสม

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 95

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางในด้าน การเปรียบเทียบราคากับคุณภาพข้าวเปลือกใน
ตลาดกลาง

ลำดับที่	ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ราคาสูงกว่าคุณภาพ	16	26.7
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	44	73.3
	รวม	60	100.0

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางร้อยละ 73.3 เกี่ยวกับราคาข้าวเปลือกที่ซื้อขายใน
ตลาดกลางเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของข้าวเปลือกคิดว่าราคาที่ซื้อขายเหมาะสมกับคุณภาพ
และที่เห็นว่าราคาสูงกว่าคุณภาพคิดเป็นร้อยละ 26.7 ส่วนที่เห็นว่าราคาต่ำกว่าคุณภาพไม่มี

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 96

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางในด้านเวลาและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง

ลำดับที่	ขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	รวดเร็ว เป็นไปตามขั้นตอน	46	76.7
2	ล่าช้า ขั้นตอนมาก	14	23.3
	รวม	60	100.0

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางในด้านเวลาและขั้นตอนในการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง พ่อค้าคนกลางร้อยละ 76.7 เห็นว่าสะดวกและรวดเร็วดี และมีเพียงร้อยละ 23.3 เห็นว่าล่าช้าขั้นตอนมาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 97

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางในด้านค่าบริการที่ตลาดกลางเรียกเก็บ

ลำดับที่	ค่าบริการของตลาดกลาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ค่อนข้างสูง	8	13.3
2	เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	52	86.7
3	ค่อนข้างต่ำ	-	-
	รวม	60	100.0

ความคิดเห็นในด้านค่าบริการที่ตลาดกลางเรียกเก็บ พ่อค้าคนกลางร้อยละ 86.7 เห็นว่าเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ และที่เห็นว่าค่อนข้างสูงมีเพียงร้อยละ 13.3

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 98

ความคิดเห็นที่มีต่อตลาดกลางในด้านการคมนาคมของพ่อค้าคนกลาง

ลำดับที่	การคมนาคม	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ค่อนข้างลำบาก	1	1.7
2	สะดวกดี	59	98.3
	รวม	60	100.0

การคมนาคมเป็นปัจจัยที่สำคัญด้านหนึ่งของตลาดกลาง ในการขนส่งเคลื่อนย้ายสินค้า พ่อค้าคนกลางร้อยละ 98.3 เห็นว่าสะดวกดี และมีเพียงร้อยละ 1.7 ที่เห็นว่าค่อนข้างลำบาก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 99

ความคิดเห็นด้านสถานที่ซื้อขายข้าวเปลือกของตลาดกลางของพ่อค้าคนกลาง

ลำดับที่	สถานที่ซื้อขาย	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ค่อนข้างคับแคบ	9	15.0
2	กว้างขวางเพียงพอ	51	85.0
	รวม	60	100.0

สถานที่ที่ใช้ในการประมูลซื้อขายข้าวเปลือกของตลาดกลางพบว่าร้อยละ 85 ของพ่อค้าคนกลางเห็นว่ากว้างขวางเพียงพอ ส่วนอีกร้อยละ 15 เห็นว่าค่อนข้างคับแคบ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 100

ปริมาณการซื้อขายข้าวเปลือกแต่ละครั้งของพ่อค้าคนกลางที่ซื้อในตลาดกลาง

ลำดับที่	จำนวนข้าวเปลือกที่ซื้อ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า 10 ตัน	1	1.7
2	11 - 20 ตัน	6	10.0
3	21 - 30 ตัน	9	15.0
4	31 - 40 ตัน	5	8.3
5	41 - 50 ตัน	5	8.3
6	50 ตันขึ้นไป	34	56.7
	รวม	60	100.0

การซื้อขายข้าวเปลือกของพ่อค้าคนกลางในตลาดกลางเพื่อนำไปแปรรูปและเพื่อที่จะทราบว่าการซื้อขายข้าวเปลือกในแต่ละครั้งหรือแต่ละวันนั้นพ่อค้าแต่ละรายซื้อเป็นปริมาณเท่าใดจึงจะคุ้มกับต้นทุนที่เกิดขึ้น พบว่าพ่อค้าร้อยละ 56.7 จะซื้อครั้งละมากกว่า 50 ตันขึ้นไป รองลงไปได้แก่ซื้อในปริมาณ 21 - 30 ตัน ร้อยละ 15 และซื้อในปริมาณ 11-20 ตัน ร้อยละ 10 ส่วนที่ซื้อปริมาณ 41-50 ตัน และ 31-40 ตัน ร้อยละ 8.3 เท่ากัน และมีเพียงร้อยละ 1.7 เท่านั้นที่ซื้อในปริมาณไม่เกิน 10 ตัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 101

การไปซื้อข้าวเปลือกตามหมู่บ้านหรือหน้าลานของพ่อค้าคนกลาง

ลำดับที่	ไปซื้อข้าวเปลือกตามหมู่บ้าน	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ไม่เคยไป	8	13.3
2	เคยไป	52	86.7
	รวม	60	100.0

พ่อค้าคนกลางร้อยละ 86.7 เคยไปซื้อข้าวเปลือกตามหมู่บ้านหรือหน้าลาน หรือไปซื้อจากเกษตรกรโดยตรงตามหมู่บ้าน ที่ไม่เคยไปมีเพียงร้อยละ 13.3

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 102

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางว่ามีเกษตรกรตามหมู่บ้าน/ตำบลยังไม่เคยนำข้าวเปลือก
มาขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	เกษตรกรที่ยังไม่เคยนำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ไม่มีเกษตรกรที่ยังไม่เคย	6	11.5
2	มีเกษตรกรที่ยังไม่เคย	46	88.5
	รวม	52	100.0

พ่อค้าคนกลางที่เคยไปซื้อข้าวเปลือกตามหมู่บ้านร้อยละ 88.5 ให้ความเห็นว่า มีเกษตรกรตามหมู่บ้านและตำบลต่าง ๆ ที่ยังไม่เคยนำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลาง ส่วนพ่อค้าที่เห็นว่าไม่มีเกษตรกรที่ยังไม่เคยนำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางมีเพียงร้อยละ 11.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 103

สาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลาง ในความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลาง

ลำดับที่	A		B		C		D		E		F	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1	16	34.8*	4	8.7	5	10.9	7	15.2	8	17.4	6	13.0
2	7	15.2	7	15.2	6	13.0	14	30.4*	5	10.9	7	15.2
3	5	10.9	6	13.0	7	15.2	6	13.0	19	41.3*	3	6.5
4	5	10.9	15	32.6*	5	10.9	8	17.4	7	15.2	6	13.0
5	6	13.0	10	21.7	16	34.8*	6	13.0	4	8.7	4	8.7
6	7	15.2	4	8.7	7	15.2	5	10.9	3	6.5	20	43.5*
รวม	46	100.0	46	100.0	46	100.0	46	100.0	46	100.0	46	100.0

หมายเหตุ * คือ อันดับที่ 1 ที่มีความถี่และเปอร์เซ็นต์สูงสุดในแต่ละลำดับความสำคัญของสาเหตุ

- A คือ ข้าวเปลือกที่จะขายไม่ปริมาณน้อย ไม่คุ้มกับค่าขนส่ง
 B คือ ไม่รู้จักและไม่เข้าใจวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง
 C คือ กลัวถูกเอาเปรียบ ถ้ามาขายในตลาดกลาง
 D คือ มีภาระหนี้สินผูกพัน ต้องขายภายในหมู่บ้าน
 E คือ มีพ่อค้าชาประจำไปซื้อที่บ้านเป็นประจำทุกฤดูการเก็บเกี่ยว
 F คือ เป็นภาระเสียเวลาและเพิ่มภาระให้กับตนเอง

พ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการตลาดกลาง ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่เกษตรกรไม่หมู่บ้าน/ตำบล ไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลาง โดยเรียงลำดับความสำคัญของสาเหตุที่สำคัญมากที่สุดไปหาน้อย และพิจารณาจากความคิดเห็นส่วนใหญ่ที่เป็นอันดับที่ 1 ของแต่ละลำดับความสำคัญของสาเหตุซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 34.8 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่าข้าวเปลือกที่จะขายมีปริมาณน้อย ไม่คุ้มกับค่าขนส่งเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 2 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 30.4 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่ามีภาระหนี้สินผูกพัน ต้องขายภายในหมู่บ้านเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 3 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 41.3 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่ามีพ่อค้าขายประจำไปซื้อที่บ้านเป็นประจำทุก ๆ ฤดูกาลเก็บเกี่ยวเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 4 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 32.6 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่าไม่รู้จักและไม่เข้าใจวิธีการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 5 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 34.8 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่ากลัวถูกเอาเปรียบ ถ้ามาขายในตลาดกลางเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 6 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 43.5 ของลำดับนี้เห็นว่าสาเหตุที่เกษตรกรไม่นำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางเพราะว่าเป็นการเสียเวลา และเพิ่มภาระให้กับตนเองเป็นอันดับที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 104

การเปรียบเทียบราคาข้าวเปลือกที่พ่อค้าคนกลางซื้อในตลาดกลางกับไปซื้อตามหมู่บ้าน
หรือหน้าลาน

ลำดับที่	ราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	สูงกว่า	30	57.7
2	พอ ๆ กัน	16	30.8
3	ต่ำกว่า	6	11.5
	รวม	52	100.0

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางที่เคยไปซื้อข้าวเปลือกตามหมู่บ้านหรือหน้าลาน เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับการซื้อขายในตลาดกลางพบว่าพ่อค้าคนกลางร้อยละ 57.7 เห็นว่าซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางราคาสูงกว่า ที่เห็นว่าราคาพอ ๆ กันร้อยละ 30.8 และมีเพียงร้อยละ 11.5 เห็นว่าซื้อในตลาดกลางราคาต่ำกว่า

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 105

การเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางและซื้อตามหมู่บ้านหรือ
หน้าลานของพ่อค้าคนกลาง

ลำดับที่	ค่าใช้จ่ายในการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลาง	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ต่ำกว่า	33	63.5
2	สูงกว่า	12	23.0
3	พอ ๆ กัน	7	13.5
	รวม	52	100.0

ในด้านค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการซื้อข้าวเปลือกพ่อค้าคนกลางร้อยละ 63.5 เห็นว่าซื้อ
ในตลาดกลางค่าใช้จ่ายต่ำกว่า และอีกร้อยละ 23.0 เห็นว่าค่าใช้จ่ายในตลาดกลางสูงกว่า
ส่วนที่เห็นว่าค่าใช้จ่ายพอ ๆ กัน ร้อยละ 13.5

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 106

การเปรียบเทียบการใช้เวลาในการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางกับการไปตระเวนซื้อ
ตามหมู่บ้านของพ่อค้าคนกลาง

ลำดับที่	เวลาในการหาซื้อข้าวเปลือก	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ใช้เวลาน้อยกว่า	45	86.5
2	ใช้เวลาพอ ๆ กัน	5	9.6
3	ใช้เวลามากกว่า	2	3.9
	รวม	52	100.0

การซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางพ่อค้าคนกลางต้องใช้เวลาซื้อข้าวเปลือกจากผู้มาขาย
หากไปซื้อตามหมู่บ้านก็ต้องใช้เวลาในการตระเวนซื้อ เมื่อเปรียบเทียบเวลาที่ใช้ในการซื้อและ
หาซื้อพบว่าพ่อค้าคนกลางร้อยละ 86.5 เห็นว่าซื้อในตลาดกลางใช้นเวลาน้อยกว่า และร้อยละ
9.6 ที่เห็นว่าใช้เวลาพอ ๆ กัน และพ่อค้าคนกลางร้อยละ 3.9 เห็นว่าใช้เวลาซื้อในตลาด
กลางนานกว่า

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 107

การเปรียบเทียบคุณภาพของข้าวเปลือกตามความต้องการของพ่อค้าคนกลางในการซื้อ
ในตลาดกลางและซื้อตามหมู่บ้านหรือหน้าลาน

ลำดับที่	คุณภาพข้าวเปลือกตามต้องการ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ดีกว่า	35	67.3
2	พอ ๆ กัน	12	23.1
3	ด้อยกว่า	5	9.6
	รวม	52	100.0

การซื้อข้าวเปลือกของพ่อค้าคนกลางในแต่ละครั้งย่อมต้องการข้าวเปลือกที่มีคุณภาพแตกต่างกันไปตามความต้องการของโรงสีที่จะนำไปแปรรูป ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบว่าคุณภาพของข้าวเปลือกตามที่พ่อค้าคนกลางต้องการนั้น พบว่าพ่อค้าคนกลางร้อยละ 67.3 เห็นว่าซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางได้ข้าวเปลือกตามคุณภาพที่ต้องการดีกว่า และอีกร้อยละ 23.1 เห็นว่าพอ ๆ กัน มีเพียงร้อยละ 9.6 ที่เห็นว่าคุณภาพข้าวเปลือกตามที่ต้องการด้อยกว่าการไปซื้อตามหมู่บ้านหรือหน้าลาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 108

ปะโยชน์ของตลาดกลาง ในความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการในการซื้อข้าวเปลือก

ลำดับที่	A		B		C		D		E		F		G	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1	5	8.3	4	6.7	2	3.3	11	18.3	6	10.0	24	40.0*	8	13.0
2	3	5.0	9	15.0	6	10.0	19	31.7*	7	11.7	10	16.7	6	10.0
3	7	11.7	10	16.7	9	15.0	9	15.0	5	8.3	5	8.3	15	25.0*
4	8	13.3	18	30.0*	7	11.7	6	10.0	9	15.0	5	8.3	7	11.7
5	9	15.0	7	11.7	17	28.3*	5	8.3	8	13.3	5	8.3	9	15.0
6	10	16.7	6	10.0	11	18.3	3	5.0	15	25.0*	7	11.6	8	13.3
7	18	30.0*	6	10.0	8	13.3	7	11.7	10	16.7	4	6.7	7	11.7
รวม	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0	60	100.0

หมายเหตุ * คือ อันดับที่ 1 ที่มีความถี่และเปอร์เซ็นต์สูงสุดในแต่ละลำดับ

- A คือ วัตถุประสงค์แห่งเรื่องราคาและคุณภาพในการซื้อข้าวเปลือก
 B คือ เครื่องซึ่งดวงได้มาตรฐาน
 C คือ การกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกให้ถูกต้องยุติธรรม
 D คือ ให้บริการด้านการเงินในกรณีที่มีความจำเป็น
 E คือ ซื้อข้าวเปลือกได้ในราคาต่ำกว่าเมื่อรวมค่าใช้จ่ายแล้ว
 F คือ บริการของตลาดกลางสะดวกและรวดเร็ว
 G คือ มีโอกาสทราบราคาข้าวเปลือกก่อนที่จะมาซื้อ

พ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการของตลาดกลางให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับตลาดกลางในด้านการ
 ใช้อำนวยประโยชน์ที่ได้รับจากมากที่สุดไปหาน้อย และพิจารณาจากความคิดเห็นส่วนใหญ่ที่เป็น
 อันดับที่ 1 ของแต่ละลำดับความสำคัญของประโยชน์ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้

ลำดับที่ 1. พ่อค้าคนกลางร้อยละ 40.0 ของลำดับนี้ เห็นว่าประโยชน์ของตลาดกลาง
 ที่เขาได้รับบริการของตลาดกลางสะดวกและรวดเร็วเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 2 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 31.7 ของลำดับนี้ เห็นว่าประโยชน์ของตลาดกลาง
 ที่เขาได้รับ คือการให้บริการด้านการเงินในกรณีที่มีความจำเป็น เป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 3 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 25.0 ของลำดับนี้ เห็นว่าประโยชน์ของตลาดกลาง
 ที่เขาได้รับ คือ การมีโอกาสทราบราคาข้าวเปลือกก่อนจะมาซื้อเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 4 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 30.0 ของลำดับนี้ เห็นว่าประโยชน์ของตลาดกลาง
 ที่เขาได้รับ คือ เครื่องชั่งตวงได้มาตรฐานเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 5 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 28.3 ของลำดับนี้ เห็นว่าประโยชน์ของตลาดกลาง
 ที่เขาได้รับ คือ การกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกได้ถูกต้องยุติธรรมเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 6 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 25.0 ของลำดับนี้ เห็นว่าประโยชน์ของตลาดกลาง
 ที่เขาได้รับคือ การซื้อข้าวเปลือกได้ราคาต่ำกว่าเมื่อรวมค่าใช้จ่ายแล้วเป็นอันดับที่ 1

ลำดับที่ 7 พ่อค้าคนกลางร้อยละ 30.0 ของลำดับนี้ เห็นว่าประโยชน์ของตลาดกลาง
 ที่เขาได้รับคือ การชั่งปัญหาข้อขัดแย้งเรื่องราคาและคุณภาพในการซื้อข้าวเปลือกเป็นอันดับที่ 1

ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 109

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางในการซื้อข้าวเปลือกครั้งต่อไป

ลำดับที่	การซื้อข้าวเปลือกครั้งต่อไป	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ยังไม่แน่ใจ	1	1.7
2	จะไม่ใช้บริการอีก	-	-
3	จะใช้บริการอีก	59	98.3
	รวม	60	100.0

ความคิดเห็นด้านการใช้บริการตลาดกลางครั้งต่อไปพ่อค้าคนกลางร้อยละ 98.3 ยังคงจะใช้บริการของตลาดกลางในการซื้อข้าวเปลือกอีก มีเพียงร้อยละ 1.7 เท่านั้นที่ยังไม่แน่ใจว่าจะใช้บริการตลาดกลางอีกหรือไม่ และที่จะไม่ใช้บริการอีกไม่มีเลย

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 110

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางในด้านการจัดตั้งตลาดกลางเพิ่มขึ้น

ลำดับที่	การจัดตั้งตลาดกลางเพิ่มขึ้น	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ไม่ควรจัดตั้ง	34	56.7
2	ควรจัดตั้ง	26	43.3
	รวม	60	100.0

ความเห็นเกี่ยวกับการจัดตั้งตลาดกลางเพิ่มขึ้นในจังหวัดต่าง ๆ พ่อค้าคนกลางร้อยละ 56.7 เห็นว่าไม่ควรจัดตั้งเพิ่มเพราะมีตลาดกลางเพียงพออยู่แล้ว และเห็นว่าควรตั้งเพิ่มเพราะให้ประโยชน์แก่ผู้ซื้อและผู้ขายข้าวเปลือกมากคิดเป็นร้อยละ 43.3

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 111

ความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลางเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้รู้จักตลาดกลางเพิ่ม
มากขึ้น

ลำดับที่	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	ไม่จำเป็น	18	30.0
2	ควรจะมี	42	70.0
	รวม	60	100.0

ความคิดเห็นในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อให้ตลาดกลางเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น พ่อค้าคนกลางเห็นว่าควรจะมีร้อยละ 70 และที่เห็นว่าไม่จำเป็นต้องการมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้อยละ 30

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 112

ปัญหาของพ่อค้าคนกลางในการใช้บริการตลาดกลาง

ลำดับที่	ปัญหาการใช้บริการ	จำนวน(ราย)	ร้อยละ
1	มีปัญหา	21	35.0
2	ไม่มีปัญหา	39	65.0
	รวม	60	100.0

พ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 65 ให้ความเห็นว่าการใช้บริการตลาดกลางไม่มีปัญหา ส่วนอีกร้อยละ 35 เห็นว่ามีปัญหา และปัญหาที่พบเสมอคือ การลงข้าวผิดกอง หรือปะปนกันของพ่อค้าคนกลางรายอื่น ข้าวผิดตัวอย่าง คือข้าวที่นำตัวอย่างมาเสนอขายกับข้าวขายจริง ๆ คุณภาพต่างกัน และลานเทข้าวเปลือกของตลาดกลางบางแห่งเป็นหลุมเป็นบ่อ ไม่เทคอนกรีต ทำให้มีเม็ดดิน และเม็ดทรายติดไปกับข้าวเปลือก เมื่อไปขายให้กับโรงสีถูกตัดราคารวมไปถึงอัตราการดอกเบี้ยของเงินซื้อข้าวเปลือกเกินบัญชีค่อนข้างสูง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาการดำเนินงานทางการตลาดของตลาดกลางข้าวเปลือกในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิษณุโลก ได้มุ่งศึกษาลักษณะการดำเนินงาน และความคิดเห็นของผู้ใช้บริการตลาดกลางรวมทั้งนำข้อมูลที่ได้รับไปประกอบการพิจารณาในการวางแผนงานทางการตลาดของตลาดกลางข้าวเปลือก ในส่วนของการศึกษาด้านการดำเนินงาน และความคิดเห็นของผู้ใช้บริการนั้น เพื่อที่จะทราบว่าตลาดกลางได้เอื้ออำนวยประโยชน์แก่ผู้ให้บริการเป็นไปตามคาดหวังหรือไม่จึงได้ตั้งสมมติฐานของการศึกษาไว้ดังนี้

1. เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางข้าวเปลือกในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิษณุโลก ส่วนใหญ่เคยทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางมาก่อน
2. การบริการของตลาดกลางข้าวเปลือกในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิษณุโลก ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการ
3. ราคาและคุณภาพของข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางข้าวเปลือกในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดพิษณุโลก เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานทั้ง 3 ข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้บริการที่เป็นเกษตรกร กลุ่มผู้บริการที่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น และพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือกไปขายให้กับโรงสี ดังนั้นการทดสอบสมมติฐานในแต่ละข้อนั้นจึงทำการทดสอบจากความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริการตลาดกลางแต่ละกลุ่ม โดยจะทำการทดสอบโดยใช้ Nonparametric Method คือการทดสอบ Chi-Square Goodness of fit test

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 113

แสดงตารางที่นำข้อมูลมาทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ข้อมูลจากตารางที่
สมมติฐานข้อที่ 1	31
สมมติฐานข้อที่ 2	39, 40 64, 65 96, 97
สมมติฐานข้อที่ 3	36, 37 62, 63 94, 95

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 1 เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางข้าวเปลือกในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิษณุโลกส่วนใหญ่เคยทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางข้าวเปลือกมาก่อน

การทดสอบสมมติฐานในข้อนี้ เพื่อที่จะทราบว่าเกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกนั้นเกษตรกรเหล่านั้นเคยทราบหรือรู้วิธีการขั้นตอน หรือไม่ โดยทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เคยทราบวิธีการมาก่อน และกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่ทราบวิธีการมาก่อน ซึ่งการทดสอบในลักษณะนี้จะใช้การทดสอบ Chi - Square และทดสอบกลุ่มของเกษตรกรเนียงกลุ่มเดียว ดังนี้

ตารางที่ 114

จากตารางที่ 31 เกษตรกรเคยทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกก่อนที่จะนำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางที่ใช้บริการ ดังนี้

ลำดับที่	ทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	เคยทราบมาก่อน	94	78.3
2	ไม่เคยทราบมาก่อน	26	21.7
	รวม	120	100.0

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เคยทราบและกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่เคยทราบวิธีการขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางมาก่อน

H_1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เคยทราบและกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่เคยทราบวิธีการขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางมาก่อน

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA			
Category	Cases		
	Observed	Expected	Residual
1	94	60.00	-34.00
2	26	60.00	34.00

Total	120		
Chi - square		D.F.	Significance
38.533		1	.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 38.53 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เคยทราบและกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่เคยทราบวิธีการขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางมาก่อน

จากกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรจำนวน 120 ราย มีผู้ที่เคยทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางมาก่อนจำนวน 94 ราย และมีผู้ที่ไม่เคยทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางมาก่อน จำนวน 26 ราย จากผลการทดสอบ Chi - Square จึงสรุปได้ว่า เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางข้าวเปลือกส่วนใหญ่เคยทราบวิธีการและขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางมาก่อนที่จะนำข้าวเปลือกมาขาย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 2 การบริการของตลาดกลางข้าวเปลือกในจังหวัดนครสวรรค์ และ จังหวัดพิจิตร ช่วยประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการ

การทดสอบสมมติฐานในข้อนี้ เพื่อที่จะทราบว่า การที่ผู้ใช้บริการตลาดกลางในการซื้อ ข้าวขาวเปลือก ได้ช่วยให้ผู้ใช้บริการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายหรือไม่ โดยทดสอบจากความคิดเห็นที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่เห็นว่าการใช้บริการตลาดกลางประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย และ กลุ่มที่เห็นว่าการใช้บริการตลาดกลางไม่ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย การทดสอบในลักษณะนี้จะใช้ การทดสอบ Chi - Square ดังนี้

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นเกษตรกร

ตารางที่ 115

จากตารางที่ 39 กลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นเกษตรกร ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับเวลาที่ใช้ ตามขั้นตอนการซื้อข้าวขาวเปลือกในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	ขั้นตอนการซื้อข้าวขาวเปลือก	ความถี่
1	ล่าช้าขั้นตอนมาก	11
2	รวดเร็วเป็นไปตามขั้นตอน	109
	รวม	120

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดเวลา และกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าไม่ช่วยประหยัดเวลา

H_1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดเวลา และกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าไม่ช่วยประหยัดเวลา

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA			
. Cases			
Category	Observed	Expected	Residual
1	11	60.00	-49.00
2	109	60.00	49.00

Total	120		
Chi - square		D.F.	Significance
80.033		1	.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 80.03 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดเวลา และกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าไม่ช่วยประหยัดเวลา

จากกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรจำนวน 120 ราย มีผู้ที่ให้ความคิดเห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดเวลาจำนวน 109 ราย และมีผู้ที่ให้ความคิดเห็นว่าตลาดกลางไม่ประหยัดเวลาจำนวน 11 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่าการมีตลาดกลางข้าวเปลือกได้ช่วยประหยัดเวลาในการขายข้าวเปลือกของเกษตรกรที่ใช้บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกที่ไม่ใช่เกษตรกรแต่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น

ตารางที่ 116

จากตารางที่ 64 กลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเวลาที่ใช้ตามขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	ขั้นตอนการซื้อขายข้าวเปลือก	ความถี่
1	ล่าช้าขั้นตอนมาก	16
2	รวดเร็วเป็นไปตามขั้นตอน	104
	รวม	120

สมมติฐานในการทดสอบ

Ho : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดเวลา และกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่เห็นว่าไม่ช่วยประหยัดเวลา

H1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดเวลา และกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่เห็นว่าไม่ช่วยประหยัดเวลา

SPSS/PC+

Chi - square Test

Category	Cases		
	Observed	Expected	Residual
1	16	60.00	-44.00
2	104	60.00	44.00

Total	120		

Chi - square	D.F.	Significance
64.533	1	.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 64.53 > X^2 = 3.84$

ตั้งต้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดเวลา และกลุ่มของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นที่เห็นว่าไม่ช่วยประหยัดเวลา

จากกลุ่มตัวอย่างของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่น จำนวน 120 ราย ผู้ที่ให้ความคิดเห็นว่าการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางช่วยประหยัดเวลา จำนวน 104 ราย และผู้ที่ให้ความคิดเห็นว่าจะไม่ประหยัดเวลา 16 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square ข้างต้น จึงสรุปได้ว่าการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นช่วยประหยัดเวลา



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือก

ตารางที่ 117

จากตารางที่ 96 กลุ่มผู้ใช้บริการในการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางได้แสดงความ
คิดเห็นเกี่ยวกับเวลาและขั้นตอนในการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	ขั้นตอนการซื้อข้าวเปลือก	ความถี่
1	ล่าช้าขั้นตอนมาก	14
2	รวดเร็วเป็นไปตามขั้นตอน	46
	รวม	60

สมมติฐานในการทดสอบ

Ho : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางช่วย
ประหยัดเวลา และกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางไม่ช่วยเวลา

H1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประ-
หยัดเวลา และกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางไม่ช่วยเวลา

SPSS/PC+

Chi - square Test

Category	Cases		
	Observed	Expected	Residual
1	46	30.00	16.00
2	14	30.00	-16.00
	--		
Total	60		

Chi - square

17.067

D.F.

1

Significance

.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 17.07 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดเวลา และกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางไม่ช่วยเวลา

จากกลุ่มตัวอย่างพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลาง จำนวน 60 ราย ผู้ที่ให้ความเห็นว่า การซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางช่วยประหยัดเวลา จำนวน 46 ราย และผู้ที่ไม่ให้ความเห็นว่าไม่ประหยัดเวลา จำนวน 14 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่าการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางของพ่อค้าคนกลางช่วยประหยัดเวลา

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นเกษตรกร

ตารางที่ 118

จากตารางที่ 40 กลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นเกษตรกร ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าบริการที่ตลาดกลาง เรียกเก็บจากผู้ให้บริการในการนำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	ค่าบริการของตลาดกลาง	ความถี่
1	ค่อนข้างสูง	39
2	เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	75
3	ค่อนข้างต่ำ	6
	รวม	120

หมายเหตุ ความคิดเห็นที่ว่าค่าบริการของตลาดกลางค่อนข้างสูงคือไม่ประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนความคิดเห็นที่ว่าเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ และค่อนข้างต่ำคือ การประหยัดค่าใช้จ่าย

สมมติฐานในการทดสอบ

Ho : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าไม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

H1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าไม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA	Cases		
	Observed	Expected	Residual
Category			
1	39	60.00	-21.00
2	81	60.00	21.00

Total	120		
Chi - square		D.F.	Significance
14.700		1	.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 14.7 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ Ho ยอมรับ H1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและกลุ่มของเกษตรกรที่เห็นว่าไม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

จากกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกร จำนวน 120 ราย ผู้ที่ให้ความคิดเห็นว่าการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางจำนวน 81 ราย และผู้ที่มีความคิดเห็นว่าการไม่ประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 39 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่าการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางของเกษตรกรช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกที่ไม่ใช่เกษตรกร แต่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น

ตารางที่ 119

จากตารางที่ 65 กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น ได้แสดงความคิดเห็นในด้านค่าบริการที่ตลาดกลางเรียกเก็บจากผู้ให้บริการในการนำข้าวเปลือกมาขายในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	ค่าบริการของตลาดกลาง	ความถี่
1	ค่อนข้างสูง	27
2	เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	92
3	ค่อนข้างต่ำ	1
	รวม	120

หมายเหตุ ความคิดเห็นที่ว่าค่าบริการของตลาดกลางค่อนข้างสูงคือ การไม่ประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนความคิดเห็นที่ว่าค่อนข้างต่ำและเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ คือ การประหยัดค่าใช้จ่าย

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นที่เห็นว่าตลาดกลางไม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

H_1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นที่เห็นว่าตลาดกลางไม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA			
Category	Cases		
	Observed	Expected	Residual
1	27	60.00	-33.00
2	93	60.00	33.00

Total	120		
Chi - square		D.F.	Significance
36.300		1	.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 36.3 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และกลุ่มพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นที่เห็นว่าตลาดกลางไม่ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

จากกลุ่มตัวอย่างพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่น จำนวน 120 ราย ผู้ที่ให้ความเห็นว่าการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 93 ราย และผู้ที่ให้ความเห็นว่าไม่ประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 27 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่าการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถื่นช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือก

ตารางที่ 120

จากตารางที่ 97 กลุ่มผู้ใช้บริการในการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางได้แสดงความ
 คิดเห็นเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในด้านค่าบริการของตลาดกลางที่เรียกเก็บจากผู้ใช้บริการดังนี้

ลำดับที่	ค่าบริการของตลาดกลาง	ความถี่
1	ค่อนข้างสูง	8
2	เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ	52
3	ค่อนข้างต่ำ	-
	รวม	60

หมายเหตุ ความคิดเห็นที่ว่าค่าบริการของตลาดกลางค่อนข้างสูงคือ การไม่ประหยัด
 ค่าใช้จ่าย ส่วนความคิดเห็นที่ว่าค่อนข้างต่ำและเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ คือ การประหยัดค่าใช้จ่าย

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางช่วย
 ประหยัดค่าใช้จ่าย และกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางไม่ช่วยค่าใช้จ่าย

H_1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประ-
 หยัดค่าใช้จ่าย และกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางไม่ช่วยค่าใช้จ่าย

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA		Cases		
Category	Observed	Expected	Residual	
1	8	30.00	-22.00	
2	52	30.00	22.00	
	--			
Total	60			
Chi - square		D.F.	Significance	
	32.267	1	.000	

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 32.27 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย และกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่เห็นว่าตลาดกลางไม่ช่วยค่าใช้จ่าย

จากกลุ่มตัวอย่างพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลาง จำนวน 60 ราย ผู้ที่ให้ความเห็นว่าการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 52 ราย และผู้ที่ให้ความคิดเห็นว่าการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางไม่ได้ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 8 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่าการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางของพ่อค้าคนกลางช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย

จากผลการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาในข้อที่ว่า การบริการของตลาดข้าวเปลือกในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิจิตร ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายของผู้ใช้บริการซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการตลาดกลางทั้ง 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ขายข้าวเปลือกที่เป็นเกษตรกรและพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นรวมไปถึงผู้ให้บริการในการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางหรือพ่อค้าคนกลางจึงสรุปได้ว่า จากประสบการณ์ในการใช้บริการและบริการของตลาดกลางที่ให้กับผู้ให้บริการนั้น เป็นที่ยอมรับว่า ได้ช่วยให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการซื้อข้าวเปลือกในตลาดกลางข้าวเปลือกทั้งในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิจิตร

สมมติฐานข้อที่ 3 ราคาและคุณภาพของข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางข้าวเปลือก ในจังหวัดนครสวรรค์ และจังหวัดพิษณุโลก เป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ

การทดสอบสมมติฐานในข้อนี้ เพื่อที่จะทราบว่า การที่เกษตรกรและพ่อค้าผู้รวบรวมข้าว-เปลือกจากท้องถิ่น นำข้าวเปลือกไปขายในตลาดกลางนั้น ราคาข้าวเปลือกที่ขายได้ เป็นไปตามคุณภาพของข้าวเปลือกที่แท้จริงหรือไม่ โดยพิจารณาจากข้าวเปลือกที่นำไปเสนอขายจะถูกกำหนดคุณภาพโดยพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อ และราคาที่ต้องรองซื้อขายกันนั้น จึงขึ้นอยู่กับคุณภาพของข้าวเปลือกที่ถูกกำหนดขึ้น พร้อมกันนี้ ในด้านพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อ ก็จะทำให้ความคิดเห็นเช่นกันว่า ราคาและคุณภาพของข้าวเปลือกที่ซื้อขายกันนั้น ได้กำหนดขึ้นอย่างถูกต้องและเหมาะสมเพียงใด ซึ่งการทดสอบสมมติฐานในข้อนี้จะใช้ Chi - square เป็นเครื่องมือในการทดสอบดังนี้

กลุ่มผู้ให้บริการตลาดกลางที่เป็นเกษตรกร

ตารางที่ 121

จากตารางที่ 37 กลุ่มผู้ให้บริการตลาดกลางที่เป็นเกษตรกร ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาข้าวเปลือกเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของข้าวเปลือกที่ขายในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	ความคิดเห็นด้านราคาและคุณภาพ	ความถี่
1	ราคาต่ำกว่าคุณภาพ	19
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	98
3	ราคาสูงกว่าคุณภาพ	3
	รวม	120

หมายเหตุ ความคิดเห็นที่ว่าราคาต่ำกว่าคุณภาพคือ การไม่ยอมรับส่วนความคิดเห็นที่ว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาสูงกว่าคุณภาพ คือการยอมรับราคาข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลาง

สมมติฐานในการทดสอบ

Ho : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่ยอมรับราคาข้าวเปลือก และกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่ยอมรับราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง

H1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่ยอมรับราคาข้าวเปลือก และกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่ยอมรับราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA Category	Cases		
	Observed	Expected	Residual
1	19	60.00	-41.00
2	101	60.00	41.00

Total	120		
Chi - square		D.F.	Significance
56.033		1	.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 56.03 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ Ho ยอมรับ H1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่ยอมรับราคาข้าวเปลือก และกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่ยอมรับราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง

จากกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรที่ใช้บริการของการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางจำนวน 120 ราย ได้มีผู้ให้ความคิดเห็นยอมรับการกำหนดราคาข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางจำนวน 101 ราย และมีผู้ให้ความคิดเห็นไม่ยอมรับการกำหนดราคาข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางจำนวน 19 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่าเกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกยอมรับว่าการกำหนดราคาซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางถูกต้องตามคุณภาพของข้าวเปลือกที่ซื้อขายกันในตลาดกลาง

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกที่ไม่ใช่เกษตรกร แต่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น

ตารางที่ 122

จากตารางที่ 63 กลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาข้าวเปลือกเพื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของข้าวเปลือกที่ขายในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	ความคิดเห็นด้านราคาและคุณภาพ	ความถี่
1	ราคาต่ำกว่าคุณภาพ	8
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	112
	รวม	120

สมมติฐานในการทดสอบ

Ho : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นที่ยอมรับราคาข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่ไม่ยอมรับราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง

H1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นที่ยอมรับราคาข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่ไม่ยอมรับราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA

Category	Cases		
	Observed	Expected	Residual
1	8	60.00	-52.00
2	112	60.00	52.00

Total	120		

Chi - square	D.F.	Significance
90.133	1	.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 90.13 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นที่ยอมรับราคาข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่ไม่ยอมรับราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง

จากกลุ่มตัวอย่างของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลาง จำนวน 120 ราย ได้มีผู้ให้ความคิดเห็นยอมรับการกำหนดราคาข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางจำนวน 112 ราย และมีผู้ให้ความคิดเห็นไม่ยอมรับการกำหนดราคาข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางจำนวน 8 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่าพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกยอมรับว่าการกำหนดราคาข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางถูกต้องตามคุณภาพของข้าวเปลือกที่ซื้อขายกันในตลาดกลาง

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือก

ตารางที่ 123

จากตารางที่ 95 กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นพ่อค้าคนกลางได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาข้าวเปลือกเพื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของข้าวเปลือกที่ขายในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	ความคิดเห็นด้านราคาและคุณภาพ	ความถี่
1	ราคาสูงกว่าคุณภาพ	16
2	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	44
	รวม	60

หมายเหตุ ในความคิดเห็นของพ่อค้าคนกลาง ผู้ซื้อข้าวเปลือกที่เห็นว่าราคาสูงกว่าคุณภาพคือการไม่ยอมรับ ส่วนที่เห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพคือการยอมรับ

สมมติฐานในการทดสอบ

Ho : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่ยอมรับราคาข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่ไม่ยอมรับราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง

H1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่ยอมรับราคาข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่ไม่ยอมรับราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA		Cases		
Category	Observed	Expected	Residual	
1	16	30.00	-14.00	
2	44	30.00	14.00	
Total		60		
Chi - square		D.F.		Significance
13.067		1		.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 13.07 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ Ho ยอมรับ H1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่ยอมรับราคาข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่ไม่ยอมรับราคาข้าวเปลือกในตลาดกลาง

จากกลุ่มตัวอย่างของพ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการในตลาดกลางซื้อขายข้าวเปลือก จำนวน 60 ราย ได้มีผู้ให้ความคิดเห็นยอมรับการกำหนดราคาข้าวเปลือกในตลาดกลางจำนวน 44 ราย และมีผู้ให้ความคิดเห็นไม่ยอมรับการกำหนดราคาข้าวเปลือกในตลาดกลางจำนวน 16 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่าพ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการในตลาดกลางในการซื้อขายข้าวเปลือกยอมรับว่าการกำหนดราคาข้าวเปลือกในตลาดกลางถูกต้องตามคุณภาพของข้าวเปลือกที่ซื้อขายกัน

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นเกษตรกร

ตารางที่ 124

จากตารางที่ 36 กลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นเกษตรกรให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลาง

ลำดับที่	ความเชื่อในการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก	ความถี่
1	ต่ำกว่าคุณภาพที่คาดหวังไว้	15
2	เป็นไปตามคุณภาพที่คาดหวังไว้	83
3	สูงกว่าคุณภาพที่คาดหวังไว้	3
4	ไม่แน่เพราะไม่มีความรู้	19
	รวม	120

หมายเหตุ ความคิดเห็นที่ว่าต่ำกว่าคุณภาพที่คาดหวังไว้ และไม่แน่ใจเพราะไม่มีความรู้คือการไม่ยอมรับ ส่วนความคิดเห็นที่ว่าคุณภาพเป็นไปตามที่คาดหวัง และสูงกว่าคุณภาพที่คาดหวัง คือการยอมรับ

สมมติฐานในการทดสอบ

H_0 : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก และกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

H_1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก และกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA			
Category	Cases		
	Observed	Expected	Residuaal
1	34	60.00	-26.00
2	86	60.00	26.00

Total	120		
Chi - square		D.F.	Significance
22.533		1	.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 22.5 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของเกษตรกรที่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก และกลุ่มของเกษตรกรที่ไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

จากกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรที่ใช้บริการในการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางจำนวน 120 ราย ได้มีผู้ให้ความคิดเห็นยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางจำนวน 86 ราย และมีผู้ให้ความคิดเห็นไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางจำนวน 34 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่า เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกยอมรับว่าการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางถูกต้อง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกที่ไม่ใช่เกษตรกรแต่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น

ตารางที่ 125

จากตารางที่ 62 กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่น ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	การกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก	ความถี่
1	ค่อนข้างต่ำ	10
2	เหมาะสม	110
	รวม	120

สมมติฐานในการทดสอบ

Ho : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นที่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่ไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

H1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นที่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่ไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

SPSS/PC+

Chi - square Test.

Category	Cases		
	Observed	Expected	Residual
1	10	60.00	-50.00
2	110	60.00	50.00

Total	120		

Chi - square	D.F.	Significance
83.333	1	.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 83.33 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าท้องถิ่นที่ขอรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าท้องถิ่นที่ไม่ขอรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

จากกลุ่มตัวอย่างของพ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลางจำนวน 120 ราย ได้มีผู้ให้ความคิดเห็นขอรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง จำนวน 110 ราย และมีผู้ให้ความคิดเห็นไม่ขอรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางจำนวน 10 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่า พ่อค้าผู้รวบรวมข้าวเปลือกจากท้องถิ่นที่ใช้บริการตลาดกลางในการขายข้าวเปลือกยอมรับว่าการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกที่ซื้อขายกันในตลาดกลางถูกต้อง



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นพ่อค้าคนกลางผู้ซื้อข้าวเปลือก

ตารางที่ 126

จากตารางที่ 94 กลุ่มผู้ใช้บริการตลาดกลางที่เป็นพ่อค้าคนกลางได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางดังนี้

ลำดับที่	การกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก	ความถี่
1	ถูกต้องเหมาะสม	51
2	ไม่ถูกต้องเหมาะสม	9
	รวม	60

สมมติฐานในการทดสอบ

Ho : ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่ไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

H1 : มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่ไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

SPSS/PC+

Chi - square Test

QUA

Category	Cases		
	Observed	Expected	Residual
1	51	30.00	21.00
2	9	30.00	-21.00
	--		
Total	60		

Chi - square

D.F.

Significance

29.400

1

.000

ค่า X^2 ที่คำนวณได้ > ค่า X^2 df = 1 ($\alpha = .05$)

คือ $X^2 = 29.4 > X^2 = 3.84$

ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1

แสดงว่ามีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มพ่อค้าคนกลางที่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือก และกลุ่มของพ่อค้าคนกลางที่ไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง

จากกลุ่มตัวอย่างของพ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการตลาดกลางในการซื้อข้าวเปลือก จำนวน 60 ราย ได้มีผู้ให้ความคิดเห็นยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลาง จำนวน 51 ราย และมีผู้ให้ความคิดเห็นไม่ยอมรับการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกในตลาดกลางจำนวน 9 ราย จากผลการทดสอบ Chi - square จึงสรุปได้ว่า พ่อค้าคนกลางที่ใช้บริการตลาดกลางในการซื้อข้าวเปลือกยอมรับว่าการกำหนดคุณภาพข้าวเปลือกที่ซื้อขายกันในตลาดกลางถูกต้อง

ในการทดสอบสมมติฐานของการศึกษาในข้อนี้ว่า ราคาและคุณภาพของข้าวเปลือกที่ซื้อขายในตลาดกลางข้าวเปลือกในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัดพิจิตรโลกเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการทั้ง 3 กลุ่ม จึงสรุปได้ว่าการที่ผู้ใช้บริการตลาดกลางในการซื้อขายข้าวเปลือกทั้งผู้ซื้อ และผู้ขายต่างก็ได้รับความเป็นธรรมจากการซื้อขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านราคาและการกำหนดคุณภาพของข้าวเปลือก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย