

## บทที่ 6

### ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะและราคา

บทนี้แสดงผลการวิเคราะห์การตอบสนองของราคาสัมโต่อคุณลักษณะ โดยใช้วิธี hedonic price analysis ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วนได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะและราคาของสัมโ และการวิเคราะห์ผู้บริโภคที่ยินดีจ่ายเพื่อซื้อสัมโ

#### 6.1 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะและราคาของสัมโ

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคสัมโข้างต้น พบว่า ผู้บริโภคมีการเลือกซื้อสัมโที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันรวมถึงทัศนคติที่มีต่อราคา แต่การวิเคราะห์ในบทที่ 5 ยังไม่สามารถแยกอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ออกจากกันได้ การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลอง hedonic price สามารถแยกแยะอิทธิพลของคุณลักษณะของสินค้า แหล่งจำหน่าย และลักษณะของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสัมโคุณลักษณะนั้น ๆ ด้วย เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับทำความเข้าใจแบบจำลอง hedonic price นี้จึงเสนอสถิติคุณลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ ไว้ดังนี้

ตารางที่ 6.1 สถิติเบื้องต้นคุณลักษณะต่าง ๆ ของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความแปรปรวน
ราคา	35.0000	10.3775	107.6923
เพศ	.6488	.4792	.2415
อายุ	2.3129	.9206	.8581
การศึกษา	4.5878	1.0368	1.1147
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.1908	.3945	.1412
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	.3130	.4655	.2229
แม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร	.1527	.3610	.1327
ค้าขาย/อิสระ/อื่นๆ	.2214	.4166	.1822

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความแปรปรวน
รายได้	2.0458	1.0293	1.0314
พื้นที่ทองดี	.3206	.4685	.2195
พื้นที่ขาวใหญ่	.3130	.4655	.2166
พื้นที่ขาวน้ำผึ้ง	.2824	.4519	.2042
ขนาดใหญ่	.1756	.3819	.1459
ขนาดกลาง	.6794	.4685	.2194
ขนาดเล็ก	.1450	.3535	.1250
ชื่อที่ซูปเปอร์มาเก็ต	.1679	.3752	.1408
รสหวานสนิท	.7023	.4590	.2106
รสหวานอมเปรี้ยว	.9160	.2784	.0775
ชอบแห้งกรอบ	.7175	.4519	.2042
ชอบผิวเขียวอมเหลือง	.8549	.3535	.1250
ชอบผิวเหลือง	.2519	.4358	.1899
เปลือกบาง	.9160	.2784	.0775

ที่มา: จากการคำนวณ, 2552

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ พบว่ามีตัวแปรบางตัวที่มีความสัมพันธ์ในเชิงสถิติต่อกัน (multicollinearity) อย่างใกล้ชิดมาก กล่าวคือ เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ว่ามีค่าใกล้เคียงกับ  $\pm 1.00$  หรือไม่ ตัวแปรที่ค่อนข้างจะมีความสัมพันธ์กันและอาจเป็นปัญหาต่อการประมาณค่าของแบบจำลองมีดังนี้

อายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .212 และ .414 ตามลำดับ

การศึกษาของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับ อาชีพแม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.314

อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ อายุ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .212 และความความสัมพันธ์ในเชิงลบกับ อาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง

บริษัทเอกชน และอาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.322 และ -.247 ตามลำดับ ส่วนอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพแม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร และอาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.322, -.307 และ -.391 ตามลำดับ

สำหรับอาชีพแม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร มีความสัมพันธ์เชิงลบกับ การศึกษา อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ รายได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.314, -.307, -.236 และ -.255 ตามลำดับ ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ รายได้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .322 และมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน อาชีพแม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.247, -.391 และ -.236 ตามลำดับ

รายได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ อายุ อาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ/อื่นๆ ราคา ชุปเปอร์มาเก็ต เนื้อแห้งกรอบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .414, .322, .299, .239 และ .293 ตามลำดับ และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ อาชีพแม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.255

พันธุ์ทองดี มีความสัมพันธ์เชิงลบกับ พันธุ์ขาวใหญ่ พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง และเนื้อแห้งกรอบ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.420, -.379 และ -.235 ตามลำดับ ส่วนพันธุ์ขาวใหญ่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับ พันธุ์ทองดี พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง และชุปเปอร์มาเก็ต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.420, -.379 และ -.303 ตามลำดับ ส้มโอพันธุ์ขาวน้ำผึ้งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ราคา และชุปเปอร์มาเก็ต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .232 และ .364 ตามลำดับ และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ พันธุ์ทองดี และพันธุ์ขาวใหญ่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.379 และ -.379 ตามลำดับ

ส้มโอที่มีผลขนาดใหญ่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับ ผลขนาดกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.672 ส่วนส้มโอผลขนาดกลางมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ ผลขนาดใหญ่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.672

ราคามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ รายได้ พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง สถานที่ซื้อชุปเปอร์มาเก็ต เนื้อแห้งกรอบ และผิวสีเขียวอมเหลือง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .299, .232, .395, .238 และ .241 ตามลำดับ

การซื้อในซูปเปอร์มาเก็ตมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับ รายได้ พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง และราคา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .239, .364 และ .395 ตามลำดับ และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ พันธุ์ขาวใหญ่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.305

รศหวานอมเปรี้ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ พันธุ์ทองดี มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .204 ส่วนเนื้อแห้งกรอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ รายได้ และราคา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .293 และ .238 ตามลำดับ และมีความสัมพันธ์เชิงลบกับ พันธุ์ทองดี มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.235

ส้มโอที่มีผิวสีเขียวอมเหลืองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ราคา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .241 ส่วนส้มโอที่มีผิวสีเหลืองมีความสัมพันธ์เชิงลบกับราคา (ตารางที่ 6.2)

ความสัมพันธ์ในเชิงสถิติของตัวแปรอิสระ (multicollinearity) ดังกล่าว หมายถึงตัวแปรอิสระกลุ่มนั้น ๆ แสดงอิทธิพลหรือผลกระทบต่อตัวแปรตามได้เกือบจะเท่า ๆ กัน หรืออาจใช้แทนกันได้ จึงไม่จำเป็นต้องใช้ตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัวที่ให้ความหมายเกือบจะเหมือนกันนั้นมาอธิบายการแปรผันในตัวแปรตามอยู่พร้อม ๆ กัน

ตารางที่ 6.2 ความสัมพันธ์ของตัวแปรราคากับคุณลักษณะส้มโอ

Pearson Correlation Sig. (2-tailed)					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน/ ลูกจ้าง เอกชน
เพศ	1	-.155	-.044	-.075	-.065
อายุ	-.155	1	-.193*	.212**	-.050
การศึกษา	-.044	-.193*	1	.089	.079
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.075	.212**	.089	1	-.322**
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	-.065	-.050	.079	-.322**	1
แม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร	.105	.135	-.314**	-.194*	-.307**
ค้าขาย/อาชีพอิสระ/อื่นๆ	.024	.039	.028	-.247**	-.391**
รายได้	-.164*	.414**	.152	.099	.013
พันธุ์ทองดี	.152	-.069	.209*	-.118	.065
พันธุ์ขาวใหญ่	-.021	.021	.126	.049	-.040
พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง	-.085	.070	-.036	.093	.053
ขนาดใหญ่	.003	-.061	-.068	.184*	.070
ขนาดกลาง	-.094	.020	.122	-.124	.051
ราคา	-.085	.165	.204*	.094	.127
ชื่อที่ซูปเปอร์มาเก็ต	-.097	.114	-.120	.042	.129
รสหวานอมเปรี้ยว	.066	.013	-.121	-.063	.149
ชอบแห้งกรอบ	-.177*	.214*	.029	.089	-.005
ผิวสีเขียวอมเหลือง	-.076	-.049	.171	.090	.051
ผิวสีเหลือง	.084	-.082	-.054	.022	-.091
เปลือกบาง	.008	.043	-.094	.077	.031

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

Pearson Correlation Sig. (2-tailed)					
	แม่บ้าน/ รับจ้าง/ เกษตรกร	ค้าขาย/ อาชีพ อิสระ/อื่นๆ	รายได้	พื้นที่ ทองดี	พื้นที่ ขาวใหญ่
เพศ	.105	.024	<b>-.164*</b>	.152	-.021
อายุ	.135	-.039	<b>.414**</b>	-.069	.021
การศึกษา	<b>-.314**</b>	.028	.152	<b>-.209*</b>	<b>.126</b>
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<b>-.194*</b>	<b>-.247**</b>	.099	-.118	.049
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	<b>-.307**</b>	<b>-.391**</b>	.013	.065	-.040
แม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร	1	<b>-.236**</b>	<b>-.255**</b>	.034	.034
ค้าขาย/อาชีพอิสระ/อื่นๆ	<b>-.236**</b>	1	<b>.322**</b>	-.071	.010
รายได้	<b>-.255**</b>	<b>.322**</b>	1	-.094	.098
พื้นที่ทองดี	.034	-.071	-.094	1	<b>-.420**</b>
พื้นที่ขาวใหญ่	.034	.010	.098	<b>-.420**</b>	1
พื้นที่ขาวน้ำผึ้ง	-.024	-.112	.039	<b>-.379**</b>	<b>-.379**</b>
ขนาดใหญ่	-.084	-.045	.097	-.095	.078
ขนาดกลาง	-.027	.039	.063	.040	-.065
ราคา	-.164	-.027	<b>.299**</b>	<b>-.191*</b>	<b>-.008</b>
ชื่อที่ซูปเปอร์มาเก็ต	-.134	.015	<b>.239**</b>	-.039	<b>-.303**</b>
รสหวานอมเปรี้ยว	-.025	-.044	.014	<b>.204*</b>	<b>-.033</b>
ชอบแห้งกรอบ	-.017	.038	<b>.239**</b>	<b>-.235**</b>	<b>.058</b>
ผิวสีเขียวอมเหลือง	<b>-.187*</b>	-.050	.145	-.002	.091
ผิวสีเหลือง	-.022	.171	-.024	.076	-.082
เปลือกบาง	-.025	.091	.148	.086	.086



ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

Pearson Correlation Sig. (2-tailed)					
	พันธุ์ขาน้ำผึ้ง	ขนาดใหญ่	ขนาดกลาง	ราคา	ซูเปอร์มาเก็ต
เพศ	-.085	.003	-.094	.085	-.097
อายุ	.070	.061	.020	.165	.114
การศึกษา	-.036	-.068	.122	<b>.204*</b>	.120
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.093	<b>.184*</b>	-.124	.094	.042
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	.053	.070	.051	.127	.129
แม่บ้าน / รับจ้าง / เกษตรกร	-.024	-.084	-.027	-.164	-.134
ค้าขาย/อาชีพอิสระ/อื่นๆ	-.112	-.045	.039	-.027	.015
รายได้	.039	.097	.063	<b>.299**</b>	<b>.239**</b>
พันธุ์ทองคำ	<b>-.379**</b>	-.095	.040	<b>-.191*</b>	-.039
พันธุ์ขาน้ำผึ้ง	<b>-.379**</b>	.078	-.065	-.008	<b>-.303**</b>
พันธุ์ขาน้ำผึ้ง	1	.075	-.017	<b>.232**</b>	<b>.364**</b>
ขนาดใหญ่	.075	1	<b>-.672**</b>	.146	.168
ขนาดกลาง	-.017	<b>-.672**</b>	1	.055	.002
ราคา	<b>.232**</b>	.146	.055	1	<b>.395**</b>
ชื่อที่ซูเปอร์มาเก็ต	<b>.364**</b>	.168	.002	<b>.395**</b>	1
รสหวานอมเปรี้ยว	-.122	-.005	.087	.040	-.011
ชอบแห้งกรอบ	.158	<b>.200*</b>	.005	<b>.238**</b>	.055
ผิวสีเขียวอมเหลือง	-.038	.019	.042	<b>.241**</b>	.011
ผิวสีเหลือง	-.040	-.053	.091	<b>-.187*</b>	-.092
เปลือกบาง	-.122	.140	-.031	.106	-.085

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright © by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

Pearson Correlation Sig. (2-tailed)					
	รสหวานอมเปรี้ยว	เนื้อแห้งกรอบ	ผิวสีเขียวอมเหลือง	ผิวสีเหลือง	เปลือกบาง
เพศ	.066	-.177*	-.076	.084	.008
อายุ	.013	.214*	-.049	-.082	.043
การศึกษา	-.121	.029	.171	-.054	-.094
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-.063	.089	.090	.022	.077
พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	.149	-.005	.051	-.091	.031
แม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร	-.025	-.017	-.187*	-.022	-.025
ค้าขาย/อาชีพอิสระ/อื่นๆ	-.044	.038	-.050	.171	.091
รายได้	.014	.293**	.145	-.024	.148
พันธุ์ทองดี	.204*	-.235**	-.002	.076	.086
พันธุ์ขาวใหญ่	-.033	.058	.091	-.082	.086
พันธุ์ขาวน้ำผึ้ง	-.122	.158	-.038	-.040	-.122
ขนาดใหญ่	-.005	.200*	.019	-.053	.140
ขนาดกลาง	.087	.005	.042	.091	-.031
ราคา	.040	.238**	.241**	-.187*	.106
ชื่อที่ซูปเปอร์มาเก็ต	-.011	.055	.011	-.092	-.085
รสหวานอมเปรี้ยว	1	-.129	.032	.095	.107
ชอบแห้งกรอบ	-.129	1	.079	.008	-.007
ผิวสีเขียวอมเหลือง	.032	.079	1	-.146	.188*
ผิวสีเหลือง	.095	.008	-.146	1	.095
เปลือกบาง	.107	-.007	.188*	.095	1

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

ที่มา: จากการคำนวณ, 2552



การแก้ไขปัญหา multicollinearity ที่เกิดขึ้น วิธีหนึ่งที่ได้ก็คือ การเลือกตัดตัวแปรบางตัวแปร ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ที่สูง ออกจากแบบจำลองให้เหลือเพียงตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งเพียงตัวเดียว ซึ่งเมื่อพิจารณาตารางที่ 6.2 จึงเลือกตัดตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 บางตัวที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงออกแล้วทำการวิเคราะห์ผู้บริโภครายอื่นที่ง่ายเพื่อซื้อส้ม โอเปรียบเทียบกับการรวมทุกตัวแปรดังจะกล่าวในหัวข้อต่อไป

การเลือกตัดตัวแปรในที่นี้มีเหตุผลว่าตัวแปรที่มีค่า  $r$  สูงส่วนใหญ่เป็นตัวแปรที่สะท้อนลักษณะของกันและกัน การตัดตัวแปรที่ทดแทนกันได้ออกจะไม่ทำให้เกิดปัญหาการออกแบบจำลองที่ผิดพลาดหรือ specification problem

## 6.2 การวิเคราะห์ผู้บริโภครายอื่นที่ง่ายเพื่อซื้อส้มโอ

จากการศึกษาประมาณค่าราคาแบบแฝงของคุณลักษณะต่าง ๆ ของส้มโอ (สมการหน้า 26) ที่ส่งผลต่อราคาส้มโอด้วยวิธี hedonic price analysis ซึ่งให้เห็นว่า ชูปเปอร์มาเก็ต ผิวสีเขียวอมเหลืองมีความสัมพันธ์แบบพหุคูณกับราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเนื้อแห้งกรอบมีความสัมพันธ์แบบพหุคูณกับราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 10.55, 6.50 และ 4.58 ตามลำดับ และสามารถพยากรณ์ราคาขายส้มโอได้ร้อยละ 25.20

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ที่มีความสัมพันธ์ พบว่า ราคาส้มโอสัมพันธ์กับการขายในชูปเปอร์มาเก็ตได้สูงสุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 10.554 รองลงมาคือ ผิวสีเขียวอมเหลืองโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 6.495 และเนื้อแห้งกรอบมีค่าสัมประสิทธิ์ (B) เท่ากับ 4.579 กล่าวคือ การจำหน่ายส้มโอในชูปเปอร์มาเก็ตจะทำให้ราคาสูงกว่าจำหน่ายในตลาดสด/ร้านข้างทาง 10.55 บาท/ผล และส้มโอที่มีผิวสีเขียวอมเหลืองทำให้ราคาสูงกว่าผิวสีเขียว 6.50 บาท/ผล และลักษณะเนื้อแห้งกรอบของส้มโอส่งผลให้ราคาสูงกว่าลักษณะเนื้อนุ่มเล็กน้อย 4.58 บาท/ผล

เนื่องจากเกิดปัญหาความสัมพันธ์ในเชิงสถิติของตัวแปรอิสระ (multicollinearity) ในสมการ จำเป็นต้องแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการตัดตัวแปรบางตัวออกจากสมการ ได้แก่ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพแม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร อาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ/อื่นๆ ผลขนาดใหญ่

รศหวานอมเปรี้ยว เนื้อแห้งกรอบ ผิวเหลือง และเปลือกบาง แล้ววิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง คุณลักษณะและราคาของส้มโออีกครั้ง

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ชูปเปอร์มาเก็ต ผิวสีเขียวอมเหลือง มีความสัมพันธ์แบบพหุกับ ราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 9.563 และ 6.229 ตามลำดับ ส่วนรายได้ พันธุ์ทองดี มีความสัมพันธ์แบบพหุกับราคา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 1.717 และ -3.590 ตามลำดับ กล่าวคือ การจำหน่ายส้มโอ ในชูปเปอร์มาเก็ตจะทำให้ราคาสูงกว่าจำหน่ายในตลาดสด/ร้านข้างทาง 9.56 บาท/ผล ส้มโอที่มีผิว สีเขียวอมเหลืองทำให้ราคาสูงกว่าผิวสีเขียว 6.23 บาท/ผล หากรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 1 บาท/ เดือนก็จะทำให้ราคาของส้มโอเพิ่มขึ้น 1.72 บาท/ผล และถ้าเป็นส้มโอพันธุ์ทองดีนั้นจะทำให้ราคา ขายลดลง 3.59 บาท/ผล เมื่อเทียบกับพันธุ์ขาวแตงกวา ซึ่งปัจจัยชูปเปอร์มาเก็ตนั้นสอดคล้องกับ งานวิจัยของ พุทธวรรณ และคณะ, 2548 ที่ศึกษาความสัมพันธ์ของราคาและคุณลักษณะของผัก เมืองหนาว

จะเห็นได้ว่าเมื่อตัดตัวแปรอิสระบางตัวที่มีความสัมพันธ์ในเชิงสถิติต่อกันออกแล้ว ผล การวิเคราะห์จะแตกต่างกันออกไป โดยพบว่า มีปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาส้มโออย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติได้แก่ รายได้ พันธุ์ทองดี ชูปเปอร์มาเก็ต และผิวสีเขียวอมเหลือง

แบบจำลองพื้นฐานคือ แบบจำลองที่ตัวแปรอิสระมีลักษณะต่อไปนี้: พันธุ์ขาวแตงกวา ผิวเขียว ขนาดผลเล็ก รศหวานสนิท เนื้อฉ่ำน้ำเล็กน้อย เปลือกหนา การซื้อจากตลาดสด หรือร้าน ข้างทาง ผู้ซื้อเป็นนักศึกษา และเป็นเพศชาย

ผลจากการประมาณค่าแบบจำลองชี้ให้เห็นมูลค่าแฝงของตัวแปรต่าง ๆ และพบว่าทั้ง แบบจำลองที่ 1 และ 2 มีความสอดคล้องกันคือ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อสีผิวเขียวอมเหลืองอย่าง มีนัยสำคัญแตกต่างไปจากผลสีเขียว คือทำให้ราคาสูงขึ้น 6.23-6.50 บาท/ผล การซื้อในชูปเปอร์มา เเก็ตทำให้ราคาสูงขึ้น 9.56-10.55 บาท/ผล พันธุ์ทองดีมีราคาต่ำกว่าพันธุ์ขาวแตงกวา 0.14-3.60 บาท/ ผล ในขณะที่พันธุ์ขาวใหญ่ และพันธุ์ขาวน้ำผึ้งราคาไม่แตกต่างจากพันธุ์ขาวแตงกวาอย่างมี นัยสำคัญ

สำหรับลูกค้าเป้าหมายนั้นพบว่า ระดับรายได้เป็นปัจจัยเดียวที่มีนัยสำคัญต่อการซื้อราคา สูงขึ้นคือ รายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น 1 บาท/เดือน ช่วยให้ราคาสูงขึ้น 0.14-172 บาท/ผล เป็นที่ สังเกตว่าค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลอง 1 น่าจะมีความเป็นไปได้มากกว่า (ตารางที่ 6.3)

ตารางที่ 6.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของราคาและคุณลักษณะต่างๆของส้มโอ

ตัวแปร	แบบจำลอง 1 (รวมทุกตัวแปร)			แบบจำลอง 2 (ตัดบางตัวแปรออก)		
	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่าสถิติ t	prob.	ค่าสัมประสิทธิ์	ค่าสถิติ t	prob.
(Constant)	24.389	10.247	.000***	25.680	10.134	.000***
เพศ	.004	.056	.955	.022	.279	.781
อายุ	.095	1.207	.230	.068	.805	.422
การศึกษา	.120	1.531	.128	.070	.876	.383
อาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	.041	.530	.597	-	-	-
พนักงานจ้าง/ลูกจ้างเอกชน	.068	.882	.379	.070	.904	.368
อาชีพแม่บ้าน/รับจ้าง/ เกษตรกร	-.072	-.916	.361	-	-	-
อาชีพค้าขาย/อิสระ/อื่นๆ	-.029	-.380	.705	-	-	-
รายได้	.138	1.668	.098*	1.717	2.139	.034**
พื้นที่ทอင့်	-.136	-1.741	.084*	-3.590	-2.105	.037**
พื้นที่ขาวใหญ่	.085	1.049	.296	-.010	-.106	.915
พื้นที่ขาวน้ำผึ้ง	.082	.984	.327	.063	.709	.479
ขนาดใหญ่	.040	.498	.619	-	-	-
ขนาดกลาง	.044	.574	.567	.042	.545	.587
ซูปเปอร์มาเก็ต	10.554	4.964	.000***	9.563	4.408	.000***
รสหวานอมเปรี้ยว	.064	.826	.410	-	-	-
เนื้อแห้งกรอบ	4.579	2.586	.011**	-	-	-
ผิวสีเขียวอมเหลือง	6.495	2.873	.005***	6.229	2.756	.007***
ผิวสีเหลือง	-.125	-1.609	.110	-	-	-
เปลือกบาง	.103	1.317	.190	-	-	-
	$R = .502, R^2 = .252$ $F = 14.229$			$R = .519, R^2 = .269$ $F = 11.617$		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ที่มา: จากการคำนวณ

ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าผู้ปลูกที่สามารถหาคาตลาดบนได้เช่น ชุปเปอร์มาเก็ต และสามารถปลูกพันธุ์ข้าวแดงกว่าได้ควรเลือกปลูกพันธุ์ข้าวแดงกว่า ส่วนพันธุ์ขาวน้ำผึ้งมีราคาไม่ต่างจากพันธุ์ทองดี ผู้ปลูกควรหาช่องทางขายให้ชุปเปอร์มาเก็ตเป็นทางเลือกแต่ต้องคำนึงถึงความแตกต่างของราคากับต้นทุนที่จะเพิ่มขึ้นด้วย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved