

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ทักษะคิดของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อข้าวกล้องงอก ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ราย โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 6 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2 ถึง 14)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก (ตารางที่ 15 ถึง 17)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลองค์ประกอบด้านความรู้สึกที่มีต่อข้าวกล้องงอก (ตารางที่ 18)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมกรบริโภคข้าวกล้องงอก (ตารางที่ 19 ถึง 30)

ส่วนที่ 5 ทักษะคิดด้านความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 31 ถึง 37)

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	136	34.0
หญิง	264	66.0
รวม	400	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 34.0

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ไม่เกิน 20 ปี	36	9.0	3
21-30 ปี	286	71.5	1
31-40 ปี	54	13.5	2
41-50 ปี	16	4.0	4
51-60 ปี	8	2.0	5
รวม	400	100.0	

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุช่วง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 71.5 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.5 ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.0 ช่วงอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.0 และช่วงอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ประถมศึกษา	6	1.5	5
มัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช.	12	3.0	4
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส.	70	17.5	2
ปริญญาตรี	274	68.5	1
ปริญญาโท	38	9.5	3
รวม	400	100.0	

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 17.5 ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 9.5 มัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 3.0 และประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
นักเรียน/นักศึกษา	111	27.8	2
ข้าราชการ	17	4.2	6
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	6	1.5	7
พนักงานในหน่วยงานกำกับของรัฐ	61	15.3	3
พนักงานเอกชน	146	36.5	1
รับจ้าง	29	7.2	4
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	22	5.5	5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4	1.0	8
อื่นๆ	4	1.0	9
รวม	400	100.0	

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ว่างาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 27.8 พนักงานในหน่วยงานกำกับของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 15.3 รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 7.2 ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 5.5 ข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 4.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 1.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน และอื่นๆ (ว่างงาน) คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ไม่เกิน 10,000 บาท	206	51.5	1
10,001-20,000 บาท	136	34.0	2
20,001-30,000 บาท	36	9.0	3
30,001-40,000 บาท	6	1.5	5
40,001-50,000 บาท	4	1.0	6
มากกว่า 50,000 บาท	12	3.0	4
รวม	400	100.0	

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ รายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็น ร้อยละ 34.0 รายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.0 รายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 3.0 รายได้ 30,001-40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และรายได้ 40,001-50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบริโภคข้าวกล้อง

การบริโภคข้าวกล้อง	จำนวน	ร้อยละ
บริโภค	250	62.5
ไม่บริโภค	150	37.5
รวม	400	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามบริโภคข้าวกล้อง คิดเป็นร้อยละ 62.5 และไม่บริโภคข้าวกล้อง คิดเป็นร้อยละ 37.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคข้าวกล้อง ซึ่งมีจำนวน 250 คน มีพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง ดังตารางที่ 8-11

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรูปแบบการบริโภคข้าวกล้อง

รูปแบบข้าวกล้อง	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ข้าวกล้องหอมมะลิ	153	61.2	1
ข้าวกล้องเหนียว	4	1.6	4
ข้าวกล้องแดง	71	28.4	2
ข้าวกล้องผสมธัญพืช	22	8.8	3
รวม	250	100.0	

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคข้าวกล้อง 250 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่บริโภคข้าวกล้องหอมมะลิ คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาคือข้าวกล้องแดง คิดเป็นร้อยละ 28.4 ข้าวกล้องผสมธัญพืช คิดเป็นร้อยละ 8.8 และข้าวกล้องเหนียว คิดเป็นร้อยละ 1.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของการบริโภคข้าวกล้อง

ความถี่ของการบริโภคข้าวกล้อง	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
เป็นประจำ	50	20.0	4
เป็นครั้งคราว	89	35.6	1
บางครั้ง	51	20.4	3
นานๆ ครั้ง	60	24.0	2
รวม	250	100.0	

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคข้าวกล้อง 250 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ บริโภคข้าวกล้องเป็นครั้งคราว คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาคือ บริโภคนานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.0 บริโภคเป็นบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.4 และบริโภคเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการซื้อข้าวกล้อง

โอกาสในการซื้อข้าวกล้อง	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
ใกล้จะหมด	153	61.2	1
มีการลด แลก แจก แถม	34	13.6	3
มีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	55	22.0	2
อื่นๆ	8	3.2	4
รวม	250	100.0	

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคข้าวกล้อง 250 คน และอื่นๆ ได้แก่ อยากรับประทาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อข้าวกล้องเมื่อใกล้จะหมด คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมา คือ เมื่อมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ คิดเป็นร้อยละ 22.0 มีการลด แลก แจก แถม คิดเป็นร้อยละ 13.6 และอื่นๆ (เมื่ออยากรับประทาน) คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สาเหตุของการบริโภคข้าวกล้อง

สาเหตุของการบริโภคข้าวกล้อง	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มีคุณค่าทางโภชนาการ	231	92.8	1
ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้	150	60.0	2
สามารถหาซื้อได้ง่าย	40	16.0	4
ได้รับการแนะนำจากผู้อื่น	65	25.6	3
อื่นๆ	2	0.8	5

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคข้าวกล้อง 250 คน

อื่นๆ ได้แก่ อยากรทดลอง และผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ บริโภคข้าวกล้องเนื่องจาก มีคุณค่าทางโภชนาการ คิดเป็น ร้อยละ 92.8 รองลงมาคือ ช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้ คิดเป็นร้อยละ 60.0 ได้รับการแนะนำจากผู้อื่น คิดเป็นร้อยละ 25.6 สามารถหาซื้อได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอื่นๆ (อยากรทดลอง) คิดเป็น ร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการรู้จักข่าวลืองอก

การรู้จักข่าวลืองอก	จำนวน	ร้อยละ
รู้จัก	258	64.5
ไม่รู้จัก	142	35.5
รวม	400	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้จักข่าวลืองอก คิดเป็นร้อยละ 64.5 และไม่รู้จักข่าวลืองอก คิดเป็นร้อยละ 35.5

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แหล่งข้อมูลที่รู้จักข่าวลืองอก

แหล่งข้อมูลที่รู้จักข่าวลืองอก	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์ เช่น ข่าว รายการอาหาร โฆษณา เป็นต้น	171	65.9
บทความวิชาการ เช่น ในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น	146	56.6
อินเทอร์เน็ต	55	21.7
คนอื่นแนะนำ	60	23.3

หมายเหตุ : เฉพาะผู้ที่รู้จักข่าวลืองอก จำนวน 258 คน และตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักข่าวลืองอกจาก โทรทัศน์ เช่น ข่าว รายการอาหาร โฆษณา เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 65.9 รองลงมาคือ บทความวิชาการ เช่น ในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 56.6 คนอื่นแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 23.3 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 21.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเคยบริโภคข้าวกล้องงอก

เคยบริโภคข้าวกล้องงอก	จำนวน	ร้อยละ
เคย	91	22.7
ไม่เคย	309	77.3
รวม	400	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคข้าวกล้องงอก คิดเป็นร้อยละ 22.7 และไม่เคยบริโภคข้าวกล้องงอก คิดเป็นร้อยละ 77.3

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก

ประเด็นของข้าวกล้องงอก	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ	คำตอบที่ถูกต้อง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าข้าวขัดสี	319 (79.8)	0 (0.0)	81 (20.2)	ใช่
2. สารกาบา (GABA) เป็นสารที่พบได้ในข้าวทุกๆ ไป	89 (22.2)	66 (16.5)	245 (61.3)	ใช่
3. การงอกของข้าวกล้องงอก ทำให้มีสารกาบาเพิ่มขึ้น	139 (34.7)	11 (2.8)	250 (62.5)	ใช่
4. ข้าวกล้องงอกที่งอกแล้ว ยิ่งงอกยิ่งทำให้สารกาบาเพิ่มมากขึ้น	72 (18.0)	52 (13.0)	276 (69.0)	ไม่ใช่
5. ข้าวกล้องงอกสามารถป้องกันโรคมะเร็ง เบาหวาน และช่วยควบคุมน้ำหนักตัวได้	148 (37.0)	16 (4.0)	236 (59.0)	ใช่
6. ในข้าวกล้องงอกมีกรดอะมิโนที่มีส่วนช่วยในการรักษาโรควิตกกังวล นอนไม่หลับ โรคลมชัก และลดความดันโลหิตได้	175 (43.7)	10 (2.5)	215 (53.8)	ใช่
7. การทำข้าวกล้องงอกสามารถทำได้โดยการนำข้าวกล้องมาแช่น้ำประมาณ 24 ชั่วโมง แล้วนำมาหุงรับประทานได้เลย	117 (29.2)	28 (7.0)	255 (63.8)	ใช่
8. การบริโภคข้าวกล้องงอกให้ได้ประโยชน์จะต้องบริโภคในรูปของข้าวเท่านั้น	58 (14.5)	132 (33.0)	210 (52.5)	ไม่ใช่
9. ข้าวกล้องงอกไม่เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ	24 (6.0)	176 (44.5)	200 (50.0)	ไม่ใช่
10. สารกาบาส่งผลต่อสตรีมีครรภ์อาจทำให้ทารกในครรภ์แท้งได้	20 (5.0)	74 (18.5)	306 (76.5)	ไม่ใช่
11. ข้าวกล้องงอกเมื่อหุงสุกแล้ว จะมีเนื้อสัมผัสที่อ่อนนุ่มกว่าข้าวกล้อง	95 (23.7)	28 (7.0)	277 (69.3)	ใช่

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจ ถูกต้องเกี่ยวกับประเด็น ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าข้าวขัดสี โดยตอบถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 79.8 ส่วนประเด็นอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบหรือตอบผิด เรียงตามลำดับร้อยละของการไม่ทราบและตอบผิด

รวมกัน จากมากไปน้อย ดังนี้ ข้าวกล้องที่งอกแล้ว ยิ่งงอกยิ่งทำให้สารกาบาเพิ่มมากขึ้น (ร้อยละ 82.0) สารกาบาส่งผลต่อสตรีมีครรภ์อาจทำให้ทารกในครรภ์แท้งได้ (ร้อยละ 81.5) สารกาบา (GABA) เป็นสารที่พบได้ในข้าวต่างๆ ไป (ร้อยละ 77.8) ข้าวกล้องงอกเมื่อหุงสุกแล้ว จะมีเนื้อสัมผัสที่อ่อนนุ่มกว่าข้าวกล้อง (ร้อยละ 76.3) การทำข้าวกล้องงอกสามารถทำได้โดยการนำข้าวกล้องมาแช่น้ำประมาณ 24 ชั่วโมง แล้วนำมาหุงรับประทานได้เลย (ร้อยละ 70.8) การบริโภคข้าวกล้องงอกให้ได้ประโยชน์จะต้องบริโภคในรูปของข้าวเท่านั้น (ร้อยละ 67.0) การงอกของข้าวกล้อง ทำให้มีสารกาบาเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 65.3) ข้าวกล้องงอกสามารถป้องกันโรคมะเร็ง เบาหวาน และช่วยควบคุมน้ำหนักตัวได้ (ร้อยละ 63.0) ในข้าวกล้องงอกมีกรดอะมิโนที่มีส่วนช่วยในการรักษาโรควิตกกังวล นอนไม่หลับ โรคลมชัก และลดความดันโลหิตได้ (ร้อยละ 56.3) และข้าวกล้องงอกไม่เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ (ร้อยละ 56.0)

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักข้าวกล้องงอกจำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก

ประเด็นของกล้องงอก	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ	คำตอบที่ถูกต้อง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าข้าวขัดสี	232 (89.9)	0 (0.0)	26 (10.1)	ใช่
2. สารกาบา (GABA) เป็นสารที่พบได้ในข้าวทั่วไป	68 (26.4)	60 (23.3)	130 (50.4)	ใช่
3. การงอกของข้าวกล้อง ทำให้มีสารกาบาเพิ่มขึ้น	122 (47.3)	8 (3.1)	128 (49.6)	ใช่
4. ข้าวกล้องที่งอกแล้ว ยิ่งงอกยิ่งทำให้สารกาบาเพิ่มมากขึ้น	60 (23.3)	44 (17.1)	154 (59.7)	ไม่ใช่
5. ข้าวกล้องงอกสามารถป้องกันโรคมะเร็ง เบาหวาน และช่วยควบคุมน้ำหนักตัวได้	128 (49.6)	10 (3.9)	120 (46.5)	ใช่
6. ในข้าวกล้องงอกมีกรดอะมิโนที่มีส่วนช่วยในการรักษาโรควิตกกังวล นอนไม่หลับ โรคลมชัก และลดความดันโลหิตได้	146 (56.6)	8 (3.1)	104 (40.3)	ใช่
7. การทำข้าวกล้องงอกสามารถทำได้โดยการนำข้าวกล้องมาแช่น้ำประมาณ 24 ชั่วโมง แล้วนำมาหุงรับประทานได้เลย	92 (35.7)	26 (10.1)	140 (54.3)	ใช่
8. การบริโภคข้าวกล้องงอกให้ได้ประโยชน์จะต้องบริโภคในรูปแบบของข้าวเท่านั้น	44 (17.1)	108 (41.9)	106 (41.1)	ไม่ใช่
9. ข้าวกล้องงอกไม่เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ	18 (7.0)	138 (53.5)	102 (39.5)	ไม่ใช่
10. สารกาบาส่งผลต่อสตรีมีครรภ์อาจทำให้ทารกในครรภ์แท้งได้	16 (6.2)	56 (21.7)	186 (72.1)	ไม่ใช่
11. ข้าวกล้องงอกเมื่อหุงสุกแล้ว จะมีเนื้อสัมผัสที่อ่อนนุ่มกว่าข้าวกล้อง	82 (31.8)	16 (6.2)	160 (62.0)	ใช่

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักข้าวกล้องงอก 258 คน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่รู้จักข้าวกล้องงอกส่วนใหญ่ มีความรู้และความเข้าใจ ถูกต้องเกี่ยวกับประเด็นต่อไปนี้ เรียงตามลำดับร้อยละของการตอบได้ถูกต้อง จากมากไปน้อยดังนี้ ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าข้าวขัดสี (ร้อยละ 89.9) ในข้าวกล้องงอกมีกรดอะมิโนที่มีส่วนช่วยในการ

รักษาโรควิตกกังวล นอนไม่หลับ โรคลมชัก และลดความดันโลหิตได้ (ร้อยละ 56.6) ข้าวกล้องงอกไม่เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ (ร้อยละ 53.5) ข้าวกล้องงอกสามารถป้องกันโรคมะเร็ง เบาหวาน และช่วยควบคุมน้ำหนักตัวได้ (ร้อยละ 49.6) และการบริโภคข้าวกล้องงอกให้ได้ประโยชน์จะต้องบริโภคในรูปของข้าวเท่านั้น (ร้อยละ 41.9) ส่วนประเด็นอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบหรือตอบผิด เรียงตามลำดับร้อยละของการไม่ทราบและตอบผิดรวมกัน จากมากไปน้อย ดังนี้ การงอกของข้าวกล้อง ทำให้มีสารกาบาเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 83.0) สารกาบาส่งผลต่อสตรีมีครรภ์อาจทำให้ทารกในครรภ์แท้งได้ (ร้อยละ 78.3) สารกาบา (GABA) เป็นสารที่พบได้ในข้าวทั่วไป (ร้อยละ 73.7) การทำข้าวกล้องงอกสามารถทำได้โดยการนำข้าวกล้องมาแช่น้ำประมาณ 24 ชั่วโมง แล้วนำมาหุงรับประทานได้เลย (ร้อยละ 64.4) ข้าวกล้องงอกเมื่อหุงสุกแล้ว จะมีเนื้อสัมผัสที่อ่อนนุ่มกว่าข้าวกล้อง (ร้อยละ 68.2) และข้าวกล้องที่งอกแล้ว ยิ่งงอกยิ่งทำให้สารกาบาเพิ่มมากขึ้น (ร้อยละ 52.7)

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคข้าวกล้องงอกจำแนกตามความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับข้าวกล้องงอก

ประเด็นของข้าวกล้องงอก	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ทราบ	คำตอบที่ถูกต้อง
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าข้าวขัดสี	89 (97.8)	0 (0.0)	2 (2.2)	ใช่
2. สารกาบา (GABA) เป็นสารที่พบได้ในข้าวทั่วๆ ไป	32 (35.2)	23 (25.3)	36 (39.5)	ใช่
3. การงอกของข้าวกล้อง ทำให้มีสารกาบาเพิ่มขึ้น	54 (59.3)	2 (2.2)	35 (38.5)	ใช่
4. ข้าวกล้องที่งอกแล้ว ยิ่งงอกยิ่งทำให้สารกาบาเพิ่มมากขึ้น	23 (25.3)	20 (22.0)	48 (52.7)	ไม่ใช่
5. ข้าวกล้องงอกสามารถป้องกันโรคมะเร็ง เบาหวาน และช่วยควบคุมน้ำหนักตัวได้	52 (57.1)	2 (2.2)	37 (40.7)	ใช่
6. ในข้าวกล้องงอกมีกรดอะมิโนที่มีส่วนช่วยในการรักษาโรควิตกกังวล นอนไม่หลับ โรคลมชัก และลดความดันโลหิตได้	58 (63.7)	4 (4.3)	29 (32.0)	ใช่
7. การทำข้าวกล้องงอกสามารถทำได้โดยการนำข้าวกล้องมาแช่น้ำประมาณ 24 ชั่วโมง แล้วนำมาหุงรับประทานได้เลย	47 (51.6)	12 (13.2)	32 (35.2)	ใช่
8. การบริโภคข้าวกล้องงอกให้ได้ประโยชน์จะต้องบริโภคในรูปของข้าวเท่านั้น	22 (24.2)	50 (55.0)	19 (20.8)	ไม่ใช่
9. ข้าวกล้องงอกไม่เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ	8 (8.8)	58 (63.7)	25 (27.5)	ไม่ใช่
10. สารกาบาส่งผลต่อสตรีมีครรภ์อาจทำให้ทารกในครรภ์แท้งได้	8 (8.8)	27 (29.7)	56 (61.5)	ไม่ใช่
11. ข้าวกล้องงอกเมื่อหุงสุกแล้ว จะมีเนื้อสัมผัสที่อ่อนนุ่มกว่าข้าวกล้อง	47 (51.6)	8 (8.8)	36 (39.6)	ใช่

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยบริโภคข้าวกล้องงอก 91 คน

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เคยบริโภคข้าวกล้องงอกส่วนใหญ่ มีความรู้และความเข้าใจ ถูกต้องเกี่ยวกับ ประเด็นต่อไปนี้ เรียงตามลำดับร้อยละของการตอบได้ถูกต้อง จากมากไปน้อยดังนี้ ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางอาหารมากกว่าข้าวขัดสี (ร้อยละ 97.8) ในข้าวกล้องงอกมีกรดอะมิโนที่มีส่วนช่วยในการรักษาโรควิตกกังวล นอนไม่หลับ โรคลมชัก และลดความดันโลหิตได้ (ร้อยละ

63.7) ขี้วกล็องงอกไม่เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ (ร้อยละ 63.7) การงอกของขี้วกล็อง ทำให้มีสารกาบาเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 59.7) ขี้วกล็องงอกสามารถป้องกันโรคมะเร็ง เบาหวาน และช่วยควบคุมน้ำหนักตัวได้ (ร้อยละ 57.1) การบริโภคขี้วกล็องงอกให้ได้ประโยชน์จะต้องบริโภคในรูปของขี้วเท่านั้น (ร้อยละ 55.0) การทำขี้วกล็องงอกสามารถทำได้โดยการนำขี้วกล็องมาแช่น้ำประมาณ 24 ชั่วโมง แล้วนำมาหุงรับประทานได้เลย (ร้อยละ 51.6) และขี้วกล็องงอกเมื่อหุงสุกแล้ว จะมีเนื้อสัมผัสที่อ่อนนุ่มกว่าขี้วกล็อง (ร้อยละ 51.6) ส่วนประเด็นอื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบหรือตอบผิด เรียงตามลำดับร้อยละของการไม่ทราบและตอบผิดรวมกัน จากมากไปน้อย ดังนี้ ขี้วกล็องที่งอกแล้ว ยิ่งงอกยิ่งทำให้สารกาบาเพิ่มมากขึ้น (ร้อยละ 78.0) สารกาบาส่งผลต่อสตรีมีครรภ์อาจทำให้ทารกในครรภ์แท้งได้ (ร้อยละ 69.5) และสารกาบา (GABA) เป็นสารที่พบได้ในข้าวทั่วๆ ไป (ร้อยละ 64.8)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลองค์ประกอบด้านความรู้สึกที่มีต่อข้าวกล้องงอก

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความรู้สึกที่มีต่อข้าวกล้องงอก

องค์ประกอบด้านความรู้สึก	ระดับความรู้สึก					ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. คุณค่าทางโภชนาการสูง	118 (29.5)	226 (56.5)	56 (14.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.15 ± 0.64 (เห็นด้วย)
2. ควรบริโภคประจำทุกวัน	44 (11.0)	180 (45.0)	172 (43.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	3.66 ± 0.68 (เห็นด้วย)
3. บรรจุภัณฑ์ ควรมีรูปลักษณะที่ สวยงาม	40 (10.0)	146 (36.5)	206 (51.5)	8 (2.0)	0 (0.0)	3.55 ± 0.70 (เห็นด้วย)
4. บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถเก็บรักษา คุณภาพ ได้เป็นอย่างดี	152 (38.0)	172 (43.0)	74 (18.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.18 ± 0.74 (เห็นด้วย)
5. ควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ให้ เลือกซื้อ	104 (26.0)	210 (52.5)	84 (21.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.04 ± 0.70 (เห็นด้วย)
6. ควรมีความหลากหลายของ รูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก	116 (29.0)	210 (52.5)	60 (15.0)	14 (3.5)	0 (0.0)	4.07 ± 0.76 (เห็นด้วย)
7. หลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่ม กว่าเมื่อเทียบกับ ข้าวกล้องทั่วไป	70 (17.5)	166 (41.5)	164 (41.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.77 ± 0.73 (เห็นด้วย)
8. มีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าว ทั่วไป	60 (15.0)	176 (44.0)	132 (33.0)	32 (8.0)	0 (0.0)	3.66 ± 0.83 (เห็นด้วย)
9. หาซื้อได้ยาก ควรเพิ่มช่องทางการ จัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น	62 (15.5)	224 (56.0)	102 (25.5)	12 (3.0)	0 (0.0)	3.84 ± 0.71 (เห็นด้วย)
10. ควรเพิ่มการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ให้ มากขึ้น	132 (33.0)	202 (50.5)	64 (16.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	4.16 ± 0.70 (เห็นด้วย)
11. ตราริณค้า หรือบริษัท ผู้ผลิตมี ผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน	82 (20.5)	190 (47.5)	124 (31.0)	4 (1.0)	0 (0.0)	3.87 ± 0.74 (เห็นด้วย)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความรู้สึกเห็นด้วย ในทุกประเด็น เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย จากมากไปน้อย ดังนี้ บรรจุกัญท์ที่ใช้บรรจุต้อง สามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็น อย่างดี (4.18๑ 0.74) ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้อง งอกให้มากยิ่งขึ้น (4.16๑ 0.70) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.15๑ 0.64) ควรมี ความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (4.07๑ 0.76) ข้าวกล้องงอก ควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (4.04๑ 0.70) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.87๑ 0.74) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยาก ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.84๑ 0.71) ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องทั่วไป (3.77๑ 0.73) ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.66๑ 0.83) ควรบริโภคข้าว กล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.66๑ 0.68) และบรรจุกัญท์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่ สวยงาม (3.55๑ 0.70)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลแนวโน้มพฤติกรรมกรบริโภคข้าวกล้องงอก

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อข้าวกล้องงอกที่รู้จัก

ยี่ห้อข้าวกล้องงอก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่รู้จักยี่ห้อใดเลย	300	75.0	1
ข้าวกล้องงอก S&P	60	15.0	2
ข้าวกล้องงอกฟรีไลท์	23	6.0	4
มานูญครองพลัส (Nutra GABA Rice)	35	8.5	3
อื่นๆ	4	1.0	5

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน และตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
อื่นๆ ได้แก่ โครงการหลวง ตราฉัตร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ไม่รู้จักข้าวกล้องงอกยี่ห้อใดเลย คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ รู้จักยี่ห้อ ข้าวกล้องงอก S&P คิดเป็นร้อยละ 15.0 มานูญครองพลัส (Nutra GABA Rice) คิดเป็นร้อยละ 8.5 ข้าวกล้องงอกฟรีไลท์ คิดเป็นร้อยละ 6.0 และยี่ห้ออื่นๆ (โครงการหลวง ตราฉัตร) คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อข้าวกล้องงอก

เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาเลือกซื้อข้าวกล้องงอก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ชื่อเสียงของตราสินค้า	92	23.0	5
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	323	80.5	1
รสชาติ	168	42.0	3
ราคาเหมาะสม	284	71.0	2
หาซื้อได้ง่าย	151	38.0	4
พบเห็นโฆษณาทางสื่อ	48	12.0	6

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน และผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พิจารณาเลือกซื้อข้าวกล้องงอกโดยใช้เกณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมาคือ ราคาเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 71.0 รสชาติ คิดเป็นร้อยละ 42.0 หาซื้อได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 38.0 ชื่อเสียงตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 23.0 และพบเห็นทางโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเวลาของการบริโภคข้าวกล้องงอก

เวลาของการบริโภคข้าวกล้องงอก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
มือเช้า	139	34.7	1
มือกลางวัน	20	5.0	4
มือเย็น	117	29.3	3
ทุกมือ	124	31.0	2
รวม	400	100.0	

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะบริโภคข้าวกล้องงอกมือ เช้า คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาคือ บริโภคทุกมือ คิดเป็นร้อยละ 31.0 มือเย็น คิดเป็นร้อยละ 29.3 และมือกลางวัน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความถี่ของการบริโภคข้าวกล้องงอก

ความถี่ของการบริโภคข้าวกล้องงอก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เป็นประจำ	96	24.0	2
เป็นครั้งคราว	182	45.5	1
บางครั้ง	80	20.0	3
นานๆ ครั้ง	42	10.5	4
รวม	400	100.0	

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ของการ บริโภคข้าวกล้องงอก เป็นครั้งคราว คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ บริโภคเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 24.0 บริโภคบางครั้ง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และบริโภคนานๆครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ตัวเอง	252	63.0	1
พ่อ-แม่	124	31.0	2
ญาติพี่น้อง	10	2.5	4
เพื่อน	14	3.5	3
รวม	400	100.0	

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอกของ ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ พ่อ-แม่ คิดเป็นร้อยละ 31.0 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องงอก

ขนาดของบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องงอก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ขนาด 500 กรัม	144	36.0	2
ขนาด 1 กิโลกรัม	186	46.5	1
ขนาด 5 กิโลกรัม	62	15.5	3
ขนาด 10 กิโลกรัม	8	2.0	4
รวม	400	100.0	

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่า บรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องงอกควรมีน้ำหนักขนาด 1 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ ขนาด 500 กรัม คิดเป็นร้อยละ 36.0 ขนาด 5 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 15.5 และขนาด 10 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ขวดพลาสติก	48	12.0
ถุงพลาสติก	321	80.3
กระสอบ	31	7.7
รวม	400	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่า ข้าวกล้องงอกควรบรรจุในบรรจุภัณฑ์แบบ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 80.3 รองลงมาคือ ขวดพลาสติก คิดเป็น ร้อยละ 12.0 และกระสอบ คิดเป็นร้อยละ 7.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ราคาของข้าวกล้องงอก (ราคาต่อหนึ่งกิโลกรัม)

ราคาของข้าวกล้องงอก (ราคาต่อหนึ่งกิโลกรัม)	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 40 บาท/ 1 กิโลกรัม	246	61.5	1
ไม่เกิน 60 บาท/ 1 กิโลกรัม	120	30.0	2
ไม่เกิน 80 บาท/ 1 กิโลกรัม	24	6.0	3
ไม่เกิน 100 บาท/ 1 กิโลกรัม	10	2.5	4
รวม	400	100.0	

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่าราคาของข้าวกล้องงอกควรมีราคาขายไม่เกิน 40 บาท/ 1 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ ราคาขายไม่เกิน 60 บาท/ 1 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 30.0 ราคาขายไม่เกิน 80 บาท/ 1 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 6.0 และ ราคาขายไม่เกิน 100 บาท/ 1 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม แหล่งที่เลือกซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด

แหล่งที่เลือกซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป	92	23.0	3
ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อป เป็นต้น	100	25.0	2
ไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น โลตัส บิ๊กซี เป็นต้น	158	39.5	1
ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ	50	12.5	4
รวม	400	100.0	

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่าจะซื้อข้าวกล้องงอกจากไฮเปอร์มาร์เก็ต เช่น โลตัส บิ๊กซี เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น ท็อป เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 25.0 ร้านค้า/ร้านชำทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 23.0 และร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้องงอก

สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้องงอก	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
โทรทัศน์	336	84.0	1
วิทยุ	71	18.0	6
หนังสือพิมพ์	112	28.0	5
นิตยสาร	173	43.0	3
อินเทอร์เน็ต	134	33.5	4
คนอื่นแนะนำ	194	48.5	2

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน และผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวกล้องงอก ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมาคือ คนอื่นแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 48.5 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 43.0 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 33.5 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 28.0 และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม ความมั่นใจว่าจะได้รับประโยชน์จากข้าวกล้องงอก

ความมั่นใจว่าจะได้รับประโยชน์จากข้าวกล้องงอก	จำนวน	ร้อยละ
มั่นใจ	323	80.7
ไม่มั่นใจ	20	5.0
ไม่แน่ใจ	57	14.3
รวม	400	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มั่นใจว่าจะได้รับประโยชน์จากข้าวกล้องงอก คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 14.3 และไม่มั่นใจว่าจะได้รับประโยชน์จากข้าวกล้องงอก คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการบริโภคข้าวกล้องงอก

การบริโภคข้าวกล้องงอกในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
บริโภค	293	73.2
ไม่บริโภค	6	1.5
ไม่แน่ใจ	101	25.3
รวม	400	100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เห็นว่าจะบริโภคข้าวกล้องงอก คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 25.3 และไม่บริโภค คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ทศนคติด้านความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 5.1 ทศนคติด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้าวกล้องงอก จำแนกตามเพศ

องค์ประกอบด้านความรู้สึก	เพศ			
	ชาย (n = 136)		หญิง (n = 264)	
	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล	ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
1. ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง	4.04 ± 0.65	เห็นด้วย	4.21 ± 0.63	เห็นด้วย
2. ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน	3.76 ± 0.71	เห็นด้วย	3.61 ± 0.66	เห็นด้วย
3. บรรจุภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมี รูปลักษณะที่สวยงาม	3.46 ± 0.74	เฉยๆ	3.59 ± 0.67	เห็นด้วย
4. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุต้องสามารถเก็บรักษา คุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี	3.96 ± 0.76	เห็นด้วย	4.30 ± 0.71	เห็นด้วย
5. ข้าวกล้องงอก ควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์	3.96 ± 0.74	เห็นด้วย	4.08 ± 0.68	เห็นด้วย
6. ควรมีความหลากหลายของรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจาก ข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น	3.91 ± 0.75	เห็นด้วย	4.15 ± 0.76	เห็นด้วย
7. ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความ นุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องทั่วไป	3.56 ± 0.63	เห็นด้วย	3.87 ± 0.75	เห็นด้วย
8. ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบ กับข้าวทั่วไป	3.75 ± 0.78	เห็นด้วย	3.61 ± 0.85	เห็นด้วย
9. ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยาก ควรเพิ่มช่อง ทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น	3.79 ± 0.66	เห็นด้วย	3.86 ± 0.74	เห็นด้วย
10. ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับประโยชน์ของ ข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น	3.99 ± 0.72	เห็นด้วย	4.25 ± 0.67	เห็นด้วย
11. ตราสินค้า หรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน	3.81 ± 0.74	เห็นด้วย	3.91 ± 0.73	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.82 ± 0.72	เห็นด้วย	3.95 ± 0.71	เห็นด้วย

เพศชาย มีความรู้สึกโดยรวมเห็นด้วย (3.82 ๑ 0.72) และเพศหญิงมีความรู้สึกโดยรวมเห็นด้วย (3.95 ๑ 0.71) เช่นกัน ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

เพศชาย ส่วนใหญ่ มีความรู้สึก เห็นด้วย ต่อข้าวกล้องงอก ในประเด็นต่อไปนี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.04 ๑ 0.65) ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (3.99 ๑ 0.72) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุต้อง สามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (3.96 ๑ 0.76) ข้าวกล้องงอก ควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (3.96 ๑ 0.74) ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (3.91 ๑ 0.75) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.81 ๑ 0.74) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยาก ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.79 ๑ 0.66) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.76 ๑ 0.71) ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.75 ๑ 0.78) และข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องต่างๆ ไป (3.56 ๑ 0.63) ส่วนประเด็น บรรจุภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.46 ๑ 0.74) ในเพศชายมีความรู้สึก เฉยๆ

เพศหญิง ส่วนใหญ่ มีความรู้สึก เห็นด้วย ต่อข้าวกล้องงอก ในประเด็นต่อไปนี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุต้อง สามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (4.30 ๑ 0.71) ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.25 ๑ 0.67) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.21 ๑ 0.63) ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (4.15 ๑ 0.76) ข้าวกล้องงอก ควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (4.08 ๑ 0.68) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.91 ๑ 0.73) ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องต่างๆ ไป (3.87 ๑ 0.75) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยาก ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.86 ๑ 0.74) ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.61 ๑ 0.85) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.61 ๑ 0.66) และบรรจุภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.59 ๑ 0.67)

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบด้านความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข่าวกล้อง
งอก จำแนกตามช่วงอายุ

องค์ประกอบด้านความรู้สึก	ช่วงอายุ				
	ไม่เกิน 20 ปี (n = 36)	21-30 ปี (n = 286)	31-40 ปี (n = 54)	41-50 ปี (n = 16)	51-60 ปี (n = 8)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1. คุณค่าทางโภชนาการ	4.06 ± 0.79 (เห็นด้วย)	4.22 ± 0.63 (เห็นด้วย)	3.93 ± 0.61 (เห็นด้วย)	4.25 ± 0.45 (เห็นด้วย)	3.75 ± 0.46 (เห็นด้วย)
2. บริโภคประจำทุกวัน	3.78 ± 0.87 (เห็นด้วย)	3.68 ± 0.69 (เห็นด้วย)	3.44 ± 0.57 (เฉยๆ)	3.63 ± 0.50 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.00 (เห็นด้วย)
3. บรรจุภัณฑ์ สวยงาม	3.50 ± 0.85 (เห็นด้วย)	3.55 ± 0.70 (เห็นด้วย)	3.41 ± 0.57 (เฉยๆ)	3.88 ± 0.81 (เห็นด้วย)	3.75 ± 0.46 (เห็นด้วย)
4. บรรจุภัณฑ์ที่เก็บรักษา คุณภาพ	4.39 ± 0.77 (เห็นด้วย)	4.22 ± 0.75 (เห็นด้วย)	3.89 ± 0.69 (เห็นด้วย)	4.13 ± 0.62 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.00 (เห็นด้วย)
5. หลากขนาดบรรจุภัณฑ์	4.22 ± 0.72 (เห็นด้วย)	4.06 ± 0.70 (เห็นด้วย)	3.78 ± 0.69 (เห็นด้วย)	4.25 ± 0.45 (เห็นด้วย)	3.75 ± 0.46 (เห็นด้วย)
6. หลากหลายของรูปแบบ ผลิตภัณฑ์	3.89 ± 0.95 (เห็นด้วย)	4.13 ± 0.78 (เห็นด้วย)	3.89 ± 0.57 (เห็นด้วย)	4.13 ± 0.62 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.00 (เห็นด้วย)
7. หลังจากรุ่นมีความนุ่ม กว่า	3.56 ± 0.69 (เห็นด้วย)	3.81 ± 0.74 (เห็นด้วย)	3.63 ± 0.68 (เห็นด้วย)	3.75 ± 0.86 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.00 (เห็นด้วย)
8. มีราคาสูง	3.50 ± 0.77 (เห็นด้วย)	3.64 ± 0.83 (เห็นด้วย)	3.67 ± 0.82 (เห็นด้วย)	4.50 ± 0.52 (เห็นด้วย อย่างยิ่ง)	3.50 ± 0.93 (เห็นด้วย)
9. ควรเพิ่มช่องทางการจัด จำหน่าย	3.78 ± 0.87 (เห็นด้วย)	3.89 ± 0.71 (เห็นด้วย)	3.59 ± 0.63 (เห็นด้วย)	3.88 ± 0.62 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.00 (เห็นด้วย)
10. ประชาสัมพันธ์	4.22 ± 0.80 (เห็นด้วย)	4.20 ± 0.68 (เห็นด้วย)	4.04 ± 0.70 (เห็นด้วย)	3.88 ± 0.62 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.76 (เห็นด้วย)
11. ตราสินค้า	3.89 ± 0.89 (เห็นด้วย)	3.88 ± 0.71 (เห็นด้วย)	3.85 ± 0.71 (เห็นด้วย)	3.75 ± 1.00 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.76 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.89 ± 0.82 (เห็นด้วย)	3.93 ± 0.72 (เห็นด้วย)	3.74 ± 0.66 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.64 (เห็นด้วย)	3.89 ± 0.35 (เห็นด้วย)

ผลการศึกษาพบว่า ความรู้สึกโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุอยู่ในระดับเห็นด้วย สำหรับความรู้สึกต่อประเด็นย่อยของแต่ละช่วงอายุ เป็นดังนี้

ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อข้าวกล้องงอก ในประเด็น ต่อไปนี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ บรรรจภัณฑ์ที่ใช้บรรรจต้อง สามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (4.39๑ 0.77) ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.22๑ 0.80) ข้าวกล้องงอกควรมีหลายขนาดบรรรจภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (4.22๑ 0.72) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.06๑ 0.79) ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (3.89๑ 0.95) トラสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.89๑ 0.89) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.78๑ 0.87) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยาก ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.78๑ 0.87) ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องต่างๆ ไป (3.56๑ 0.69) บรรรจภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.50๑ 0.85) และ ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.50๑ 0.77)

ช่วงอายุ 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อข้าวกล้องงอก ในประเด็น ต่อไปนี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ บรรรจภัณฑ์ที่ใช้บรรรจต้อง สามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (4.22๑ 0.75) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.22๑ 0.63) ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.20๑ 0.68) ควร มีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (4.13๑ 0.78) ข้าวกล้องงอกควรมีหลายขนาดบรรรจภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (4.06๑ 0.70) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยาก ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.89๑ 0.71) トラสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.88๑ 0.71) ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องต่างๆ ไป (3.81๑ 0.74) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.68๑ 0.69) ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.64๑ 0.83) และ บรรรจภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.55๑ 0.70)

ช่วงอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อข้าวกล้องงอก ในประเด็น ต่อไปนี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเพิ่มประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.04๑ 0.70) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง

(3.93 ๑ 0.61) บรรรจุกัณฑ์ที่ใช้บรรรจุกัณฑ์ สามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (3.89 ๑ 0.69) ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าว อาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (3.89 ๑ 0.57) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมี ผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.85 ๑ 0.71) ข้าวกล้องงอกควรมีหลายขนาดบรรรจุกัณฑ์ให้เลือก ซื้อ (3.78 ๑ 0.69) ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.67 ๑ 0.82) ข้าวกล้องงอก หลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องทั่วไป (3.63 ๑ 0.68) และข้าวกล้อง งอกหาซื้อได้ยาก ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.59 ๑ 0.63) ส่วนประเด็น ควร บริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.44 ๑ 0.57) และ บรรรจุกัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมี รูปลักษณ์ที่สวยงาม (3.41 ๑ 0.57) ช่วงอายุ 31-40 ปี มีความรู้สึกเฉยๆ ในช่วงอายุ 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจเท่ากับ 16 และ 8 ตามลำดับ ซึ่งจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างมีค่าน้อยมาก ไม่สามารถนำมาเป็นตัวแทน ของคนในช่วงอายุดังกล่าวได้ ดังนั้นจึงไม่สามารถสรุปได้ว่าช่วงอายุ 41-50 ปี และ 51-60 ปี จะมีความรู้สึกต่อข้าวกล้องงอกในประเด็นต่างๆ ได้อย่างไร

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบด้านความรู้สึของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข่าวลือ
งอก จำแนกตามระดับการศึกษาระดับสูงสุด

องค์ประกอบด้านความรู้สึ	ระดับการศึกษาระดับสูงสุด				
	ประถมศึกษา (n = 6)	มัธยมศึกษา ตอนต้น หรือ ปวช. (n = 12)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือ ปวส. (n = 70)	ปริญญาตรี (n = 274)	ปริญญาโท (n = 38)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1. คุณค่าทางโภชนาการ	4.00 \pm 0.00 (เห็นด้วย)	4.17 \pm 0.39 (เห็นด้วย)	4.06 \pm 0.72 (เห็นด้วย)	4.18 \pm 0.64 (เห็นด้วย)	4.21 \pm 0.62 (เห็นด้วย)
2. บริโภคประจำทุกวัน	3.33 \pm 0.52 (เฉยๆ)	3.67 \pm 0.49 (เห็นด้วย)	3.60 \pm 0.77 (เห็นด้วย)	3.70 \pm 0.68 (เห็นด้วย)	3.53 \pm 0.60 (เห็นด้วย)
3. บรรจุภัณฑ์ สวยงาม	4.00 \pm 0.00 (เห็นด้วย)	3.50 \pm 1.00 (เห็นด้วย)	3.51 \pm 0.65 (เห็นด้วย)	3.51 \pm 0.70 (เห็นด้วย)	3.79 \pm 0.70 (เห็นด้วย)
4. บรรจุภัณฑ์เก็บรักษา คุณภาพ	4.00 \pm 0.00 (เห็นด้วย)	4.17 \pm 0.39 (เห็นด้วย)	4.17 \pm 0.78 (เห็นด้วย)	4.21 \pm 0.76 (เห็นด้วย)	4.05 \pm 0.70 (เห็นด้วย)
5. หลายขนาดบรรจุภัณฑ์	4.33 \pm 0.52 (เห็นด้วย)	4.17 \pm 0.72 (เห็นด้วย)	4.20 \pm 0.63 (เห็นด้วย)	3.98 \pm 0.72 (เห็นด้วย)	4.11 \pm 0.65 (เห็นด้วย)
6. หลากหลายของรูปแบบ ผลิตภัณฑ์	2.67 \pm 1.03 (เฉยๆ)	3.83 \pm 0.94 (เห็นด้วย)	4.06 \pm 0.68 (เห็นด้วย)	4.09 \pm 0.75 (เห็นด้วย)	4.21 \pm 0.70 (เห็นด้วย)
7. หลังจากหุงมีความนุ่มกว่า	3.67 \pm 0.52 (เห็นด้วย)	3.67 \pm 0.78 (เห็นด้วย)	3.66 \pm 0.68 (เห็นด้วย)	3.83 \pm 0.75 (เห็นด้วย)	3.53 \pm 0.60 (เห็นด้วย)
8. มีราคาสูง	3.00 \pm 0.89 (เฉยๆ)	3.83 \pm 1.11 (เห็นด้วย)	3.71 \pm 0.66 (เห็นด้วย)	3.68 \pm 0.82 (เห็นด้วย)	3.47 \pm 1.01 (เฉยๆ)
9. ควรเพิ่มช่องทางการจัด จำหน่าย	3.00 \pm 0.89 (เฉยๆ)	3.83 \pm 0.94 (เห็นด้วย)	3.69 \pm 0.71 (เห็นด้วย)	3.91 \pm 0.69 (เห็นด้วย)	3.74 \pm 0.64 (เห็นด้วย)
10. ประชาสัมพันธ์	3.00 \pm 0.89 (เฉยๆ)	3.67 \pm 0.78 (เห็นด้วย)	4.26 \pm 0.65 (เห็นด้วย)	4.20 \pm 0.66 (เห็นด้วย)	4.00 \pm 0.74 (เห็นด้วย)
11. ตราสินค้า	3.67 \pm 0.52 (เห็นด้วย)	3.67 \pm 0.78 (เห็นด้วย)	3.86 \pm 0.77 (เห็นด้วย)	3.93 \pm 0.73 (เห็นด้วย)	3.58 \pm 0.68 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.52 \pm 0.52 (เห็นด้วย)	3.83 \pm 0.76 (เห็นด้วย)	3.89 \pm 0.70 (เห็นด้วย)	3.93 \pm 0.72 (เห็นด้วย)	3.84 \pm 0.69 (เห็นด้วย)

ผลการศึกษาพบว่า ความรู้สึกโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาอยู่ในระดับเห็นด้วย สำหรับความรู้สึกต่อประเด็นย่อยของแต่ละระดับการศึกษา เป็นดังนี้

ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส.ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อข้าวกล้องงอกในประเด็นต่อไป นี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.26๑ 0.65) ข้าวกล้องงอกควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (4.20๑ 0.63) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุต้อง สามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (4.17๑ 0.78) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.06๑ 0.72) ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (4.06๑ 0.68) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.86๑ 0.77) ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.71๑ 0.66) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยากควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.69๑ 0.71) ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องทั่วไป (3.66๑ 0.68) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.60๑ 0.77) และบรรจุภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.51๑ 0.65)

ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อข้าวกล้องงอก ในประเด็นต่อไป นี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุต้องสามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (4.21๑ 0.76) ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.20๑ 0.66) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.18๑ 0.64) ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (4.09๑ 0.75) ข้าวกล้องงอกควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (3.98๑ 0.72) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.93๑ 0.73) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยากควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.91๑ 0.69) ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องทั่วไป (3.83๑ 0.75) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.70๑ 0.68) ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.68๑ 0.82) และบรรจุภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.51๑ 0.70)

ผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาโท ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อข้าวกล้องงอก ในประเด็นต่อไป นี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น

(4.21 \div 0.70) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.21 \div 0.62) ข้าวกล้องงอกควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (4.11 \div 0.65) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุต้องสามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (4.05 \div 0.70) ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.00 \div 0.74) บรรจุภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.79 \div 0.70) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยากควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.74 \div 0.64) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.58 \div 0.68) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.53 \div 0.60) และ ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องทั่วไป (3.53 \div 0.60) ส่วนประเด็นข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.47 \div 1.01) ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีความรู้ลึกๆ

ในผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช. มีจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจเท่ากับ 6 และ 12 ตามลำดับ ซึ่งจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างมีค่าน้อยมาก ไม่สามารถนำมาเป็นตัวแทนของคนในระดับการศึกษาดังกล่าวได้ ดังนั้นจึงไม่สามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช. จะมีความรู้ลึกต่อข้าวกล้องงอกในประเด็นต่างๆ ได้อย่างไร

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยคะแนนองค์ประกอบด้าน ความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้าวกล้องงอก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

องค์ประกอบด้านความรู้สึก	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (n = 206)	10,001-20,000 บาท (n = 136)	20,001-30,000 บาท (n = 36)	30,001-40,000 บาท (n = 6)	40,001-50,000 บาท (n = 4)	มากกว่า 50,000 บาท (n = 12)
	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)	ค่าเฉลี่ย (การแปลผล)
1. คุณค่าทางโภชนาการ	4.17 ± 0.66 (เห็นด้วย)	4.19 ± 0.60 (เห็นด้วย)	3.78 ± 0.54 (เห็นด้วย)	4.67 ± 0.52 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.00 ± 1.15 (เห็นด้วย)	4.33 ± 0.49 (เห็นด้วย)
2. บริโภคประจำทุกวัน	3.63 ± 0.71 (เห็นด้วย)	3.72 ± 0.66 (เห็นด้วย)	3.61 ± 0.49 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.89 (เห็นด้วย)	3.50 ± 0.58 (เห็นด้วย)	3.50 ± 0.80 (เห็นด้วย)
3. บรรจุกัญท์สวยงาม	3.51 ± 0.70 (เห็นด้วย)	3.68 ± 0.70 (เห็นด้วย)	3.28 ± 0.66 (เฉยๆ)	3.67 ± 0.52 (เห็นด้วย)	3.00 ± 0.00 (เฉยๆ)	3.50 ± 0.80 (เห็นด้วย)
4. บรรจุกัญท์เก็บคุณภาพ	4.25 ± 0.72 (เห็นด้วย)	4.18 ± 0.77 (เห็นด้วย)	3.83 ± 0.77 (เห็นด้วย)	4.33 ± 0.52 (เห็นด้วย)	3.50 ± 0.58 (เห็นด้วย)	4.33 ± 0.49 (เห็นด้วย)
5. หลายขนาดบรรจุกัญท์	4.13 ± 0.68 (เห็นด้วย)	3.97 ± 0.73 (เห็นด้วย)	3.83 ± 0.61 (เห็นด้วย)	4.33 ± 0.52 (เห็นด้วย)	3.00 ± 0.00 (เฉยๆ)	4.17 ± 0.72 (เห็นด้วย)
6. หลากหลายผลิตภัณฑ์	4.14 ± 0.77 (เห็นด้วย)	4.03 ± 0.79 (เห็นด้วย)	3.83 ± 0.38 (เห็นด้วย)	5.00 ± 0.00 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.00 ± 1.15 (เห็นด้วย)	3.67 ± 0.78 (เห็นด้วย)
7. หลังจากหุงมีความนุ่มกว่า	3.73 ± 0.67 (เห็นด้วย)	3.87 ± 0.81 (เห็นด้วย)	3.44 ± 0.50 (เฉยๆ)	4.67 ± 0.52 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4.00 ± 1.15 (เห็นด้วย)	3.67 ± 0.78 (เห็นด้วย)
8. มีราคาสูง	3.64 ± 0.79 (เห็นด้วย)	3.81 ± 0.76 (เห็นด้วย)	3.50 ± 1.03 (เห็นด้วย)	3.67 ± 1.03 (เห็นด้วย)	2.50 ± 0.58 (เฉยๆ)	3.17 ± 1.11 (เฉยๆ)
9. ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.83 ± 0.74 (เห็นด้วย)	3.90 ± 0.69 (เห็นด้วย)	3.83 ± 0.51 (เห็นด้วย)	4.33 ± 0.52 (เห็นด้วย)	2.50 ± 0.58 (เฉยๆ)	3.50 ± 0.52 (เห็นด้วย)
10. ประชาสัมพันธ์	4.19 ± 0.69 (เห็นด้วย)	4.19 ± 0.67 (เห็นด้วย)	4.00 ± 0.76 (เห็นด้วย)	4.67 ± 0.52 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	3.50 ± 0.58 (เห็นด้วย)	3.67 ± 0.78 (เห็นด้วย)
11. ตราสินค้า	3.89 ± 0.71 (เห็นด้วย)	3.94 ± 0.77 (เห็นด้วย)	3.67 ± 0.68 (เห็นด้วย)	4.33 ± 0.52 (เห็นด้วย)	3.00 ± 0.00 (เฉยๆ)	3.50 ± 0.80 (เห็นด้วย)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.92 ± 0.71 (เห็นด้วย)	3.68 ± 0.72 (เห็นด้วย)	3.69 ± 0.63 (เห็นด้วย)	4.33 ± 0.55 (เห็นด้วย)	3.32 ± 0.58 (เฉยๆ)	3.73 ± 0.73 (เห็นด้วย)

ผลการศึกษาพบว่า ความรู้สึกโดยรวมของผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คือ เห็นด้วย (3.92 \pm 0.71) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เห็นด้วย (3.68 \pm 0.72) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท เห็นด้วย (3.69 \pm 0.63) ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อข้าวกล้องงอกในประเด็นต่อไปนี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ บรรจุกัญท์ที่ใช้บรรจุต้องสามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (4.25 \pm 0.72) ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.19 \pm 0.69) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.17 \pm 0.66) ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (4.14 \pm 0.77) ข้าวกล้องงอกควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (4.13 \pm 0.68) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.89 \pm 0.71) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยากควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.83 \pm 0.74) ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องทั่วๆ ไป (3.73 \pm 0.67) ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.64 \pm 0.79) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.63 \pm 0.71) และบรรจุภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.51 \pm 0.70)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อข้าวกล้องงอกในประเด็นต่อไปนี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.19 \pm 0.67) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (4.19 \pm 0.60) บรรจุกัญท์ที่ใช้บรรจุต้องสามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (4.18 \pm 0.77) ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (4.03 \pm 0.79) ข้าวกล้องงอกควรมีหลายขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เลือกซื้อ (3.97 \pm 0.73) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิตข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.94 \pm 0.77) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยากควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.90 \pm 0.69) ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องทั่วๆ ไป (3.87 \pm 0.81) ข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.81 \pm 0.76) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.72 \pm 0.66) และบรรจุภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.68 \pm 0.70)

ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีความรู้สึกเห็นด้วยต่อข้าวกล้องงอก ในประเด็น ต่อไปนี้ เรียงลำดับคะแนนค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับประโยชน์ของข้าวกล้องงอกให้มากยิ่งขึ้น (4.00 \pm 0.76)

บรรจุกัญท์ที่ใช้บรรจุกต้อง สามารถเก็บรักษาคุณภาพของข้าวกล้องงอกได้เป็นอย่างดี (3.83 ๖ 0.77) ข้าวกล้องงอกควรมีหลายขนาดบรรจุกัญท์ให้เลือกซื้อ (3.83 ๖ 0.61) ข้าวกล้องงอกหาซื้อได้ยาก ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น (3.83 ๖ 0.51) ควรมีความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ของข้าวกล้องงอก นอกเหนือจากข้าวอาจเป็นเครื่องดื่ม ขนมขบเคี้ยว เป็นต้น (3.83 ๖ 0.38) ข้าวกล้องงอกมีคุณค่าทางโภชนาการสูง (3.78 ๖ 0.54) ตราสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิต ข้าวกล้องงอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของท่าน (3.67 ๖ 0.68) ควรบริโภคข้าวกล้องงอกเป็นประจำทุกวัน (3.61 ๖ 0.49) และข้าวกล้องงอกมีราคาสูงมากเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป (3.50 ๖ 1.03) ส่วนประเด็น ข้าวกล้องงอกหลังจากหุงเสร็จควรมีความนุ่มกว่าเมื่อเทียบกับข้าวกล้องทั่วไป (3.44 ๖ 0.50) และ บรรจุกัญท์ของข้าวกล้องงอก ควรมีรูปลักษณะที่สวยงาม (3.28 ๖ 0.66) ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีความรู้สึกเฉยๆ

ในผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท มีจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจเท่ากับ 6, 4 และ 12 ตามลำดับ ซึ่งจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างมีค่าน้อยมาก ไม่สามารถนำมาเป็นตัวแทนของผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนดังกล่าวได้ ดังนั้นจึงไม่สามารถสรุปได้ว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท จะมีความรู้สึกต่อข้าวกล้องงอกในประเด็นต่างๆ ได้อย่างไร

ส่วนที่ 5.2 ทักษะด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับข้อมูลทัศนคติด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค พบข้อมูลบางอย่างที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ช่วงอายุมีผลต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอก (ตารางที่ 35) ระดับการศึกษา มีผลต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอก (ตารางที่ 36) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อราคาของข้าวกล้องงอก (ราคาต่อหนึ่งกิโลกรัม) (ตารางที่ 37) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และมีความสำคัญต่อการศึกษารุ่นนี้ แสดงได้ ดังตารางที่ 35-37

การทดสอบด้วยไคสแควร์เหมาะสมกับตัวอย่างขนาดใหญ่ ไม่ควรน้อยกว่า 5 ถ้าค่าความถี่คาดหวังของเหตุการณ์ใดน้อยกว่า 5 จะปรับแก้ไขโดยรวมความถี่ของเหตุการณ์นั้นเข้ากับความถี่ของเหตุการณ์ใกล้เคียง (สุรินทร์ ขนาบศักดิ์ และคณะ, 2545)

ตารางที่ 35 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด กับช่วงอายุ

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอก		ช่วงอายุ				รวม
		ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	มากกว่า 40 ปี ขึ้นไป	
ตัวเอง	ค่าสังเกต	18	174	40	20	252
	ค่าคาดหวัง	22.7	180.2	34.0	15.1	252.0
พ่อแม่ และคนอื่นๆ	ค่าสังเกต	18	112	14	4	148
	ค่าคาดหวัง	13.3	105.8	20.0	8.9	148.0
รวม	ค่าสังเกต	36	286	54	24	400
	ค่าคาดหวัง	36.0	286.0	54.0	24.0	400.0

หมายเหตุ : P-value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ($\theta^2 = 10.281$, P-value = 0.016)

ช่วงอายุมีอิทธิพลต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องงอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้อง

งอกมากที่สุด คือ ตัวเอง และพ่อ-แม่และคนอื่นๆ ส่วนช่วงอายุ 21-30 ปี 31-40 ปี และมากกว่า 40 ปี ขึ้นไป บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด คือ ตัวเอง

ตารางที่ 36 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่าง บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอกมากที่สุด กับระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อข้าวกล้องงอก		ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด			รวม
		ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส.	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	
ตัวเอง	ค่าสังเกต	46	184	22	252
	ค่าคาดหวัง	55.4	172.6	23.9	252.0
พ่อ-แม่และคนอื่นๆ	ค่าสังเกต	42	90	16	148
	ค่าคาดหวัง	32.6	101.4	14.1	148.0
รวม	ค่าสังเกต	88	274	38	400
	ค่าคาดหวัง	88.0	274.0	38.0	400.0

หมายเหตุ : P-value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ($\theta^2 = 6.797$, P-value = 0.033)

ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อข้าวกล้องงอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยบุคคลที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการซื้อข้าวกล้องงอกของผู้ที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส. ปริญญาตรี และปริญญาโท คือ ตัวเอง

ตารางที่ 37 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสัมพันธ์ระหว่างราคาของข้าวกล้องงอก (ราคาต่อหนึ่งกิโลกรัม) กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ราคาของข้าวกล้องงอก (ราคาต่อกิโลกรัม)		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน				รวม
		ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	
ไม่เกิน 40 บาท ต่อ กิโลกรัม	ค่าสังเกต	140	76	18	12	246
	ค่าคาดหวัง	126.7	83.6	22.1	13.5	246.0
ตั้งแต่ 40 บาท ต่อ กิโลกรัม ขึ้นไป	ค่าสังเกต	66	60	18	10	154
	ค่าคาดหวัง	79.3	52.4	13.9	8.5	154.0
รวม	ค่าสังเกต	206	136	36	22	400
	ค่าคาดหวัง	206.0	136.0	36.0	22.0	400.0

หมายเหตุ : P-value มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ($\theta^2 = 7.905$, P-value = 0.048)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีอิทธิพลต่อราคาของข้าวกล้องงอกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท 10,001-20,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่เห็นว่าราคาของข้าวกล้องงอก (ราคาต่อหนึ่งกิโลกรัม) ไม่ควรเกิน 40 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 20,001-30,000 บาท เห็นว่าราคาของข้าวกล้องงอกควรมีราคาไม่เกิน 40 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม หรือราคาสูงกว่า 40 บาท ต่อ 1 กิโลกรัม ขึ้นไป ในจำนวนที่เท่าๆกัน

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ควรมีการเสนอแนะ และให้ข้อมูลที่ละเอียด
2. ควรมีผลิตภัณฑ์หลายอย่าง เช่น ในรูปแบบไอศกรีม น้ำชา น้ำ นม ขนมต่างๆ
3. ควรบรรจุให้ได้มาตรฐาน และเหมาะสมกับสินค้า
4. ควรใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
5. ควรมีการผลิตเพื่อจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง

6. ควรเน้นตัวผลิตภัณฑ์ให้เด่น ดูแล้วน่าสนใจ
7. เก็บรักษาได้นาน คงทน และสวยงามดูดี
8. สะอาด เก็บไว้ได้ในอุณหภูมิปกติ
9. ออกแบบผลิตภัณฑ์แบบเรียบง่าย แต่พิถีพิถันกันในคุณภาพ
10. น่ารักสวยๆ
11. บรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการรักษาผลิตภัณฑ์
12. ขนาดพอเหมาะ
13. มีบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นกว่าข้าวกล้องธรรมดา
14. ควรจะมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหลายๆ กลุ่ม
15. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น
16. ควรมีข้อมูลทางโภชนาการ
17. คุณค่าสารอาหารที่ได้จากการบริโภคควรมีการปรับปรุงเสริมจำพวกวิตามิน หรือสารอาหารเสริมต่างๆ

ด้านราคา

1. ควรมีราคาที่ถูกกว่าเดิม เพราะไม่มีกำลังซื้อ
2. ต้นทุนต่ำ คุณภาพเหมาะสม
3. ราคามีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน
4. ควรราคาถูกเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม
5. ควรมีราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ไม่ถูกหรือแพงจนเกินไป
6. ไม่ควรต่างจากข้าวกล้องทั่วไปมากนัก
7. ราคาแพงกว่าราคาข้าวปกติมากไป
8. ควรเป็นราคาปกติกับข้าวขาวหอมมะลิ

ด้านการจัดจำหน่าย

1. ควรมีแหล่งจำหน่ายให้มากๆ
2. ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้น
3. หาซื้อสะดวก มีจุดซื้อที่เห็นชัดเจน
4. ส่งเสริมให้มีการจัดจำหน่ายทั้งในห้างใหญ่ๆ รวมไปถึงร้านย่อยๆ เช่น 7-11 เป็นต้น
5. วางตลาดอย่างทั่วถึง ในร้านค้าปลีกและใหญ่

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรมีการโฆษณาสื่อสารมากกว่านี้
2. มีการลด แลก แจก แถม หรือ โปรโมชันอื่นๆ ที่จูงใจให้ลูกค้า
3. ควรมีการให้ความรู้หรือรายละเอียดด้านต่างๆ ของข้าวกล้องงอกให้มีการเผยแพร่ทั่วไป
4. มีการโฆษณาให้คนทราบประโยชน์ให้มากขึ้น และหลายช่องทาง
5. ให้ความรู้ด้านประโยชน์แก่คนทั่วไป เพราะไม่ค่อยมีใครรู้จัก
6. แจกข้อมูลทางโภชนาการ
7. ควรปรับให้มีการโฆษณาที่หลากหลายทั้ง โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์ด้านประโยชน์ คุณค่าทางสารอาหารที่จะได้รับที่มากขึ้น บางทีอาจจะให้มีการลดราคาในตอนแรกเพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภค
8. ความหลากหลายทางการให้ทดลองน่าจะทำให้กลุ่มผู้บริโภคหันมาบริโภคข้าวกล้องงอกมากยิ่งขึ้น
9. ควรมีการให้ความรู้ทั้งเรื่องกระบวนการผลิต คุณภาพ ราคา ผลเมื่อรับประทานเป็นประจำ
10. น่าจะมีการแนะนำสินค้า การออกร้าน การจัด โปรโมชัน ให้มีการรู้จักสินค้ามากขึ้น
11. ควรมีการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต