

|                          |  |
|--------------------------|--|
| หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ | ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคต่อเนื้อสุกรอินทรีย์<br>ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่                                  |
| ผู้เขียน                 | นางสาวสุกฤตา จิรมหาศิริ  |
| ปริญญา                   | วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจเกษตร)  |
| คณะกรรมการที่ปรึกษา      | ศาสตราจารย์ เกียรติคุณ ดร.อารี วิบูลย์พงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก<br>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขาวเรศ เขาวนพูนผล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม |

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาราคาเนื้อสุกรอินทรีย์เปรียบเทียบกับเนื้อสุกรธรรมดาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาครั้งนี้ใช้ตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 370 ตัวอย่าง ใช้ contingent valuation method (CVM) ร่วมกับการวิเคราะห์โดยใช้ tobit model ในการหาค่าความเต็มใจจ่าย (willingness to pay) ของการซื้อเนื้อสุกรอินทรีย์ พร้อมทั้งศึกษาว่าปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อความเต็มใจจ่าย

การสำรวจความรู้ของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารอินทรีย์ทำให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับอาหารปลอดภัยประเภทอื่นๆ แม้จะได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาหารอินทรีย์มาบ้างจากนิตยสาร หนังสือ หรือวารสารเพื่อสุขภาพ ในเรื่องของอาหารอินทรีย์เป็นอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การปนเปื้อนสารเคมีในอาหาร และความตื่นตัวในเรื่องการบริโภคเพื่อสุขภาพ แต่ผู้บริโภคก็ยังมีความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์และตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ยังคงอยู่ในระดับน้อย โดยผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ที่ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยมากที่สุดคือ ผักอินทรีย์

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารอินทรีย์ พบว่าปัจจัยทางด้านจิตวิทยามีผลต่อการซื้ออาหารอินทรีย์ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจตามลำดับ แต่ปัจจัยย่อยที่ส่งผลต่อการบริโภคมากที่สุดกลับเป็นการแสดงราคาของสินค้าอย่างชัดเจนซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโทบิต พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ ได้แก่ การศึกษา อาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพพนักงานและลูกจ้างเอกชน ตราสินค้า การเลือกอาหาร โดยคำนึงถึงผลที่มีต่อสุขภาพ และสถานที่จำหน่ายเนื้อสุกรอินทรีย์ สำหรับราคาส่วนต่างที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์เทียบกับสุกรธรรมดา เท่ากับ 5.38 บาทต่อกิโลกรัม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

|                                |  |            |
|--------------------------------|--|------------|
| <b>Independent Study Title</b> | Factors Affecting Consumer's Willingness to Pay for Organic Pork in Mueang District, Chiang Mai Province |            |
| <b>Author</b>                  | Miss Sukrita Chiramethasiri  |            |
| <b>Degree</b>                  | Master of Science (Agribusiness)   |            |
| <b>Advisory Committee</b>      | Prof. Emeritus Dr. Aree Wiboonpongse   | Advisor    |
|                                | Asst. Prof. Dr. Yaovarate Chaovanapoonphol   | Co-advisor |

## ABSTRACT

The present study has the objectives to assess the potential price of organic pork that consumers in Chiang Mai Province are willing to pay for the purchase in comparison with the price of ordinary pork, and to perform an analysis on the factors determining such willingness to pay.

Totally 370 samples of consumer were approached for the survey on their willingness to pay for buying organic pork based on contingent valuation method. The Tobit regression Model was applied for measuring the willingness to pay and finding out the primary determinants of the willingness to pay.

The survey on consumers' knowledge regarding organic foods revealed that their knowledge and understanding about organic foods were at relatively low levels compared to what they knew and understood about other kinds of safe food. Although the consumers under this study had got some information involving organic foods from magazines, books, or health related journals in the aspects of organic produce and product being environmentally friendly, chemical contamination in conventional foods, and the popularized consumers' attentiveness to consumption for health benefits, they appeared to have limited knowledge about organic agriculture and organic produce/food certification and certificates. The organic produce/food they were most familiar with was organic vegetables.

As for factors affecting consumers' decision to buy organic foods, the investigation found that the psychological element was indicated most predominantly by the questionnaire respondents as a factor making them buy organic pork, followed by product, personal, and socio-economic considerations, in descending order. However, the minor factor contributing the most to the demand for organic pork purchase and consumption was found to be the obvious price label or sign which is an attribute of the product factor.

The results of Tobit Model application disclosed that the primary determinants of consumers' willingness to pay were education, employment in government agency and state enterprise, employment in private sector, product brand, food choice based on health benefit consideration, and the place selling organic pork. Furthermore, the measured willingness to pay suggests that consumers in general are willing to pay an additional 5.38 baht per kilogram on top of the ongoing price of ordinary pork for the purchase of organic pork.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved