

ชื่อเรื่อง . ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภค
ในจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวสุลารักษ์ หมั่นโพธิ์

ชื่อปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ ดร.เก นันทะเสน

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ จากผู้บริโภคผักอินทรีย์ในจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้วิธีการ Conjoint analysis ในการวิเคราะห์คุณลักษณะของผักอินทรีย์แล้วผลที่ได้ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ความเต็มใจที่จะจ่ายด้วยวิธีการ WTP และวิเคราะห์ศักยภาพทางการตลาดผักอินทรีย์โดยวิธี Bradley - Terry - Luce ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยที่ใช้ศึกษาคือ ปัจจัยทางด้านผู้ผลิต ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านตรารับรอง ด้านสถานที่วางจำหน่าย ด้านความสด ด้านรอยแมลง และด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยของผักอินทรีย์ที่มีผลต่อความพึงใจเลือกซื้อผักอินทรีย์ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ผลิต สถานที่จำหน่าย ราคา ตรารับรอง บรรจุภัณฑ์ และรอยแมลงตามลำดับ สำหรับการศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายของครัวเรือนผู้บริโภคเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงของแต่ละระดับของคุณลักษณะ พบว่า ผักอินทรีย์สดมากทำให้ผู้บริโภคมีค่าความเต็มใจที่จ่ายเพิ่มขึ้น 66.30 บาท และจ่ายลดลงเมื่อผักอินทรีย์ไม่สด 75.93 บาท และสุดท้ายส่วนการศึกษาศักยภาพทางการตลาด พบว่า ตลาดจำลองที่ 8 เป็นตลาดที่สามารถแข่งขันในตลาดได้ ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะดังนี้ มีถุงหรือกล่องบรรจุ มีตรารับรองความปลอดภัย วางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตหรือไฮเปอร์มาร์เก็ต มีความสดมาก มีรอยแมลง และมีราคา 2 เท่า จากราคาผักทั่วไป

คำสำคัญ : ผักอินทรีย์, ผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่, คุณลักษณะของผักอินทรีย์

Title	Factors that influence the decision to buy Organic Vegetables of the Consumers in Chiang Mai Province
Author	Miss Sulaluck Meunpho
Degree of	Master of Economics in Applied Economics
Advisory Committee Chairperson	Dr. Ke Nunthasen

ABSTRACT

This study aimed to analyze factors effecting the decision-making to purchase organic vegetables of consumer in Chiang Mai province. Conjoint analysis was employed for analyzing characteristics of organic vegetable. Results of the analysis were used for an analysis of the willingness to pay by WTP method. Beside, an analysis of the potential of organic vegetable market was conducted by using Bradley - Terry - Luce method. In this study the researcher determined factors on producer, package, certified mark, distribution place, freshness, and price.

Results of the study revealed that factors of organic vegetables had an effect on consumer satisfaction to purchase organic vegetable most. This was followed by producer, distribution place, price, certified mark, package, and insect trace, respectively. It was found that fresh organic vegetables made the consumers be willing to pay excessively for 66.30 bath and it would be decrease for 75.93 bath in the case that it was not fresh. Regarding market potential, it was found that the 8th market model was the one having competitive potential. This market model comprised : contain box, safety certified mark, availability in supermarket, freshness, insect trace, and double price of general vegetables.

Keyword : organic vegetable, consumers in Chiang Mai province, attribute of organic vegetables