

ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค

● ต่อน้ำผลไม้สกัดเย็นออร์แกนิก

Consumers' willingness to pay for organic cold pressed fruit juices



ที่มาและความสำคัญ

อันตรายจากสารพิษตกค้างทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงสุขภาพมากขึ้นเลือกรับประทานอาหารที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ส่งผลให้ธุรกิจเติบโต

การศึกษามูลค่าความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคต่อน้ำผลไม้สกัดเย็นออร์แกนิกเพื่อหามูลค่าที่ผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินเพื่อบริโภคน้ำผลไม้ที่มีคุณลักษณะที่ปลอดภัยและมีประโยชน์ต่อสุขภาพและปัจจัยที่จะส่งผลต่อการซื้อ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายของน้ำผลไม้สกัดเย็นออร์แกนิก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้สกัดเย็นออร์แกนิก

ขอบเขตของงานวิจัย

ศึกษาผู้บริโภคในพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา และนครศรีธรรมราช พื้นที่ที่มีจำนวนประชากรสูงสุดในแต่ละภาค

การรวบรวมข้อมูล

การศึกษารั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) จัดเก็บผ่านช่องทางออนไลน์โดยส่งแบบสอบถามผ่านโซเชียลมีเดีย

วิธีการวิเคราะห์ผล

ใช้การประมาณค่าทางสถิติจากการประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์ด้วยวิธีการสมมติเหตุการณ์ (CVM) โดยตั้งคำถามปลายปิดแบบถามครั้งเดียว (Close-Ended Single Bid CVM)

ผลการศึกษา

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านรายได้ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคโดยผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงมีความสามารถในการซื้อที่มีความเต็มใจจ่ายมากกว่า ผู้บริโภคที่มีความรู้ด้านอาหารออร์แกนิกมีความเต็มใจจ่ายมากกว่า ผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดีต่ออาหารออร์แกนิกมีความเต็มใจจ่ายมากกว่า โดยมีมูลค่าความเต็มใจจ่ายเท่ากับ 87.728 บาท

ข้อเสนอแนะ

ส่งเสริมในการทำการเกษตรแบบออร์แกนิก เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ให้ข้อมูลความรู้ที่ถูกต้องและเข้าถึงประชาชนได้ง่าย ควรมีขอบเขตศึกษาอย่างเฉพาะเจาะจงและเพิ่มการศึกษาด้านพฤติกรรม การดูแลสุขภาพให้มากขึ้น



ความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคต่อน้ำผลไม้สกัดเย็นออร์แกนิก

สุภาวรรณ ลิ้มวิไลกุล*

บทคัดย่อ

การศึกษานี้วัตถุประสงค์เพื่อประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายและปัจจัยที่ส่งต่อการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้สกัดเย็นออร์แกนิกโดยข้อมูลในการวิเคราะห์มาจากการเก็บแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 650 คนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ นครราชสีมา และนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีสมมติเหตุการณ์ (Contingent Valuation Method: CVM) ด้วยรูปแบบคำถามปลายปิดชั้นเดียว (Close-Ended Single Bid) ร่วมกับการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกทวิ (binary logistic regression analysis) ผลการศึกษาพบว่ามูลค่าความเต็มใจจ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 87.728 บาทต่อปริมาณ 500 มิลลิลิตร โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเต็มใจจ่ายได้แก่ รายได้ ความรู้ความเข้าใจในอาหารออร์แกนิก ทัศนคติที่มีต่ออาหารออร์แกนิก และราคา

คำสำคัญ: ความเต็มใจจ่าย, ออร์แกนิก, น้ำผลไม้สกัดเย็น, วิธีสมมติเหตุการณ์

* นักศึกษาคณะพัฒนาการเศรษฐกิจ หลักสูตรเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

86 ซอยเทียนทะเล 19 ถนนบางขุนเทียนชายทะเล แขวงท่าข้าม เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150

E-mail: supawan.nham@gmail.com

Consumers' willingness to pay for organic cold pressed fruit juices

*Supawan Limpwilaikul**

Abstract

This paper aims to assess the willingness to pay and the factors that influence the purchasing decision of organic cold pressed fruit juice. Data used in the analysis was from an online questionnaire. The sample was 650 people which were collected from Bangkok, Chiang Mai, Nakhon Ratchasima and Nakhon Si Thammarat areas. Contingent Valuation Method (CVM) was used with a close-ended single bid model and was analyzed with binary logistic regression analysis. The average of willingness to pay is 87.728 baht per 500 milliliter. Factors affecting willingness to pay were income, knowledge and understanding of organic food, attitude towards organic food, and prices.

Keywords: Willingness to Pay, Organic, Cold Pressed Fruit Juice, Contingent Valuation Method

* Student The School of Development Economics master in Business Economics Program,
National Institute of Development Administration
86 Soi Thiantalay19, Bang Khun Thian Road, Thakam Sub-District, Bang Khun Thian, Bangkok 10150
Email: supawan.nham@gmail.com