

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตในการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	5
2.1.1 แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of Consumer Behavior)	5
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับวิธีการประเมินมูลค่าทางเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อมและสุขภาพอนามัย	8
2.1.3 วิธีสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินค่า (Contingent Valuation Method: CVM)	9
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	23
3.1 กรอบแนวคิดวิจัย	23
3.2 ข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 สถานการณ์ผลิตภัณฑ์นม และการผลิตนมอินทรีย์	33
4.1 สถานการณ์การผลิต การตลาด และการบริโภคนม	33
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับนมอินทรีย์	36
4.2.1 ความหมายของน้ำนมอินทรีย์	36
4.2.2 ข้อดีของน้ำนมอินทรีย์	36
4.2.3 การผลิตโคนมและน้ำนมอินทรีย์	37
บทที่ 5 ผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภคนม	41
5.1 ข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภค	41
5.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคตัวอย่าง	41
5.1.2 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภค	43
5.2 พฤติกรรมการบริโภคนมของผู้บริโภคตัวอย่าง	45
5.2.1 สัดส่วนการบริโภคนมทุกชนิดของสมาชิกในครัวเรือนผู้บริโภค	45
5.2.2 พฤติกรรมการบริโภคนมของผู้บริโภคตัวอย่าง	47
5.2.3 พฤติกรรมการบริโภคนมของผู้บริโภคตัวอย่างกรณีที่เป็นผู้บริโภคบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง แบบขวดและแบบกระป๋อง	50
5.2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและซื้อนมพร้อมดื่ม	53
บทที่ 6 ทักษะและการตัดสินใจซื้อนมอินทรีย์ของผู้บริโภค	56
6.1 ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์และนมอินทรีย์	56
6.1.1 การได้รับข้อมูลข่าวสารการบริโภคอาหารที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ	56
6.1.2 ประสบการณ์การเจ็บป่วยจากการบริโภคอาหาร	56
6.1.3 ปัญหาทางสุขภาพ	58
6.1.4 ความกังวลเกี่ยวกับเรื่องของปัญหาสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคตัวอย่าง	59

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
6.1.5 การมีความรู้ ความเข้าใจ การได้รับข้อมูลข่าวสารและความเชื่อมั่นเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์	61
6.1.6 การซื้อสินค้าเกษตรของผู้บริโภคตัวอย่าง	63
6.1.7 แหล่งจำหน่ายอาหารสุขภาพและการซื้อของผู้บริโภค	65
6.1.8 ปัจจัยส่วนบุคคลกับความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์	67
6.1.9 ทักษะ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ และนมอินทรีย์	70
6.2 ความเต็มใจจ่ายเพิ่มของผู้บริโภคในการซื้อนมอินทรีย์	73
6.2.1 การวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายเพิ่มในการบริโภคน้ำนมอินทรีย์	73
6.2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายเพิ่มในการบริโภคน้ำนมอินทรีย์	80
6.3 สรุป	81
บทที่ 7 สรุปผลการศึกษา	82
7.1 สรุปผลการศึกษา	82
7.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษา	88
บรรณานุกรม	90
ภาคผนวก	94
ภาคผนวก ก	95
ภาคผนวก ข	105
ประวัติผู้เขียน	108

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
2.1	พัฒนาการที่สำคัญของCVM	12
3.1	จำนวนครัวเรือนและจำนวนตัวอย่างในแต่ละตำบลที่ใช้ในการศึกษา	25
3.2	จำนวนตัวอย่างในแต่ละตำบลที่ใช้ในการศึกษาแบบสอบถามรอบแรก	27
3.3	มูลค่าความเต็มใจจ่ายและความถี่จากการสอบถามรอบแรก	27
4.1	จำนวนเกษตรกร จำนวน โคนม ปริมาณผลผลิตน้ำนมดิบ ต้นทุนการผลิต น้ำนมดิบ และราคาน้ำนมดิบที่เกษตรกรได้รับ ปี พ.ศ.2550 – 2555	34
4.2	ความต้องการนมดิบ ผลผลิตนมพร้อมดื่ม การบริโภคนมพร้อมดื่ม และ อัตราการบริโภคนมพร้อมดื่ม ปี 2548 - 2553	35
5.1	ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริโภคตัวอย่าง	41
5.2	ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภค	44
5.3	การบริโภคนมทุกชนิดของสมาชิกในครัวเรือนผู้บริโภค	46
5.4	พฤติกรรมการบริโภคนมของผู้บริโภคตัวอย่าง	48
5.5	พฤติกรรมการบริโภคนมของผู้บริโภคตัวอย่างกรณีที่บริโภคบรรจุภัณฑ์ แบบกล่อง	51
5.6	พฤติกรรมการบริโภคนมของผู้บริโภคตัวอย่างกรณีที่บริโภคบรรจุภัณฑ์ แบบขวดและแบบกระป๋อง	52
5.7	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคและซื้อนมพร้อมดื่มยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง	54
6.1	การได้รับข้อมูลข่าวสารและแหล่งข้อมูลข่าวสารการบริโภคอาหารที่ ปลอดภัยต่อสุขภาพของผู้บริโภคตัวอย่าง	57
6.2	ประสบการณ์การเจ็บป่วยจากการบริโภคอาหารของผู้บริโภคตัวอย่าง	58
6.3	ปัญหาทางสุขภาพของคนในครอบครัวหรือตัวผู้บริโภคตัวอย่าง	59
6.4	ความกังวลเกี่ยวกับเรื่องของปัญหาสุขภาพในอนาคตของผู้บริโภคตัวอย่าง	60
6.5	การมีกิจกรรมเพื่อป้องกันปัญหาสุขภาพของผู้บริโภคตัวอย่าง	60
6.6	ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคตัวอย่าง	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
6.7	ความเพียงพอและการได้รับข้อมูลข่าวสาร	62
6.8	ความเชื่อมั่นในระบบสินค้าเกษตรและอาหารของไทยในปัจจุบัน	63
6.9	การซื้อสินค้าเกษตรของผู้บริโภคตัวอย่าง	64
6.10	ร้านค้าที่จำหน่ายอาหารสุขภาพที่ผู้บริโภคตัวอย่างรู้จัก	66
6.11	สาเหตุที่ผู้บริโภครู้จักร้านค้าที่จำหน่ายอาหารสุขภาพ	66
6.12	ระดับราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ เมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันในร้านค้า ทั่วไปตามความคิดเห็นของผู้บริโภคตัวอย่าง	66
6.13	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้บริโภคตัวอย่างกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ สินค้าเกษตรอินทรีย์	67
6.14	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคตัวอย่างกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ สินค้าเกษตรอินทรีย์	68
6.15	ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้บริโภคตัวอย่างกับความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์	69
6.16	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคตัวอย่างกับความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์	70
6.17	ทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าเกษตรอินทรีย์ และนมอินทรีย์ของ ผู้บริโภคตัวอย่าง	71
6.18	สัดส่วนของผู้บริโภคตัวอย่างที่ตอบรับและปฏิเสธค่าจำนวนเงินเริ่มต้น (A)	74
6.19	สัดส่วนของครัวเรือนตัวอย่างที่ตอบรับและปฏิเสธค่าราคาปลายปิดสองชั้น เริ่มต้น และครั้งที่สอง (A ^u)	75
6.20	มูลค่าความเต็มใจจ่ายเพิ่มในการบริโภคน้ำนมอินทรีย์ (WTP)	76
6.21	ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ของตัวแปรที่ใช้ในการคำนวณความเต็มใจจ่าย ตามแบบจำลอง Tobit	77
6.22	การพิจารณา ค่า Variance inflation factor (VIF) หรือค่า Tolerance กับปัญหา Multicollinearity	77
6.23	ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายเพิ่มในการบริโภคน้ำนมอินทรีย์	78

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค	7
2.2	เทคนิคการประเมินมูลค่าแบ่งตามประเภทของความพอใจ	8
2.3	ค่าความน่าจะเป็นของผู้ถูกสัมภาษณ์ที่เต็มใจจ่าย และไม่เต็มใจจ่าย	14
2.4	ฟังก์ชันความน่าจะเป็นสะสมที่อธิบาย Bid Curve ของการเสนอค่าเริ่มต้น A ค่ามัธยฐานของWTP และค่าเฉลี่ยของ WTP	15
2.5	ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์คำถามปิดสองชั้น	16
2.6	ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์คำถามปิดชั้นเดียว	18
3.1	กรอบแนวคิดในการศึกษาและขั้นตอนในการศึกษา	24
3.2	ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์จากคำถามปิดสองชั้น (ก)	28
3.3	ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์จากคำถามปิดสองชั้น (ข)	29
3.4	ความเป็นไปได้ของเหตุการณ์จากคำถามปิดสองชั้น (ค)	29