

บทที่ 6

ปัจจัยที่มีผลต่อระดับราคาที่เต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

การนำเสนอในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษายปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเทคนิคการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินค่า (CVM) โดยใช้เทคนิคการตั้งคำถามแบบเสนอราคาปิดครั้งเดียว และปิดท้ายด้วยคำถามปลายเปิด การศึกษาดังกล่าวเป็นการสัมภาษณ์โดยตรงด้วยแบบสอบถามจากตัวอย่าง ซึ่งกำหนดตัวอย่างทั้งหมด 370 ตัวอย่าง จากนั้นวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายโดยใช้แบบจำลองโทบิต (tobit model) ประมาณค่าด้วยความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimation) ด้วยโปรแกรม LIMDEP

ในการสอบถามค่าความเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ทั้งสามชนิด ได้แก่ เนื้อสันนอก เนื้อสันใน และเนื้อสามชั้น พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่าย/ไม่จ่าย สำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ทั้งสามชนิดไม่แตกต่างกันหมายความว่า เมื่อผู้บริโภคตอบว่ายินดีที่จะจ่ายสำหรับเนื้อสันนอก ก็จะมีความยินดีที่จะจ่ายสำหรับเนื้อสันใน และเนื้อสามชั้นเช่นเดียวกัน ถ้าผู้บริโภคตอบว่า ไม่ยินดีที่จะจ่าย ก็จะไม่ยินดีที่จะจ่ายสำหรับเนื้อสุกรทั้งสามชนิด แสดงให้เห็นว่า ชนิดของเนื้อสุกรอินทรีย์ ไม่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภค ที่เป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะราคาต่อกิโลกรัมของเนื้อสุกรทั้งสามชนิดไม่แตกต่างกันมากนัก และ เมื่อนำข้อมูลราคาของผู้ตอบแบบสอบถามเต็มใจจะจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ทั้ง 3 ส่วน คือ เนื้อสันนอก (WTP 1) เนื้อสันใน (WTP 2) และเนื้อสามชั้น (WTP 3) มาทดสอบหาความสัมพันธ์ของตัวแปร (ตารางที่ 6.1) พบว่า ตัวแปรทั้ง 3 ตัว มีความสัมพันธ์กันเนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรมีค่าเกิน 0.50 ในการประมาณค่าปัจจัยที่มีผลต่อความยินดีจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ จึงใช้ราคาของเนื้อสันนอก (WTP 1) เป็นตัวแทนค่าความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค เนื่องจากเนื้อสันนอกเป็นเนื้อสุกรที่ผู้บริโภคนิยมรับประทานมากที่สุด

ตารางที่ 6.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรราคาเนื้อสุกรอินทรีย์

ตัวแปร	WTP1	WTP2	WTP3
เนื้อสันนอก(WTP1)	1.0000		
เนื้อสันใน(WTP2)	0.98077	1.0000	
เนื้อสามชั้น(WTP3)	0.85228	0.87019	1.0000

ที่มา: จากการคำนวณ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทำการวิเคราะห์ด้วยตัวแปร จำนวน 15 ตัวแปร ได้แก่ เพศ (Female) อายุ (Age) การศึกษา (Edu) รายได้ครัวเรือน 50,000 – 100,000 บาทต่อเดือน (Inc1) รายได้ครัวเรือนมากกว่า 100,000 บาทต่อเดือน (Inc2) อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (Oc1) อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน (Oc2) อาชีพแม่บ้าน/รับจ้าง/เกษตรกร/อาชีพค้าขาย/อาชีพอิสระ/อาชีพอื่นๆ (Oc3) เนื้อสุกรอินทรีย์มีบรรจุภัณฑ์ที่เรียบร้อยสวยงาม (Pack) ผลិតภัณฑ์เนื้อสุกรอินทรีย์ต้องเป็นตราสินค้าที่รู้จัก (Brand) การได้รับมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Standard) กลุ่มผู้บริโภคเลือกอาหารโดยคำนึงถึงผลที่มีต่อสุขภาพและเข้าใจว่าอาหารอินทรีย์เป็นสินค้าที่ปลอดภัยเนื่องจากไม่มีสารเคมีตกค้างในอาหาร (Att) ตัวอย่างมีปัญหาสุขภาพ (Health) ต้องขายในซูเปอร์มาเกตหรือไฮเปอร์มาเกตเท่านั้น (Sup) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุกรอินทรีย์ (Info)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 15 ตัว พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรบางตัวมีค่าสูงกว่า 0.5 (ภาคผนวก ก) ดังนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา multicollinearity จึงตัดตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันออกไป แต่เนื่องจากตัวแปรมีความสัมพันธ์กันหลายตัวจึงได้เลือกทำการตัดตัวแปรบางตัว โดยทำการสร้างแบบจำลองขึ้น 4 แบบ ได้แก่ แบบจำลองที่ 1 แบบจำลองที่ 2 แบบจำลองที่ 3 และ แบบจำลองที่ 4 โดยแบบจำลองที่ 1 ไม่ทำการตัดตัวแปร (ใช้ตัวแปรทั้ง 15 ตัวแปร)แบบจำลองที่ 2 แบบจำลองที่ 3 และ แบบจำลองที่ 4 ทำการทดลองตัดตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันออกไปซึ่งได้แก่เนื้อสุกรอินทรีย์มีบรรจุภัณฑ์ที่เรียบร้อยสวยงาม (Pack) ตัวแปรผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรอินทรีย์ต้องเป็นตราสินค้าที่รู้จัก (Brand) และ การได้รับมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Standard) โดยที่แบบจำลองที่ 2 ทำการตัดตัวแปร 1 ตัว คือเนื้อสุกรอินทรีย์มีบรรจุภัณฑ์ที่เรียบร้อยสวยงาม (Pack) เนื่องจากตัวแปรดังกล่าว มีความสัมพันธ์กับตัวแปร เนื้อสุกรอินทรีย์ต้องเป็นตราสินค้าที่รู้จัก (Brand) การได้รับมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Standard) และ กลุ่มผู้บริโภคเลือกอาหารโดยคำนึงถึงผลที่มีต่อสุขภาพและเข้าใจว่าอาหารอินทรีย์เป็นสินค้าที่ปลอดภัยเนื่องจากไม่มีสารเคมีตกค้างในอาหาร (Att)

แบบจำลองที่ 3 ทำการตัดตัวแปรเพิ่มอีก 1 ตัวจากแบบจำลองที่ 2 คือทำการตัดตัวแปร 2 ตัว คือเนื้อสุกรอินทรีย์มีบรรจุภัณฑ์ที่เรียบร้อยสวยงาม (Pack) และตัวแปรผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรอินทรีย์ต้องเป็นตราสินค้าที่รู้จัก (Brand) แบบจำลองที่ 4 ทำการตัดตัวแปร 3 ตัว ได้แก่ เนื้อสุกรอินทรีย์มีบรรจุภัณฑ์ที่เรียบร้อยสวยงาม (Pack) ตัวแปรผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรอินทรีย์ต้องเป็นตราสินค้าที่รู้จัก (Brand) และ การได้รับมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Standard) และนำมาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโทบิต

เมื่อเปรียบเทียบแบบจำลองทั้ง 4 แบบจำลอง (ตารางที่ 6.2) จะพบว่าค่า AIC (akaike's information criteria) ของแต่ละแบบจำลองก็มีค่าใกล้เคียงกัน ซึ่งหมายความว่า ค่าความคลาดเคลื่อนของทั้ง 4 แบบจำลองมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาค่า log likelihood function ของแบบจำลองทั้ง 4 แบบ ก็มีค่าใกล้เคียงกันเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย จะเห็นได้ว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายได้แก่ การศึกษา (Edu) อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (Oc1) อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน (Oc2) ตราสินค้า (Brand) กลุ่มผู้บริโภคเลือกอาหารโดยคำนึงถึงผลที่มีต่อสุขภาพและเข้าใจว่าอาหารอินทรีย์เป็นสินค้าที่ปลอดภัยเนื่องจากไม่มีสารเคมีตกค้างในอาหาร (Att) สถานที่จำหน่ายเนื้อสุกรอินทรีย์ (Sup) ก็ยังคงส่งผลต่อความเต็มใจจ่าย ไม่ว่าจะตัดตัวแปรตัวใดตัวหนึ่ง หรือหลายตัวก็ตาม ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบจำลองที่ 2 ซึ่งเป็นแบบจำลองที่มีค่าความคลาดเคลื่อน (AIC) ต่ำที่สุด ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่าย

ตารางที่ 6.2 ผลการประมาณค่าปัจจัยที่มีผลต่อความยินดีจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์

ตัวแปร	แบบจำลองที่ 1	แบบจำลองที่ 2	แบบจำลองที่ 3	แบบจำลองที่ 4
FEMALE	-0.313 (3.10)	-0.340 (3.518)	-0.634 (3.655)	-0.186 (3.674)
Age	0.209 (0.164)	0.213 (0.165)	0.252 (0.170)	0.254 (0.171)
Edu	1.298** (0.649)	1.289** (0.651)	1.189** (0.667)	1.310 (0.667)
Inc1	-9.958 (21.423)	-11.728 (21.407)	-2.671 (22.289)	-4.683 (22.479)
Inc2	-6.299 (21.499)	-7.597 (21.517)	0.977 (22.412)	-0.724 (22.606)

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

ตัวแปร	แบบจำลองที่ 1	แบบจำลองที่ 2	แบบจำลองที่ 3	แบบจำลองที่ 4
Oc1	10.342** (5.332)	10.467** (5.347)	10.852** (5.549)	12.655** (5.546)
Oc2	11.972** (5.231)	11.958** (5.241)	11.446** (5.437)	11.629** (5.465)
Oc3	6.338 (5.349)	6.195 (5.363)	4.542 (5.539)	4.694 (5.576)
Pack	-2.500 (2.438)	- -	- -	-
Brand	12.864*** (2.647)	12.099*** (2.538)	-	-
Standard	2.758 (2.789)	1.713 (2.600)	5.917** (2.534)	-
Att	4.606*** (1.563)	4.569*** (1.568)	6.989*** (1.559)	8.706*** (1.410)
Health	1.667 (4.141)	1.614 (4.150)	2.305 (4.294)	2.588 (4.328)
SUP	4.562 (2.019)	4.727 (2.018)	3.638 (2.059)	3.927 (2.066)
INFO	5.221 (3.596)	5.181 (3.604)	3.638 (3.745)	4.429 (3.775)
constant	-119.150 (26.881)	-119.656 (26.967)	-113.481 (27.628)	-105.730 (27.471)
Log likelihood function	-1014.871	-1015.396	-1026.854	-1029.599
AIC	5.577	5.575	5.632	5.641

หมายเหตุ: 1.ตัวเลขในวงเล็บแสดงค่า Standard Error

2. ***มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

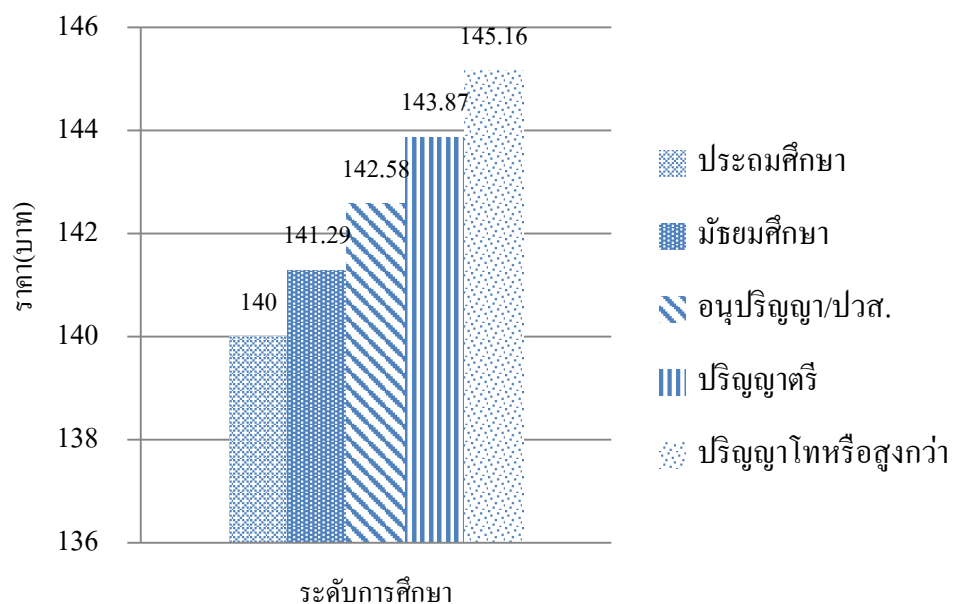
**มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

*มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10

ที่มา:จากการคำนวณ

การศึกษาผลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ โดยใช้แบบจำลองทอบิต (tobit model) (ตารางที่ 6.2 แบบจำลองที่ 2) พบว่า แบบจำลองมีค่า log likelihood function เท่ากับ -1,015.396 ค่า Info. Criterion: AIC เท่ากับ 5.575 ปัจจัยที่มีผลต่อระดับราคาที่เต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ของตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การศึกษา (Edu) อาชีพ (Oc) ตราสินค้า (Brand) กลุ่มผู้บริโภคเลือกอาหารโดยคำนึงถึงผลที่มีต่อสุขภาพและเข้าใจว่าอาหารอินทรีย์เป็นสินค้าที่ปลอดภัยเนื่องจากไม่มีสารเคมีตกค้างในอาหาร (Att) และ สถานที่จำหน่ายเนื้อสุกรอินทรีย์ (Sup) ส่วนปัจจัยอื่นๆที่ไม่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ (Female) อายุ (Age) รายได้ (Inc) บรรจุภัณฑ์ของสินค้า (Pack) มาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Standard) ปัญหาสุขภาพของตัวอย่าง (Health) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุกรอินทรีย์ (Info) เมื่อพิจารณารายละเอียดปัจจัยที่มีผลต่อระดับราคาที่เต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ของผู้บริโภค มีดังนี้

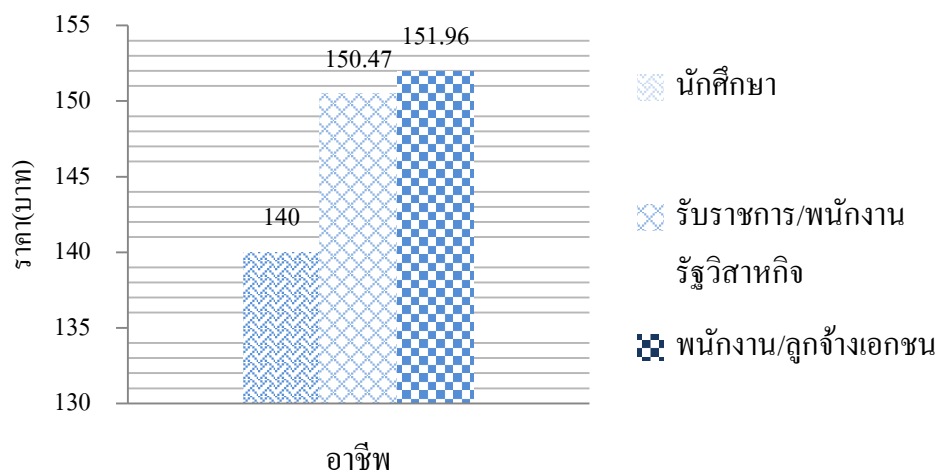
การศึกษา (Edu) พบว่า การศึกษาที่สูงขึ้น 1 ระดับ จะมีผลต่อความเต็มใจจ่ายเนื้อสุกรอินทรีย์เพิ่มขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยการศึกษาก่อนที่เพิ่มขึ้น 1 ระดับจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 1.29 บาทสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ 1 กิโลกรัม (ภาพที่ 6.1)



ที่มา: จากการคำนวณ

ภาพที่ 6.1 เปรียบเทียบระดับราคาของผู้บริโภคเต็มใจจะจ่ายสำหรับระดับการศึกษาต่างๆ

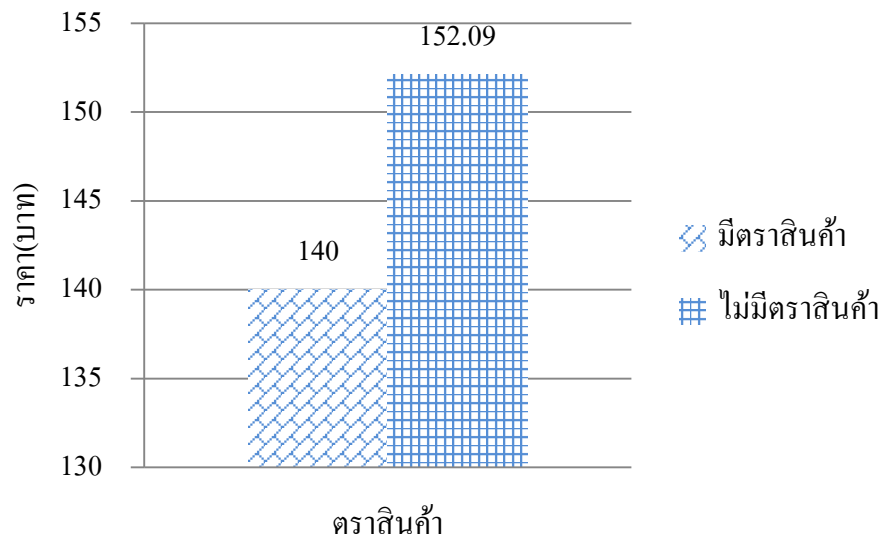
อาชีพ (Oc) พบว่า อาชีพมีผลต่อระดับราคาเต็มใจจ่ายเนื่อสุกรอินทรีย์อย่างเพิ่มขึ้น ถ้า ผู้บริโภคมอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ (Oc1) จะมีผลต่อความเต็มใจจ่ายเนื่อสุกรอินทรีย์ เพิ่มขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยที่ผู้บริโภคมอาชีพดังกล่าว จะมีความเต็มใจจ่ายมากกว่า ผู้บริโภคมอาชีพนักศึกษา 10.46 บาท และถ้าหากผู้บริโภคมอาชีพพนักงานและลูกจ้างเอกชน (Oc2) จะมีผลต่อความยินดีที่จ่ายสำหรับเนื่อสุกรอินทรีย์เพิ่มขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.50 โดยจะมีความเต็มใจจ่ายมากกว่าผู้บริโภคมอาชีพนักศึกษา 11.96 บาท ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มอาชีพดังกล่าวมีรายได้ที่มั่นคง และเป็นวัยที่มีกำลังการซื้อสูง โดยเฉพาะอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งนอกจากจะมีความสามารถในการซื้อสูงแล้ว ยังสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่างๆ ได้มากกว่าอาชีพอื่นๆ (ภาพที่ 6.2)



ที่มา: จากการคำนวณ

ภาพที่ 6.2 เปรียบเทียบระดับราคาที่ผู้บริโภคมเต็มใจจะจ่ายสำหรับอาชีพต่างๆ

ตราสินค้าผลิตภัณฑ์เนื่อสุกรอินทรีย์ (Brand) ผู้บริโภคมจากตัวอย่างแสดงให้เห็นว่าตราสินค้ามีผลต่อความยินดีที่จ่ายสำหรับเนื่อสุกรอินทรีย์เพิ่มขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 (ค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก) กล่าวคือ ผู้บริโภคมมีความใส่ใจในเรื่องของตราสินค้า ถ้าสินค้ำมีตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักจะทำให้ความยินดีที่จ่ายสำหรับเนื่อสุกรอินทรีย์เพิ่มขึ้น 12.09 บาท เมื่อเทียบกับสินค้ำที่ไม่มีตราสินค้า เนื่องจากตราสินค้าที่เป็นที่รู้จักทำให้ผู้บริโภคมมั่นใจได้ว่าสินค้ำนั้นมีความน่าเชื่อถือ มีมาตรฐานที่เชื่อถือได้ สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคม (ภาพที่ 6.3)

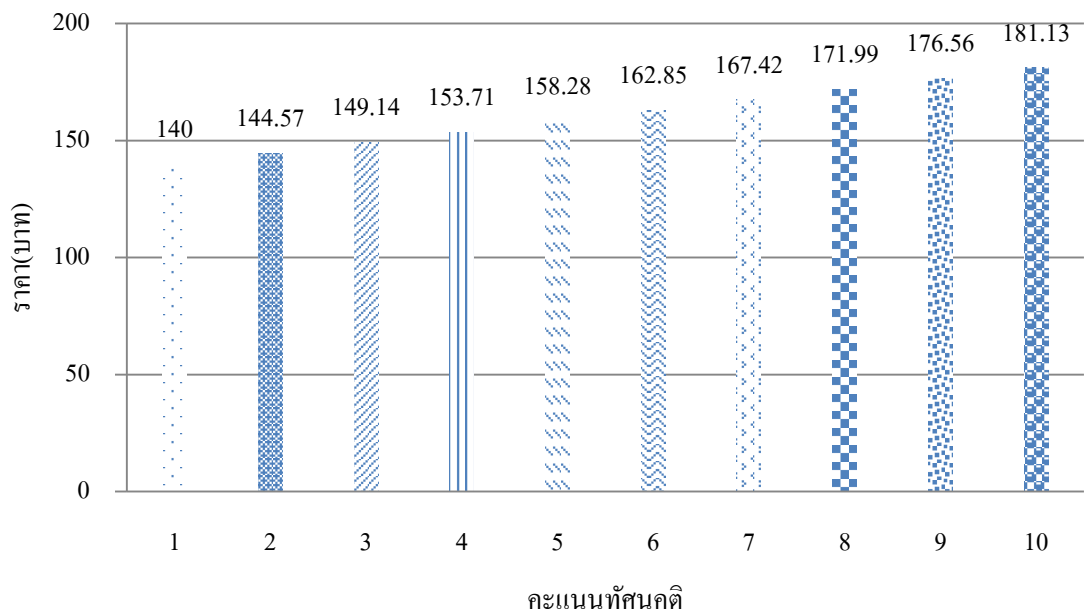


ที่มา: จากการคำนวณ

ภาพที่ 6.3 เปรียบเทียบระดับราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจะจ่ายเมื่อมีตราสินค้าและไม่มีตราสินค้า

ทัศนคติของผู้บริโภค การเลือกอาหาร โดยคำนึงถึงผลที่มีต่อสุขภาพและความเชื่อว่าสุกรอินทรีย์ไม่มีสารเคมีตกค้าง (Att) มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 ผู้บริโภคจะมีความยินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 4.57 บาท เมื่อมีคะแนนด้านทัศนคติเพิ่มขึ้นหนึ่งระดับ ดังนั้นการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภค จะต้องเน้นย้ำถึงความแตกต่างระหว่างเนื้อสุกรธรรมดา และเนื้อสุกรอินทรีย์ที่ไม่มีสารเคมีตกค้าง เพราะเมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงความแตกต่าง คุณค่าและประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ ก็จะมีโอกาสในการเลือกซื้อเนื้อสุกรอินทรีย์มากขึ้น (ภาพที่ 6.4)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ที่มา: จากการคำนวณ

ภาพที่ 6.4 เปรียบเทียบระดับราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจะจ่ายเมื่อมีระดับทัศนคติเพิ่ม

สถานที่ในการจำหน่ายเนื้อสุกรอินทรีย์ต้องขายในซูเปอร์มาเกตหรือไฮเปอร์มาเกตเท่านั้น (Sup) มีผลต่อความเต็มใจที่จ่ายเพิ่มขึ้น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ถ้าเนื้อสุกรอินทรีย์วางขายในซูเปอร์มาเกตหรือไฮเปอร์มาเกตจะทำให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 4.73 บาทต่อเนื้อสุกรอินทรีย์ 1 กิโลกรัม ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อสุกรอินทรีย์ถือเป็นสินค้าพรีเมียม การวางขายในซูเปอร์มาเกตหรือไฮเปอร์มาเกตจะทำให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

วัตถุประสงค์หนึ่งของการศึกษานี้คือ การวัดค่าความเต็มใจจ่ายราคาส่วนต่างของสินค้าเนื้อสุกรอินทรีย์กับเนื้อสุกรธรรมดา โดยนำราคาค่าเฉลี่ยที่ได้จากแบบสอบถามเบื้องต้น (pretest survey) มาเป็นราคาเริ่มต้นในการถามคำถาม ถามครั้งแรกโดยใช้คำถามปลายเปิดว่า “ท่านยินดีที่จะจ่ายหรือไม่สำหรับราคานี้” หลังจากนั้นไม่ว่าผู้บริโภคจะตอบว่ายินดีจ่ายหรือไม่ยินดีจ่าย ก็จะให้ผู้บริโภคตอบคำถามอีกครั้งโดยใช้คำถามปลายเปิดว่า “ท่านยินดีที่จะจ่ายสูงสุดเท่าไร” ถ้าผู้บริโภคตอบราคายินดีที่จะจ่ายสุดท้ายต่ำกว่าราคาเริ่มต้น จะถือว่าผู้บริโภคไม่ยินดีที่จะจ่าย (WTP = 0) ผลการศึกษาพบว่า มีผู้บริโภคที่ยินดีจะจ่ายส่วนต่างที่เพิ่มขึ้นสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ จำนวน 191 คนคิดเป็นร้อยละ 51.08 ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนต่างราคาที่ผู้บริโภคที่ยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นอยู่ในช่วงตั้งแต่ 28 บาท ถึง 80 บาท (ดังตารางที่ 6.3) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความเต็มใจที่จ่ายอยู่ในช่วงส่วนต่างราคา

เท่ากับ 28 บาท ถึง 40 บาท และในการหาค่าความเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการประมาณค่าเฉลี่ยของความเต็มใจจ่าย (mean WTP) ในการหาระดับราคาที่เต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ของผู้บริโภค พบว่า ส่วนต่างราคาระหว่างเนื้อสุกรอินทรีย์เปรียบเทียบกับเนื้อสุกรธรรมดาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ เท่ากับ 5.38 บาท ส่วนต่างที่ค่าเฉลี่ยนี้ หมายถึง ราคาที่ผู้ซื้อยินดีจ่ายที่ 145.38 บาทต่อกิโลกรัมสำหรับเนื้อสันนอกและ เนื้อสันใน และ 140.38 บาทต่อกิโลกรัมสำหรับเนื้อสามชั้น

ตารางที่ 6.3 แสดงราคาส่วนต่างที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายต่อเนื้อสุกรอินทรีย์

ราคาส่วนต่างเนื้อสุกรอินทรีย์ เทียบกับสุกรธรรมดา (บาท)	จำนวน(คน)
0	189
28	45
29	1
30	49
35	10
40	49
50	7
60	28
70	1
80	1
รวม	370

สรุป

ผลจากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยเทคนิคการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินค่า (CVM) โดยใช้เทคนิคการตั้งคำถามแบบเสนอราคาปิดครั้งเดียว และปิดท้ายด้วยคำถามปลายเปิด วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายโดยใช้แบบจำลองทอบิต (tobit model) ประมาณค่าด้วยความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimation) ด้วยโปรแกรม LIMDEP พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อระดับราคาที่เต็มใจจ่ายสำหรับเนื้อสุกร

อินทรีย์ของตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การศึกษา(Edu) โดยการศึกษาที่เพิ่มขึ้นหนึ่งระดับ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น 1.28 บาทต่อเนื้อสุกรอินทรีย์ 1 กิโลกรัม อาชีพข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ (Oc1) จะมีผลต่อความเต็มใจจ่ายมากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพนักศึกษา 10.46 บาท และถ้าหากผู้บริโภคมีอาชีพพนักงานและลูกจ้างเอกชน (Oc2) จะมีผลต่อความยินดีที่จ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์เพิ่มขึ้น โดยจะมีความเต็มใจจ่ายมากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพนักศึกษา 11.96 บาท ตราสินค้า (Brand) มีผลต่อความยินดีที่จ่ายสำหรับเนื้อสุกรอินทรีย์เพิ่มขึ้น 12.09 บาท เมื่อเทียบกับสินค้าที่ไม่มีตราสินค้า ทักษะคิดของผู้บริโภค การเลือกอาหาร โดยคำนึงถึงผลที่มีต่อสุขภาพและความเชื่อว่าสุกรอินทรีย์ไม่มีสารเคมีตกค้าง (Att) มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 4.57 บาท เมื่อมีคะแนนด้านทัศนคติเพิ่มขึ้นหนึ่งระดับ และ สถานที่จำหน่ายเนื้อสุกรอินทรีย์ (Sup) ถ้าเนื้อสุกรอินทรีย์วางขายในซูเปอร์มาเก็ตหรือไฮเปอร์มาเก็ตจะทำให้ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 4.73 บาท ต่อเนื้อสุกรอินทรีย์ 1 กิโลกรัม สำหรับส่วนต่างราคาเฉลี่ยระหว่างเนื้อสุกรอินทรีย์เปรียบเทียบกับเนื้อสุกรธรรมดาที่ผู้บริโภคเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ เท่ากับ 5.38 บาทต่อเนื้อสุกรอินทรีย์ 1 กิโลกรัม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved