

บทคัดย่อ

“ประเทศจีน” ตลาดขนาดใหญ่ที่หลายประเทศให้ความสำคัญ นอกจากมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับหนึ่งของโลกแล้วยังมีการบริโภคและมีกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงมาก การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและทำการวิจัยตลาดในประเทศจีนจึงถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้เข้าใจและตอบสนองความต้องการผู้บริโภคชาวจีนได้ การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ทางประสาทสัมผัส ตลอดจนวิเคราะห์คุณค่าและความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคชาวจีนต่อข้าวหอมที่นำมาทดลอง ศึกษาพฤติกรรมการบริโภค การเลือกซื้อข้าว และทัศนคติของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อข้าวไทย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและการสับเปลี่ยนตราสินค้าของผู้บริโภคชาวจีน พร้อมทดสอบและชี้ให้เห็นถึงปัญหาของคุณภาพข้าวหอมมะลิไทยสู่การผลักดันในเชิงนโยบาย ส่งเสริมการพัฒนาข้าวไทย และภาพลักษณ์ของข้าวไทยให้เป็นเลิศ นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับสากล โดยใช้วิธีการทดลองทางเลือก (Choice Experiment) ในแต่ละทางเลือกนั้น ประกอบไปด้วยคุณลักษณะต่างๆของข้าวหอม เช่น ความสมบูรณ์ของเมล็ดข้าว ความหวาน ความหอม ความนุ่ม ตรารับรองมาตรฐาน ประเทศต้นกำเนิดในแต่ละระดับและราคาที่แตกต่างกันของข้าวหอมในทางเลือกนั้นๆ ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างในเมืองกว่างโจว ประเทศจีน จำนวน 665 ตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ทางอ้อมของผู้บริโภคที่ได้จากการตัดสินใจเลือกข้าวภายใต้สถานการณ์เสมือนจริงที่มีชุดของคุณลักษณะของข้าวในระดับที่แตกต่างกัน พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า และครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนที่สูงกว่ามีโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่จะเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่มีการปรับปรุงคุณลักษณะของข้าวคุณลักษณะใดคุณลักษณะหนึ่งในระดับที่สูงกว่าทางเลือกรฐานหรือทางเลือกที่แสดงถึงสถานการณ์ปัจจุบัน แม้ว่าราคาจะสูงกว่า ถ้าครัวเรือนใดมีผู้ที่มีปัญหาทางด้านสุขภาพหรือมีโรคประจำตัวอยู่ในครัวเรือน หรือถ้าผู้บริโภคมีความกังวลว่าจะได้รับอันตรายจากสารเคมีตกค้างในข้าวที่ซื้อมาบริโภคมากครั้งเท่าใด ก็มีโอกาสจะเลือกสูงขึ้น เช่นเดียวกับผู้ที่เห็นด้วยกับการผลกระทบด้านราคาบางส่วนเป็นหน้าที่ของผู้บริโภคก็มีความน่าจะเป็นที่จะเลือกมากกว่าผู้ที่ไม่เห็นด้วย

ในส่วนคุณลักษณะของข้าวหอมพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและยินดีที่จะจ่ายมากขึ้น ถ้าข้าวหอมมีความสมบูรณ์ของเมล็ดมาก ผู้บริโภคจึงมีโอกาสที่ตัดสินใจเลือกซื้อข้าวหอมที่มีความสมบูรณ์ของเมล็ดมากกว่าข้าวที่มีความสมบูรณ์ของเมล็ดน้อย ความหอมของข้าวนั้นก็มีผลทำให้ผู้บริโภคมีความโอกาสตัดสินใจเลือกซื้อมากกว่าข้าวที่หอมน้อย ด้านรสชาติความหวานของข้าว ผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่จะซื้อข้าวที่มีรสชาติหวานมาก มากกว่าข้าวที่รสชาติหวานน้อย และหากมีการระบุแหล่งต้นกำเนิดของข้าว จะทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสตัดสินใจเลือกซื้อมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้หากข้าวหอมมีการระบุเครื่องหมายตรารับรองมาตรฐาน ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสตัดสินใจเลือกซื้อ และยินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อการบริโภคข้าวที่มีคุณภาพและปลอดภัยค่อนข้างสูง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอุปสงค์ที่มีต่อข้าวที่มีความปลอดภัยนั้นมีมากเช่นกัน

ดังนั้นการดำเนินนโยบายทางด้านคุณภาพและมาตรฐานต่างๆของผลผลิตข้าวไทยจึงมีความเป็นไปได้ รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการผลิตข้าวตามระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานหรือการผลิตที่มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายข้าวสามารถนำความคิดเห็น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและมูลค่าของคุณภาพและความปลอดภัยจากผลการศึกษาค้างนี้ เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตและการตลาดได้ ถ้าทุกฝ่ายให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี ย่อมเกิดประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมทั้งยังสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาวได้ อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาการผลิตทางด้านการเกษตรอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการพัฒนาข้าวไทย และภาพลักษณ์ของข้าวไทยให้เป็นเลิศ นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับสากล

คำสืบค้น (Keywords) การรับรู้ทางประสาทสัมผัส, พฤติกรรมผู้บริโภค, ข้าวหอม, ความเต็มใจจ่าย, การทดลองทางเลือก

Abstract

The purpose of this study was to study sensory perception as well as analyze the value and willingness to pay of Chinese consumers for the fragrant rice tested, study consumer behavior buying rice, the attitude of Chinese consumers towards Thai rice, Factors that influence the purchase decision and the brand switching of Chinese consumers as well as pointing out the problems of the quality of Thai jasmine rice to drive in policy, promote the development of Thai rice and the image of Thai rice to be excellent leading to international competitive. By using the Choice Experiment method, in each of those choices consisting of the characteristics of fragrant rice such as the completeness of the grain, sweetness, aroma, softness, certifications and country of origin at each level and the price of fragrant rice in that choice is different. Which collected primary data from questionnaires from 665 sample consumers In Guangzhou.

According to the analysis of indirect utility functions of consumers who have made decisions on rice selection in a virtual situation with different levels of characteristics of rice, it is found that those with higher education levels and households with a higher average income per person per month have a chance or probability of choosing one of the options that have improved characteristics of rice at a higher level than the base or an alternative showing the current situation although the price is higher If any household has people with health problems or having chronic illnesses in the household or if consumers are worried about the danger of how much chemical residues in the rice they buy a higher chance of choosing like those who agree to push some price burden on consumers, it is more likely to choose than those who do not agree.

As for the characteristics of fragrant rice, it was found that consumers are more satisfied and willing to pay If fragrant rice has the completion seeds therefore have the opportunity to decide to buy fragrant rice that has more seed completion than having less seed completion. The aroma of the rice also makes consumers more likely to decide to buy than rice with less fragrant. As for the sweet taste of the rice, consumers are satisfied with the purchase of rice that tastes very sweet more than rice that has less sweet flavor. If specifying country of origin of rice will also give consumers the opportunity to decide to buy more but more importantly,

if the standard certification mark is specified will also give consumers the opportunity to decide to buy and are willing to pay more for the high quality and safe rice consumption which also determined that demand for safe rice is also great

Therefore, the implementation of policies on quality and standards of Thai rice production is possible. The government should promote the production of rice in accordance with standardized production systems or more secure production. Entrepreneurs, both producers and distributors of rice, can bring opinions, factors affecting consumers' buying decisions and the value of quality and safety from this study as a guideline for planning production and marketing. If all parties cooperate well would benefit the producers and consumers as well as being able to reduce the long-term environmental impact which will cause the development of sustainable agricultural production, promote the development of Thai rice and the image of Thai rice to be excellent leading to an international competitive advantage

Keywords: Sensory perception, Consumer behavior, Fragrant rice, Willingness to pay, Choice experiment