

## 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 ทรายรับรองมาตรฐาน ประเทศต้นกำเนิดในแต่ละระดับและราคาที่แตกต่างกันของข้าวหอมในทางเลือกนั้นๆ ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างในเมืองกว่างโจว ประเทศจีน จำนวน 665 ตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ทางอ้อมของผู้บริโภคที่ได้จากการตัดสินใจเลือกข้าวภายใต้สถานการณ์เสมือนจริงที่มีชุดของคุณลักษณะของข้าวในระดับที่แตกต่างกัน พบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า และครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนที่สูงกว่ามีโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่จะเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่มีการปรับปรุงคุณลักษณะของข้าวคุณลักษณะใดคุณลักษณะหนึ่งในระดับที่สูงกว่าทางเลือกฐานหรือทางเลือกที่แสดงถึงสถานการณ์ปัจจุบัน แม้ว่าราคาจะสูงกว่า ถ้าครัวเรือนใดมีผู้ที่มีปัญหาทางด้านสุขภาพหรือมีโรคประจำตัวอยู่ในครัวเรือน หรือถ้าผู้บริโภคมีความกังวลว่าจะได้รับอันตรายจากสารเคมีตกค้างในข้าวที่ซื้อมาบริโภคมากครั้งเท่าใด ก็มีโอกาสจะเลือกสูงขึ้น เช่นเดียวกับผู้ที่เห็นด้วยกับการผลกระทบด้านราคาบางส่วนเป็นหน้าที่ของผู้บริโภคก็มีความน่าจะเป็นที่จะเลือกมากกว่าผู้ที่ไม่เห็นด้วย

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

ดังนั้นการดำเนินนโยบายทางด้านคุณภาพและมาตรฐานต่างๆของผลผลิตข้าวไทยจึงมีความเป็นไปได้ รัฐบาลควรส่งเสริมให้มีการผลิตข้าวตามระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานหรือการผลิตที่มีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

ผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายข้าวสามารถนำความคิดเห็น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและมูลค่าของคุณภาพและความปลอดภัยจากผลการศึกษาคั้งนี้ เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิตและการตลาดได้ ถ้าทุกฝ่ายให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี ย่อมเกิดประโยชน์ต่อผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมทั้งยังสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาวได้ อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาการผลิตทางด้านเกษตรอย่างยั่งยืน ส่งเสริมการพัฒนาข้าวไทย และภาพลักษณ์ของข้าวไทยให้เป็นเลิศ นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับสากล

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

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย Teetata Prachumrat  
จากระบบคลังข้อมูลงานวิจัยไทย (TNRR)  
เมื่อวันที่ 02/02/2024