

การศึกษาความเต็มใจจ่ายและส่วนประสมทางการตลาดที่
เหมาะสมต่อการใช้น้ำมันไบโอดีเซลในชุมชน
**The Study of Willingness to Pay and Optimum Marketing Mix
for Biodiesel Using in Village**

มนตรี สิงหหาระ กมลทิพย์ ปัญญาสิทธิ์ และ นิสาชณ ลิรัตนากร
Montri Singhavara Kamontip Panyasit and Nisachon Leeratanakorn

คณะเศรษฐศาสตร์ ม.แม่โจ้

บทคัดย่อ

การศึกษาถึงความเต็มใจจ่ายและส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมต่อการใช้น้ำมันไบโอดีเซลในระดับชุมชน โดยอาศัย multinomial logit model แบบ Double Bounded Approach ซึ่งผลการศึกษาทำให้ทราบว่าคนในชุมชนบ้านภูดิน ต.แม่หอพระ อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่ ขาดความรู้และความเข้าใจต่อการใช้น้ำมันไบโอดีเซล ถึงร้อยละ 61.5 และปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายเพื่อซื้อน้ำมันไบโอดีเซลที่ระดับราคาสูงกว่า 28.90 บาท/ลิตร ได้แก่ เพศ ความถี่ในการเติมน้ำมัน การกำหนดราคา และช่องทางการจำหน่าย

คำสำคัญ : ความเต็มใจจ่าย , น้ำมันไบโอดีเซล , ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The objectives of this study are to explore willingness to pay for biodiesel, consumers' attitude and perception towards biodiesel. Using close-end questionnaire in double bounded question by multinomial logit model. The result shows that people who live in Phudin and nearby villages in Tambon Mae Hoaphra, Mae Taeng District in Chiang Mai have never used biodiesel previously about 85%. The factors effecting to willingness to pay at 28.9 baht/liter are SEX , frequency of add fuel , pricing and marketing channel.

Keywords: willingness to pay , biodiesel , marketing mix