

**THAI CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR CONSUMER
PRODUCTS WITH CARBON REDUCTION LABEL**



PATSARA TETANANANTH

**A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
(BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)
FACULTY OF GRADUATE STUDIES
MAHIDOL UNIVERSITY
2011**

COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY

Copyright by Mahidol University

THAI CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR CONSUMER PRODUCT WITH
CARBON LABEL

PATSARA TETANANANTH 5038743 ICMA/M

M.B.A. (BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)

THEMATIC PAPER ADVISORY COMMITTEE: NUNTANA UDOMKIT, Ph.D.,
YINGYOT CHIARAVUTTHI, Ph.D.

ABSTRACT

Global Warming is the biggest problem facing by human race in this century. The rise of environmental awareness has been felt by people around the world. People tend to seeks for the way to reduce the emission of Greenhouse Gas which is the main cause of global warming as their environmental responsibility. This paper attempts to quantify Thai consumers' Willingness to Pay (WTP) for consumer products with carbon reduction label. Representative consumers were selected by sampling to participate in the experiment, using the *n*th price auction. The subjects were asked to compare the sugar and dehydrated strawberry that certified with carbon reduction label and non-label. The results showed that Thai consumers accept the consumer products that certified with the carbon reduction label, as WTP for sugar and dehydrated strawberry that has label was increased by 2.08% and 2.23% respectively from non label products.

KEY WORDS: CARBON REDUCTION LABEL / *N*TH PRICE AUCTION /
WILLINGNESS TO PAY (WTP)

36 pages

ความเต็มใจในการจ่ายของผู้บริโภคไทยต่อสินค้าที่ติดฉลากลดคาร์บอน

THAI CONSUMER WILLINGNESS TO PAY FOR CONSUMER PRODUCT WITH CARBON LABEL

ภัตตราพรรณานันท์ 5038743 ICMA/M

บช.ม. (การวิเคราะห์และสร้างตัวแบบธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : นันทนา อุดมกิจ, Ph.D., ยິงยศ เจียรวุฒติ, Ph.D.,

บทคัดย่อ

ปัญหาภาวะโลกร้อน เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อมนุษยชนในขณะนี้ ผู้คนทั่วโลกจึงเกิดความตื่นตระหนกเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม และพยายามหาทางแก้ไขให้แก่ปัญหานี้โดยการลดก๊าซเรือนกระจกซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน รายงานฉบับนี้จึงศึกษาถึงความเต็มใจในการจ่ายของผู้บริโภคไทยที่มีสินค้าอุปโภคบริโภคที่ติดฉลากลดคาร์บอน โดยการสุ่มเลือกตัวแทนของผู้บริโภคไทยมาทำการทดลอง ซึ่งการทดลองนี้จัดขึ้นในลักษณะการประมูลซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค โดยใช้วิธีการแบบ *n*th price auction ในระหว่างการทดลองนั้นผู้เข้าร่วมจะต้องประมูลซื้อน้ำตาล และสตอร์เบอร์รี่อบแห้ง ทั้งแบบธรรมดา แบบที่ติดฉลากลดคาร์บอน จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคไทยส่วนใหญ่ให้การยอมรับฉลากลดคาร์บอน ซึ่งเห็นได้จากความเต็มใจในการจ่ายของน้ำตาล และสตอร์รี่อบแห้งที่ติดฉลากลดคาร์บอนเพิ่มขึ้นจากสินค้าที่ไม่มีฉลากลดคาร์บอนถึง 2.08% และ 2.23% ตามลำดับ

36 หน้า