

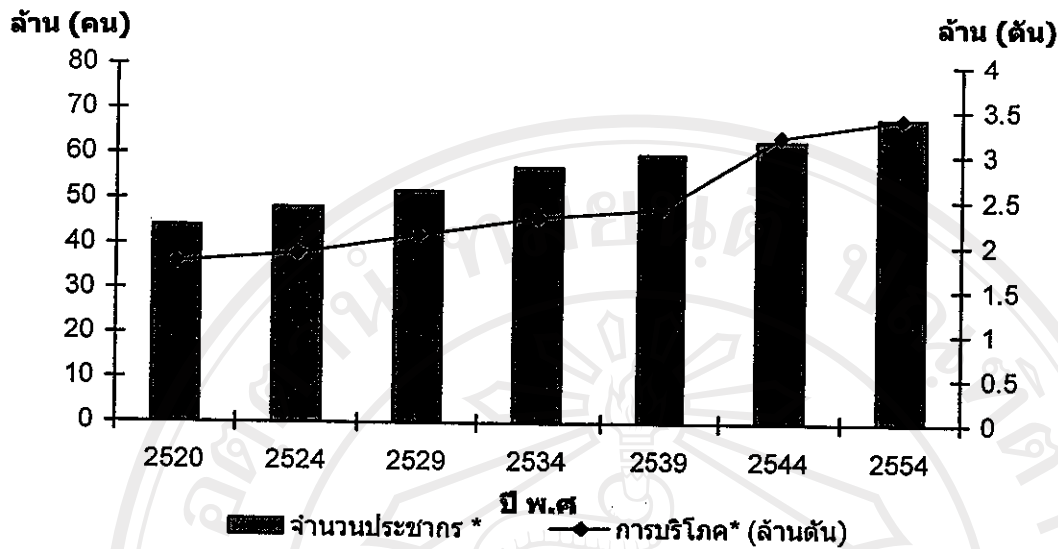
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในแต่ละปีประเทศไทยมีการปลูกผักในพื้นที่รวมประมาณ 3.2 ล้านไร่ ผลผลิตประมาณ 5.2 ล้านตัน โดยผลผลิตใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศประมาณ 3.2-4.0 ล้านตัน และเพื่อการส่งออกตลาดต่างประเทศ ประมาณ 0.42-0.50 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 13,000 ล้านบาท (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2545) โดยปริมาณการบริโภคผักของคนไทยต่อคนต่อปี มีค่าประมาณ 40 กิโลกรัมต่อคนต่อปี และมีปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ เป็นลำดับจากจำนวน 1.8 ล้านตัน ในปี 2520 เพิ่มขึ้นเป็น 1.9, 2.1, 2.3 2.4, และ 3.2 ล้านตัน ในปี 2524, 2529, 2534, 2539, และ 2544 ตามลำดับ (กมล และคณะ, 2544) และปริมาณความต้องการบริโภคผักคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 3.4 ล้านตัน ในปี 2549 (อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากร 1.1 และการบริโภคผักเป็น 50 กิโลกรัมต่อคนต่อปี) (รูปที่ 1.1) จังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตที่สำคัญ ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม ราชบุรี กาญจนบุรี สระบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง นครราชสีมา เชียงใหม่ และเชียงราย ซึ่งสามารถที่จะผลิตผักป้อนตลาดได้ตลอดทั้งปี โดยแต่ละปีอาจจะมีการเก็บเกี่ยวได้ถึง 4-5 ครั้ง จึงให้ผลตอบแทนในระยะเวลาสั้น และมีมูลค่าสูงปริมาณผลผลิตผักจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับฤดูกาลและสภาพดินฟ้าอากาศ โดยช่วงเดือน ธันวาคม-กุมภาพันธ์จะเป็นช่วงที่มีผักสดออกสู่ตลาดมากที่สุด ผักที่นิยมปลูกส่วนใหญ่จะเป็นผักกินใบเกือบทุกชนิด เช่น คะน้า ผักกาดขาวปลี กะหล่ำปลี ผักกาดเขียว กวางตุ้ง ผักบุ้งจีน เป็นต้น

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ที่มีการผลิตผักตลอดทั้งปี โดยในปี 2544 มีพื้นที่ในการผลิตผักทั้งสิ้น 362,505 ไร่ ผลผลิตเฉลี่ย 2,118 กิโลกรัม/ไร่/ปี (คำนวณจากสำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2546) การผลิตของเกษตรกรส่วนใหญ่จะมีการใช้สารเคมีในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชผักในปริมาณที่ค่อนข้างมาก และไม่เหมาะสม เช่น มีการใช้บ่อยครั้งเกินความจำเป็น ใช้ในอัตราความเข้มข้นสูง ผสมสารเคมีหลายชนิดเข้าด้วยกัน และใช้ในระยะเวลาที่ไม่เหมาะสม เป็นต้น (กุศล และนิติ, 2542) ซึ่งจากการวิเคราะห์ปัญหาด้านการผลิตทางการเกษตรของประเทศไทย พบว่า ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของผลผลิตทางการเกษตรได้แก่ การตรวจพบปริมาณสารพิษตกค้างอยู่ในผลผลิตเกิน ค่ามาตรฐานความปลอดภัยที่กำหนด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลผลิตในส่วน ของพืชผัก (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2545)



หมายเหตุ : *การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ.2542-2549 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2544)

*การคาดประมาณการบริโภคใช้อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากร 1.1 และการบริโภคผักเป็น 50 กิโลกรัมต่อคนต่อปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2544)

รูปที่ 1.1 จำนวนประชากรและปริมาณการบริโภคผัก ปี พ.ศ. 2520-2554

การผลิตผักที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงในเรื่องของอันตรายที่อาจจะได้รับจากสารตกค้างในผัก ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่จึงได้มีการแนะแนวทางในการผลิตผักปลอดภัยจากสารพิษ โดยการใช้วิธีการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชผักด้วยวิธีผสมผสาน เพื่อลดการใช้สารเคมี และได้ผลผลิตที่ปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง นอกจากนี้ ยังมีการผลิตผักอินทรีย์ปราศจากการใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีกำจัดศัตรูพืช แต่จะใช้ปุ๋ยคอกผสมมูลสัตว์แทนการใช้ปุ๋ยเคมี และใช้วิธีทางชีวภาพ เช่น การใช้สารสกัดจากสะเดา หรือการปลูกในมุ้งตาข่ายเพื่อป้องกันหรือกำจัดแมลงศัตรูแทนการใช้สารเคมี (ฝ่ายป้องกันและกำจัดศัตรูพืช สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2544) ทำให้ปัจจุบันการปลูกผักอนามัยเริ่มเป็นที่นิยมของเกษตรกรมากขึ้น เนื่องจากผลผลิตที่ได้มีคุณภาพ ทำให้ขายได้ราคาสูงกว่าผักที่ฉีดพ่นด้วยสารเคมี มีความปลอดภัยต่อทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค และช่วยลดต้นทุนการผลิตในด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อสารเคมีป้องกันและกำจัดศัตรูพืช นอกจากนี้ยังช่วยลดมลพิษที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม (ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนาการผลิต สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงใหม่, 2545)

ผักที่ปลอดภัยจากสารพิษ ปัจจุบันถือได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นตลาดการบริโภคผักที่สำคัญ ซึ่งจะเห็นได้จากการมีแนวโน้มการเจริญเติบโตของตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษเพิ่มมากขึ้น โดยพบว่าผู้บริโภคบริโภคผักปลอดสารพิษเป็นประจำถึง

ผักที่ปลอดภัยจากสารพิษ ปัจจุบันถือได้ว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในจังหวัด เชียงใหม่ และเป็นตลาดการบริโภคผักที่สำคัญ ซึ่งจะเห็นได้จากการมีแนวโน้มการเจริญเติบโตของ ตลาดผักปลอดภัยจากสารพิษเพิ่มมากขึ้น โดยพบว่าผู้บริโภคบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษเป็นประจำถึง ร้อยละ 36 จากการสำรวจการบริโภคผักปลอดภัยจากสารพิษของศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร, 2546 นอกจากการผลิตผักปลอดภัยแล้วยังมีการผลิตผักที่ถือได้ว่ามีความสำคัญอีกประเภท หนึ่งก็คือ การผลิตผักอินทรีย์ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม เนื่องจากการผลิตผักอินทรีย์จะเป็นการผลิตโดย เน้นกระบวนการผลิต การตรวจสอบ ตั้งแต่การปลูก การเก็บเกี่ยว ขบวนการหลังการเก็บเกี่ยว การ บรรจุ การแปรรูป จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค โดยทุกขั้นตอนของการผลิตผักอินทรีย์นั้น จะต้องไม่มี ผลทางลบต่อสภาพแวดล้อม โดยต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบว่าด้วยความปลอดภัยของอาหาร ตลอดจนข้อบังคับว่าด้วยการใช้สารเคมี (นิพนธ์, 2546)

จากการที่มีผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ๆ ที่ผู้ผลิตนำออกมาจำหน่ายในท้องตลาดเพื่อเป็นทางเลือก สำหรับผู้บริโภคจำนวนมากซึ่งผักอนามัยก็เป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งที่พบเห็นออกมาจำหน่ายใน ชุบเปอร์มาเกิดหลาย ๆ แห่ง และมีการโฆษณาถึงความปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง โดยมีราคา จำหน่ายสูงกว่าผักทั่วไป ประมาณร้อยละ 10-30 ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของผัก แหล่งผลิต และฤดูกาล ผลิต (กุศลและนิวัติ, 2542) ประกอบกับการที่ประชาชนเริ่มที่จะตระหนักถึงพิษภัยจากสารเคมีที่ ตกค้างในพืชผักทั่ว ๆ ไป ทำให้ประชาชนบางกลุ่มสนใจที่จะหลีกเลี่ยงอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นจาก สารพิษตกค้างเหล่านี้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ผักสดปลอดภัยหรือสารเคมี จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ ประชาชนเลือกซื้อโดยยอมจ่ายเงินในราคาที่สูงขึ้นเนื่องจากเข้าใจว่าจะได้บริโภคผักที่ปลอดภัยและ ทำให้ประชาชนสามารถมีทางเลือกในการบริโภคผักได้หลายทาง (สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา, 2543)

การศึกษาที่ผ่านมา ยังไม่มีผู้ที่ทำการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ของผักอนามัยที่มีผลต่อความพึง พอใจของผู้บริโภคอย่างแท้จริง และขาดความรู้ในเรื่องของคุณภาพผักอนามัยที่ตรงต่อความ ต้องการของผู้บริโภคทำให้การผลิตและการตลาดของผักอนามัยไม่สามารถที่จะขยายโอกาสออกไปสู่ประชาชนได้มากเท่าที่ควร ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่งที่จะศึกษาความพึงพอใจหรือ ทัศนคติของผู้บริโภคที่จะแสดงออกในการเลือกซื้อผักอนามัย โดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของผู้บริโภคผักอนามัยด้วยวิธี conjoint analysis ทั้งนี้เนื่องจากวิธี conjoint analysis เป็นวิธีที่สามารถนำมาใช้ประมาณค่าความพึงพอใจต่อปัจจัยต่างๆ ในแต่ละระดับของผักอนามัยได้ เพื่อทำให้ทราบถึงระดับของคุณลักษณะและปัจจัยที่เป็นลักษณะเฉพาะของผักอนามัยในการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิต และกรมส่งเสริมทาง การเกษตรที่จะนำข้อมูลมาใช้เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านการตลาด การผลิต และการส่งเสริม การบริโภคผักอนามัยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการบริโภคผักทั่วไปและผักอนามัย
2. เพื่อทราบศักยภาพการตลาดของผักอนามัย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ผลิตผักอนามัย สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการผลิตผักอนามัยให้มีคุณลักษณะและระดับของปัจจัยต่างๆ ในผักอนามัยที่ตรงกับต้องการของครัวเรือนผู้บริโภค
2. ผู้ผลิตและผู้ค้าผักสามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นส่วนประกอบในการปรับกลยุทธ์ทางการตลาด, การตั้งราคาของผู้จำหน่ายผักอนามัย เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการในแต่ละกลุ่มของประชาชนที่มีลักษณะแตกต่างกัน
3. กรมส่งเสริมการเกษตรสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการส่งเสริมการผลิตผักอนามัย เพื่อช่วยลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับเกษตรกรผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเพื่อครอบคลุมตลาดของผักทั่วไป¹และผักอนามัย² โดยเลือกครัวเรือนผู้บริโภคที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลในการศึกษานี้ คือ ผู้ที่ทำการตัดสินใจซื้อผักทั่วไปและผักอนามัยของครัวเรือน ซึ่งอยู่ในพื้นที่เขตเมืองแต่ละอำเภอ ด้วยข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการศึกษา การศึกษานี้จึงจำกัดการศึกษารุ่นของผักไว้ 4 ชนิด คือ ผักคะน้า กะหล่ำปลี ผักกาดขาว และผักกวางตุ้ง

¹ ผักทั่วไป หมายถึง ผักที่มีการผลิต โดยยังคงพึ่งพาปุ๋ยวิทยาศาสตร์และสารเคมีในการป้องกัน และกำจัดศัตรูพืช ผักเพื่อเพิ่มผลผลิต

² ในที่นี้การแบ่งผักอนามัย ออกเป็น 2 ประเภท ตามระดับความปลอดภัยต่อผู้บริโภคสิ่งแวดล้อม คือ ผักปลอดภัย และผักอินทรีย์ ซึ่งผักปลอดภัย หมายถึง ผักที่ยังคงมีการผลิต โดยการใช้สารเคมีแต่มีการใช้ในระบะ และระยะเวลาที่เหมาะสม ซึ่งเป็นผักที่มีสารเคมีปนเปื้อนไม่เกินค่า MRL ส่วนผักอินทรีย์ หมายถึง ผักที่ผลิตโดยไม่ใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์และสารเคมีควบคุมกำจัดศัตรูพืชใด ๆ ทั้งสิ้นในกระบวนการผลิต ปุ๋ยและสารเคมีที่ใช้ในกระบวนการผลิตจะต้องเป็นปุ๋ยและสารชีวภาพ

1.5 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.5.1 การผลิตและการตลาดผักอนามัย

การปลูกผักในเมืองไทยที่มีภูมิอากาศเขตร้อน และปลูกอย่างต่อเนื่องตลอดปี จึงเปิดโอกาสให้เกิดการระบาดของศัตรูพืชอย่างต่อเนื่องด้วย เนื่องจากไม่มีการตัดวงจรชีวิตของศัตรูพืชเหล่านี้ ทำให้ในกระบวนการผลิตจึงใช้สารเคมีป้องกันกำจัดบ่อยครั้งและมีการใช้อย่างไม่ระมัดระวัง หรือโดยขาดความรู้ที่ถูกต้อง จึงมีผลทำให้แมลงสร้างภูมิคุ้มกันและต้านทานสารเคมีก่อให้เกิดปัญหาตามมา คือ มีสารพิษตกค้างในพืชผัก ในดินและน้ำ (กมลและคณะ, 2543) ส่งผลกระทบต่อทั้งผู้ผลิต และผู้บริโภค ดังนั้นจึงได้มีการส่งเสริมและแนะนำการผลิตผักปลอดสารพิษให้แก่เกษตรกรนำไปใช้ในการผลิตผักสด ซึ่งปัจจุบันในการผลิตผักปลอดสารพิษจะมีอยู่ 2 รูปแบบ คือ การปลูกผักในโรงเรือนตาข่ายในถ່อน หรือที่เรียกว่า “ผักกางมุ้ง” และการปลูกผักนอกโรงเรือน ดังเช่นการศึกษาของ กุศลและนิวัตติ (2542), จตุรงค์และคณะ (2542), และ พฤกษ์และคณะ (2543) โดยที่ กุศลและนิวัตติ (2542) และพฤกษ์และคณะ (2543) ได้ทำการศึกษาการผลิตผักที่มีการปลูกแบบกางมุ้ง และการปลูกผักกลางแจ้ง (ผักอินทรีย์) ซึ่งเป็นลักษณะของการผลิตผักกลางแจ้งที่ไม่มีการกางมุ้ง ไม่มีการใช้ปุ๋ยเคมี และสารเคมีใด ๆ ในการป้องกันศัตรูพืช แต่จะใช้อินทรีย์วัตถุ เช่น มูลวัว มูลไก่ ในการเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน ส่วนการป้องกันและกำจัดศัตรูพืชจะใช้วิธีการถอนแยกวัชพืชออกให้พืช การใช้กับดักแมลง และการใช้ศัตรูธรรมชาติ เช่น ตัวห้ำตัวเบียน การใช้สารจากพืช รวมถึงการใช้จุลินทรีย์ในการป้องกันกำจัดศัตรูพืช เช่นเดียวกับ จตุรงค์และคณะ (2542) ที่ทำการทดลองระบบการผลิตผักโดยไม่ใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืช โดยการใช้วิธีการผสมผสาน มีการปลูกพืชผักหมุนเวียนไม่ซ้ำตระกูลในแปลงเดียวกัน ใช้วิธีการคัดเลือกประเภทผักให้เหมาะสมกับฤดูกาล เก็บเกี่ยวผักก่อนโรคแมลงระบาดรุนแรง และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับการเป็นที่อยู่ของตัวห้ำตัวเบียน ซึ่งสามารถที่จะควบคุมการระบาดของโรคแมลง และสามารถที่จะเก็บเกี่ยวผลผลิตได้มากกว่า 90 % ของผลผลิตทั้งหมด

ด้านการตลาดผักปลอดสารพิษนั้น กุศลและนิวัตติ (2542) พบปัญหาการจำหน่ายผลผลิตระยะแรก ผู้บริโภคยังไม่รู้จักและให้ความสนใจเท่าที่ควร ทำให้เกษตรกรผู้ผลิตต้องเข้าไปดำเนินการด้านการตลาดด้วยตัวเองทั้งหมด และปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการตลาดของผักปลอดสารพิษ คือ เรื่องของราคาผักที่จะสูงกว่าผักทั่วไปในประมาณร้อยละ 10-30 ของราคาที่ขาย (ขึ้นอยู่กับฤดูกาล และชนิดของผัก) แม้ธุรกิจการผลิตผักปลอดภัยจากสารเคมี จะได้รับการส่งเสริมสนับสนุนทั้งจากหน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชนอย่างต่อเนื่อง แต่ธุรกิจผักปลอดสารพิษเพื่อการค้าก็ยังไม่มีการขยายตัวเท่าที่ควร ทั้งนี้เนื่องมาจาก การที่ผักปลอดสารพิษเข้าสู่ตลาดผู้ซื้อมักจะมีการต่อรองราคาให้เป็นราคาเดียวกับผักทั่วไป ซึ่งไม่เป็นการชักจูงให้เกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษเพิ่มมากขึ้น แต่ถ้าหากมีการกำหนดในเรื่องของร้านค้าที่จัดจำหน่าย การบรรจุหีบห่อ การจัดการคุณภาพของผัก และการกำหนดเครื่องหมายรับประกันความปลอดภัย (กมลและคณะ, 2543) ก็จะ

ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างผักปลอดสารพิษและผักทั่วไปเพิ่มมากขึ้น และทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกที่แตกต่างกันในการที่จะเลือกบริโภคผักปลอดสารพิษหรือผักทั่วไป โดยทำการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างผักทั้งสองชนิด

1.5.2 Conjoint analysis และการประยุกต์ใช้

การศึกษา conjoint analysis เป็นเทคนิคที่ถูกพัฒนาจากการศึกษาทางด้านคณิตศาสตร์ โดย Luce and Tukey ในปี 1971 และนำมาใช้ในการศึกษาด้านการตลาดโดย Green and Rao ต่อมาวิธีนี้ถูกนำมาประยุกต์ใช้กันอย่างกว้างขวางเป็นเครื่องมือทางด้านการตลาด สำหรับวัดความพึงพอใจของผู้ซื้อท่ามกลางทางเลือกในคุณลักษณะสินค้าที่หลากหลายและเป็นตัวกำหนดการเลือกสินค้าของผู้บริโภคระหว่างสินค้าชนิดเดียวกันที่มีคุณลักษณะต่างกัน และมักถูกใช้ในด้านการคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อที่จะเข้าสู่ตลาด (Kohli and Mahajan, 1991) โดยทั่วไป conjoint analysis จะถูกนำมาใช้ในการศึกษาทางด้านสินค้าและบริการ ประเด็นหลักที่นำวิธีการ conjoint analysis มาใช้ในการศึกษา คือ เพื่อที่จะหาคุณลักษณะที่ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ในสินค้าและบริการ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดีขึ้น ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคและตลาดให้มากที่สุด

การศึกษาของ ven der Pol and Ryan (1996) ได้นำ conjoint analysis มาใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะของผักและผลไม้ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบการผลิตและการตลาดเพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยคุณลักษณะของผักและผลไม้ที่ใช้ในการศึกษา คือ คุณภาพ, สถานที่จำหน่าย, ลักษณะการบรรจุ (สำหรับผลไม้), ความสะดวกในการซื้อ (สำหรับผัก) และราคาต่อปอนด์

นอกจากนั้นยังมีการศึกษาในเรื่องของไวน์ โดย Gil and Sanchez (1997) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะของไวน์ คุณลักษณะที่ศึกษาคือ ราคา, แหล่งผลิตไวน์, และระยะเวลาในการเก็บ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Kupiec and Revell (2001) และ Moteiro and Lucas (2001) ที่ใช้ conjoint analysis ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคให้กับคุณลักษณะของเนย (cheeses) โดยคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาของ Kupiec and Revell (2001) คือ ราคา/ชิ้น/ปอนด์, การนำเนยไปใช้ประโยชน์, ลักษณะของเนย, และรสชาติ ส่วน Moteiro and Lucas (2001) จะศึกษาความพึงพอใจในคุณลักษณะของเนยเช่นกันแต่ศึกษาภายหลัง โดยเพิ่มการศึกษาคุณลักษณะ คือ ชนิดของเนย, ขนาดเนยที่ขาย, ราคา/กิโลกรัม/ปอนด์, และการรับรองคุณภาพเนย การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยใช้ conjoint analysis ส่วนใหญ่จะใช้วิธี OLS ในการประมาณ part-worth utility ที่จะสามารถบอกได้ว่าคุณลักษณะด้านใดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในการที่จะนำมาใช้ในการปรับปรุงและส่งเสริมด้านการผลิตและการจำหน่าย เพื่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของความต้องการในการบริโภคของผู้บริโภคได้

ในปี 2001 Harrison, Gillespie, and Fields ได้นำเอาวิธี conjoint analysis ไปใช้ในการประมาณในการตอบสนองความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับคุณลักษณะที่ควบคู่ไปกับสถานที่ท่องเที่ยวหรือพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งในการศึกษานี้ conjoint analysis (CA) จะมีลักษณะคล้ายคลึงกับ contingent valuation (CV) ซึ่งเป็นการสำรวจการประมาณค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภคที่มีให้กับคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในขณะที่ Stevens, Barrett, and Willis (1997) ได้ใช้ conjoint analysis ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในโครงการป้องกันการใช้น้ำ คุณลักษณะที่ศึกษาคือ ลักษณะการเป็นเจ้าของน้ำ, ชนิดของน้ำ, พฤติกรรมการใช้น้ำ, ระดับความรู้ของผู้ตอบที่เป็นผู้ใช้น้ำ, และราคาที่ต้องจ่ายค่าน้ำ/ปี ซึ่งค่าความเต็มใจจ่ายที่จะได้จากการศึกษาด้วยเทคนิค conjoint analysis ผู้ศึกษาทำการกำหนดราคาค่าน้ำที่ต้องจ่าย/ปีให้ผู้บริโภคทำการให้คะแนนความพึงพอใจ (rating) และนำมาเปรียบเทียบกับวิธีการศึกษา contingent valuation

การศึกษาด้วยวิธี conjoint analysis นอกจากจะทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อคุณลักษณะสินค้าและบริการแล้วยังสามารถที่จะทำให้ทราบถึงส่วนแบ่งตลาด (market share) โดยการจำลองตลาดทางเลือกให้ผู้บริโภค เพื่อที่จะได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค conjoint analysis จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของความสำคัญในแต่ละทางเลือก (category) สำหรับในแต่ละกลุ่มผู้บริโภค และช่วยในการวางแผนสินค้าและบริการ (Roand Berger Market Research, 2003) ซึ่งในการจำลองตลาดทางเลือกนี้ทำได้โดย การกำหนดตลาดจำลอง ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับผู้วิจัยแต่ละท่านจะทำการกำหนดตลาดจำลองที่จะนำมาใช้ให้มีตลาดจำลองเป็นจำนวนเท่าไร เช่นการศึกษาของ Gil and Sanchez (1997) แบ่งตลาดจำลอง (market simulation) ออกเป็น 3 ชุดคุณลักษณะและ Kupiec and Revell (2001) แบ่งตลาดจำลองออกเป็น 2 ชุดคุณลักษณะเพื่อให้ผู้บริโภคทำการเลือกให้ความพึงพอใจ โดยการประมาณค่าตลาดจำลอง (market simulation) เพื่อคาดคะเนส่วนแบ่งการตลาด (market share) โดยวิธีการประมาณค่าตามแบบจำลองอรรถประโยชน์สูงสุด (max-utility model), Bradley-Terry-Luce model (BTL), หรือ logit model นอกจากนี้การศึกษา conjoint analysis ยังสามารถทำให้ทราบถึงความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้บริโภคได้ ตามการศึกษาของ van der Pol and Ryan (1996) สามารถหาค่าความเต็มใจที่จะจ่ายได้จากการนำค่าสัมประสิทธิ์ adjusted coefficient ของแต่ละคุณลักษณะหารด้วยค่าสัมประสิทธิ์ adjusted coefficient ของราคาที่ผู้บริโภคในแต่ละกลุ่ม เช่นเดียวกับการศึกษาของ Roe, Boyle and Teisl (1996) ที่สามารถหาค่าความเต็มใจจ่ายได้จากอัตราการทดแทนส่วนเพิ่มระหว่างคุณลักษณะหนึ่งกับคุณลักษณะหนึ่ง เช่น คุณลักษณะ R และคุณลักษณะ S ($MRS_{RS} = \frac{b_R}{b_S}$) อีกทั้งมูลค่าส่วนเพิ่ม (ราคาที่แสดงออก) ของคุณลักษณะ R กับคุณลักษณะ P ($MRS_{RP} = \frac{b_R}{b_P}$) โดยมีข้อสมมติฐานว่า อรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มสำหรับรายได้มีค่าคงที่ ซึ่งจะสามารถที่จะบอกได้ว่าผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะจ่ายเท่าใดเมื่อคุณลักษณะของสินค้าเกิดการเปลี่ยนแปลงไป (เพิ่มขึ้น/ลดลง)