

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุป

เนื้อไก่เป็นแหล่งอาหารที่คนไทยนิยมบริโภค เนื่องจากสามารถนำมาประกอบอาหารได้หลากหลาย มีสารอาหารสูง และราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้อสัตว์ชนิดอื่นๆ โดยการเลี้ยงไก่เนื้อได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในทุกภาคของประเทศไทย จึงทำให้เกิดการแข่งขันทั้งในด้านการผลิตและการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้บริโภคในปัจจุบันมีรสนิยม มีความพึงพอใจ มีรายได้ ฯลฯ ที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันออกไป ดังนั้นเพื่อที่จะทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและสามารถเพิ่มแนวโน้มการบริโภคเนื้อไก่ภายในประเทศ จึงได้ทำการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดของผู้บริโภค ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณลักษณะต่างๆของเนื้อไก่สด รวมไปถึงพฤติกรรมการบริโภคและการเลือกซื้อเนื้อไก่สดของผู้บริโภค โดยผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการสร้างกลยุทธ์ การวางแผนทางการผลิตและการตลาด และการพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตน อีกทั้งเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่เนื้อยังสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ มาทำการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และระดับคุณลักษณะต่างๆให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเนื้อไก่สดในปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น

ในการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดของผู้บริโภคครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาเฉพาะเนื้อไก่สดชำแหละที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่เท่านั้น และทำการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่ทำการเลือกซื้อเนื้อไก่สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้ทำการแบ่งเนื้อไก่สดออกเป็นสี่ส่วน ได้แก่ ส่วนปีก ส่วนหน้าอก ส่วนสะโพก และส่วนน่อง ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลของผู้บริโภคเนื้อไก่สด โดยทำการแบ่งเก็บส่วนละ 100 ตัวอย่าง รวมทั้งสี่ส่วน คือ 400 ตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นได้ทำการแบ่งข้อมูลออกเป็นสี่ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตัดสินใจซื้อ ส่วนที่ 2 ข้อมูลลักษณะการบริโภค ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่ และส่วนที่ 4 ข้อมูลความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดของผู้บริโภค ซึ่งข้อมูลส่วนที่ 4 อาศัยวิธีการ conjoint analysis โดยใช้วิธีการนำเสนอให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำการให้คะแนนความพึงพอใจต่อคุณลักษณะต่างๆ ทั้งหมดพร้อมๆกัน (full profile design) พร้อมกับให้ผู้บริโภคทำการ

เรียงลำดับการ์ดหรือชุดคุณลักษณะที่ผู้บริโภคมีความชอบมากที่สุดให้เป็นอันดับที่ 1 และทำการเรียงลำดับไปจนกระทั่งการ์ดหรือชุดคุณลักษณะลำดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคมีความชอบน้อยที่สุดให้เป็นอันดับที่ 20 ซึ่งเนื้อไก่ทั้งสี่ส่วนได้ทำการออกแบบชุดคุณลักษณะโดยใช้เทคนิค fractional factorial design หรือ orthogonal design ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ทำให้ได้ชุดคุณลักษณะที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ดังนี้ ส่วนที่ 1 เนื้อไก่ส่วนปีก จำนวน 20 ชุดคุณลักษณะ ส่วนที่ 2 เนื้อไก่ส่วนหน้าอก จำนวน 20 ชุดคุณลักษณะ ส่วนที่ 3 เนื้อไก่ส่วนสะโพก จำนวน 20 ชุดคุณลักษณะ และส่วนที่ 4 เนื้อไก่ส่วนน่อง จำนวน 20 ชุดคุณลักษณะ

จากนั้นจึงได้ทำการศึกษารายการแบ่งส่วนตลาดโดยใช้ค่าอรรถประโยชน์ในแต่ละระดับคุณลักษณะของแต่ละคนที่ได้จากการวิเคราะห์ conjoint analysis ในขั้นต้น มาทำการแบ่งกลุ่มตามลักษณะความคล้ายคลึงกันของความพึงพอใจที่มีต่อคุณลักษณะต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยอาศัยวิธีการทางสถิติด้วยเทคนิค cluster analysis ซึ่งใช้วิธี hierarchical cluster analysis แล้วจึงนำผลของการแบ่งกลุ่มตลาดเนื้อไก่ทั้งสี่ส่วนที่ได้จากเทคนิค cluster analysis มาทำการศึกษาทางด้านประชากรศาสตร์ในแต่ละกลุ่มตลาดว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้สามารถจำแนกความแตกต่างของแต่ละกลุ่มตลาดได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

สุดท้ายจึงทำการวิเคราะห์การจำลองตลาดเนื้อไก่ทั้งสี่ส่วน โดยใช้กลุ่มตลาดที่ได้จากการแบ่ง cluster analysis มาวิเคราะห์หาค่าส่วนแบ่งตลาดด้วยวิธี Bradley-Terry-Luce ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มจะทำการตัดสินใจซื้อสินค้ารูปแบบใดมากกว่ากัน ซึ่งการจำลองตลาดในครั้งนี้ได้ทำการจำลองขึ้นมาด้วยการเลือกชุดคุณลักษณะต่างๆที่มีอยู่จริงในท้องตลาด มาศึกษาร่วมกับตลาดที่ได้ทำการสมมติขึ้นมา เพื่อจะสามารถเปรียบเทียบได้ว่าเมื่อทำการเพิ่มตลาดสมมติเข้าไปในตลาดจำลองค่าของส่วนแบ่งตลาดจะเป็นไปในลักษณะใด

ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ในด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตัดสินใจซื้อเนื้อไก่สด ผู้ตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ส่วนปีก ส่วนหน้าอก ส่วนสะโพก และส่วนน่อง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 69, 68, 61 และ 76 ตามลำดับ โดยช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนปีกมีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33 ส่วนหน้าอกมีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35 ส่วนสะโพกมีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33 และส่วนน่องมีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี กับ 31-40 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28 เท่ากัน ทางด้านศาสนาส่วนใหญ่จะนับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 98, 99, 98 และ 98 ตามลำดับส่วนต่างๆ ส่วนด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะมีระดับการศึกษาอยู่ในเกณฑ์ที่สูง ซึ่งสำเร็จการศึกษาอยู่ระดับอุดมศึกษาขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 82, 79, 66 และ 66 ตามลำดับส่วนต่างๆ โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 51, 43, 63 และ 59 ตามลำดับส่วนต่างๆ ซึ่งมีระดับรายได้ที่

มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45, 40, 53 และ 47 ตามลำดับส่วนต่างๆ ส่วนด้านอาชีพของผู้ตัดสินใจซื้อพบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อที่นิยมซื้อส่วนปีกและส่วนสะโพกส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 35 และ 30 ตามลำดับ ส่วนผู้ตัดสินใจซื้อที่นิยมซื้อส่วนหน้าอกและส่วนน่องส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33 และ 29 ตามลำดับ

ด้านข้อมูลลักษณะการบริโภคของผู้ตัดสินใจซื้อเนื้อไก่สด พบว่า ผู้ตัดสินใจซื้อส่วนปีกนอกจากจะนิยมซื้อส่วนปีกแล้ว ยังนิยมซื้อเนื้อไก่ส่วนหน้าอกอีกด้วย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 34 ส่วนผู้ตัดสินใจซื้อส่วนหน้าอก นอกจากจะนิยมซื้อส่วนหน้าอกแล้ว ยังนิยมซื้อเนื้อไก่ส่วนน่องอีกด้วย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42 ส่วนผู้ตัดสินใจซื้อส่วนสะโพก นอกจากจะนิยมซื้อส่วนสะโพกแล้ว ยังนิยมซื้อเนื้อไก่ส่วนน่องอีกด้วย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35 และผู้ตัดสินใจซื้อส่วนน่อง นอกจากจะนิยมซื้อส่วนน่องแล้ว ยังนิยมซื้อเนื้อไก่ส่วนสะโพกร้อยละ 37 โดยผู้ตัดสินใจซื้อส่วนใหญ่จะนำเนื้อไก่ส่วนปีก ส่วนหน้าอก ส่วนสะโพก และส่วนน่องมาปรุงอาหารเพื่อนำมาบริโภคประมาณ 1-2 วันต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 60, 62, 65 และ 53 ของส่วนต่างๆตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้ตัดสินใจซื้อจะนิยมบริโภคเนื้อไก่มากที่สุดในช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 54, 59, 59 และ 69 ของส่วนต่างๆตามลำดับ และส่วนใหญ่จะทำการบริโภคในปริมาณประมาณ 0.5-1 กิโลกรัมต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 54, 62, 69 และ 62 ของส่วนต่างๆตามลำดับ

ในด้านข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่ของผู้ตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้บริโภคจะซื้อเนื้อไก่ประมาณ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39, 54, 41 และ 53 ของส่วนต่างๆตามลำดับ ส่วนช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อเนื้อไก่ คือ ช่วงเย็น คิดเป็นร้อยละ 52, 57, 54 และ 53 ของส่วนต่างๆตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าราคาเนื้อไก่ที่ซื้อไปบริโภคมีราคาพอเหมาะ คิดเป็นร้อยละ 77, 78, 72 และ 72 ของส่วนต่างๆตามลำดับ ส่วนคุณภาพเนื้อไก่ที่ผู้บริโภคได้จากการตัดสินใจซื้อเนื้อไคนั้น มีคุณภาพดี คิดเป็นร้อยละ 50, 75, 63 และ 62 ของส่วนต่างๆตามลำดับ โดยผู้บริโภคนิยมซื้อเนื้อไก่จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56, 49, 62 และ 49 ของส่วนต่างๆตามลำดับ โดยผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อไก่จากความสดใหม่และคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53, 69, 58 และ 61 ของส่วนต่างๆตามลำดับ และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้ทำการซื้อเนื้อไก่และทำการเลือกซื้อเนื้อสัตว์ชนิดอื่นพร้อมๆกันไปด้วย คิดเป็นร้อยละ 70, 74, 73 และ 72 ของส่วนต่างๆ เมื่อพิจารณาในส่วนของการโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อแล้วนั้น ผู้บริโภครับรู้ผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65, 70, 75 และ 62 ของส่วนต่างๆตามลำดับ และการลดราคาของสินค้าเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70, 61, 61 และ 53 ของส่วนต่างๆตามลำดับ ในส่วนการระบาดของ

ใช้หัวหน้าคนนั้น ยังมีผลทำให้ผู้บริโภครู้สึกความหวาดระแวงและไม่มั่นใจในความปลอดภัยต่อการบริโภคเนื้อไก่ ซึ่งยังมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอยู่ คิดเป็นร้อยละ 56, 61, 71 และ 65 ของส่วนต่างๆตามลำดับ

ด้านการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดของผู้บริโภค ซึ่งอาศัยวิธี conjoint analysis โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ ได้ใช้คุณลักษณะ 6 ลักษณะมาทำการศึกษา ได้แก่ คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ คุณลักษณะด้านราคา คุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ คุณลักษณะด้านตราสินค้า และคุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีก ซึ่งค่าสถิติที่ได้จากแบบจำลองนี้คือ ค่าสถิติ Pearson's R และ Kendall's tau ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า เนื้อไก่ส่วนปีก ค่า Pearson's R เท่ากับ 0.965 และค่า Kendall's tau เท่ากับ 0.929 แสดงว่าเนื้อไก่ส่วนปีกสามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจที่ได้จากแบบจำลองว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ที่ 96.5 % และสามารถพยากรณ์การตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 92.9 % ส่วนหน้าอก ค่า Pearson's R เท่ากับ 0.963 และค่า Kendall's tau เท่ากับ 0.850 แสดงว่าเนื้อไก่ส่วนหน้าอกสามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจที่ได้จากแบบจำลองว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ที่ 96.3 % และสามารถพยากรณ์การตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 85 % ส่วนสะโพก ค่า Pearson's R เท่ากับ 0.949 และค่า Kendall's tau เท่ากับ 0.733 แสดงว่าเนื้อไก่ส่วนสะโพกสามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจที่ได้จากแบบจำลองว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ที่ 94.9 % และสามารถพยากรณ์การตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 73.3 % และส่วนน่อง ค่า Pearson's R เท่ากับ 0.975 และค่า Kendall's tau เท่ากับ 0.883 แสดงว่าเนื้อไก่ส่วนน่องสามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจที่ได้จากแบบจำลองว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ที่ 97.5 % และสามารถพยากรณ์การตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 88.3 % ซึ่งจะเห็นได้ว่าค่าที่ได้จากแบบจำลองความพึงพอใจของเนื้อไก่สดชำแหละส่วนต่างๆมีความเหมาะสมอยู่ในระดับที่ดี

ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จากแบบจำลอง พบว่า เนื้อไก่ส่วนปีก ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26 ส่วนอันดับสุดท้ายได้แก่คุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีก คิดเป็นร้อยละ 7 ในส่วนของเนื้อไก่ส่วนหน้าอก ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านตราสินค้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23 ส่วนอันดับสุดท้ายได้แก่คุณลักษณะด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 15 โดยส่วนสะโพก ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23 ส่วนอันดับสุดท้ายได้แก่คุณลักษณะด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 15 และสุดท้ายส่วนน่อง ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อ

คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27 ส่วนอันดับสุดท้ายได้แก่ คุณลักษณะด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 15

ส่วนผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในระดับคุณลักษณะ พบว่า เนื้อไก่ส่วนปีก คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ค่าอรรถประโยชน์แบบที่มีป้ายประกันคุณภาพมีค่ามากที่สุด ในคุณลักษณะด้านตราสินค้า ค่าอรรถประโยชน์แบบมีตราสินค้าของแหล่งขายมีค่ามากที่สุด ต่อมา คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ ค่าอรรถประโยชน์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองมีค่ามากที่สุด ส่วนคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ค่าอรรถประโยชน์แบบแสดงข้อมูลพลังงาน และสารอาหารมีค่ามากที่สุด ในส่วนคุณลักษณะด้านราคา ค่าอรรถประโยชน์ของราคา 80 บาทต่อกิโลกรัม มีค่าอรรถประโยชน์มากที่สุด และคุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีก ค่าอรรถประโยชน์ของเนื้อไก่ส่วนปีกบนมีค่ามากที่สุด

ในส่วนของเนื้อไก่ส่วนหน้าอก พบว่า คุณลักษณะด้านตราสินค้า ค่าอรรถประโยชน์แบบมีตราสินค้าของผู้ผลิตมีค่ามากที่สุด ส่วนคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ค่าอรรถประโยชน์แบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมีค่ามากที่สุด ในคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ค่าอรรถประโยชน์แบบที่มีป้ายประกันคุณภาพมีค่ามากที่สุด ส่วนคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ ค่าอรรถประโยชน์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองมีค่ามากที่สุด และคุณลักษณะด้านราคา ค่าอรรถประโยชน์ของราคา 90 บาทต่อกิโลกรัม มีค่าอรรถประโยชน์มากที่สุด

ในส่วนของเนื้อไก่ส่วนสะโพก พบว่า คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ค่าอรรถประโยชน์แบบที่มีป้ายประกันคุณภาพมีค่ามากที่สุด ต่อมาคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าอรรถประโยชน์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองมีค่ามากที่สุด ส่วนคุณลักษณะด้านตราสินค้า ค่าอรรถประโยชน์แบบมีตราสินค้าของผู้ผลิตมีค่ามากที่สุด ในส่วนคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ค่าอรรถประโยชน์แบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมีค่าอรรถประโยชน์มากที่สุด และคุณลักษณะด้านราคา ค่าอรรถประโยชน์ของราคา 65 บาทต่อกิโลกรัม มีค่าอรรถประโยชน์มากที่สุด

สุดท้ายเนื้อไก่ส่วนน่อง พบว่า คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ค่าอรรถประโยชน์แบบที่มีป้ายประกันคุณภาพมีค่ามากที่สุด ต่อมาคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าอรรถประโยชน์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสมีค่ามากที่สุด ส่วนคุณลักษณะด้านตราสินค้า ค่าอรรถประโยชน์แบบมีตราสินค้าของผู้ผลิตมีค่ามากที่สุด ในส่วนคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ค่าอรรถประโยชน์แบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมีค่ามากที่สุด และคุณลักษณะด้านราคา ค่าอรรถประโยชน์ของราคา 60 บาทต่อกิโลกรัม มีค่าอรรถประโยชน์มากที่สุด

ในส่วนของการศึกษาการแบ่งส่วนตลาดจำลองเนื้อไก่สด ได้ทำการศึกษาโดยใช้ค่าจากการวิเคราะห์ conjoint analysis มาแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ด้วยเทคนิค cluster analysis โดยใช้วิธี hierarchical cluster analysis ซึ่งใช้ค่าอรรถประโยชน์ในแต่ละระดับคุณลักษณะที่ได้จากการประมาณค่าจากแบบจำลองของแต่ละคน มาทำการแบ่งกลุ่มตามลักษณะความคล้ายคลึงกันในความพึงพอใจต่อคุณลักษณะต่างๆ ทำให้ได้กลุ่มที่เหมาะสมในแต่ละส่วนของเนื้อไก่สด ได้แก่ เนื้อไก่สดส่วนปีกแบ่งได้ 2 ส่วนตลาด ซึ่งเมื่อทำการจำแนกหรือชี้เฉพาะกลุ่มผู้บริโภคตามปัจจัยด้านต่างๆ พบว่า ส่วนตลาดที่ 1 ผู้บริโภคมักเป็นเพศชาย อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจหรือพนักงานบริษัทเอกชน ที่นิยมซื้อเนื้อไก่จากตลาดสด ยังคงมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม เรียบง่าย ส่วนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคมักเป็นเพศหญิง มีอาชีพหลากหลาย ที่นิยมซื้อเนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เป็นผู้บริโภคยุคใหม่ มักคำนึงในเรื่องความสะดวกสบาย ความสะอาด และง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีวิถีชีวิตเป็นแบบชาวเมืองที่มีความทันสมัย โดยเนื้อไก่สดส่วนหน้าอกแบ่งได้ 2 ส่วนตลาด พบว่า ส่วนตลาดที่ 1 ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยที่เป็นผู้นำครอบครัว มีกำลังซื้อสินค้าที่แน่นอน ที่จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และมีรายได้ที่มั่นคง ส่วนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคส่วนนี้มีอายุและรายได้ที่กระจายตัว ที่จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา โดยยังมีรายได้และกำลังในการซื้อที่ยังไม่แน่นอน เมื่อเทียบกับส่วนตลาดที่ 1 ส่วนเนื้อไก่สดส่วนสะโพกแบ่งได้ 2 ส่วนตลาด พบว่า ส่วนตลาดที่ 1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ลักษณะอาชีพมีความหลากหลาย โดยมีอายุที่กระจายตัว ถือว่าเป็นตลาดที่มีความหลากหลาย ในส่วนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ลักษณะอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนเป็นหลัก และส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี ถือว่าอยู่ในช่วงอายุและอาชีพที่มีความสอดคล้องในเรื่องของรายได้ที่มีความมั่นคง และสุดท้ายเนื้อไก่สดส่วนน่องแบ่งได้ 2 ส่วนตลาดเช่นกัน พบว่า ส่วนตลาดที่ 1 มีลักษณะครอบครัวที่เป็นขนาดใหญ่ และส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลางถึงสูง ตั้งแต่ 10,001 บาทขึ้นไป ซึ่งมีรายได้ที่มั่นคง ในส่วนตลาดที่ 2 มีลักษณะ ครอบครัวที่เป็นกลุ่มเล็ก มีรายได้ที่กระจายตัว คือมีทั้งรายได้ต่ำ หรือมีรายได้สูงไปเลย

ส่วนผลการศึกษาค่าความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดในแต่ละส่วนตลาดของทุกๆ ส่วนผลิตภัณฑ์ หลังจากที่ได้ทำการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค ด้วยเทคนิค cluster analysis แล้วนั้น พบว่าเนื้อไก่ส่วนปีกในตลาดส่วนที่ 1 คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งค่าอรรถประโยชน์ในระดับคุณลักษณะ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญบรรจุภัณฑ์แบบถุงที่สามารถหยิบใส่เองได้ ที่เป็นตราสินค้าของแหล่งขาย โดยควรมีป้ายประกันคุณภาพในราคา 120 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งผู้บริโภคในกลุ่มนี้ไม่คำนึงว่าจะต้องมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และส่วนใหญ่นิยมบริโภคเนื้อไก่ส่วนปีกบน

ในตลาดส่วนที่ 2 คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งค่าอรรถประโยชน์ในระดับคุณลักษณะ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการที่มีป้ายประกันคุณภาพ ที่เป็นตราสินค้าของแหล่งขาย โดยต้องมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ในราคา 80 บาทต่อกิโลกรัม และนิยมบริโภคเนื้อไก่ส่วนปีกบน

ส่วนเนื้อไก่ส่วนหน้าอก พบว่า ตลาดส่วนที่ 1 คุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งค่าอรรถประโยชน์ในระดับคุณลักษณะ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร โดยเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ที่มีป้ายประกันคุณภาพ โดยนิยมบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง และมีราคา 90 บาทต่อกิโลกรัม

ในตลาดส่วนที่ 2 คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งค่าอรรถประโยชน์ในระดับคุณลักษณะ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่เองได้ ในราคา 90 บาทต่อกิโลกรัม โดยเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย ซึ่งมีป้ายประกันคุณภาพ และมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร

โดยเนื้อไก่ส่วนสะโพก พบว่า ตลาดส่วนที่ 1 คุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งค่าอรรถประโยชน์ในระดับคุณลักษณะ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ที่เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งมีป้ายประกันคุณภาพ โดยนิยมบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่เองได้ และมีราคา 65 บาทต่อกิโลกรัม

ในตลาดส่วนที่ 2 คุณลักษณะด้านตราสินค้า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งค่าอรรถประโยชน์ในระดับคุณลักษณะ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตราสินค้าของผู้ผลิต โดยมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ซึ่งนิยมบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสที่มีป้ายประกันคุณภาพ และมีราคา 65 บาทต่อกิโลกรัม

และเนื้อไก่ส่วนน่อง พบว่า ตลาดส่วนที่ 1 คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งค่าอรรถประโยชน์ในระดับคุณลักษณะ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับป้ายประกันคุณภาพ โดยนิยมบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่เองได้ ที่เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และมีราคา 60 บาทต่อกิโลกรัม

ในตลาดส่วนที่ 2 คุณลักษณะด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งค่าอรรถประโยชน์ในระดับคุณลักษณะ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านราคา

ที่มีราคา 60 บาทต่อกิโลกรัม โดยเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งนิยมบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำ การห่อสำเร็จ ที่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และมีป้ายประกันคุณภาพ

หลังจากที่ได้ทำการแบ่งส่วนตลาดและทำการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อ คุณลักษณะเนื้อไก่ในแต่ละส่วนตลาดของแต่ละผลิตภัณฑ์แล้วนั้น การศึกษาการจำลองตลาด โดย อาศัยวิธี Bradley-Terry-Luce (BTL) ช่วยทำให้ทราบแนวโน้มว่าหากออกแบบหรือผลิตสินค้าตัว ใหม่มาวางขายในท้องตลาด สินค้าจะมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นสัดส่วนเท่าใด โดยสินค้าที่ออกแบบ ขึ้นมานั้นคือตลาดสมมติ ซึ่งจะเลือกจากชุดคุณลักษณะเนื้อไก่สดที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุด ส่วนตลาดจำลองได้มาจากการเลือกชุดคุณลักษณะที่มีอยู่จริงในตลาด แล้วจึงทำการวิเคราะห์ส่วน แบ่งตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปในการจำลองตลาด และจากนั้นได้ทำการวิเคราะห์เพิ่มเติมโดยการ เปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆในตลาดสมมติ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์การจำลองตลาดเนื้อไก่สด พบว่า เนื้อไก่ส่วนปีกในตลาดส่วนที่ 1 ตลาดที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุดจะเป็นตลาด ที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ในราคา 120 บาทต่อกิโลกรัม ซึ่งผู้บริโภคใน กลุ่มนี้ไม่คำนึงถึงการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมากนัก ซึ่งควรมีป้ายประกันคุณภาพเป็น ตราสินค้าของแหล่งขาย และนิยมเลือกซื้อส่วนปีกบน เมื่อทำการเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆใน ตลาดสมมติแล้วนั้น ผลที่ได้พบว่า เมื่อทำการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติก ไสมาเป็นถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง จะทำให้มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มมากขึ้น แต่ถ้าทำการ เปลี่ยนเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำกรห่อสำเร็จ จะทำให้ส่วนแบ่งการตลาดลดลงและมีส่วนตลาดอยู่ใน อันดับที่ 3 ของตลาด โดยเมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะด้านอื่นๆ จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงจาก เดิม ดังนั้นตลาดในส่วนที่ 1 ถ้าจะทำการเปลี่ยนแปลงควรเปลี่ยนแปลงโดยการพัฒนาด้านของ บรรจุภัณฑ์ไปเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง เพราะจะทำให้ส่วนแบ่งการตลาด เพิ่มขึ้นจากเดิม ส่วนคุณลักษณะด้านอื่นๆ นั้นไม่ควรที่จะทำการปรับเปลี่ยน

เนื้อไก่ส่วนปีกตลาดส่วนที่ 2 พบว่า ตลาดที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จะ เป็นตลาดที่มีบรรจุภัณฑ์แบบทำการห่อสำเร็จ ในราคา 80 บาทต่อกิโลกรัม โดยต้องมีการแสดง ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ต้องมีป้ายประกันคุณภาพ เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต และนิยมเลือก ซื้อส่วนปีกกลาง เมื่อทำการเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆ ในตลาดสมมติแล้วนั้น ผลที่ได้พบว่า เมื่อเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากแบบบรรจุถุงที่ทำกรห่อสำเร็จ เป็นแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส พร้อมกับเปลี่ยนตราสินค้าจากตราสินค้าของผู้ผลิตมาเป็นแบบตราสินค้าของแหล่งขาย จะทำ ให้ค่าส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มมากขึ้น โดยในส่วนของราคาถ้าทำการเปลี่ยนราคาจาก 80 บาทต่อ กิโลกรัม เพิ่มเป็น 100 บาทต่อกิโลกรัม จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดตกลงมาลดลงเล็กน้อย แต่ว่าถ้าทำ การเปลี่ยนจากที่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมาเป็นแบบไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงาน



และสารอาหารจะทำให้ส่วนแบ่งการตลาดลดลงมาก และมีส่วนแบ่งตลาดตกลงมาอยู่ในอันดับ 2 ในส่วนของการแสดงป้ายประกันคุณภาพ เมื่อทำการเปลี่ยนจากการมีป้ายประกันคุณภาพมาเป็นไม่มีป้ายประกันคุณภาพแล้วนั้น จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากและมีส่วนแบ่งตลาดตกลงมาอยู่ในอันดับที่ 3 ส่วนคุณลักษณะด้านอื่นๆ เมื่อทำการเปลี่ยนแปลงจะไม่มีผลกระทบต่อตลาดกลุ่มนี้มากนัก ซึ่งตลาดส่วนนี้ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารกับป้ายประกันคุณภาพเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับการตัดสินใจซื้อที่ส่วนใหญ่จะทำการซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ดังนั้นผู้บริโภคในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่คำนึงถึงการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและปลอดภัยต่อสุขภาพเป็นหลัก

ส่วนเนื้อไก่ส่วนหน้าอกตลาดส่วนที่ 1 พบว่า ตลาดที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จะเป็นตลาดที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ในราคา 110 บาทต่อกิโลกรัม โดยต้องมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ต้องมีป้ายประกันคุณภาพ และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งเมื่อทำการเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆ ในตลาดสมมติแล้วนั้น ผลที่ได้พบว่า เมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์จากแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสมาเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ หรือด้านตราสินค้าของผู้ผลิตมาเป็น 130 บาทต่อกิโลกรัมแล้วนั้น ไม่ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดลดลงจากเดิมมากนัก แต่เมื่อทำการเปลี่ยนแปลงในคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหารมาเป็นไม่มีการแสดงพลังงาน และสารอาหาร จะทำให้ค่าส่วนแบ่งการตลาดลดลงมากและทำให้ส่วนแบ่งการตลาดตกลงมาอยู่ในอันดับที่ 2 ในส่วนของป้ายประกันคุณภาพ เมื่อทำการเปลี่ยนจากแบบมีป้ายประกันคุณภาพมาเป็นแบบไม่มีป้ายประกันคุณภาพ จะทำให้ค่าส่วนแบ่งการตลาดลดลงมาก และทำให้ส่วนแบ่งตลาดตกลงมาอยู่ในอันดับที่ 2 ซึ่งตลาดส่วนนี้ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารกับป้ายประกันคุณภาพเป็นอย่างยิ่ง

เนื้อไก่ส่วนหน้าอกตลาดส่วนที่ 2 พบว่า ตลาดที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จะเป็นตลาดที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง ในราคา 130 บาทต่อกิโลกรัม โดยต้องมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ต้องมีป้ายประกันคุณภาพ และเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย ซึ่งเมื่อทำการเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆ ในตลาดสมมติแล้วนั้น ผลที่ได้พบว่า เมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์จากแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง มาเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ จะทำให้ค่าส่วนแบ่งการตลาดลดลงมากในส่วนของคุณลักษณะด้านตราสินค้า ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร หรือป้ายประกันคุณภาพนั้น เมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะเหล่านี้จะไม่ทำให้ค่าส่วนแบ่งการตลาดลดลงมากนัก แต่ในส่วนของราคาเมื่อทำการเปลี่ยนแปลงจากราคา 130 บาทต่อกิโลกรัมมาเป็น 110 บาทต่อกิโลกรัม ค่าส่วนแบ่งตลาดตกลงมา

เล็กน้อย เนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มนี้มองสินค้าในราคาที่ว่าว่าเป็นสินค้าที่ไม่มีคุณภาพมาตรฐานมากนัก จึงทำให้ผู้บริโภคเลือกที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าในราคาที่สูงมากกว่า เพื่อแลกมาซึ่งสินค้าที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ส่วนเนื้อไก่ส่วนสะโพกตลาดส่วนที่ 1 พบว่า ตลาดที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จะเป็นตลาดที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ในราคา 75 บาทต่อกิโลกรัม โดยต้องมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ต้องมีป้ายประกันคุณภาพ และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งเมื่อทำการเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆ ในตลาดสมมติแล้วนั้น ผลที่ได้พบว่า เมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์จากแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส มาเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เองจะทำให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนคุณลักษณะด้านราคาและด้านตราสินค้าเมื่อทำการเปลี่ยนแปลงแล้วนั้น คุณลักษณะทั้งสองมีค่าส่วนแบ่งการตลาดลดลงเพียงเล็กน้อย แต่ในส่วนของคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อทำการเปลี่ยนแปลงเป็นแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร จะทำให้ส่วนแบ่งการตลาดลดลงมาก จนกระทั่งมีค่าส่วนแบ่งตลาดลดลงมาอยู่ในอันดับที่ 2 ซึ่งคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ เมื่อทำการเปลี่ยนแปลงมาเป็นแบบไม่มีป้ายประกันคุณภาพก็จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากเช่นกัน ดังนั้นตลาดในกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารกับการมีป้ายประกันคุณภาพเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะคำนึงถึงการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและปลอดภัยต่อสุขภาพ แต่ไว้ในตลาดกลุ่มนี้ผู้ผลิตสามารถเพิ่มราคาสินค้าเป็น 85 บาทต่อกิโลกรัมและเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง จะทำให้ผู้ผลิตมีกำไรเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยที่ค่าส่วนแบ่งตลาดลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

เนื้อไก่ส่วนสะโพกตลาดส่วนที่ 2 พบว่า ตลาดที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จะเป็นตลาดที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ในราคา 75 บาทต่อกิโลกรัม โดยต้องมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ต้องมีป้ายประกันคุณภาพ และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งเมื่อทำการเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆ ในตลาดสมมติแล้วนั้น ผลที่ได้พบว่า เมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์จากแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสมาเป็นถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง หรือด้านราคาที่ย้ายจาก 75 บาทต่อกิโลกรัมมาเป็น 85 บาทต่อกิโลกรัม รวมทั้งด้านป้ายประกันคุณภาพ เมื่อทำการเปลี่ยนจากแบบมีป้ายประกันคุณภาพมาเป็นไม่มีป้ายประกันคุณภาพ ซึ่งที่กล่าวมาเมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะต่างๆ แล้วนั้น ค่าส่วนแบ่งตลาดไม่ได้ลดลงมากนัก แต่ในส่วนของคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อทำการเปลี่ยนมาเป็นแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมาก จนทำให้ส่วนแบ่งตลาดตกมาอยู่ในอันดับที่ 2 และเช่นเดียวกับคุณลักษณะด้านตราสินค้า เมื่อทำการเปลี่ยน

จากตราสินค้าของผู้ผลิตมาเป็นแบบไม่มีตราสินค้า จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมาก จนทำให้ส่วนแบ่งตลาดตกลงมาอยู่ในอันดับที่ 2 ดังนั้นผู้บริโภคนในกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารและการมีตราสินค้าเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจ มีความน่าเชื่อถือในสินค้าและกล้าตัดสินใจซื้อไปบริโภค

ส่วนเนื้อไก่ส่วนน้องตลาดส่วนที่ 1 พบว่า ตลาดที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จะเป็นตลาดที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ในราคา 60 บาทต่อกิโลกรัม โดยต้องมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ต้องมีป้ายประกันคุณภาพ และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งเมื่อทำการเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆ ในตลาดสมมติแล้วนั้น ผลที่ได้พบว่า เมื่อทำการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์จากแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองค่าส่วนแบ่งการตลาดจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ในส่วนของราคาเมื่อทำการเปลี่ยนจากราคา 60 บาทต่อกิโลกรัมเป็นราคา 80 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเพียงเล็กน้อย โดยถ้าทำการเปลี่ยนคุณลักษณะทั้งสองอย่างพร้อมๆ กันจะทำให้ค่าส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ซึ่งทำให้ผู้ผลิตมีกำไรเพิ่มมากยิ่งขึ้นและมีค่าส่วนแบ่งตลาดเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน โดยในส่วนของคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อเปลี่ยนมาเป็นแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ค่าส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเพียงเล็กน้อย เช่นเดียวกับคุณลักษณะด้านตราสินค้าเมื่อทำการเปลี่ยนตราสินค้าจากแบบตราสินค้าของผู้ผลิตมาเป็นแบบไม่มีตราสินค้า ค่าส่วนแบ่งการตลาดจะลดลงเพียงเล็กน้อย แต่ในส่วนคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพเมื่อทำการเปลี่ยนมาเป็นแบบไม่มีป้ายประกันคุณภาพ จะทำให้ค่าส่วนแบ่งตลาดลดลงอย่างมาก จนทำให้ค่าส่วนแบ่งตลาดตกลงไปอยู่ในอันดับที่ 2 ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคนในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพอย่างยิ่ง เพราะป้ายประกันคุณภาพจะทำให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าสินค้านั้นมีคุณภาพได้มาตรฐานเหมาะแก่การบริโภค

สุดท้ายเนื้อไก่ส่วนน้องตลาดส่วนที่ 2 พบว่า ตลาดที่ผู้บริโภคนจะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด จะเป็นตลาดที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ในราคา 60 บาทต่อกิโลกรัม โดยต้องมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ซึ่งผู้บริโภคนในกลุ่มนี้ไม่คำนึงถึงป้ายประกันคุณภาพมากนัก และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ซึ่งเมื่อทำการเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆ ในตลาดสมมติแล้วนั้น ผลที่ได้พบว่า เมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์จากแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จมาเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงเล็กน้อย โดยในส่วนของราคาเมื่อทำการเพิ่มราคาขึ้นจาก 60 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 70 บาทต่อกิโลกรัม และ 80 บาทต่อกิโลกรัม จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมาก จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดตกลงมาอยู่ในอันดับที่ 2 และ 3 ตามลำดับ ส่วนคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ เมื่อทำการเปลี่ยนจากแบบไม่มีป้าย

ประกันคุณภาพมาเป็นแบบมีป้ายประกันคุณภาพ จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้ผลิตสามารถเพิ่มราคาได้เป็น 70 บาทต่อกิโลกรัม จะทำให้ผู้ผลิตมีกำไรเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยที่ค่าส่วนแบ่งตลาดลดลงเล็กน้อย แต่ยังคงเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมเลือกซื้อเป็นอันดับแรกอยู่ ส่วนคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อเปลี่ยนมาเป็นแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ค่าส่วนแบ่งตลาดลดลงมากจนทำให้ส่วนแบ่งตลาดตกลงมาอยู่อันดับที่ 2 และคุณลักษณะด้านตราสินค้าเมื่อทำการเปลี่ยนจากตราสินค้าของผู้ผลิตมาเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย จะทำให้ค่าส่วนแบ่งตลาดลดลงแต่ยังคงเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเป็นอันดับแรกอยู่ ดังนั้นผู้บริโภคในกลุ่มตลาดนี้ให้ความสำคัญกับการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร กับการมีป้ายประกันคุณภาพเป็นอย่างมาก เพราะคุณลักษณะดังกล่าวจะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจ มีความน่าเชื่อถือในสินค้า และกล้าตัดสินใจซื้อไปบริโภค

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดของผู้บริโภคที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้บริโภคเนื้อไก่สดต่อคุณลักษณะต่างๆ ในการตัดสินใจซื้อ และทราบถึงสภาพตลาดของเนื้อไก่สด ซึ่งทั้งหมดที่ได้ทำการศึกษามานี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะดังนี้

1. ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย ซึ่งผู้ผลิตจะต้องให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตให้มีระบบการเลี้ยงที่ได้มาตรฐาน ซึ่งภาครัฐหรือกรมส่งเสริมการเกษตรควรให้การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือหรือให้การส่งเสริมให้ผู้ผลิตทำการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า ถึงแม้ว่าสินค้าจะมีราคาสูงกว่าท้องตลาดก็ตาม ซึ่งผู้บริโภคจะสามารถรับรู้ว่าคุณภาพได้จากการแสดงป้ายประกันคุณภาพต่างๆ เช่น ตราสัญลักษณ์ Q เป็นต้น

2. ผู้บริโภคในตลาดสดกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่อาจทำการตัดสินใจซื้อสินค้าที่แตกต่างกันออกไป ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายควรทำการศึกษากลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่มให้ดี เพื่อที่จะสามารถผลิตสินค้าออกมาให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน

3. การศึกษาพบว่าผู้บริโภคบางกลุ่มไม่คำนึงถึงราคาในการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่มากนัก แต่ตัดสินใจซื้อสินค้าตามความชอบหรือทัศนคติส่วนตัว ดังนั้นผู้ผลิตสามารถที่จะ

นำเสนอสินค้าใหม่ๆ หรือบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถดึงดูดใจหรือสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

4. จากการศึกษาพบว่า การส่งเสริมการขายในเนื้อไก่สด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชื่นชอบการลดราคาสินค้ามากที่สุด ซึ่งผู้จัดจำหน่ายสามารถลดราคาในช่วงที่ต้องการแนะนำสินค้าที่ออกสู่ตลาดใหม่ๆ ได้ เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้ผู้บริโภคได้รู้จักหรือทดลองใช้สินค้าได้ง่ายยิ่งขึ้น หรือสามารถลดราคาสินค้าในช่วงที่สินค้าใกล้หมดอายุ ทั้งยังสามารถลดราคาสินค้าในเนื้อไก่ส่วนที่มีราคาแพง เช่น ส่วนปีก และส่วนหน้าอก เพราะสินค้าทั้ง 2 ส่วนนี้ มีราคาค่อนข้างแพง และทำให้สินค้าอาจขายได้ยากกว่าส่วนอื่นๆ เพื่อเป็นการระบายสินค้าไม่ให้ค้างในสต็อก ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถหมุนเวียนสินค้าให้มีความสดใหม่อยู่ตลอดเวลา

5. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อเนื้อไก่ส่วนสะโพกและส่วนหน้าอกพร้อมกัน อีกทั้งยังนิยมซื้อเนื้อไก่ส่วนสะโพกและส่วนน่องพร้อมกัน ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการสามารถที่จะผลิตและทำการขายเนื้อไก่ในลักษณะส่วนปีกติดกับส่วนหน้าอก และส่วนสะโพกติดกับส่วนน่องได้ ทำให้สามารถลดเวลาและต้นทุนในการผลิต ทั้งยังเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้หลากหลายยิ่งขึ้น

### 5.2.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษารั้งต่อไป

1. การศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดของผู้บริโภคที่จำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธี conjoint analysis ในการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้ทราบถึงความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีให้กับคุณลักษณะต่างๆ ของเนื้อไก่สด ซึ่งในอนาคตปัจจัยต่างๆ อาจทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันมากที่สุดควรที่จะทำการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากช่วงเวลาต่างๆ อาจทำให้ราคา รสนิยม หรือสถานที่ซื้อ ฯลฯ เปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา โดยทำการเพิ่มคุณลักษณะหรือปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญในช่วงเวลานั้นๆ เข้ามาทำการศึกษาหรือวิเคราะห์ก็จะเป็นได้ หรือทำการศึกษาเนื้อไก่ในลักษณะที่เป็นไก่ปรุงสุกรูปแบบต่างๆ ว่าผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะต่างๆ ในลักษณะใดบ้าง ซึ่งวิธีการ conjoint analysis ผู้ที่ทำการศึกษสามารถนำไปใช้ในการศึกษากับสินค้าชนิดอื่นๆ ได้ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะสามารถช่วยผู้ประกอบการในด้านต่างๆ สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาเพิ่มเติมต่อไป หรือสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการพัฒนาสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

2. การออกแบบชุดคุณลักษณะเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบนั้น ควรออกแบบให้สามารถตัดสินใจได้ง่าย เช่น ออกแบบให้การ์ดอยู่ในกระดาษแผ่นเดียวกัน หรือมีการ์ดคุณลักษณะไม่มากเกินไป เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนและตรงกับความจริงมากที่สุด เพราะจากการที่ผู้ทำได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล เห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมักไม่สามารถตัดสินใจได้ หรือไม่สามารถเลือกการ์ดคุณลักษณะได้อย่างชัดเจน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved