

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งสอบถามผู้บริโภคร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 200 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่นำมาทำการศึกษา ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 2 - 7)

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ในด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านความรู้สึกเชื่อมั่น

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก (ตารางที่ 8)

2.2 ด้านความรู้สึกเชื่อมั่น ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก (ตารางที่ 9-12)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก (ตารางที่ 13-23)

ส่วนที่ 4 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้

4.1 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และ พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 24 – 39)

4.2 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และ พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ (ตารางที่ 40 – 55)

4.3 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และ พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ (ตารางที่ 56 –71)

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 72)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|------------|--------------|
| ชาย | 60 | 30.0 |
| หญิง | 140 | 70.0 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.0 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|------------|--------------|
| ต่ำกว่า 18 ปี | 0 | 0.0 |
| 18 – 24 ปี | 8 | 4.0 |
| 25 – 35 ปี | 68 | 34.0 |
| 36 – 44 ปี | 64 | 32.0 |
| 45 – 55 ปี | 56 | 28.0 |
| มากกว่า 55 ปี | 4 | 2.0 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 25–35 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคืออายุ 36–44 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.0 อายุ 45–55 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.0 อายุ 18–24 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.0 อายุมากกว่า 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ และไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 18 ปี

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

| สถานภาพ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------|--------|
| โสด | 94 | 47.0 |
| สมรส | 97 | 48.5 |
| หม้าย/หย่าร้าง | 9 | 4.5 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 47.0 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า | 0 | 0.0 |
| มัธยมศึกษา | 4 | 2.0 |
| อนุปริญญา/ปวส./ปวท | 73 | 36.5 |
| ปริญญาตรี | 119 | 59.5 |
| สูงกว่า ปริญญาตรี | 4 | 2.0 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมามีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส./ปวท คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.0 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ และไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|------------|--------------|
| นักเรียน /นักศึกษา | 0 | 0.0 |
| รัฐวิสาหกิจ/รับราชการ | 95 | 47.5 |
| พนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป | 81 | 40.5 |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 20 | 10.0 |
| เกษตรกร/ ประมง | 0 | 0.0 |
| อื่น ๆ | 4 | 2.0 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ/รับราชการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมามีอาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 40.5 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 10.0 อื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ และไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักเรียน/นักศึกษา

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|------------|--------------|
| ไม่เกิน 5,000 บาท | 0 | 0.0 |
| 5,001-10,000 บาท | 9 | 4.5 |
| 10,001-20,000 บาท | 32 | 16.0 |
| มากกว่า 20,001 บาท | 159 | 79.5 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.5 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ และไม่พบผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท

ส่วนที่ 2 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่
ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

| การรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | การรับรู้ | | | |
|--|-----------|--------|---------|--------|
| | ทราบ | | ไม่ทราบ | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิด หรือชายทุ่งเท่านั้น | 103 | 51.5 | 97 | 48.5 |
| คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วย เป็นไข้หวัดนกเท่านั้น | 131 | 65.5 | 69 | 34.5 |
| ไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิด ป้องกันการเกิดไข้หวัดนก | 149 | 74.5 | 51 | 25.5 |
| เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว ไม่มีเชื้อไข้หวัดนก | 155 | 77.5 | 45 | 22.5 |
| เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว มีความปลอดภัย จากไข้หวัดนก | 182 | 91.0 | 18 | 9.0 |
| ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุก และไข่สุก | 142 | 71.0 | 58 | 29.0 |
| ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพ ไก่สดที่จำหน่าย | 151 | 75.5 | 49 | 24.5 |
| รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฟ้ระวังไก่ที่เป็น โรคอย่างเข้มงวด | 137 | 68.5 | 63 | 31.5 |
| รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรคอย่างเข้มงวด | 153 | 76.5 | 47 | 23.5 |

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้เรื่อง ไ้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิด หรือ ชายทุ่งเท่านั้น ทราบคิดเป็นร้อยละ 51.5 และไม่ทราบคิดเป็นร้อยละ 48.5

ผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้เรื่อง คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนก เท่านั้น ทราบคิดเป็นร้อยละ 65.5 และไม่ทราบคิดเป็นร้อยละ 34.5

ผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้เรื่อง ไ้ไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิดป้องกันการ เกิดไข้หวัดนกได้ ทราบคิดเป็นร้อยละ 74.5 และไม่ทราบคิดเป็นร้อยละ 25.5

ผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้เรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว ไม่มีเชื้อไข้หวัดนก ทราบคิด เป็นร้อยละ 77.5 และไม่ทราบคิดเป็นร้อยละ 22.5

ผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้เรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว มีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก ทราบคิดเป็นร้อยละ 91.0 และไม่ทราบคิดเป็นร้อยละ 22.5

ผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้เรื่อง ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก ทราบ คิดเป็นร้อยละ 71.0 และไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 29.0

ผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้เรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่ จำหน่ายทราบ คิดเป็นร้อยละ 75.5 และไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 24.5

ผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้เรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรค อย่าง เข้มงวดทราบ คิดเป็นร้อยละ 68.5 และไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 31.5

ผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้เรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรค อย่างเข้มงวด ทราบคิดเป็นร้อยละ 76.5 และไม่ทราบคิดเป็นร้อยละ 23.5

2.2 ด้านความรู้สึก ความเชื่อมั่น ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด
ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อทัศนคติ
ผลิตภัณฑ์ไก่สด จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ | ระดับความเชื่อมั่น | | | | | ค่าเฉลี่ย แปลผล | ลำดับ ที่ |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| ปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี | 17 (8.5) | 114 (57.0) | 59 (29.5) | 10 (5.0) | 0 (0.0) | 3.69 มาก | 3 |
| มีความสะอาดปลอดภัย เชื้อโรค | 56 (28.0) | 87 (43.5) | 40 (20.0) | 13 (6.5) | 4 (2.0) | 3.89 มาก | 1 |
| มีให้เลือกซื้อ เฉพาะ ชิ้นส่วนของไก่ | 34 (17.0) | 88 (44.0) | 69 (34.5) | 5 (2.5) | 4 (2.0) | 3.72 มาก | 2 |
| มีให้เลือกหลาย ยี่ห้อ | 22 (11.0) | 86 (43.0) | 73 (36.5) | 19 (9.5) | 0 (0.0) | 3.56 มาก | 4 |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | | 3.71 มาก | |

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมากมีค่าเฉลี่ย 3.71 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบ
แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค มีค่าเฉลี่ย
3.89 มีให้เลือกซื้อ เฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 3.72 ปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 3.69 และ
มีให้เลือกหลาย ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.56

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อทัศนคติ
ผลิตภัณฑ์ไก่สด จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านราคา

| ปัจจัยด้านราคา | ระดับความเชื่อมั่น | | | | | ค่าเฉลี่ย แปลผล | ลำดับ ที่ |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความสะอาดและปลอดภัย | 21 (10.5) | 96 (48.0) | 69 (34.5) | 14 (7.0) | 0 (0.0) | 3.62 มาก | 2 |
| มีการตีป้ายราคา | 13 (6.5) | 126 (63.0) | 48 (24.0) | 13 (6.5) | 0 (0.0) | 3.70 มาก | 1 |
| มีหลายราคาให้เลือก | 20 (10.0) | 92 (46.0) | 75 (37.5) | 13 (6.5) | 0 (0.0) | 3.60 มาก | 3 |
| สามารถใช้บัตรเครดิต ชำระค่าสินค้าได้ | 33 (16.5) | 73 (36.5) | 70 (35.0) | 15 (7.5) | 9 (4.5) | 3.53 มาก | 4 |
| มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า | 13 (6.5) | 45 (22.5) | 96 (48.0) | 46 (23.0) | 0 (0.0) | 3.13 ปานกลาง | 5 |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | | 3.51 มาก | |

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีการตีป้ายราคา มีค่าเฉลี่ย 3.70 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพความสะอาดและ ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.62 มีหลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.60 สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.53 และในระดับเชื่อมั่นปานกลางคือมีราคาต่อหน่วยถูกกว่ามีค่าเฉลี่ย 3.13

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อทัศนคติ
ผลิตภัณฑ์ไก่สด จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ระดับความเชื่อมั่น | | | | | ค่าเฉลี่ย แปดผล | ลำดับ ที่ |
|---|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| สถานที่จัดวางเนื้อไก่ จำหน่ายสะอาด | 55 (27.5) | 89 (44.5) | 47 (23.5) | 9 (4.5) | 0 (0.0) | 3.95 มาก | 1 |
| มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก | 29 (14.5) | 99 (49.5) | 72 (36.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3.79 มาก | 2 |
| มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน | 25 (12.5) | 76 (38.0) | 75 (37.5) | 24 (12.0) | 0 (0.0) | 3.51 มาก | 4 |
| แหล่งจำหน่ายมีบริเวณ ให้จอดรถเพียงพอ | 3 (15.5) | 66 (33.0) | 75 (37.5) | 28 (14.0) | 9 (4.5) | 3.55 มาก | 3 |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | | 3.70 มาก | |

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.95 มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 แหล่งจำหน่ายมีบริเวณให้จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.55 และมีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.51

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผลต่อทัศนคติ
ผลิตภัณฑ์ไก่สด จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด | ระดับความเชื่อมั่น | | | | | ค่าเฉลี่ย แปลผล | ลำดับ ที่ |
|--|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------------|--------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ | 33 (16.5) | 82 (41.0) | 45 (22.5) | 32 (16.0) | 8 (4.0) | 3.50 ปานกลาง | 4 |
| การมอบป้ายรับรองคุณภาพ ความปลอดภัยจากภาครัฐ | 42 (21.0) | 59 (29.5) | 68 (34.0) | 27 (13.5) | 4 (2.0) | 3.54 มาก | 3 |
| การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการ คุณภาพของบริษัทผู้ผลิต | 30 (15.0) | 80 (40.0) | 64 (32.0) | 26 (13.0) | 0 (0.0) | 3.57 มาก | 2 |
| การรณรงค์บริโภคไก่ของ ภาครัฐ มีอย่างต่อเนื่อง | 21 (10.5) | 105 (52.5) | 50 (25.0) | 20 (10.0) | 4 (2.0) | 3.60 มาก | 1 |
| การมีส่วนร่วมลดหรือของแถม แจกลูกค้า | 13 (6.5) | 53 (26.5) | 102 (51.0) | 23 (11.5) | 9 (4.5) | 3.19 ปานกลาง | 5 |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | | | | | 3.48 ปานกลาง | |

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านส่งเสริม
การตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48 ซึ่งในรายละเอียด
พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ การรณรงค์บริโภค
ไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.69 การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพของ
บริษัทผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.57 การมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัยจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ย 3.54
และในระดับเชื่อมั่นปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ คือ การโฆษณาผ่านสื่อมวลชนเช่น โทรทัศน์
หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 3.50 การมีส่วนร่วมลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.19

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่
ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ
ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

| การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีก สมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| ซื้อ เพราะ มั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก | 149 | 74.5 |
| ไม่ซื้อ เพราะ ไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก | 51 | 25.5 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบเรื่อง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ว่าซื้อเพราะ มั่นใจไม่ติดโรค
ไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 74.5 และไม่ซื้อเพราะไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 25.5

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อดีของผลิตภัณฑ์
เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

| ข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิด โรคระบาดไข้หวัดนก | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| รสชาติของเนื้อไก่ | 13 | 6.5 |
| ปรุงอาหารได้หลากหลาย | 55 | 27.5 |
| ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด | 56 | 28.0 |
| คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ | 16 | 8.0 |
| ราคาถูกกว่าเนื้อประเภทอื่น | 0 | 0.0 |
| ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก | 60 | 30.0 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบเรื่อง ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดมีข้อดีอย่างไรถึงยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกมากที่สุดคือ ประงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 28.0 ประงอาหารได้หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 27.5 คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 8.0 รสชาติของเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

| ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| ซื้อมากขึ้นจากเดิม | 0 | 0.0 |
| ซื้อเท่าเดิม | 46 | 23.0 |
| ซื้อน้อยลงจากเดิม | 103 | 51.5 |
| ไม่แน่นอน แล้วแต่ความต้องการ | 51 | 25.5 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบเรื่อง ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุด คือ ซื้อน้อยลงจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 25.5 ซื้อเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 23.0

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดในหนึ่งสัปดาห์ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

| ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกในหนึ่งสัปดาห์ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| 1 - 2 ครั้ง | 56 | 28.0 |
| 3 - 4 ครั้ง | 16 | 8.0 |
| มากกว่า 4 ครั้ง | 5 | 2.5 |
| ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ | 123 | 61.5 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบเรื่อง ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.0 3 - 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.0 และน้อยที่สุดคือ มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

| ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| พนักงานขาย | 0 | 0.0 |
| คู่สมรส | 13 | 6.5 |
| บุคคลในครอบครัว | 110 | 55.0 |
| บริษัทผู้ผลิต | 57 | 28.5 |
| หน่วยงานราชการ | 8 | 4.0 |
| ตนเอง | 12 | 6.0 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบเรื่อง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 28.5 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 6.0 หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

| ข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม | 22 | 11.0 |
| มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ | 13 | 6.5 |
| มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ | 13 | 6.5 |
| มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย | 107 | 53.5 |
| มีการระบุวันผลิต-วันหมดอายุ | 31 | 15.5 |
| มีการแยกขายเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ | 9 | 4.5 |
| มีทุกข้อที่กล่าวไว้ | 5 | 2.5 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคือมีการระบุวันผลิต-วันหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 11.0 มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ เท่ากับ มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 6.5 มีการแยกขายเฉพาะส่วนของไก่ เช่น เฉพาะน่อง เฉพาะปีก ๆ คิดเป็นร้อยละ 4.5 และน้อยสุดคือ มีทุกข้อที่กล่าวไว้ คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดส่วนที่มีการซื้อมากที่สุด จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่

| ส่วนของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีการซื้อมากที่สุด จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|------------|--------------|
| ไก่สดทั้งตัว | 4 | 2.0 |
| ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ | 54 | 27.0 |
| ชิ้นส่วนเฉพาะ น่องหรือปีก | 67 | 33.5 |
| ทั้ง 3 แบบ เท่า ๆ กัน | 4 | 2.0 |
| ไม่แน่นอน แล้วแต่ความต้องการ | 71 | 35.5 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบเรื่อง การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดส่วนที่มีการซื้อมากที่สุด จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็น ร้อยละ 35.5 รองลงมาคือชิ้นส่วนเฉพาะ น่องหรือปีก คิดเป็นร้อยละ 33.5 ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 27.0 และน้อยที่สุดคือไก่สดทั้งตัว เท่ากับ ซื้อทั้ง 3 แบบเท่า ๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตราหือของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่ซื้อมากที่สุด

| ตราหือของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ที่ซื้อมากที่สุด | จำนวน | ร้อยละ |
|--|------------|--------------|
| ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | 35 | 17.5 |
| ของบริษัทผู้ผลิต | 131 | 65.5 |
| ตราหือใดก็ได้ | 34 | 17.0 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบเรื่อง การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตราหือของใคร จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยส่วนใหญ่ มากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต คิดเป็น ร้อยละ 65.5 รองลงมาคือของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 17.5 และน้อยที่สุดคือ ตราหือใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 17.0

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด

| เหตุผลการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------------------|-------|--------|
| มีให้เลือกหลากหลายกว่า | 55 | 27.5 |
| มีราคาถูกกว่า | 0 | 0.0 |
| มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า | 59 | 29.5 |
| มีการโฆษณา รู้จักมากกว่า | 50 | 25.0 |
| มีคุณภาพ มาตรฐานกว่า | 36 | 18.0 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบเรื่อง เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของตราฮีโร่ที่เลือกมากที่สุดคือ มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือมีให้เลือกหลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีการโฆษณารู้จักมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีคุณภาพ มาตรฐานกว่า คิดเป็นร้อยละ 18.0 และน้อยที่สุดคือ มีราคาถูกกว่า ไม่มีเลือกตอบ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ที่ไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด

| ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต | 21 | 10.5 |
| เทสโก้ โลตัส | 73 | 36.5 |
| บิ๊กซี | 12 | 6.0 |
| คาร์ฟูร์ | 13 | 6.5 |
| ไม่เลือกเจาะจง ห้างฯ ใดก็ได้ | 81 | 40.5 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ตอบเรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดมากที่สุดคือ ไม่เลือกเจาะจง ห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ เทสโก้ โลตัส คิดเป็นร้อยละ 36.5 ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 10.5 คาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 6.5 และน้อยที่สุดคือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่

| เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือก | จำนวน | ร้อยละ |
|--|------------|--------------|
| ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า | 38 | 19.0 |
| ราคาถูกกว่า | 0 | 0.0 |
| มีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า | 106 | 53.0 |
| อยู่ใกล้บ้านที่พัก | 0 | 0.0 |
| พนักงานของร้านค้าปลีก บริการดีกว่า | 6 | 3.0 |
| มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า | 12 | 6.0 |
| บริการส่วนอื่นๆที่ต้องการมากกว่า | 9 | 4.5 |
| สถานที่สะอาด | 29 | 14.5 |
| รวม | 200 | 100.0 |

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือก มากที่สุดคือ มีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 19.0 สถานที่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 14.5 มีสินค้าอื่นๆที่ต้องการมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 6.0 บริการส่วนอื่นๆที่ต้องการมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 4.5 พนักงานของร้านค้าปลีกบริการดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 3.0

ส่วนที่ 4 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และ พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้

4.1 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

4.1.1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

| เรื่อง | ชาย | | | | หญิง | | | |
|--|-------|--------|---------|--------|-------|--------|---------|--------|
| | ทราบ | | ไม่ทราบ | | ทราบ | | ไม่ทราบ | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น | 25 | 41.7 | 35 | 58.3 | 78 | 55.7 | 62 | 44.3 |
| คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนก เท่านั้น | 37 | 61.7 | 23 | 38.3 | 94 | 67.1 | 46 | 32.9 |
| ไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิด ป้องกันการเกิดไข้หวัดนก | 52 | 86.7 | 8 | 13.3 | 97 | 69.3 | 43 | 30.7 |
| เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว ไม่มีเชื้อไข้หวัดนก | 46 | 76.7 | 14 | 23.3 | 109 | 77.9 | 31 | 22.1 |
| เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว มีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก | 42 | 70.0 | 18 | 30.0 | 140 | 100.0 | 0 | 0.0 |
| ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก | 41 | 68.3 | 19 | 31.7 | 101 | 72.1 | 39 | 27.9 |
| ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย | 38 | 63.3 | 22 | 36.7 | 113 | 80.7 | 27 | 19.3 |
| รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด | 46 | 76.7 | 14 | 23.3 | 91 | 65.0 | 49 | 35.0 |
| รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดเชื้ออย่างเข้มงวด | 46 | 76.7 | 14 | 23.3 | 107 | 76.4 | 33 | 23.6 |

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่อัด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ดังนี้

เรื่อง ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงเฉพาะแบบระบบเปิด หรือชายทุ่งเท่านั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ทราบ คิดเป็นร้อยละ 41.7 น้อยกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 58.3 แต่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ทราบ คิดเป็นร้อยละ 55.7 มากกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 44.3

เรื่อง คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนกเท่านั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิง ทราบ คิดเป็นร้อยละ 61.7 และ 61.7 มากกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 38.3 และ 32.9

เรื่อง ไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิดป้องกันการเกิดไข้หวัดนก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิง ทราบ คิดเป็นร้อยละ 61.7 และ 67.1 มากกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 38.3 และ 32.9

เรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิง ทราบ คิดเป็นร้อยละ 86.7 และ 69.3 มากกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 13.3 และ 30.7

เรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว มีความปลอดภัย จากไข้หวัดนก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิง ทราบ คิดเป็นร้อยละ 76.7 และ 77.9 มากกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 22.1

เรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว มีความปลอดภัย จากไข้หวัดนก ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิง ทราบ คิดเป็นร้อยละ 68.3 และ 72.1 มากกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 31.7 และ 27.9

เรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่อัดที่จำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิง ทราบ คิดเป็นร้อยละ 63.3 และ 80.7 มากกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 36.7 และ 19.3

เรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการ ควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิง ทราบ คิดเป็นร้อยละ 76.7 และ 65.0 มากกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 35.0

เรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่อัดโรคอย่างเข้มงวด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิง ทราบ คิดเป็นร้อยละ 76.7 และ 76.4 มากกว่า ไม่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 23.3 และ 23.6

4.1.2 ความรู้สึก ความเชื่อมั่น ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและแปรผลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อทัศนคติ ผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

| ด้านผลิตภัณฑ์ | เพศ | | | | ค่าเฉลี่ย | แปรผล |
|-----------------------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | ชาย | | หญิง | | | |
| | ค่าเฉลี่ย | แปรผล | ค่าเฉลี่ย | แปรผล | | |
| ปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี | 3.80 | มาก | 3.64 | มาก | 3.69 | มาก |
| มีความสะอาดปลอดภัยจากเชื้อโรค | 3.75 | มาก | 3.95 | มาก | 3.89 | มาก |
| มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ | 3.60 | มาก | 3.77 | มาก | 3.72 | มาก |
| มีให้เลือกหลาย ยี่ห้อ | 3.55 | มาก | 3.56 | มาก | 3.56 | มาก |
| รวม | 3.68 | มาก | 3.73 | มาก | 3.71 | มาก |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ปรุงสุกแล้วมีรสชาติดีมีค่าเฉลี่ย 3.80 มีความสะอาดปลอดภัยจากเชื้อโรค มีค่าเฉลี่ย 3.75 มีให้เลือกซื้อเฉพาะ ชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และมีให้เลือกหลาย ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.55

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.95 มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 3.77 ปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 3.64 และมีให้เลือกหลาย ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.56

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อทัศนคติ ผลิตรัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดใช้หัวคนก จำแนกตาม เพศ

| ด้านราคา | เพศ | | | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
|--|-----------|---------|-----------|-----------|-----------|---------|
| | ชาย | | หญิง | | | |
| | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | ค่าเฉลี่ย | | |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ความสะอาด/ปลอดภัย | 3.83 | มาก | 3.53 | มาก | 3.62 | มาก |
| มีการคิดป้ายราคา | 3.77 | มาก | 3.67 | มาก | 3.70 | มาก |
| มีหลายราคาให้เลือก | 3.47 | ปานกลาง | 3.65 | มาก | 3.60 | มาก |
| สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ | 3.28 | ปานกลาง | 3.64 | มาก | 3.53 | มาก |
| มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า | 3.27 | ปานกลาง | 3.06 | ปานกลาง | 3.13 | ปานกลาง |
| รวม | 3.52 | มาก | 3.51 | มาก | 3.51 | มาก |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตรัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.52 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความสะอาดและปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.83 มีการคิดป้ายราคา มีค่าเฉลี่ย 3.77 ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ มีหลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.47 สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.28 และมีราคาต่อหน่วยถูกกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.27

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตรัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีการคิดป้ายราคา มีค่าเฉลี่ย 3.67 มีหลาย ราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.65 สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.64 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความสะอาดและปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง มีดังนี้คือ มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.06

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อทัศนคติ ผลิตรัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดใช้วัคซีน จำแนกตาม เพศ

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | เพศ | | | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
|-------------------------------------|-----------|-------|-----------|---------|-----------|-------|
| | ชาย | | หญิง | | | |
| | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | | |
| สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด | 3.90 | มาก | 3.97 | มาก | 3.95 | มาก |
| มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก | 3.92 | มาก | 3.73 | มาก | 3.79 | มาก |
| มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน | 3.63 | มาก | 3.46 | ปานกลาง | 3.51 | มาก |
| แหล่งจำหน่ายมีบริเวณให้จอดรถเพียงพอ | 3.68 | มาก | 3.49 | ปานกลาง | 3.55 | มาก |
| รวม | 3.78 | มาก | 3.66 | มาก | 3.70 | มาก |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด , 3.51 – 4.50 = มาก , 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
1.51 – 2.50 = เชื่อมันน้อย , 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.90 แหล่งจำหน่ายมีบริเวณให้จอดรถเพียงพอมีค่าเฉลี่ย 3.68 และมีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.63

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตรัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.97 มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ แหล่งจำหน่ายมีบริเวณให้จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.49 และมีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.46

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยและแปลผลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อทัศนคติผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดในหัวคอก จำแนกตามเพศ

| ด้านการส่งเสริมการตลาด | เพศ | | | | ค่าเฉลี่ย | แปลผล |
|---|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|
| | ชาย | | หญิง | | | |
| | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | | |
| การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ ฯลฯ | 3.43 | ปานกลาง | 3.53 | มาก | 3.50 | ปานกลาง |
| การมอบป้ายรับรองคุณภาพ ความปลอดภัยจากภาครัฐ | 3.48 | ปานกลาง | 3.56 | มาก | 3.54 | มาก |
| การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพของผู้ผลิต | 3.57 | มาก | 3.57 | มาก | 3.57 | มาก |
| การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐ มีอย่างต่อเนื่อง | 3.62 | มาก | 3.59 | มาก | 3.60 | มาก |
| การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า | 3.12 | ปานกลาง | 3.22 | ปานกลาง | 3.19 | ปานกลาง |
| รวม | 3.44 | ปานกลาง | 3.49 | ปานกลาง | 3.48 | ปานกลาง |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, 3.51 – 4.50 = มาก, 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.44 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐ มีอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.62 การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพของผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.57 ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ การมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัยจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ย 3.48 การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 3.43 และ การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.12

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.59 การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพของผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.57 การมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัยจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ย 3.56 การโฆษณาผ่านสื่อมวลชนเช่น โทรทัศน์, หนังสือพิมพ์ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย 3.53 ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง มีดังนี้ การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.22

4.1.3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

| การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | เพศ | | | |
|---|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ซื้อ เพราะ มั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก | 39 | 65.0 | 110 | 78.6 |
| ไม่ซื้อ เพราะ ไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก | 21 | 35.0 | 30 | 21.4 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบเรื่อง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ว่าซื้อเพราะมั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 65.0 ไม่ซื้อ เพราะไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 35.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตอบเรื่อง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ว่า ซื้อ เพราะมั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 78.6 ไม่ซื้อ เพราะ ไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 21.4

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายเพศหญิงส่วนใหญ่ เลือก การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จะเลือกซื้อ เพราะมั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก เหมือนกัน

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้วัดนก จำแนกตามเพศ

| ข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้วัดนก | เพศ | | | |
|--|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| รสชาติของเนื้อไก่ | 9 | 15.0 | 4 | 2.9 |
| ปรุงอาหารได้หลากหลาย | 17 | 28.3 | 38 | 27.1 |
| ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด | 22 | 36.7 | 34 | 24.3 |
| คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ | 0 | 0.0 | 16 | 11.4 |
| ราคาถูกกว่าเนื้อประเภทอื่น | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้วัดนก | 12 | 20.0 | 48 | 34.3 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบเรื่อง ข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้วัดนก มากที่สุดคือ ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ ปรุงอาหารได้หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 28.3 ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้วัดนก คิดเป็นร้อยละ 20.0 รสชาติของเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 15.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงตอบเรื่อง ข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้วัดนกมากที่สุดคือ ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้วัดนก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ ปรุงอาหารได้หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 27.1 ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 24.3 คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่อง ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

| ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | เพศ | | | |
|---|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ซื้อมากขึ้นจากเดิม | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| ซื้อเท่าเดิม | 22 | 36.7 | 24 | 17.1 |
| ซื้อน้อยลงจากเดิม | 24 | 40.0 | 79 | 56.4 |
| ไม่แน่นอน แล้วแต่ความต้องการ | 14 | 23.3 | 37 | 26.4 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบเรื่อง ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อน้อยลงจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ซื้อเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 36.7 ไม่แน่นอน แล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 23.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงตอบเรื่อง ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อน้อยลงจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 56.4 รองลงมาคือ ไม่แน่นอน แล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 26.4 ซื้อเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 17.1

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายเพศหญิง เห็นด้วยว่า ซื้อมากขึ้นจากเดิม มากที่สุดเหมือนกัน

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเรื่อง ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

| ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิด โรคระบาดไข้หวัดนก | เพศ | | | |
|---|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| 1 - 2 ครั้ง | 17 | 28.3 | 39 | 27.9 |
| 3 - 4 ครั้ง | 0 | 0.0 | 16 | 11.4 |
| มากกว่า 4 ครั้ง | 5 | 8.3 | 0 | 0.0 |
| ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ | 38 | 63.3 | 85 | 60.7 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบเรื่อง ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.3 มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตอบเรื่อง ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.9 3 - 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 11.4

สรุป ทั้งเพศชายเพศหญิง เลือก ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ว่าไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ มากที่สุดเหมือนกัน

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเรื่อง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

| ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | เพศ | | | |
|--|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| พนักงานขาย | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| คู่สมรส | 9 | 15.0 | 4 | 2.9 |
| บุคคลในครอบครัว | 47 | 78.3 | 63 | 45.0 |
| บริษัทผู้ผลิต | 4 | 6.7 | 53 | 37.9 |
| หน่วยงานราชการ | 0 | 0.0 | 8 | 5.7 |
| ตนเอง | 0 | 0.0 | 12 | 8.6 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย ตอบเรื่อง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมาคือ คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 15.0 บริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตอบเรื่อง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ บริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 37.9 ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 8.6 หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 5.7 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 2.9

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายเพศหญิง เลือก ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ว่า บุคคลในครอบครัว มากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่องข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้วัดนก จำแนกตามเพศ

| ข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้วัดนก | เพศ | | | |
|--|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม | 18 | 30.0 | 4 | 2.9 |
| มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ | 0 | 0.0 | 13 | 9.3 |
| มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ | 0 | 0.0 | 13 | 9.3 |
| มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย | 29 | 48.3 | 78 | 55.7 |
| มีการระบุวันผลิต-วันหมดอายุ | 9 | 15.0 | 22 | 15.7 |
| มีการแยกขายเฉพาะส่วนของไก่ | 4 | 6.7 | 5 | 3.6 |
| มีทุกข้อที่กล่าวไว้ | 0 | 0.0 | 5 | 3.6 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบเรื่องข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้วัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมา มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 30.0

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตอบเรื่องข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้วัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมา การระบุวันผลิต-วันหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 15.7 และน้อยสุดคือ มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 2.9

สรุป ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีข้อดีอย่างไรถึงยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้วัดนก จะเลือกซื้อ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัยมากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเรื่อง ส่วนของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีการซื้อมากที่สุดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกตาม เพศ

| ส่วนของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีการซื้อ มากที่สุดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | เพศ | | | |
|---|-------|--------|-------|--------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ไก่สดทั้งตัว | 0 | 0.0 | 4 | 2.9 |
| ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ | 5 | 8.3 | 49 | 35.0 |
| ชิ้นส่วนเฉพาะ น่องหรือปีก | 29 | 48.3 | 38 | 27.1 |
| ทั้ง 3 แบบ เท่า ๆ กัน | 4 | 6.7 | 0 | 0.0 |
| ไม่แน่นอน แล้วแต่ความต้องการ | 22 | 36.7 | 49 | 35.0 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีการซื้อมากที่สุดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คือ ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 36.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีการซื้อมากที่สุดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่คือ มีชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อกับไม่แน่นอน แล้วแต่ความต้องการเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก คิดเป็นร้อยละ 27.1

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเรื่องยี่ห้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกตามเพศ

| ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่ซื้อ จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | เพศ | | | |
|--|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | 14 | 23.3 | 21 | 15.0 |
| ของบริษัทผู้ผลิต | 29 | 48.3 | 102 | 72.9 |
| ตรายี่ห้อใดก็ได้ | 17 | 28.3 | 17 | 12.1 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย ตอบเรื่องยี่ห้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ซื้อมากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ ตรายี่ห้อใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 28.3 และน้อยสุด คือของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 23.3

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง เรื่อง ยี่ห้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ซื้อ มากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 72.9 รองลงมาคือ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้อยละ 15.0 และน้อยสุด คือ ตรายี่ห้อใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 12.1

สรุป คือผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เลือก ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตรา ยี่ห้อของใครจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จะเลือกซื้อ ของบริษัทผู้ผลิต มากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของตราฮีห้อยที่เลือก จำแนกตามเพศ

| เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ของตราฮีห้อยที่เลือก | เพศ | | | |
|---|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| มีให้เลือกลากหลายกว่า | 22 | 36.7 | 33 | 23.6 |
| มีราคาถูกกว่า | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า | 26 | 43.3 | 33 | 23.6 |
| มีการโฆษณารู้จักมากกว่า | 12 | 20.0 | 38 | 27.1 |
| มีคุณภาพ มาตรฐานกว่า | 0 | 0.0 | 36 | 25.7 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบ เรื่อง เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของตราฮีห้อยที่เลือก มากที่สุดคือ มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ มีให้เลือกลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 36.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตอบ เรื่อง เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของตราฮีห้อยที่เลือก มากที่สุดคือ มีการโฆษณารู้จักมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาคือ มีคุณภาพมาตรฐานกว่า คิดเป็นร้อยละ 25.7 มีให้เลือกลากหลายกว่า และ มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 23.6 เท่ากัน

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในเรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่
 ที่ไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด จำแนกตามเพศ

| ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ไปเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด | เพศ | | | |
|--|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต | 0 | 0.0 | 21 | 15.0 |
| เทสโก้โลตัส | 23 | 38.3 | 50 | 35.7 |
| บิ๊กซี | 4 | 6.7 | 8 | 5.7 |
| คาร์ฟูร์ | 4 | 6.7 | 9 | 6.4 |
| ไม่เลือกเจาะจง ห้างฯ ใดก็ได้ | 29 | 48.3 | 52 | 37.1 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือ ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ เทสโก้โลตัส คิดเป็นร้อยละ 38.3 บิ๊กซี กับ คาร์ฟูร์ เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตอบ เรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือ ไม่เลือกเจาะจง ห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาคือ เทสโก้โลตัส คิดเป็นร้อยละ 35.7 ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 15.0 คาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 6.4 และน้อยที่สุด คือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 5.7

สรุป คือ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เลือกร้านค้าปลีกสมัยใหม่เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด โดยไม่เลือกเจาะจง ห้างฯ ใดก็ได้ มากที่สุด เหมือนกัน

ตารางที่ 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกตามเพศ

| เหตุผลซื้อในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือก | เพศ | | | |
|--|-----------|--------------|------------|--------------|
| | ชาย | | หญิง | |
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า | 17 | 28.3 | 21 | 15.0 |
| ราคาถูกกว่า | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| มีการจัดวางผลิตภัณฑ์ เลือกได้สะดวกกว่า | 26 | 43.3 | 80 | 57.1 |
| อยู่ใกล้บ้านที่พัก | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| พนักงานของร้านค้าปลีก บริการดีกว่า | 0 | 0.0 | 6 | 4.3 |
| มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า | 4 | 6.7 | 8 | 5.7 |
| บริการส่วนอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า | 0 | 0.0 | 9 | 6.4 |
| สถานที่สะอาด | 13 | 21.7 | 16 | 11.4 |
| รวม | 60 | 100.0 | 140 | 100.0 |

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ตอบ เรื่อง เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ มีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 43.3 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 28.3 สถานที่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 21.7 มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการ มากกว่า คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตอบเรื่อง เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ มีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 15.0 สถานที่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 11.4 บริการส่วนอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 6.4 มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 5.7 พนักงานของร้านค้าปลีก บริการดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 4.3

สรุปคือ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง เลือก มีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า มากที่สุด เหมือนกัน

4.2 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด

ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตาม อายุ

4.2.1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการรับรู้เรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

| การรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ | อายุ | | | | | | | | | |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 18 - 24 ปี | | 25 - 35 ปี | | 36 - 44 ปี | | 45 - 55 ปี | | มากกว่า 55 ปี | |
| | ทราบ | ไม่ทราบ | ทราบ | ไม่ทราบ | ทราบ | ไม่ทราบ | ทราบ | ไม่ทราบ | ทราบ | ไม่ทราบ |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น | 0 (0.0) | 8 (7.9) | 33 (33.3) | 35 (34.7) | 38 (38.4) | 26 (25.7) | 28 (28.3) | 28 (27.7) | 0 (0.0) | 4 (4.0) |
| คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนก เท่านั้น | 4 (3.1) | 4 (5.8) | 39 (29.8) | 29 (42.0) | 47 (35.9) | 17 (24.6) | 41 (31.1) | 15 (21.7) | 0 (0.0) | 4 (5.8) |
| ไก่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมระบบปิดป้องกันการเกิดไข้หวัดนก | 4 (2.7) | 4 (7.8) | 47 (31.5) | 21 (41.2) | 56 (37.6) | 8 (15.7) | 42 (28.2) | 14 (27.5) | 0 (0.0) | 4 (7.8) |
| เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก | 8 (5.2) | 0 (0.0) | 51 (32.9) | 17 (37.8) | 55 (35.5) | 9 (20.0) | 37 (23.9) | 19 (42.2) | 4 (2.6) | 0 (0.0) |
| เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก | 4 (2.2) | 4 (22.2) | 59 (32.4) | 9 (50.0) | 59 (32.4) | 5 (27.8) | 56 (30.8) | 0 (0.0) | 4 (2.2) | 0 (0.0) |
| ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก | 8 (5.6) | 0 (0.0) | 38 (26.8) | 30 (51.7) | 50 (35.2) | 14 (24.1) | 42 (29.6) | 14 (24.1) | 4 (2.8) | 0 (0.0) |
| ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย | 4 (2.6) | 4 (8.2) | 51 (33.8) | 17 (34.7) | 46 (30.5) | 18 (36.7) | 46 (30.5) | 10 (20.4) | 4 (2.6) | 0 (0.0) |
| รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเชื้อระวังไก่ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด | 8 (5.8) | 0 (0.0) | 41 (29.9) | 27 (42.9) | 42 (30.7) | 22 (34.9) | 42 (30.7) | 14 (22.2) | 4 (2.9) | 0 (0.0) |
| รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดเชื้ออย่างเข้มงวด | 8 (5.2) | 0 (0.0) | 41 (26.8) | 27 (57.4) | 50 (32.7) | 14 (29.8) | 50 (32.7) | 6 (12.8) | 4 (2.6) | 0 (0.0) |

จากตารางที่ 40 การรับรู้เรื่อง ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า ช่วงอายุ 18-24 ปีไม่มีการรับทราบ ช่วงอายุ 25-35 ปี ทราบเป็นร้อยละ 33.3 ช่วงอายุ 36-44 ปี ทราบเป็นร้อยละ 38.4 ช่วงอายุ 45-55 ปี ทราบเป็น ร้อยละ 28.3 และช่วงอายุ มากกว่า 55 ขึ้นไป ไม่มีการรับทราบ

การรับรู้เรื่อง คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนกเท่านั้น จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า ช่วงอายุ 18-24 ปีทราบเป็นร้อยละ 3.1 ช่วงอายุ 25-35 ปี ทราบ

เป็นร้อยละ 29.8 ช่วงอายุ 36-44 ปีทราบเป็นร้อยละ 35.9 ช่วงอายุ 45-55 ปีทราบเป็นร้อยละ 31.1 ช่วงอายุ มากกว่า 55 ขึ้นไป ไม่มีการรับทราบ

การรับรู้เรื่อง ใก้ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิดป้องกันการเกิดไข้หวัดนก จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า ช่วงอายุ 18 - 24 ปีทราบเป็นร้อยละ 2.7 ช่วงอายุ 25-35 ปีทราบเป็นร้อยละ 31.5 ช่วงอายุ 36-44 ปีทราบเป็นร้อยละ 37.6 ช่วงอายุ 45-55 ปีทราบเป็นร้อยละ 28.2 ช่วงอายุ มากกว่า 55 ขึ้นไป ไม่มีการรับทราบ

การรับรู้เรื่อง เนื้อใก้ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า ช่วงอายุ 18 - 24 ปีทราบเป็นร้อยละ 5.2 ช่วงอายุ 25-35 ปีทราบเป็นร้อยละ 32.9 ช่วงอายุ 36-44 ปีทราบเป็นร้อยละ 35.5 ช่วงอายุ 45-55 ปีทราบเป็นร้อยละ 23.9 ช่วงอายุมากกว่า 55 ขึ้นไปทราบเป็นร้อยละ 2.6

การรับรู้เรื่อง เนื้อใก้ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า ช่วงอายุ 18-24 ปีทราบเป็นร้อยละ 2.2 ช่วงอายุ 25-35 ปีทราบเป็นร้อยละ 32.4 ช่วงอายุ 36-44 ปีทราบเป็นร้อยละ 32.4 ช่วงอายุ 45-55 ปีทราบเป็นร้อยละ 29.6 ช่วงอายุ มากกว่า 55 ขึ้นไปทราบเป็นร้อยละ 2.2

การรับรู้เรื่อง ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินใก้สุกและไข้สุก จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า ช่วงอายุ 18-24 ปี ทราบเป็นร้อยละ 5.6 ช่วงอายุ 25-35 ปี ทราบเป็นร้อยละ 26.8 ช่วงอายุ 36-44 ปีทราบเป็นร้อยละ 35.2 ช่วงอายุ 45-55 ปี ทราบเป็นร้อยละ 29.6 ช่วงอายุมากกว่า 55 ขึ้นไป ทราบเป็นร้อยละ 2.8

การรับรู้เรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพใก้สดที่จำหน่าย จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า ช่วงอายุ 18-24 ปีทราบเป็นร้อยละ 2.6 ช่วงอายุ 25-35 ปีทราบเป็นร้อยละ 33.8 ช่วงอายุ 36-44 ปีทราบเป็นร้อยละ 30.5 ช่วงอายุ 45-55 ปี ทราบเป็นร้อยละ 30.5 ช่วงอายุมากกว่า 55 ขึ้นไปทราบเป็นร้อยละ 2.6

เรื่องรัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังใก้ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า ช่วงอายุ 18-24 ปี ทราบเป็นร้อยละ 5.8 ช่วงอายุ 25-35 ปี ทราบเป็นร้อยละ 29.9 ช่วงอายุ 36-44 ปีทราบเป็นร้อยละ 30.7 ช่วงอายุ 45-55 ปีทราบเป็น ร้อยละ 30.7 ช่วงอายุมากกว่า 55 ขึ้นไปทราบเป็นร้อยละ 2.9

เรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดใก้ติดเชื้ออย่างเข้มงวด จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า ช่วงอายุ 18-24 ปี ทราบเป็นร้อยละ 5.2 ช่วงอายุ 25-35 ปีทราบเป็นร้อยละ 26.8 ช่วงอายุ 36-44 ปีทราบเป็นร้อยละ 32.7 ช่วงอายุ 45-55 ปี ทราบเป็นร้อยละ 32.7 ช่วงอายุมากกว่า 55 ขึ้นไป ทราบเป็นร้อยละ 2.6

4.2.2 ความเชื่อมั่น ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตาม อายุ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความเชื่อมั่น ด้านผลิตภัณฑ์
จำแนกตาม อายุ

| ด้านผลิตภัณฑ์ | อายุ | | | | | ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|
| | 18 – 24 ปี | 25 – 35 ปี | 36 – 44 ปี | 45 – 55 ปี | มากกว่า 55 ปี | |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | |
| ปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี | 3.50 (ปานกลาง) | 3.79 (มาก) | 3.63 (มาก) | 3.64 (มาก) | 4.00 (มาก) | 3.69 (มาก) |
| มีความสะอาดปลอดภัย เชื้อโรค | 3.00 (ปานกลาง) | 4.24 (มาก) | 3.80 (มาก) | 3.70 (มาก) | 4.00 (มาก) | 3.89 (มาก) |
| มีให้เลือกซื้อเฉพาะ ชิ้นส่วนของไก่ | 3.50 (ปานกลาง) | 3.93 (มาก) | 3.48 (ปานกลาง) | 3.67 (มาก) | 5.00 (มากที่สุด) | 3.72 (มาก) |
| มีให้เลือกหลายยี่ห้อ | 3.00 (ปานกลาง) | 3.65 (มาก) | 3.72 (มาก) | 3.38 (ปานกลาง) | 3.00 (ปานกลาง) | 3.56 (มาก) |
| รวม | 3.25 (ปานกลาง) | 3.90 (มาก) | 3.66 (มาก) | 3.60 (มาก) | 4.00 (มาก) | 3.71 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 = มาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ทุกปัจจัย เรียงลำดับดังนี้ ปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน และ มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค มีให้เลือกหลายยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 - 35 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.90 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก ทุกปัจจัย เรียงลำดับดังนี้ มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค มีค่าเฉลี่ย 4.24 มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 3.93 ปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 3.79 และมีให้เลือกหลายยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 44 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค มีค่าเฉลี่ย 3.80 มีให้เลือกหลายยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.72 ประงสุกแล้วมีรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 3.63 และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 3.48

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45 - 55 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 3.67 ประงสุกแล้วมีรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 3.64 และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีให้เลือกหลายยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.38

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ มากกว่า 55 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมากที่สุด ได้แก่ มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับมาก ได้แก่ ประงสุกแล้วมีรสชาติดี มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีให้เลือกหลายยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความเชื่อมั่น ด้านราคาจำแนกตามอายุ

| ด้านราคา | อายุ | | | | | ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) |
|--|--------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|
| | 18 – 24 ปี | 25 – 35 ปี | 36 – 44 ปี | 45 – 55 ปี | มากกว่า 55 ปี | |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัย | 3.00 (ปานกลาง) | 3.57 (มาก) | 3.98 (มาก) | 3.39 (ปานกลาง) | 3.00 (ปานกลาง) | 3.62 (มาก) |
| มีการติดป้ายราคา | 3.50 (ปานกลาง) | 3.69 (มาก) | 3.84 (มาก) | 3.69 (มาก) | 2.00 น้อย | 3.70 (มาก) |
| มีหลายราคาให้เลือก | 3.50 (ปานกลาง) | 3.66 (มาก) | 3.77 (มาก) | 3.45 (ปานกลาง) | 2.00 น้อย | 3.60 (มาก) |
| สามารถใช้บัตรเครดิต ชำระค่าสินค้าได้ | 3.50 (ปานกลาง) | 3.53 (มาก) | 3.63 (มาก) | 3.32 (ปานกลาง) | 5.00 (มากที่สุด) | 3.53 (มาก) |
| มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า | 3.50 (ปานกลาง) | 2.97 (ปานกลาง) | 3.30 (ปานกลาง) | 3.07 (ปานกลาง) | 3.00 (ปานกลาง) | 3.13 (ปานกลาง) |
| รวม | 3.40 (ปานกลาง) | 3.48 (ปานกลาง) | 3.70 (มาก) | 3.38 (ปานกลาง) | 3.00 (ปานกลาง) | 3.51 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 = มาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ มีการติดป้ายราคา มีหลายราคาให้เลือก มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน และราคาเหมาะสมกับความสะอาดปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 - 35 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับ มาก เรียงลำดับดังนี้ มีการติดป้ายราคา มีค่าเฉลี่ย 3.69 มีหลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.66 ราคาเหมาะสมกับความสะอาดปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.57 สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.53 และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า มีค่าเฉลี่ย 2.97

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 44 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ราคาเหมาะสมกับความสะอาดปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.98 มีการคิดป้ายราคา มีค่าเฉลี่ย 3.84 มีหลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.77 สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.63 และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.30

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45 - 55 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก ได้แก่ มีการคิดป้ายราคา มีค่าเฉลี่ย 3.69 มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ มีหลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 3.45 ราคาเหมาะสมกับความสะอาดปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.39 สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.32 และ มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.07

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับความสะอาดปลอดภัย และมีราคาต่อหน่วยถูกกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่น ระดับน้อย ได้แก่ มีการคิดป้ายราคา และมีหลายราคาให้เลือก มีค่าเฉลี่ย 2.00 เท่ากัน

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความเชื่อมั่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตาม อายุ

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | อายุ | | | | | ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|
| | 18 – 24 ปี | 25 – 35 ปี | 36 – 44 ปี | 45 – 55 ปี | มากกว่า 55 ปี | |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | |
| สถานที่จัดวางเนื้อ โก่งจำหน่ายสะดวก | 3.50 (ปานกลาง) | 4.04 (มาก) | 4.13 (มาก) | 3.70 (มาก) | 4.00 (มาก) | 3.95 (มาก) |
| มีแหล่งจำหน่าย จำนวนมาก | 3.00 (ปานกลาง) | 3.66 (มาก) | 3.89 (มาก) | 3.92 (มาก) | 4.00 (มาก) | 3.79 (มาก) |
| มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน | 3.00 (ปานกลาง) | 3.59 (มาก) | 3.39 (ปานกลาง) | 3.66 (มาก) | 3.00 (ปานกลาง) | 3.51 (มาก) |
| แหล่งจำหน่ายมีที่ ให้จอดรถเพียงพอ | 3.00 (ปานกลาง) | 3.58 (มาก) | 3.70 (มาก) | 3.38 (ปานกลาง) | 4.00 (มาก) | 3.55 (มาก) |
| รวม | 3.13 (ปานกลาง) | 3.72 (มาก) | 3.78 (มาก) | 3.67 (มาก) | 3.75 (มาก) | 3.70 (มาก) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 = มาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.13 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ สถานที่จัดวางเนื้อโก่งจำหน่ายสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.50 และมีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน แหล่งจำหน่ายมีที่ให้จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.00 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.72 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สถานที่จัดวางเนื้อโก่งจำหน่ายสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.04 มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.59 และแหล่งจำหน่ายมีที่ให้จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 44 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สถานที่จัดวางเนื้อโก่งจำหน่ายสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 แหล่งจำหน่ายมีที่ให้จอดรถเพียงพอ มี

ค่าเฉลี่ย 3.70 มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.39

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45 – 55 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.92 สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.70 มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.66 มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งจำหน่ายมีที่ให้จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.38

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในรายละเอียด พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีบริเวณให้จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 44 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความเชื่อมั่น ด้านการส่งเสริม
การตลาดจำแนกตาม อายุ

| ด้านการส่งเสริม การตลาด | อายุ | | | | | ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) |
|---|----------------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|
| | 18 – 24 ปี | 25 – 35 ปี | 36 – 44 ปี | 45 – 55 ปี | มากกว่า 55 ปี | |
| | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | ค่าเฉลี่ย (แปลผล) | |
| การโฆษณาผ่านสื่อ มวลชน เช่น โทรทัศน์ | 3.50 (ปานกลาง) | 3.74 (มาก) | 3.58 (มาก) | 3.08 (ปานกลาง) | 4.00 (มาก) | 3.50 (ปานกลาง) |
| การมอบป้ายรับรอง คุณภาพความปลอดภัย | 3.50 (ปานกลาง) | 3.93 (มาก) | 3.63 (มาก) | 2.95 (ปานกลาง) | 4.00 (มาก) | 3.54 (มาก) |
| การประชาสัมพันธ์ เรื่องจัดการคุณภาพผู้ผลิต | 4.00 (มาก) | 3.94 (มาก) | 3.52 (มาก) | 3.09 (ปานกลาง) | 4.00 (มาก) | 3.57 (มาก) |
| การรณรงค์บริโภค ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง | 4.00 (มาก) | 3.74 (มาก) | 3.56 (มาก) | 3.38 (ปานกลาง) | 4.00 (มาก) | 3.60 (มาก) |
| การมีส่วนลดหรือ ของแถมแจกลูกค้า | 3.00 (ปานกลาง) | 3.56 (มาก) | 2.95 (ปานกลาง) | 3.05 (ปานกลาง) | 3.00 (ปานกลาง) | 3.19 (ปานกลาง) |
| รวม | 3.60 (มาก) | 3.78 (มาก) | 3.45 (ปานกลาง) | 3.11 (ปานกลาง) | 3.80 (มาก) | 3.48 (ปานกลาง) |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 = มาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.60 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพผู้ผลิต การรณรงค์บริโภคของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.40 เท่ากัน มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ การมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.50 เท่ากัน และการมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.00

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 - 35 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.78 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.94 การมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.93 การ

โฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.40 เท่ากัน และการมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.56

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 44 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.45 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ การมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.63 การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.58 การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.56 การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.52 มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.95

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45 - 55 ปี มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.11 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับปานกลางเรียงลำดับดังนี้ การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.38 การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพผู้ผลิต มีค่าเฉลี่ย 3.09 การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.08 การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.05 และการมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 2.95

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมากเรียงลำดับดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน การมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพและการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐ มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.00

4.2.3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการรับรู้เรื่อง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

| การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | อายุ | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ซื้อ เพราะ มั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก | 4 (50.0) | 51 (75.0) | 50 (78.1) | 44 (78.6) | 0 (0.0) |
| ไม่ซื้อ เพราะ ไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก | 4 (50.0) | 17 (25.0) | 14 (21.9) | 12 (21.4) | 4 (100.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-24 ปี ตอบเรื่อง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ว่าซื้อเพราะว่ามั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก กับไม่ซื้อเพราะไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 50.0 เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-35 ปี ตอบเรื่องการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ว่าซื้อเพราะว่ามั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.0 และไม่ซื้อเพราะไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 44 ปี ตอบเรื่องการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ว่าซื้อเพราะว่ามั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.1 และไม่ซื้อเพราะไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 21.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 - 55 ปี ตอบเรื่องการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ว่า ซื้อเพราะว่ามั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.6 และไม่ซื้อเพราะไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 21.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ตอบเรื่อง การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ซื้อเพราะว่ามั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

| เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | อายุ | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| รสชาติของเนื้อไก่ | 0 (0.0) | 4 (5.9) | 8 (12.5) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| ปรุงอาหารได้หลากหลาย | 0 (0.0) | 26 (38.2) | 9 (14.1) | 21 (37.5) | 0 (0.0) |
| ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด | 4 (50.0) | 12 (17.6) | 21 (32.8) | 19 (33.9) | 0 (0.0) |
| คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 8 (12.5) | 8 (14.3) | 0 (0.0) |
| ราคาถูกกว่าเนื้อประเภทอื่น | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก | 4 (50.0) | 26 (38.2) | 18 (28.1) | 8 (14.3) | 4 (100.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี ตอบเรื่อง เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด กับ ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 - 35 ปี ตอบเรื่อง เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ปรุงอาหารได้หลากหลาย กับ ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัด คิดเป็นร้อยละ 38.2 เท่ากัน รองลงมาคือ ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 17.6 รสชาติของเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 5.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 44 ปี ตอบเรื่อง เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 28.1 ปรุงอาหารได้

หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 14.1 รสชาติของเนื้อไก่กับคุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 12.5 เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 - 55 ปี ตอบเรื่อง เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ปรุงอาหารได้หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 33.9 คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ กับ ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 14.3 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ตอบเรื่อง เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 100 และน้อยที่สุดคือ ปรุงอาหารได้หลากหลายชอบ บริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ และราคาถูกกว่าเนื้อประเภทอื่น โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเหมือนกัน

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

| ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | อายุ | | | | |
|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ซื้อมากขึ้นกว่าเดิม | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| ซื้อเท่าเดิม | 0 (0.0) | 8 (11.8) | 21 (32.8) | 17 (30.4) | 0 (0.0) |
| ซื้อน้อยลงกว่าเดิม | 8 (100.0) | 31 (45.6) | 29 (45.3) | 35 (62.5) | 0 (0.0) |
| ไม่แน่นอน แล้วแต่ความต้องการ | 0 (0.0) | 29 (42.6) | 14 (21.9) | 4 (7.1) | 4 (100.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี ตอบเรื่อง ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อน้อยลงจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ ซื้อมากขึ้นจากเดิม ซื้อเท่าเดิม และไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 - 35 ปี ตอบเรื่อง ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อน้อยลงจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 42.6 ซื้อเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 11.8 และน้อยที่สุดคือ ซื้อมากขึ้นจากเดิม โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 44 ปี ตอบเรื่อง ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อน้อยลงจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ซื้อเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 32.8 ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 21.9 และน้อยที่สุดคือ ซื้อมากขึ้นจากเดิม โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 - 55 ปี ตอบเรื่อง ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อน้อยลงจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ ซื้อเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 30.4 ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 7.1 และน้อยที่สุดคือ ซื้อมากขึ้นจากเดิม โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ตอบเรื่อง ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ ซื้อมากขึ้นจากเดิม ซื้อเท่าเดิม และซื้อน้อยลงจากเดิม โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์ เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

| ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์ เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | อายุ | | | | |
|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1 - 2 ครั้ง | 0 (0.0) | 26 (38.2) | 17 (26.6) | 13 (23.2) | 0 (0.0) |
| 3 - 4 ครั้ง | 0 (0.0) | 12 (17.7) | 0 (0.0) | 4 (7.2) | 0 (0.0) |
| มากกว่า 4 ครั้ง | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 5 (8.9) | 0 (0.0) |
| ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ | 8 (100.0) | 30 (44.1) | 47 (73.4) | 34 (60.7) | 4 (100.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี ตอบเรื่อง ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ 1 – 2 ครั้ง 3 – 4 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 - 35 ปี ตอบเรื่อง ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 44.1 รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.2 3 - 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.7 และน้อยที่สุดคือมากกว่า 4 ครั้ง โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 44 ปี ตอบเรื่อง ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 73.4 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.6 และน้อยที่สุดคือ 3-4 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 - 55 ปี ตอบเรื่อง ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความ

ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.2 มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 8.9 และน้อยที่สุดคือ 3 - 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ตอบเรื่อง ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ไม่นั่นเองแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ 1 - 2 ครั้ง 3 - 4 ครั้ง และมากกว่า 4 ครั้ง โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเหมือนกัน

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

| ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | อายุ | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| พนักงานขาย | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| คู่สมรส | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 5 (7.8) | 8 (14.3) | 0 (0.0) |
| บุคคลในครอบครัว | 4 (50.0) | 43 (63.2) | 29 (45.3) | 34 (60.7) | 0 (0.0) |
| บริษัทผู้ผลิต | 0 (0.0) | 25 (36.8) | 22 (34.4) | 10 (17.9) | 0 (0.0) |
| หน่วยงานราชการ | 4 (50.0) | 0 (0.0) | 4 (6.2) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| ตนเอง | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (6.3) | 4 (7.1) | 4 (100.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี ตอบเรื่อง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกมากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว และหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน และน้อยที่สุดคือพนักงานขาย กลุ่มสมรส บริษัทผู้ผลิต และ ตนเอง โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 - 35 ปี ตอบเรื่อง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาคือ บริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 36.8 และน้อยที่สุดคือพนักงานขาย กลุ่มสมรส หน่วยงานราชการ และ ตนเอง โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 44 ปี ตอบเรื่อง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ บริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 34.4 กลุ่มสมรส คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตนเองคิดเป็นร้อยละ 6.3 หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 6.2 และน้อยที่สุดคือ ตนเอง โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 - 55 ปี ตอบเรื่อง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือ บริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 17.9 กลุ่มสมรส คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 7.1 และน้อยที่สุดคือ พนักงานขาย และ หน่วยงานราชการ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ตอบเรื่อง ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ พนักงานขาย กลุ่มสมรส บุคคลในครอบครัว บริษัทผู้ผลิต และ หน่วยงานราชการ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลที่ยังคงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

| เหตุผลที่ยังคงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | อายุ | | | | |
|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม | 0 (0.0) | 9 (13.2) | 9 (14.1) | 4 (7.1) | 0 (0.0) |
| มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ | 0 (0.0) | 9 (13.2) | 0 (0.0) | 4 (7.1) | 0 (0.0) |
| มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 8 (12.5) | 5 (8.9) | 0 (0.0) |
| มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย | 4 (50.0) | 36 (52.9) | 34 (53.1) | 29 (51.8) | 4 (100.0) |
| มีการระบุวันผลิต-วันหมดอายุ | 4 (50.0) | 4 (5.9) | 13 (20.3) | 10 (17.9) | 0 (0.0) |
| มีการแยกขายเฉพาะส่วนของไก่ เช่น เฉพาะน้อง เฉพาะปีกฯ | 0 (0.0) | 5 (7.4) | 0 (0.0) | 4 (7.1) | 0 (0.0) |
| เลือกทุกข้อ | 0 (0.0) | 5 (7.4) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี ตอบเรื่อง เหตุผลที่ยังคงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย และ มีการระบุวันผลิต-วันหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน และน้อยที่สุดคือมีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ มีการแยกขายเฉพาะส่วนของไก่ และ เลือกทุกข้อ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 - 35 ปี ตอบเรื่อง เหตุผลที่ยังคงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพและ

ปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม และมีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 13.2 เท่ากัน มีการแยกขายเฉพาะส่วนของไก่ และเลือกทุกข้อ คิดเป็นร้อยละ 7.4 เท่ากัน มีการระบุวันผลิต-วันหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 5.9 และน้อยที่สุดคือ มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 44 ปี ตอบเรื่อง เหตุผลที่ยังคงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 53.1 รองลงมาคือ มีการระบุวันผลิต-วันหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 20.3 มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 14.1 มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และน้อยที่สุดคือ มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีการแยกขายเฉพาะส่วนของไก่ และเลือกทุกข้อ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 - 55 ปี ตอบเรื่องเหตุผลที่ยังคงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมาคือ มีการระบุวันผลิต-วันหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 17.9 มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.9 มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ และ มีการแยกขายเฉพาะส่วนของไก่ คิดเป็นร้อยละ 7.1 เท่ากัน และน้อยที่สุดคือ เลือกทุกข้อ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ตอบเรื่อง เหตุผลที่ยังคงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพ และปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ มีการระบุวันผลิต-วันหมดอายุ มีการแยกขายเฉพาะส่วนของไก่ และเลือกทุกข้อ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ จำแนกตามอายุ

| ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ | อายุ | | | | |
|--|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ไก่สดทั้งตัว | 0 (0.0) | 4 (5.9) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ | 0 (0.0) | 8 (11.8) | 29 (45.3) | 13 (23.2) | 4 (100.0) |
| ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก | 4 (50.0) | 25 (36.8) | 26 (40.6) | 12 (21.4) | 0 (0.0) |
| ทั้ง 3 แบบ เท่า ๆ กัน | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (7.1) | 0 (0.0) |
| ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ | 4 (50.0) | 31 (45.6) | 9 (14.1) | 27 (48.2) | 0 (0.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 - 24 ปี ตอบเรื่อง ลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ มากที่สุดคือ ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก และไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน และน้อยที่สุดคือ ไก่สดทั้งตัว ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ และทั้ง 3 แบบ เท่า ๆ กัน โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 - 35 ปี ตอบเรื่อง ลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาคือ ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก คิดเป็นร้อยละ 36.8 ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 11.8 ไก่สดทั้งตัว คิดเป็นร้อยละ 5.9 และน้อยที่สุดคือทั้ง 3 แบบ เท่า ๆ กัน โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-44 ปี ตอบเรื่อง ลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ มากที่สุดคือ ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก คิดเป็นร้อยละ 40.6 ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ

คิดเป็นร้อยละ 14.1 และน้อยที่สุดคือ ใกล้เคียงทั้งตัว และ ทั้ง 3 แบบเท่า ๆ กัน โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 - 55 ปี ตอบเรื่อง ลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อใกล้เคียงที่เลือกซื้อ มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 23.2 ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก คิดเป็นร้อยละ 21.4 ทั้ง 3 แบบเท่า ๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และน้อยที่สุดคือ ใกล้เคียงทั้งตัว โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ตอบเรื่อง ลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อใกล้เคียงที่เลือกซื้อ มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ มากที่สุดคือ ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ ใกล้เคียงทั้งตัว ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก ทั้ง 3 แบบ เท่า ๆ กัน และไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับตราหือที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อใกล้เคียงจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกตามอายุ

| ตราหือที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อใกล้เคียงจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | อายุ | | | | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | 0 (0.0) | 17 (25.0) | 5 (7.8) | 13 (23.2) | 0 (0.0) |
| บริษัทผู้ผลิต | 4 (50.0) | 47 (69.1) | 45 (70.3) | 35 (62.5) | 0 (0.0) |
| ตราหือใดก็ได้ | 4 (50.0) | 4 (5.9) | 14 (21.9) | 8 (14.3) | 4 (100.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 - 24 ปี ตอบเรื่องตราหือที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อใกล้เคียงจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต และตราหือใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน และน้อยที่สุดคือ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 - 35 ปี ตอบเรื่อง ตรายี่ห้อที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 69.1 รองลงมาคือ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุดคือ ตรายี่ห้อใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 5.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 44 ปี ตอบเรื่อง ตรายี่ห้อที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาคือ ตรายี่ห้อใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 21.9 และน้อยที่สุดคือ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 7.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45 - 55 ปี ตอบเรื่อง ตรายี่ห้อที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 23.2 และน้อยที่สุดคือ ตรายี่ห้อใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 14.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 55 ปี ตอบเรื่อง ตรายี่ห้อที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ตรายี่ห้อใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และของบริษัทผู้ผลิต โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ถึงเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด จำแนกตามอายุ

| เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด | อายุ | | | | |
|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มิให้เลือกหลากหลายกว่า | 0 (0.0) | 21 (30.9) | 21 (32.8) | 13 (23.2) | 0 (0.0) |
| มีราคาถูกกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า | 4 (50.0) | 12 (17.6) | 22 (34.4) | 17 (30.4) | 4 (100.0) |
| มีการโฆษณารู้จักมากกว่า | 4 (50.0) | 22 (32.4) | 8 (12.5) | 16 (28.6) | 0 (0.0) |
| มีคุณภาพ มาตรฐานกว่า | 0 (0.0) | 13 (19.1) | 13 (20.3) | 10 (17.9) | 0 (0.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 53 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือ มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า และ มีการโฆษณา รู้จักมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน และน้อยที่สุดคือ มีให้เลือกหลากหลายกว่า มีราคาถูกกว่า และมีคุณภาพมาตรฐานกว่า โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 - 35 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือมีการโฆษณา รู้จักมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือ มีให้เลือก หลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 30.9 มีคุณภาพมาตรฐานกว่า คิดเป็นร้อยละ 19.1 มีบรรจุภัณฑ์ ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 17.6 และน้อยที่สุดคือ มีราคาถูกกว่า โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-44 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือ มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 34.4 รองลงมาคือ มีให้เลือกหลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 32.8 มีคุณภาพมาตรฐานกว่า คิดเป็นร้อยละ 20.3 มีการโฆษณา รู้จักมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.5 และน้อยที่สุดคือ มีราคาถูกกว่า โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-55 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือ มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ มีการโฆษณา รู้จักมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 28.6 มีให้เลือกหลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 23.2 มีคุณภาพมาตรฐานกว่า คิดเป็นร้อยละ 17.9 และน้อยที่สุดคือ มีราคาถูกกว่า โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือมีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือมีให้เลือกหลากหลายกว่า มีราคาถูกกว่า มีการโฆษณา รู้จักมากกว่า และมีคุณภาพมาตรฐานกว่า โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เข้าไป
ใช้บริการบ่อย

| ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เข้าไป ใช้บริการบ่อย | อายุ | | | | |
|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต | 0 (0.0) | 4 (5.9) | 5 (7.8) | 12 (21.4) | 0 (0.0) |
| เทสโก้โลตัส | 0 (0.0) | 41 (60.3) | 13 (20.3) | 19 (33.9) | 0 (0.0) |
| บิ๊กซี | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 12 (18.8) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| คาร์ฟูร์ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 9 (14.1) | 4 (7.1) | 0 (0.0) |
| ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ ใดก็ได้ | 8 (100.0) | 23 (33.8) | 25 (39.1) | 21 (37.5) | 4 (100.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 51 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-24 ปี เข้าไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25-35 ปี เข้าไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ เทสโก้โลตัส คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 33.8 ที่ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 5.9 และน้อยที่สุดคือ บิ๊กซี และคาร์ฟูร์ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-44 ปี เข้าไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมาคือ เทสโก้โลตัส คิดเป็นร้อยละ 20.3 บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 18.8 คาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 14.1 และน้อยที่สุดคือ ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 7.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-55 ปี เข้าไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ เทสโก้โลตัส คิดเป็นร้อยละ 33.9 ที่อปัสซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 21.4 คาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 7.1 และน้อยที่สุดคือ บิ๊กซี โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป เข้าไปใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ ที่อปัสซูเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้โลตัส บิ๊กซี และคาร์ฟูร์ โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเหมือนกัน

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด จำแนกตามอายุ

| เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือก | อายุ | | | | |
|---|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------|
| | 18 - 24 ปี | 25 - 35 ปี | 36 - 44 ปี | 45 - 55 ปี | > 55 ปี |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า | 0 (0.0) | 17 (25.0) | 17 (26.6) | 4 (7.1) | 0 (0.0) |
| ราคาถูกลงกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| มีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า | 4 (50.0) | 39 (57.4) | 29 (45.3) | 34 (60.7) | 0 (0.0) |
| อยู่ใกล้บ้านที่พัก | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| พนักงานของร้านค้าปลีกบริการดีกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า | 0 (0.0) | 8 (11.8) | 0 (0.0) | 4 (7.1) | 0 (0.0) |
| มีบริการส่วนอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 5 (7.8) | 4 (7.1) | 0 (0.0) |
| มีสถานที่สะอาด | 4 (50.0) | 4 (5.9) | 13 (20.3) | 4 (7.1) | 4 (100.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 8 (100.0) | 68 (100.0) | 64 (100.0) | 56 (100.0) | 4 (100.0) |

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือ มีการจัดวางเลือกได้สะดวกกว่า และสถานที่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 50.0 เท่ากัน และน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า ราคาถูกกว่าอยู่ ใกล้บ้านที่พนักงานของร้านค้าปลีกบริการดีกว่า มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า มีบริการส่วนอื่น ๆ ที่ต้องการมากกว่า โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 25 - 35 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือ มีการจัดวางเลือกได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 11.8 สถานที่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 5.9 และน้อยที่สุดคือ ราคาถูกกว่าอยู่ใกล้บ้านที่พนักงานของร้านค้าปลีกบริการดีกว่า มีบริการส่วนอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36-44 ปี ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือ มีการจัดวางเลือกได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 26.6 สถานที่สะอาดคิดเป็นร้อยละ 20.3 มีบริการส่วนอื่นๆที่ ต้องการมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 7.8 และน้อยที่สุดคือ ราคาถูกกว่า อยู่ใกล้บ้านที่พนักงานของร้านค้าปลีกบริการดีกว่า มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามเหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 45-55 ปี ตอบเรื่องเหตุใดซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือก มากที่สุดคือ มีการจัดวางเลือกได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาคือพนักงานของร้านค้าปลีกบริการดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 10.7 ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า มีบริการส่วนอื่นๆที่ ต้องการมากกว่า และ สถานที่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 7.1 และน้อยที่สุดคือ ราคาถูกกว่าอยู่ใกล้บ้านที่พนักงาน โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป ให้เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด มากที่สุดคือ สถานที่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 100.0 และน้อยที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า ราคาถูกกว่า มีการจัดวางเลือกได้สะดวกกว่า อยู่ใกล้บ้านที่พนักงานของร้านค้าปลีกบริการดีกว่า มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า และมีบริการส่วนอื่นๆที่ ต้องการมากกว่า โดยไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม เหมือนกัน

4.3 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

4.3.1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกของผู้ตอบ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการรับรู้เรื่องการเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

| การรับรู้เกี่ยวกับการเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | รายได้ (บาท) | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 5,001-10,000 | | 10,001-20,000 | | มากกว่า 20,001 | |
| | ทราบ | ไม่ทราบ | ทราบ | ไม่ทราบ | ทราบ | ไม่ทราบ |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น | 9 (8.7) | 0 (0.0) | 20 (19.4) | 12 (12.4) | 74 (71.9) | 85 (87.6) |
| คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนก เท่านั้น | 9 (6.9) | 0 (0.0) | 16 (12.2) | 16 (23.2) | 106 (80.9) | 53 (76.8) |
| ไก่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมระบบปิดป้องกันการเกิดไข้หวัดนก | 9 (6.0) | 0 (0.0) | 20 (13.4) | 12 (23.5) | 120 (80.6) | 39 (76.5) |
| เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก | 9 (5.8) | 0 (0.0) | 16 (10.3) | 16 (35.6) | 130 (83.9) | 29 (64.4) |
| เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก | 9 (4.9) | 0 (0.0) | 32 (17.6) | 0 (0.0) | 141 (77.5) | 18 (100.0) |
| ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก | 4 (2.8) | 5 (8.6) | 20 (14.1) | 12 (20.7) | 118 (83.1) | 41 (70.7) |
| ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย | 9 (6.0) | 0 (0.0) | 28 (18.5) | 4 (8.2) | 114 (75.5) | 45 (91.8) |
| รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฟ้าระวังไก่ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด | 9 (6.6) | 0 (0.0) | 16 (11.7) | 16 (25.4) | 112 (81.8) | 47 (74.6) |
| รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรคอย่างเข้มงวด | 9 (5.9) | 0 (0.0) | 24 (15.7) | 8 (17.0) | 120 (78.4) | 39 (83.0) |

จากตารางที่ 56 การรับรู้เรื่องการเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือ ชายทุ่งเท่านั้น จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001-10,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 8.7 รายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบ เป็นร้อยละ 19.4 รายได้มากกว่า 20,001 บาททราบเป็นร้อยละ 71.9

เรื่อง คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนก เท่านั้น จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 -10,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 6.0 รายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 12.2 รายได้ มากกว่า 20,001 บาททราบเป็นร้อยละ 80.6

เรื่อง ไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิดป้องกันการเกิดไข้หวัดนก จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 -10,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 6.9 รายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 13.4 รายได้มากกว่า 20,001 บาททราบเป็นร้อยละ 80.6

เรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001-10,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 5.8 รายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 10.3 รายได้ มากกว่า 20,001 บาททราบเป็นร้อยละ 83.9

เรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัด จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 -10,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 4.9 รายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 17.6 รายได้ มากกว่า 20,001 บาททราบเป็นร้อยละ 77.5

เรื่อง ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 -10,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 2.8 รายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 14.1 รายได้ มากกว่า 20,001 บาททราบเป็นร้อยละ 83.1

เรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 -10,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 6.0 รายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 18.5 รายได้ มากกว่า 20,001 บาททราบเป็นร้อยละ 75.5

เรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 -

10,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 6.6 รายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 11.7 รายได้มากกว่า 20,001 บาท ทราบเป็นร้อยละ 81.8

เรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรคอย่างเข้มงวด จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ทราบทั้งหมด พบว่า รายได้ไม่เกิน 5,000 ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001 -10,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 5.9 รายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบเป็นร้อยละ 15.7 รายได้ มากกว่า 20,001 บาท ทราบเป็นร้อยละ 78.4

4.3.2 ความเชื่อมั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดใช้หวัดนก จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 57 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความเชื่อมั่น ด้านผลิตภัณฑ์ไก่สดตามรายได้

| ด้านผลิตภัณฑ์ | รายได้ (บาท) | | | | | | ค่าเฉลี่ย รวม | แปลผล รวม |
|-----------------------------------|--------------|---------|---------------|---------|----------------|-------|------------------|--------------|
| | 5,001-10,000 | | 10,001-20,000 | | มากกว่า 20,001 | | | |
| | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | | |
| ปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี | 3.42 | ปานกลาง | 4.13 | มาก | 3.62 | มาก | 3.69 | มาก |
| มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค | 4.40 | มาก | 4.00 | มาก | 3.84 | มาก | 3.89 | มาก |
| มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ | 4.40 | มาก | 3.50 | ปานกลาง | 3.72 | มาก | 3.72 | มาก |
| มีให้เลือกหลายยี่ห้อ | 4.30 | มาก | 3.60 | มาก | 3.51 | มาก | 3.56 | มาก |
| รวม | 4.13 | มาก | 3.81 | มาก | 3.67 | มาก | 3.71 | มาก |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 = มาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 57 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับ มาก เรียงลำดับดังนี้ มีความสะอาดปลอดภัยจากเชื้อโรค

มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 4.40 เท่ากัน มีให้เลือกหลาย ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 4.30 และ ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ ประงสุกแล้วมีรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 3.42

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ประงสุกแล้วมีรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 4.13 มีความสะอาดปลอดภัยจากเชื้อโรค มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีให้เลือกหลายยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และมีปัจจัย ย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 3.50

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีความสะอาดปลอดภัยจากเชื้อโรค มี ค่าเฉลี่ย 3.84 มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ มีค่าเฉลี่ย 3.72 ประงสุกแล้วมีรสชาติดี มีค่าเฉลี่ย 3.62 และมีให้เลือกหลายยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ย 3.51

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความเชื่อมั่นด้านราคา จำแนก ตามรายได้

| ด้านราคา | รายได้ (บาท) | | | | | | ค่าเฉลี่ย รวม | แปลผล รวม |
|--|--------------|------------|---------------|-------------|----------------|---------------------|------------------|--------------|
| | 5,001-10,000 | | 10,001-20,000 | | มากกว่า 20,001 | | | |
| | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | | |
| ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัย | 3.89 | มาก | 3.75 | มาก | 3.58 | มาก | 3.62 | มาก |
| มีการคิดป้ายราคา | 4.44 | มาก | 3.64 | มาก | 3.67 | มาก | 3.70 | มาก |
| มีหลายราคาให้เลือก | 4.44 | มาก | 3.75 | มาก | 3.52 | มาก | 3.60 | มาก |
| สามารถใช้บัตรเครดิต ชำระค่าสินค้าได้ | 4.00 | มาก | 3.75 | มาก | 3.46 | ปาน กลาง | 3.53 | มาก |
| มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า | 3.52 | มาก | 3.14 | ปาน กลาง | 3.10 | ปาน กลาง | 3.13 | ปานกลาง |
| รวม | 4.06 | มาก | 3.61 | มาก | 3.47 | ปาน กลาง | 3.52 | มาก |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 = มาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีการติดป้ายราคา มีหลายราคาให้เลือก ค่าเฉลี่ย 4.44 เท่ากัน สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ ค่าเฉลี่ย 4.00 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพความสะอาด ปลอดภัย ค่าเฉลี่ย 3.89 และมีราคาต่อหน่วยถูกกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.52

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพความสะอาดปลอดภัย มีหลายราคาให้เลือก สามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ มีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน มีการติดป้ายราคา มีค่าเฉลี่ย 3.64 และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.14

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ มีการติดป้ายราคา มีค่าเฉลี่ย 3.67 มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพความสะอาดปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.58 มีหลายราคาให้เลือก ค่าเฉลี่ย 3.52 และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีราคาต่อหน่วยถูกกว่า มีค่าเฉลี่ย 3.10

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความเชื่อมั่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้

| ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | รายได้ (บาท) | | | | | | ค่าเฉลี่ย รวม | แปลผล รวม |
|---|--------------|-------|---------------|-------------|----------------|-------------|------------------|--------------|
| | 5,001-10,000 | | 10,001-20,000 | | มากกว่า 20,001 | | | |
| | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | | |
| สถานที่จัดวางเนื้อ โก่งจำหน่ายสะอาด | 4.44 | มาก | 4.00 | มาก | 3.91 | มาก | 3.95 | มาก |
| มีแหล่งจำหน่าย จำนวนมาก | 4.44 | มาก | 4.00 | มาก | 3.71 | มาก | 3.79 | มาก |
| มีแหล่งจำหน่าย ใกล้บ้าน | 4.44 | มาก | 3.63 | มาก | 3.43 | ปาน กลาง | 3.51 | มาก |
| แหล่งจำหน่ายมีบริเวณ ให้จอดรถเพียงพอ | 4.44 | มาก | 3.38 | ปาน กลาง | 3.53 | มาก | 3.55 | มาก |
| รวม | 4.44 | มาก | 3.75 | มาก | 3.65 | มาก | 3.70 | มาก |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 = มาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท ไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 4.44 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมากโดยมีสถานที่จัดวางเนื้อโก่งจำหน่ายสะอาด มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้านและแหล่งจำหน่ายมีบริเวณ ให้จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 4.44 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สถานที่จัดวางเนื้อโก่งจำหน่ายสะอาด มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 4.00 เท่ากัน มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.63 และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ แหล่งจำหน่ายมีบริเวณให้จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.38

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.91 มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 แหล่งจำหน่ายมีบริเวณให้จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.53 และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.43

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อความเชื่อมั่นด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้

| ด้านส่งเสริมการตลาด | รายได้ (บาท) | | | | | | ค่าเฉลี่ยรวม | แปลผลรวม |
|---|--------------|------------|---------------|------------|----------------|----------------|--------------|----------------|
| | 5,001-10,000 | | 10,001-20,000 | | มากกว่า 20,001 | | | |
| | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | ค่าเฉลี่ย | แปลผล | | |
| การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ | 4.44 | มาก | 3.88 | มาก | 3.37 | ปานกลาง | 3.50 | ปานกลาง |
| การมอบป้ายรับรองคุณภาพ ความปลอดภัย | 4.44 | มาก | 3.75 | มาก | 3.45 | ปานกลาง | 3.54 | มาก |
| การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพ | 4.44 | มาก | 3.75 | มาก | 3.48 | ปานกลาง | 3.57 | มาก |
| การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง | 4.44 | มาก | 3.88 | มาก | 3.49 | ปานกลาง | 3.60 | มาก |
| การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า | 3.44 | ปานกลาง | 3.38 | ปานกลาง | 3.14 | ปานกลาง | 3.19 | ปานกลาง |
| รวม | 4.24 | มาก | 3.73 | มาก | 3.39 | ปานกลาง | 3.48 | ปานกลาง |

หมายเหตุ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 = มากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 = มาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 = ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 = เชื่อมั่นน้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 60 ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก โดยมี การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน การมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพ การ

รณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 4.44 เท่ากัน และ มีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.44

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.88 เท่ากัน การมอบป้ายรับรองคุณภาพปลอดภัย การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.75 เท่ากัน และมีปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ได้แก่ การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.38

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.39 ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง เรียงลำดับดังนี้ การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ย 3.49 การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.48 การมอบป้ายรับรองคุณภาพปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.45 การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน มีค่าเฉลี่ย 3.37 และ การมีส่วนลดหรือของแถมแจกลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.14

4.3.3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

| การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | รายได้ (บาท) | | | |
|---|--------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ซื้อ เพราะ มั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 24 (75.0) | 116 (73.0) |
| ไม่ซื้อ เพราะ ไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 8 (25.0) | 43 (27.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 32 (100.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อเพราะมั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อเพราะมั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 75.0 และน้อยที่สุดคือ ไม่ซื้อเพราะไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001บาท มีการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อเพราะมั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 73.0 และน้อยที่สุดคือ ไม่ซื้อเพราะไม่มั่นใจอาจติดโรคไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 27.0

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

| ข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | รายได้ (บาท) | | | |
|--|--------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| รสชาติของเนื้อไก่ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 13 (8.2) |
| ปรุงอาหารได้หลากหลายชนิด | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (12.5) | 51 (32.1) |
| ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 16 (50.0) | 40 (25.2) |
| คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมัน แทรกในเนื้อไก่ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (12.5) | 12 (7.5) |
| ราคาถูกกว่าเนื้อประเภทอื่น | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| ปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 8 (25.0) | 43 (27.0) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 32 (100.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ประงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ประงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 25.0 ประงอาหารได้หลากหลายชนิด กับ คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท ให้ความเห็นเกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ประงอาหารได้หลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 32.1 รองลงมาคือ ประงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 27.0 ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด คิดเป็นร้อยละ 25.2 รสชาติของเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 8.2 คุณค่าอาหารที่ไม่มีไขมันแทรกในเนื้อไก่ คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับ ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

| ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | รายได้ (บาท) | | | |
|---|--------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | มากกว่า 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ซื้อมากขึ้นจากเดิม | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| ซื้อเท่าเดิม | 0 (0.0) | 4 (44.4) | 4 (12.5) | 38 (23.9) |
| ซื้อน้อยลงจากเดิม | 0 (0.0) | 5 (55.6) | 16 (50.0) | 82 (51.6) |
| ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 12 (37.5) | 39 (24.5) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 32 (100.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกมากที่สุดคือซื้อน้อยลงจากเดิมคิดเป็น ร้อยละ 55.6 รองลงมาคือซื้อเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 44.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อน้อยลงจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ตามต้องการ คิดเป็นร้อยละ 37.5 ซื้อเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ ซื้อน้อยลงจากเดิม คิดเป็นร้อยละ 51.6 รองลงมาคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ตามต้องการ คิดเป็นร้อยละ 24.5 ซื้อเท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 23.9

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

| ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | รายได้ (บาท) | | | |
|---|--------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| 1 - 2 ครั้ง | 0 (0.0) | 5 (55.6) | 12 (37.5) | 39 (24.5) |
| 3 - 4 ครั้ง | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 12 (37.5) | 4 (2.5) |
| มากกว่า 4 ครั้ง | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 5 (3.1) |
| ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ | 0 (0.0) | 4 (44.4) | 8 (25.0) | 111 (69.8) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 32 (100.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 64 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท เกี่ยวกับความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 44.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท เกี่ยวกับความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ 1 - 2 ครั้ง และ 3 - 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.5 เท่ากัน รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า20,001 บาท เกี่ยวกับความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมาคือ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.5 มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.1

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

| ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก | รายได้ (บาท) | | | |
|--|--------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| พนักงานขาย | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| คู่สมรส | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 13 (6.5) |
| บุคคลในครอบครัว | 0 (0.0) | 5 (55.6) | 12 (37.5) | 93 (58.5) |
| บริษัทผู้ผลิต | 0 (0.0) | 4 (44.4) | 20 (62.5) | 33 (20.8) |
| หน่วยงานราชการ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 8 (5.0) |
| ตนเอง | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 12 (7.5) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 32 (100.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความเห็นเกี่ยวกับ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาด ไข้หวัดนก มากที่สุดคือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ บริษัทผู้ผลิต คิดเป็น ร้อยละ 44.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความเห็นเกี่ยวกับผู้มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาด ไข้หวัดนก มากที่สุด คือ บริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือบุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 37.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า20,001 บาท ให้ความเห็นเกี่ยวกับ ผู้มีอิทธิพลในการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาด ไข้หวัดนก มากที่สุด คือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 20.8 ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 7.5 คู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 6.5 หน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ช่วงหลังเกิดโรคระบาด ไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

| ข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด หลังเกิดโรคระบาด ไข้หวัดนก | รายได้ (บาท) | | | |
|--|----------------|------------------|-------------------|--------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 22 (13.8) |
| มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (12.5) | 9 (5.7) |
| มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 13 (8.2) |
| มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย | 0 (0.0) | 4 (44.4) | 24 (75.0) | 79 (49.7) |
| มีการระบุวันผลิตวันหมดอายุ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (12.5) | 27 (17.0) |
| มีแยกขายส่วนของไก่ เช่น น่อง ปีก ฯลฯ | 0 (0.0) | 5 (55.6) | 0 (0.0) | 4 (2.5) |
| เลือกทุกข้อ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 5 (3.1) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 32 (100.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท เกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ มีแยกขายส่วนของไก่เช่นน่อง ปีก ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 44.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท เกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือมีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ มีการระบุวันผลิตวันหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท เกี่ยวกับข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มากที่สุดคือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมาคือ มีการระบุวันผลิตวันหมดอายุ คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 13.8 มีการแช่เย็นรักษาคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 8.2 มีการจัดวางที่สะดวกต่อการเลือกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 5.7 และเลือกทุกข้อ คิดเป็นร้อยละ 3.1 และน้อยที่สุดคือ มีแยกขายส่วนของไก่เช่นน่อง ปีก ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกตามรายได้

| ชื่อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดส่วนใดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุด | รายได้ (บาท) | | | |
|--|--------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ไก่สดทั้งตัว | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (12.5) | 0 (0.0) |
| ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ | 0 (0.0) | 4 (44.4) | 16 (50.0) | 34 (21.4) |
| ชิ้นส่วนเฉพาะ น่องหรือปีก | 0 (0.0) | 5 (55.6) | 8 (25.0) | 54 (34.0) |
| ทั้ง 3 แบบ เท่า ๆ กัน | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (2.5) |
| ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (12.5) | 67 (42.1) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 32 (100.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท เกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 44.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท เกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก คิดเป็นร้อยละ 25.0 ไก่สดทั้งตัว และไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 12.5 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท เกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาคือชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก คิดเป็นร้อยละ 34.0 ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อคิดเป็นร้อยละ 21.4 ทั้ง 3 แบบเท่า ๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ จำแนกตามรายได้

| ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ที่เลือกซื้อ | รายได้ (บาท) | | | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 8 (25.0) | 27 (17.0) |
| บริษัทผู้ผลิต | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 24 (75.0) | 98 (61.6) |
| ตรายี่ห้อใดก็ได้ | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 34 (21.4) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 32 (100.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความเห็นเกี่ยวกับตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ มากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความเห็นเกี่ยวกับตราชี้ห้อยของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ มากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 25.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท ให้ความเห็นเกี่ยวกับตราชี้ห้อยของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ มากที่สุดคือ ของบริษัทผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 61.6 รองลงมาคือ ตราชี้ห้อยใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 21.4 และน้อยที่สุดคือ ของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ คิดเป็นร้อยละ 17.0

สรุปผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ เลือกเกี่ยวกับตราชี้ห้อยของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่เลือกซื้อ โดยส่วนใหญ่กว่าของบริษัทผู้ผลิต มากที่สุด

ตารางที่ 69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จำแนกตามรายได้

| เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ | รายได้ (บาท) | | | |
|--|--------------------|----------------------|-----------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| มีให้เลือกหลากหลายกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 8 (25.0) | 47 (29.6) |
| มีราคาถูกกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 12 (37.5) | 47 (29.6) |
| มีการโฆษณารู้จักมากกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 8 (25.0) | 42 (26.4) |
| มีคุณภาพมาตรฐานกว่า | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 4 (12.5) | 23 (14.5) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0.0) | 9 (100.0) | 32 (100.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ มีคุณภาพมาตรฐานกว่า คิดเป็นร้อยละ 100.0

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือมีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือให้เลือกหลากหลายกว่ากับการโฆษณารู้จักมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน มีคุณภาพมาตรฐานกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท ให้เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มากที่สุดคือ มีให้เลือกหลากหลายกว่า และมีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 29.6 เท่ากัน รองลงมา คือ มีการโฆษณารู้จักมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 26.4 มีคุณภาพมาตรฐานกว่า คิดเป็นร้อยละ 14.5

ตารางที่ 70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่บ่อยที่สุด จำแนกตามรายได้

| ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ที่บ่อยที่สุด | รายได้ (บาท) | | | |
|---|-----------------------|-------------------------|--------------------------|---------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต | 0.00 (0.0) | 0.00 (0.0) | 4.00 (12.5) | 17.00 (10.7) |
| เทสโก้โลตัส | 0.00 (0.0) | 0.00 (0.0) | 12.00 (37.5) | 61.00 (38.4) |
| บิ๊กซี | 0.00 (0.0) | 4.00 (44.4) | 4.00 (12.5) | 4.00 (2.5) |
| คาร์ฟูร์ | 0.00 (0.0) | 0.00 (0.0) | 4.00 (12.5) | 9.00 (5.7) |
| ไม่เลือกเจาะจง ห้างฯ ใดก็ได้ | 0.00 (0.0) | 5.00 (55.6) | 8.00 (25.0) | 68.00 (42.8) |
| รวม (ร้อยละ) | 0.00 (0.0) | 9.00 (100.0) | 32.00 (100.0) | 159.00 (100.0) |

ตารางที่ 70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความเห็นความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่บ่อยที่สุด มากที่สุดคือ ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 44.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่บ่อยที่สุด มากที่สุดคือ เทสโก้โลตัส คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือไม่เลือกเจาะจงห้างฯใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 25.0 และน้อยที่สุดคือ ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต เทสโก้โลตัส และ คาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่บ่อยที่สุด มากที่สุดคือ ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ ใดก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมาคือ เทสโก้โลตัส คิดเป็นร้อยละ 38.4 ท็อปส์ซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 10.7 คาร์ฟูร์ คิดเป็นร้อยละ 5.7 และน้อยที่สุดคือ บิ๊กซี คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตารางที่ 71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือก จำแนกตามรายได้

| เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือก | รายได้ (บาท) | | | |
|---|-------------------|---------------------|----------------------|------------------------|
| | ไม่เกิน 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-20,000 | > 20,001 |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) |
| ผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า | 0 (0.0) | 5 (55.6) | 8 (25.0) | 25 (15.7) |
| ราคาถูกกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| มีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า | 0 (0.0) | 4 (44.4) | 12 (37.5) | 90 (56.6) |
| อยู่ใกล้บ้านที่พัก | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) |
| พนักงานของร้านค้าปลีกบริการดีกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 6 (3.8) |
| มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 8 (25.0) | 4 (2.5) |
| บริการส่วนอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 9 (5.7) |
| สถานที่สะอาดกว่า | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (12.5) | 25 (15.7) |
| รวม (ร้อยละ) | 0 (0) | 9 (49.4) | 32 (83.0) | 159 (100.0) |

ตารางที่ 71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ que เลือก มากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลายกว่า คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือ มีการจัดวางผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 44.4

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท เกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ que เลือก มากที่สุดคือ มีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลายกว่ากับมีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน สถานที่สะอาดกว่า คิดเป็นร้อยละ 12.5

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 20,001 บาทเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ que เลือก มากที่สุดคือมีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลายกว่า กับ สถานที่สะอาดกว่า คิดเป็นร้อยละ 15.7 เท่ากัน บริการส่วนอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 5.7 พนักงานของร้านค้าปลีกบริการดีกว่า คิดเป็นร้อยละ 3.8 มีสินค้าอื่นๆ ที่ต้องการมากกว่า 2.5

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะผู้ตอบแบบสอบถาม

มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.5 ที่ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

ตารางที่ 72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

| ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ | จำนวน | ร้อยละ |
|--|------------|---------------|
| อยากให้มีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานรัฐ ทุกยี่ห้อ | 10 | 5.00 |
| อยากให้มีส่วนแช่เย็นคงที่และเพียงพอรักษาความสดอยู่เสมอ | 4 | 2.00 |
| อยากให้มีการตรวจสอบคุณภาพ | 3 | 1.50 |
| อยากให้มีการคัดทิ้งเมื่อมีอายุวางไว้นาน | 3 | 1.50 |
| อยากให้มติดวันที่ผลิต | 2 | 1.00 |
| อยากให้ร้านค้าปลีกควรมีข้อมูลใจเช่นวิธีปรุงไก่สดแนะนำ | 2 | 1.00 |
| อยากให้แยกไขมันออกจากเนื้อ | 1 | 0.50 |
| อยากให้ใช้ถุงบรรจุหนาขึ้น ไม่แตกง่าย | 1 | 0.50 |
| อยากให้มีน้ำหนักตรงตามระบุ | 1 | 0.50 |
| ไม่มีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ | 173 | 86.50 |
| รวม | 200 | 100.00 |

ตารางที่ 72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่แสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ร้อยละ 86.5

สำหรับผู้ที่ไม่แสดงข้อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ต้องการให้มีตรารับรองคุณภาพจากหน่วยงานรัฐทุกยี่ห้อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.00 อยากให้มีตู้แช่เย็นคงที่ไก่อมีความสดอยู่ตลอด คิดเป็นร้อยละ 2.00 อยากให้มีตรวจสอบคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 1.50 อยากให้มีการคัดทิ้งเมื่อมีอายุวางไว้นาน คิดเป็นร้อยละ 1.50 อยากให้มีติดวันที่ผลิต คิดเป็นร้อยละ 1.00 อยากให้ร้านค้าปลีกควรมีข้อจูงใจเช่นวิธีปรุงไก่อสดแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 1.00 อยากให้แยกไขมันออกจากเนื้อ คิดเป็นร้อยละ 0.50 อยากให้ใช้ถุงบรรจุหนาขึ้น ไม่แตกง่าย คิดเป็นร้อยละ 0.50 อยากให้มีน้ำหนักตรงตามระบุ คิดเป็นร้อยละ 0.50

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved