

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม ผู้มาใช้บริการตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ราย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่างอายุ 25–35 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพทำงานรัฐวิสาหกิจหรือรับราชการ มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 20,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

ผลจากการศึกษาทักษะคิดและพฤติกรรมผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำนวน 200 ราย จำแนกตามองค์ประกอบของทักษะคิด ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึกความเชื่อมั่น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 73 แสดงสรุปอันดับที่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้
เรื่องโรคไข้หวัดนก ต่อผลิตภัณฑ์ไก่สด

การรับรู้เรื่องโรคไข้หวัดนกต่อผลิตภัณฑ์ไก่สด	ทราบ ร้อยละ	อันดับที่
เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว มีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก	91.0	1
เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว ไม่มีเชื้อไข้หวัดนก	77.5	2
รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรคว่างอย่างเข้มงวด	76.5	3
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย	75.5	4
ไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิด ป้องกันการเกิดไข้หวัดนก	74.5	5
ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก	71.0	6
รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคว่างอย่างเข้มงวด	68.5	7
คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนกเท่านั้น	65.5	8
ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น	51.5	9
เฉลี่ย	72.4	

จากตารางที่ 73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบเรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.0 รองลงมาทราบเรื่องเนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 77.5 ทราบเรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรคว่างอย่างเข้มงวด คิดเป็นร้อยละ 76.5 ทราบเรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 75.5 ทราบเรื่อง ไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิดป้องกันการเกิดไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 74.5 ทราบเรื่อง ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก คิดเป็นร้อยละ 71.0 ทราบเรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคว่างอย่างเข้มงวด คิดเป็นร้อยละ 68.5 ทราบเรื่อง คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนก เท่านั้น คิดเป็นร้อยละ 65.5 และทราบเรื่อง ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.5

2. ด้านความรู้สึกความเชื่อมั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อความรู้สึกความเชื่อมั่นต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	อันดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.71	เชื่อมั่นมาก	1
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.70	เชื่อมั่นมาก	2
ปัจจัยด้านราคา	3.51	เชื่อมั่นมาก	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.48	เชื่อมั่นปานกลาง	4

จากตารางที่ 74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.71 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70 ด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเชื่อมั่นมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเชื่อมั่นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.48

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น ลำดับแรกได้แก่ มีความสะอาดปลอดภัยเชื่อ ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นลำดับแรก ได้แก่ การคิดป้ายราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น โดยรวมในระดับ มาก ปัจจัยย่อยที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นลำดับแรก ได้แก่ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น โดยรวมในระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นลำดับแรก ได้แก่ การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมืออย่างต่อเนื่อง

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

ผลการศึกษาพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก โดยที่ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดมีข้อดีคือปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนกมากที่สุด รองลงมาคือชอบบริโภคเนื้อสัตว์ หลากหลายชนิดและสามารถปรุงอาหารได้หลากหลาย ตามลำดับ เมื่อมีข่าวเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจะซื้อน้อยลงจากเดิม ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจะไม่แน่นอนขึ้นกับความถี่ความต้องการ บุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีข้อดีคือผลิตภัณฑ์มีตรารับรองคุณภาพความปลอดภัยจากหน่วยราชการที่เชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อชิ้นส่วนใดของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดนั้นไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการเป็นหลัก ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีตราหือของบริษัทผู้ผลิตร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดบ่อยที่สุดก็ไม่เลือกเจาะจงร้านค้าปลีกใดก็ได้ โดยมีเหตุผลคือ มีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกซื้อได้สะดวกกว่า และผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า

ส่วนที่ 4 ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ อายุ และรายได้

1. ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

1.1 ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไก่สดกับโรคไข้หวัดนกในเรื่องต่อไปนี้เป็น เรื่อง ไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิด ป้องกันการเกิดไข้หวัดนก รองลงมา คือ เรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก เรื่องรัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด และเรื่องรัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรคอย่างเข้มงวด ส่วนเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายไม่ทราบจำนวนมากที่สุด คือ เรื่องไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไก่สดกับโรคไข้หวัดนกในเรื่องต่อไปนี้เป็น เรื่องเนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้ว มีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก รองลงมา

คือ เรื่องร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย เรื่องเนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก และเรื่องรัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรคอย่างเข้มงวด ส่วนเรื่องที่สุดออบแบบสอบถามเพศหญิงไม่ทราบจำนวนมากที่สุด คือ เรื่องไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น

1.2 ความเชื่อมั่นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ พบว่า

ความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งเพศชายเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเชื่อมั่นมากโดยเพศชายมีความเชื่อมั่นด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี ในขณะที่เพศหญิงมีความเชื่อมั่นด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องผลิตภัณฑ์มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค

ความเชื่อมั่นด้านราคา ทั้งเพศชายเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเชื่อมั่นมาก โดยเพศชายมีความเชื่อมั่นด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ/ความสะอาด/ปลอดภัย ในขณะที่เพศหญิงมีความเชื่อมั่นด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการติดป้ายราคา

ความเชื่อมั่นด้านช่องทางจัดการจำหน่าย ทั้งเพศชายเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเชื่อมั่นมากโดยเพศชายมีความเชื่อมั่นด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก ในขณะที่เพศหญิงมีความเชื่อมั่นด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องสถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด

ความเชื่อมั่นด้านการส่งเสริมการตลาด ทั้งเพศชายเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเชื่อมั่นปานกลาง โดยเพศชายมีความเชื่อมั่นด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เพศหญิงก็มีความเชื่อมั่นด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเดียวกัน

1.3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก เพราะมั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นข้อดีของเนื้อไก่สดคือนอกจากจะชอบบริโภคการเนื้อสัตว์หลากหลายชนิดแล้วยังเห็นว่าเนื้อไก่สามารถปรุงอาหารได้หลากหลาย แต่ก็ซื้อเนื้อไก่สดน้อยลงจากเดิม มีความถี่ในการซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ โดยบุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากกว่าบุคคลกลุ่มอื่น ส่วนข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามยังคงซื้อเนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก คือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย รองลงมาคือมีบรรจุภัณฑ์เหมาะสม ส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อมากที่สุดคือชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีกโดยเจาะจงซื้อตราหื้อของบริษัทผู้ผลิตรายใดรายหนึ่ง เพราะผู้ผลิตรายนั้นมีบรรจุภัณฑ์ที่

ดีกว่า แต่ก็ไม่เจาะจงการซื้อจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งเป็นการจำเพาะ เหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่บ่อยก็เพราะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก เพราะมั่นใจไม่ติดโรคไข้หวัดนก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นข้อดีของเนื้อไก่สดคือปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนกรองลงมาคือปรุงอาหารได้หลากหลาย แต่ก็ซื้อเนื้อไก่สดน้อยลงจากเดิม มีความถี่ในการซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ โดยบุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากกว่าบุคคลกลุ่มอื่น ส่วนข้อดีของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามยังคงซื้อเนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก คือ มีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย รองลงมาคือมีการระบุวันผลิตบรรจุภัณฑ์เหมาะสม ส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อมากที่สุดคือชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อเท่า ๆ กับไม่การซื้อชิ้นเนื้อไก่ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ โดยเจาะจงซื้อตรายี่ห้อของบริษัทผลิตรายใดรายหนึ่ง เพราะผู้ผลิตรายนั้นมีโฆษณารู้จักมากกว่า รองลงมาคือ มีคุณภาพมาตรฐานกว่า แต่ก็ไม่เจาะจงการซื้อจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งเป็นการจำเพาะ เหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าปลีกสมัยใหม่บ่อยก็เพราะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า

2. ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตาม อายุ

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 18 - 24 ปี ทราบเรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคร้ายอย่างเข้มงวด รองลงมาคือ เรื่อง ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก คิดเป็นร้อยละ ส่วนเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบมากที่สุดคือ เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 25 - 35 ปี ทราบเรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย รองลงมาคือ เรื่อง ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น ส่วนเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบมากที่สุดคือ รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรคร้ายอย่างเข้มงวด

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 36 - 44 ปี ทราบเรื่อง ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้นรองลงมา คือ เรื่อง ไก่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมระบบปิด

ป้องกันการเกิดไข้หวัดนก ส่วนเรื่องที่คุณตอบแบบสอบถามไม่ทราบมากที่สุด คือ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 45 - 55 ปี ทราบเรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรควัยเช่นงวมวด รอลงมาคือ เรื่อง คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนก เท่านั้น ส่วนเรื่องที่คุณตอบแบบสอบถามไม่ทราบมากที่สุด คือ เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 55 ปีขึ้นไป ทราบเรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรควัยเช่นงวมวด รอลงมา คือ เรื่อง ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก ส่วนเรื่องที่คุณตอบแบบสอบถามไม่ทราบมากที่สุด คือ ไก่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมระบบปิดป้องกันการเกิดไข้หวัดนก

2.2 ความเชื่อมั่นของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร หลังเกิดโรควัยเช่นงวมวดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 18 – 24 ปี มีความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี 36 – 44 ปี 45 – 55 ปี และ มากกว่า 55 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่นในระดับมาก ส่วนความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์รายเรื่อง ปรากฏว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18-24 ปี มีความเชื่อมั่น ต่อปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี และมีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-35 ปี มีความเชื่อมั่น ต่อมีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-44 ปี มีความเชื่อมั่นต่อความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45-55 ปี มีความเชื่อมั่น ต่อมีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าอายุ 55 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่น ต่อการมีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด

2) ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18-24 ปี อายุ 25-36 ปี อายุ 45-55 ปี และอายุมากกว่า 55 ปี มีความเชื่อมั่นภาพรวมระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มอายุ 36-44 ปี มีความเชื่อมั่นระดับมาก ส่วนความเชื่อมั่นด้านราคารายเรื่อง ปรากฏว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18-24 ปี ความเชื่อมั่นต่อ การติดป้ายราคา การมีหลายราคาให้เลือกและการสามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25-35 ปี มีความเชื่อมั่นต่อการมีการติดป้ายราคา ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36-44 ปี มีความเชื่อมั่นต่อราคาเหมาะสมกับความสะอาดปลอดภัยด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 45-55 ปี มีความเชื่อมั่นต่อการติดป้ายราคาด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด และ

ผู้ตอบแบบสอบถาม มากกว่าอายุ 55 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่นต่อการสามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับอายุ 18–24 ปี มีความเชื่อมั่นภาพรวมระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25–35 ปี อายุ 36–44 ปี อายุ 45–55 ปี และอายุมากกว่า 55 ปี มีความเชื่อมั่นระดับมาก ส่วนความเชื่อมั่นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายรายเรื่อง ปรากฏว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี มีความเชื่อมั่นสถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่าย สะอาด ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 - 35 ปี มีความเชื่อมั่นสถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 44 ปี มีความเชื่อมั่นสถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45 - 55 ปี มีความเชื่อมั่นมีแหล่งจำหน่ายจำนวนมากด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าอายุ 55 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่นสถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีบริเวณให้จอดรถเพียงพอ ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากัน

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี อายุ 25 – 35 ปี และอายุมากกว่า 55 ปี มีความเชื่อมั่นระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 – 44 ปี และอายุ 45 – 55 ปี มีความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ส่วนความเชื่อมั่นด้านการส่งเสริมการตลาดรายเรื่อง ปรากฏว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี มีความเชื่อมั่น การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพและการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี มีความเชื่อมั่นการประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพและการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่อง เป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 44 ปี มีความเชื่อมั่นการมอบป้ายรับรองคุณภาพ ความปลอดภัยเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45 - 55 ปี มีความเชื่อมั่นการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐเป็นอันดับแรก ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 55 ปีขึ้นไป มีความเชื่อมั่น การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน การมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพและการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐ เป็นอันดับแรก เท่ากัน

2.3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 75 สรุปข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม	อายุ				
	18 - 24 ปี	25 - 35 ปี	36 - 44 ปี	45 - 55 ปี	55 ปี ขึ้นไป
การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีก	ซื้อ เท่ากันกับ ไม่ซื้อ	ซื้อ	ซื้อ	ซื้อ	ไม่ซื้อ
ข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก	ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด	ปรุงอาหารได้หลากหลายชนิด	ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด	ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด	ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด
ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีก	ซื้อน้อยลงจากเดิม	ซื้อน้อยลงจากเดิม	ซื้อน้อยลงจากเดิม	ซื้อน้อยลงจากเดิม	ไม่แน่นอนแล้ว แต่ความต้องการ
ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด	ไม่แน่นอนแล้ว แต่ความต้องการ	ไม่แน่นอนแล้ว แต่ความต้องการ	ไม่แน่นอนแล้ว แต่ความต้องการ	ไม่แน่นอนแล้ว แต่ความต้องการ	ไม่แน่นอนแล้ว แต่ความต้องการ
ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่	บุคคลในครอบครัว & หน่วยราชการ	บุคคลในครอบครัว	บุคคลในครอบครัว	บุคคลในครอบครัว	ตนเอง
ข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก	มีตรารับรองคุณภาพ และปลอดภัย & มีการระบุวันผลิต	มีตรารับรองคุณภาพ และปลอดภัย	มีตรารับรองคุณภาพ และปลอดภัย	มีตรารับรองคุณภาพ และปลอดภัย	มีตรารับรองคุณภาพ และปลอดภัย
ส่วนของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีการซื้อมากที่สุด	ชิ้นส่วนเฉพาะ น่องหรือปีก	ไม่แน่นอนแล้ว แต่ความต้องการ	ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ	ไม่แน่นอนแล้ว แต่ความต้องการ	ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อ ทั้ง 3 แบบเท่ากัน
ตราหือของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่ซื้อมากที่สุด	ของบริษัทผู้ผลิต & ตราหือใดก็ได้	ของบริษัทผู้ผลิต	ของบริษัทผู้ผลิต	ของบริษัทผู้ผลิต	ตราหือใดก็ได้
เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด	มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า & มีการโฆษณา รู้จักมากกว่า	มีการโฆษณา รู้จักมากกว่า	มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า	มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า	มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ	เทสโก้โลตัส	ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ	ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ	ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ
เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด	ห้างฯ ใดก็ได้		ห้างฯ ใดก็ได้	ห้างฯ ใดก็ได้	ห้างฯ ใดก็ได้
เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด จากร้านค้าปลีก	มีการจัดวางผลิตภัณฑ์	มีการจัดวางผลิตภัณฑ์	มีการจัดวางผลิตภัณฑ์	มีการจัดวางผลิตภัณฑ์	สถานที่สะอาด
สมัยใหม่ที่เลือก	ผลิตภัณฑ์เลือกได้ สะดวกกว่า สถานที่สะอาด	เลือกได้สะดวกกว่า	เลือกได้สะดวกกว่า	เลือกได้สะดวกกว่า	

จากตารางที่ 75 แสดงพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 - 24 ปี ตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนกด้วยสัดส่วนเดียวกัน ข้อดีของเนื้อไก่สดที่ซื้อก็เพราะชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด แต่ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกน้อยกว่าเดิม โดยมีความถี่ในการซื้อในแต่ละสัปดาห์ไม่แน่นอน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็คือบุคคลในครอบครัวและสัดส่วนเท่ากับหน่วยราชการ การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็เพราะมีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัยสัดส่วนเท่ากันมีการระบุวันผลิต ขึ้นส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุดคือ ขึ้นส่วนเฉพาะน้องหรือปิก โดยซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของบริษัทผู้ผลิตเท่ากับตราฮีโร่ก็ได้ เหตุที่เลือกซื้อฮีโร่ไคยี่หนึ่งก็เพราะมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าเท่ากับมีการโฆษณาให้รู้จักมากกว่า ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดเป็นการซื้อในลักษณะไม่เจาะจงห้างสาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่จากห้างใดห้างหนึ่งก็เพราะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวก และสถานที่สะอาด

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 - 35 ปี ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ข้อดีของเนื้อไก่สดที่ซื้อก็เพราะสามารถปรุงอาหารได้หลากหลายชนิด แต่ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกน้อยกว่าเดิม โดยมีความถี่ในการซื้อในแต่ละสัปดาห์ไม่แน่นอน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็คือบุคคลในครอบครัว การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็เพราะมีตรารับรองคุณภาพ ขึ้นส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุดคือไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ โดยซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของบริษัทผู้ผลิต เหตุที่เลือกซื้อฮีโร่ไคยี่หนึ่งก็เพราะมีการโฆษณาให้รู้จักมากกว่า ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดเป็นการซื้อคือเทสโก้โลตัส สาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่จากห้างใดห้างหนึ่งก็เพราะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 44 ปี ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ข้อดีของเนื้อไก่สดที่ซื้อก็เพราะชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด แต่ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกน้อยกว่าเดิม โดยมีความถี่ในการซื้อในแต่ละสัปดาห์ไม่แน่นอน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็คือบุคคลในครอบครัว การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็

เพราะมีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย ขึ้นส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุด คือ ขึ้นส่วนเฉพาะเนื้อ โดยซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของบริษัทผู้ผลิต เหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อใดหนึ่งก็ เพราะมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดเป็นการซื้อใน ลักษณะไม่เจาะจงห้าง สาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่จากห้างใดห้างหนึ่ง ก็เพราะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45 - 55 ปี ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีก สมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ข้อดีของเนื้อไก่สดที่ซื้อก็เพราะชอบบริโภคเนื้อสัตว์ หลากหลายชนิด แต่ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกน้อยกว่าเดิม โดยมีความถี่ ในการซื้อในแต่ละสัปดาห์ไม่แน่นอน ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตาม ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็คือบุคคลในครอบครัว การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ก็เพราะมีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย ขึ้นส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุดคือไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ โดยซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของบริษัทผู้ผลิต เหตุที่เลือก ซื้อยี่ห้อใดหนึ่งก็เพราะมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ สดเป็นการซื้อในลักษณะไม่เจาะจงห้าง สาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จากห้างใดห้างหนึ่งก็เพราะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 55 ปีขึ้นไป ตัดสินใจไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีก สมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ข้อดีของเนื้อไก่สดที่ซื้อก็เพราะชอบบริโภคเนื้อสัตว์ หลากหลายชนิด แต่ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกไม่แน่นอนแล้วแต่ความ ต้องการ โดยมีความถี่ในการซื้อในแต่ละสัปดาห์ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ ผู้มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็คือตนเอง การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็เพราะมีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย ขึ้นส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อจาก ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุดคือ ขึ้นส่วนเฉพาะเนื้อ ขึ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก และไก่สดทั้งตัว โดยซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของบริษัทผู้ผลิตเท่ากับตรายี่ห้อใดก็ได้ เหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อใดหนึ่ง ก็เพราะมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดเป็นการซื้อ ในลักษณะไม่เจาะจงห้าง สาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่จากห้างใดห้าง หนึ่งก็เพราะสถานที่สะอาด

3. ความรู้ความเข้าใจ ความเชื่อมั่นและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ ความรู้ความของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

3.1 ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท ทราบเรื่อง ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น รองลงมา คือ เรื่อง คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนก เท่านั้น เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบจำนวนมากที่สุด คือ เรื่อง ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท ทราบเรื่อง ไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น รองลงมาคือ เรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบจำนวนมากที่สุด คือ เรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท ทราบเรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก รองลงมา คือ เรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบจำนวนมากที่สุด คือ เรื่อง ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย

3.2 ความเชื่อมั่นของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาด ไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นด้านผลิตภัณฑ์ภาพรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นรายเรื่อง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความเชื่อมั่นเรื่อง มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค และมีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเชื่อมั่นเรื่องปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุดผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นเรื่องมีความสะอาด ปลอดภัยเชื้อโรค ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด

2) ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความเชื่อมั่นราคาภาพรวมระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นด้านราคาภาพรวมในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นรายเรื่อง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 มีความเชื่อมั่นต่อ มีการคิดป้ายราคา และมีหลายราคาให้เลือก เป็นอันดับแรก เท่ากัน ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาทมีความเชื่อมั่นต่อ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพความสะอาดปลอดภัย มีหลายราคาให้เลือก และสามารถ

ใช้บัตรเครดิต ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นต่อการติดป้ายราคา ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้ 10,001 – 20,000 บาท และรายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากเมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นรายเรื่อง

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาทมีความเชื่อมั่นต่อ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด มีแหล่งจำหน่าย จำนวนมาก มีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน และมีบริเวณให้จอดรถเพียงพอ ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาทมีความเชื่อมั่น ต่อ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด และมีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นต่อ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความเชื่อมั่นด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมระดับมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นด้านการส่งเสริมการตลาดภาพรวมในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นรายเรื่อง

ผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้ 5,001-10,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อ การโฆษณาผ่านสื่อมวลชนเช่น โทรทัศน์ การมอบป้ายรับรองคุณภาพปลอดภัย การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพ และการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง และการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเชื่อมั่นต่อการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนเช่น โทรทัศน์ ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นต่อ การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง ด้วยค่าเฉลี่ยสูงสุด

3.3 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดใช้วัตถุดิบ จำแนกตามรายได้

ตารางที่ 76 สรุปข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

พฤติกรรมของผู้ตอบ	รายได้ (บาท)		
	5,001-10,000	10,001-20,000	20,001ขึ้นไป
การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีก	ซื้อเท่ากับไม่ซื้อ	ซื้อ	ซื้อ
ข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดหลังเกิดโรคระบาดใช้หัวคอก	ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด	ปรุงอาหารได้หลากหลายชนิด	ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด
ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีก	ซื้อน้อยลงจากเดิม	ซื้อน้อยลงจากเดิม	ซื้อน้อยลงจากเดิม
ความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด	ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ	ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ	ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ
ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่	บุคคลในครอบครัว & หน่วยราชการ	บุคคลในครอบครัว	บุคคลในครอบครัว
ข้อดีของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ หลังเกิดโรคระบาดใช้หัวคอก	มีตรารับรองคุณภาพ และปลอดภัย & มีการระบุนวันผลิต	มีตรารับรองคุณภาพ และปลอดภัย	มีตรารับรองคุณภาพ และปลอดภัย
ส่วนของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีการซื้อมากที่สุด	ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก	ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการของบริษัทผู้ผลิต	ชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อของบริษัทผู้ผลิต
ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่ซื้อมากที่สุด	ของบริษัทผู้ผลิต & ตราสัญลักษณ์ก็ได้		
เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด	มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า & มีการโฆษณา รู้จักมากกว่า	มีการโฆษณา รู้จักมากกว่า	มีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า
ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่ไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ	เทสโก้โลตัส	ไม่เลือกเจาะจงห้างฯ
เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด	ห้างฯ ใดก็ได้		ห้างฯ ใดก็ได้
เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีก	มีการจัดวางผลิตภัณฑ์	มีการจัดวางผลิตภัณฑ์	มีการจัดวางผลิตภัณฑ์
สมัยใหม่ที่เลือก	ผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า	เลือกได้สะดวกกว่า	เลือกได้สะดวกกว่า

จากตารางที่ 76 แสดงพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องการตัดสินใจซื้อและไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก จำแนกตามรายได้พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ข้อดีของเนื้อไก่สดที่ซื้อก็เพราะปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก แต่ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกน้อยกว่าเดิม โดยมีความถี่ในการซื้อ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็คือบุคคลในครอบครัว การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็เพราะมีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย ขึ้นส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุดคือ ขึ้นส่วนเฉพาะน้องหรือปิก โดยซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของบริษัทผู้ผลิต เหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งก็เพราะมีคุณภาพมาตรฐานกว่า ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดเป็นการซื้อในลักษณะไม่เจาะจงห้าง สาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่จากห้างใดห้างหนึ่งก็เพราะมีผลิตภัณฑ์มีให้เลือกหลากหลายกว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ข้อดีของเนื้อไก่สดที่ซื้อก็ชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด แต่ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกน้อยกว่าเดิม โดยมีความถี่ในการซื้อ 1 - 2 ครั้งต่อสัปดาห์ด้วยสัดส่วนเท่ากับ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็คือบริษัทผู้ผลิต การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็เพราะมีตรารับรองคุณภาพ ขึ้นส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุดขึ้นส่วนเฉพาะเนื้อ โดยซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของบริษัทผู้ผลิต เหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งก็เพราะมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดเป็นการซื้อคือเทสโก้โลตัส สาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่จากห้างใดห้างหนึ่งก็เพราะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ และเลือกได้สะดวกกว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ข้อดีของเนื้อไก่สดที่ซื้อก็เพราะชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด แต่ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกน้อยกว่าเดิม โดยมีความถี่ในการซื้อในแต่ละสัปดาห์ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็คือบุคคลในครอบครัว การซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็เพราะมีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย ขึ้นส่วนเนื้อไก่สดที่ซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุดคือไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ โดยซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของ

บริษัทผู้ผลิต เหตุที่เลือกซื้อยี่ห้อใดหนึ่งก็เพราะมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าและมีให้เลือกหลากหลาย ส่วนร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดเป็นการซื้อในลักษณะไม่เจาะจงห้างสาขาเหตุที่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่จากห้างใดห้างหนึ่งก็เพราะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่า

อภิปรายผล

จากการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ได้ใช้ทฤษฎีทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ทัศนคติของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร (องค์ประกอบด้านสติปัญญา: Cognitive Component)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเรื่องไข้หวัดนกโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ทราบเรื่องเนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก รองลงมา คือ เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก รัฐบาลใช้มาตรการกำจัดไก่ติดโรคอย่างเข้มงวด ร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย ไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิดป้องกันการเกิดไข้หวัดนก ไม่เคยมีใครป่วยหรือตายจากการกินไก่สุกและไข่สุก ทราบเรื่อง รัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด คนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนกเท่านั้น และไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีการรับรู้ข้อมูลของเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับโรคไข้หวัดนกต่อผลิตภัณฑ์ไก่สดมากเป็นส่วนใหญ่ ค่าเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 72.4 ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ ณัฐพัทธ จันทร์ตา (2548) ที่พบว่า ผู้บริโภคไก่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีความรู้ความเข้าใจเรื่องไข้หวัดนก คิดเป็นร้อยละ 44.7 แต่ผลการศึกษาครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเรื่องไข้หวัดนกจำนวนใกล้เคียงกับการศึกษาของ ปานแก้ว รัตนศิลป์กัลชาญ และคณะ (2548) ที่พบว่า ความรู้ของประชาชนเรื่องไข้หวัดนกในกลุ่มพื้นที่ที่มีประวัติพบเชื้อ H5N1 คิดเป็นร้อยละ 71.3 ในขณะที่ความรู้ของประชาชนในพื้นที่ที่ไม่มีประวัติพบเชื้อ H5N1 คิดเป็นร้อยละ 71.7

2. ทัศนคติของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร (องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือด้านความรู้สึก: Affective Component) อภิปรายตามผลตามแนวคิดแนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) รวมถึงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นโดยรวมในระดับเชื่อมั่นมาก ปัจจัยย่อยที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอันดับแรกคือ มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค รองลงมา คือ มีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ เมื่อปรุงสุกแล้วมีรสชาติดี และมีให้เลือกหลายยี่ห้อ ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ ณัฐพลฤทธิ์ จันทร์ตา (2548) ที่พบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรื่อง หากเนื้อไก่มีความสะอาด นำรับประทาน และมีรสชาติดี ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับที่มีผลมากที่สุด ถึงแม้ระดับความเชื่อมั่นจะแตกต่างกัน แต่ก็แสดงว่าเนื้อไก่มีความสะอาดนำรับประทาน และมีรสชาติดี ก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจในระดับที่มีผลมากที่สุด รองลงมาคือด้านคุณค่าทางอาหาร

ด้านราคา (Price) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นโดยรวมในระดับเชื่อมั่นมาก ปัจจัยย่อยที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอันดับแรก คือ มีการคิดป้ายราคา รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีหลายราคาให้เลือก และสามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ ตามลำดับ แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามยังคงให้ความสำคัญกับราคาจึงมีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยดังกล่าวอยู่ในระดับมาก ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ ณัฐพลฤทธิ์ จันทร์ตา (2548) ที่พบว่าผลกระทบของใช้หัตถ์คนต่อพฤติกรรมผู้บริโภคไก่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นโดยรวมในระดับเชื่อมั่นมาก ปัจจัยย่อยที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอันดับแรก คือ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายสะอาด รองลงมา มีแหล่งจำหน่ายจำนวนมาก มีบริเวณให้จอดรถเพียงพอ และมีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน ตามลำดับ แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความสะอาดเป็นอย่างมาก มีความเข้าใจว่าหากเนื้อไก่มีความสะอาดเพียงพอ ก็จะสร้างความมั่นใจในการบริโภคเนื้อไก่ที่ปลอดภัยมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพลฤทธิ์ จันทร์ตา (2548) ที่พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคนั้นให้ความสำคัญในระดับที่มีผลมากที่สุด สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะอาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นโดยรวมในระดับเชื่อมั่นปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอันดับแรกและมีความเชื่อมั่นในระดับมาก คือ การรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพของบริษัทผู้ผลิต และการมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัยจากภาครัฐ ตามลำดับ แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในการการรณรงค์หรือการประชาสัมพันธ์ สร้างความมั่นใจในการบริโภคไก่ แม้จะอยู่ในระดับมากแต่ก็ไม่ทำให้ภาพรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก รวมทั้งพบข้อสังเกตเกี่ยวกับปัจจัยนี้ คือ ผู้ตอบ

แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นน้อยกว่าปัจจัยอื่น ผลการศึกษาครั้งนี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ ณฐพฤทธิ์ จันทร์ตา (2548) ที่พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคนั้นให้ความสำคัญในระดับปานกลางเท่านั้น

3. ทศนคติของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานคร (องค์ประกอบด้านพฤติกรรมที่แสดงออก: Conative or Behavioral Component) จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมหรือการแสดงออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 74.5 ยังตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ช่วงหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดมีข้อดีคือปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนกมากที่สุด รองลงมาคือชอบบริโภคเนื้อสัตว์เพื่อต้องการหลากหลายชนิดและสามารถปรุงอาหารได้หลากหลายชนิด ตามลำดับ แตกต่างกับการศึกษาของ ณฐพฤทธิ์ จันทร์ตา (2548) ที่พบว่า มีผู้บริโภคนิยมนำเนื้อไก่สดมาปรุงเองที่บ้านเพียงร้อยละ 49.3

ด้านปริมาณการซื้อ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดซื้อน้อยลงจากเดิม รองลงมาน้อยกว่าครึ่งหนึ่งคือซื้อไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ ซึ่งก็สอดคล้องกับการศึกษาของ ณฐพฤทธิ์ จันทร์ตา (2548) ที่พบว่า มีผู้บริโภคที่จะบริโภคน้อยลงจากเดิมเป็นส่วนใหญ่

ด้านความถี่ในการซื้อเนื้อไก่สด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ของการซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดไม่แน่นอนขึ้นกับความต้องการ เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ณฐพฤทธิ์ จันทร์ตา (2548) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความถี่ของการซื้อ ไม่แน่นอน เป็นส่วนใหญ่เหมือนกัน

ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด ผลการศึกษาพบว่า บุคคลในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดมากกว่ากลุ่มอื่น การซื้อจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มีข้อดีคือมีตรารับรองคุณภาพความปลอดภัยจากราชการที่เชื่อถือเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของ ณฐพฤทธิ์ จันทร์ตา (2548) ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่แน่ใจในความปลอดภัยของร้านค้าที่ตนซื้อมาเนื่องจากไม่สามารถตรวจสอบร้านค้าที่ตนซื้อไก่มาบริโภคนั้น มีขั้นตอนและวิธีการอย่างไรก่อนที่จะนำไปมาจำหน่าย แสดงว่าในการศึกษาครั้งนี้ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดเชื่อมั่นความปลอดภัยมากขึ้นเป็นอันมาก จากการที่หน่วยงานราชการที่มีหน้าที่รับผิดชอบมีขั้นตอนตรวจสอบและออกตราเครื่องหมายการรับรองคุณภาพความปลอดภัยให้กับผลิตภัณฑ์ไก่สด พร้อมกับการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงขั้นตอนและวิธีการที่ดำเนินการอยู่

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบจากการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก มีข้อค้นพบดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 25 – 35 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ/รับราชการมากที่สุด รายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาท

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไก่สดหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากมีความรู้ความเข้าใจเรื่อง เนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนน้อยมีความรู้ความเข้าใจเรื่องไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความรู้ความเข้าใจเรื่องไก่ที่เลี้ยงแบบอุตสาหกรรมเป็นระบบปิด ป้องกันการเกิดไข้หวัดนกจำนวนมากกว่าเรื่องอื่น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามหญิงมีความรู้ความเข้าใจเรื่องเนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนกจำนวนมากกว่าเรื่องอื่น และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงมีความรู้ความเข้าใจเรื่องไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้นจำนวนน้อยกว่าเรื่องอื่น ๆ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกันมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18 – 24 ปี จำนวนมากทราบเกี่ยวกับเนื้อไก่ที่ปรุงสุกมีความปลอดภัยจากไข้หวัดนก ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 25 – 35 จำนวนมากทราบเกี่ยวกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ มีการควบคุมคุณภาพไก่สดที่จำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 36 – 44 ปี จำนวนมากทราบเรื่องไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 45 – 55 ปี จำนวนมากทราบเรื่องคนที่เสียชีวิตเพราะสัมผัสไก่ที่ป่วยเป็นไข้หวัดนกเท่านั้น และผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปี จำนวนมากทราบเรื่องรัฐบาลใช้มาตรการควบคุมเฝ้าระวังไก่ที่เป็นโรคอย่างเข้มงวด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001 – 10,000 บาท และรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ทราบเรื่องไข้หวัดนกที่ตรวจพบในไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือชายทุ่งเท่านั้น ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวนมากทราบเรื่องเนื้อไก่ที่ปรุงสุกแล้วไม่มีเชื้อไข้หวัดนก

ความเชื่อมั่นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด คือ มีความสะอาดปลอดภัยเชื้อโรค ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 18 – 24 ปี

มีความเชื่อมั่นทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุอื่น ๆ มีความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยในระดับมากกว่าระดับอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยเรื่องมีให้เลือกซื้อเฉพาะชิ้นส่วนของไก่ อยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด คือ มีการคิดป้ายราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยเรื่องมีหลายราคาให้เลือก และเรื่องสามารถใช้บัตรเครดิตชำระค่าสินค้าได้ในระดับมากขณะที่เพศชายให้ความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18 – 24 ปี มีความเชื่อมั่นทุกปัจจัยย่อยอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มอายุมากกว่า 55 ปีมีความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยเรื่องมีการคิดป้ายราคา และมีหลายราคาให้เลือกอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001 บาทขึ้นไป มีความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยเรื่องมีราคาต่อหน่วยถูกกว่าอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นสูงสุดคือ สถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายมีความสะอาด ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยเรื่องมีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้าน และเรื่องแหล่งจำหน่ายมีบริเวณให้จอดรถเพียงพอในระดับมากขณะที่เพศหญิงให้ความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18-24 ปี มีความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยทุกปัจจัยระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยเรื่องแหล่งจำหน่ายมีบริเวณที่จอดรถเพียงพอ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยเรื่องมีแหล่งจำหน่ายใกล้บ้านอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นปัจจัยด้านการส่งเสริมการจำหน่ายระดับปานกลาง ปัจจัยย่อยที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด คือการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐมีอย่างต่อเนื่องหรือมีความเชื่อมั่นระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเรื่องการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน และเรื่องการมอบป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัยจากภาครัฐ อยู่ในระดับมากในขณะที่เพศชายให้ความเชื่อมั่นระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 45 -55 ปี มีความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 มีความเชื่อมั่นปัจจัยการประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพผู้ผลิต และเรื่องการรณรงค์บริโภคไก่ของภาครัฐอย่างมีต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท มีความเชื่อมั่นปัจจัยย่อยทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง

พฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์ไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในกรุงเทพมหานครหลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก

ผู้ตอบแบบสอบถามยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่หลังเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ที่ซื้อเพราะชอบบริโภคเนื้อสัตว์หลากหลายชนิด และเนื้อไก่สดสามารถปรุงอาหารได้หลากหลาย แต่ก็ซื้อปริมาณน้อยกว่าก่อนเกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ในแต่ละสัปดาห์จะซื้อด้วยความถี่ไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ โดยมีบุคคลในครอบครัวเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด และการซื้อที่ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็เพราะมีตรารับรองคุณภาพและปลอดภัย ชิ้นส่วนของเนื้อไก่สดที่นิยมซื้อไม่แน่นอน รองลงมาคือ ชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจะมีสัดส่วนมากกว่าเพศชาย การยังคงซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายเพราะชอบบริโภคเนื้อสัตว์ที่หลากหลายชนิดในขณะที่เพศหญิงเห็นว่าเนื้อปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงนิยมซื้อชิ้นส่วนเฉพาะเนื้อกับซื้อทั้ง 3 แบบเท่า ๆ กันมีค่าเท่ากับไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจะเลือกซื้อตราหือของ บริษัทผู้ผลิตสูงกว่าเพศชาย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 18 – 50 ปี มีสัดส่วนการซื้อและไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่กัน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุมากกว่า 55 ปีจำนวนทั้งหมดไม่ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001 – 10,000 บาท เห็นว่าผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดมีข้อดีปรุงสุกแล้วปลอดภัยจากไข้หวัดนก ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 5,001 – 10,000 บาทซื้อเนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท ซื้อเนื้อไก่ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ เท่ากับ 3 – 4 ครั้ง/สัปดาห์และบริษัทผู้ผลิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตามร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาทนิยมซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ก็เพราะมีจำหน่ายแบบแยกส่วนของไก่ ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,001-10,000 บาท เลือกซื้อเนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากที่สุดคือชิ้นส่วนเฉพาะน่องหรือปีก ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001 บาท เลือกซื้อเนื้อไก่สดไม่แน่นอนแล้วแต่ความต้องการ

การเลือกตราหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เลือกตราของผู้ผลิตรายใดรายหนึ่ง ซึ่งผู้ผลิตรายนั้นมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่า มีการโฆษณาให้รู้จักมากกว่าผู้ผลิตรายอื่น และร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่นิยมไปเลือกซื้อชิ้นนั้นจะเลือกซื้อที่ห้างฯ ใดก็ได้ ไม่เจาะจงเป็นการเฉพาะ แต่ห้างฯ ที่ไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดนั้นจะเป็นห้างฯ ที่มีการจัดวางผลิตภัณฑ์ให้เลือกได้สะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากยี่ห้อ

ที่เลือกเพราะมีการบรรจุภัณฑ์ดีกว่า ในขณะที่การซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในการเลือกซื้อจากยี่ห้อเพราะมีการโฆษณาที่รู้จักมากกว่าและมีคุณภาพ มาตรฐานกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่บ่อยที่สุดโดยไม่เจาะจงห้างฯ ไตห้างฯ หนึ่ง ส่วนเพศหญิงก็ไม่เจาะจงห้างฯ ไตห้างฯ หนึ่งเช่นกัน โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกับการซื้อที่เทสโก้โลตัส ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดตรา ยี่ห้อของบริษัทผู้ผลิตเท่ากับตรายี่ห้อใด ๆ เพราะการมีบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าและมีการโฆษณาให้รู้จักมากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี ซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดโดยไม่เจาะจงห้างฯ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 – 35 ปี เลือกซื้อที่เทสโก้โลตัส ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 – 24 ปี เลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ใด ๆ ก็เพราะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกได้สะดวกกว่าเท่ากับการมีสถานที่สะอาด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไก่สดที่ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์ไก่สดสำหรับ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไก่สด เพื่อใช้เป็นข้อพิจารณาปรับปรุง เปลี่ยนแปลง แก้ไขให้เป็นที่ไปในแนวทางที่ดีขึ้นดังต่อไปนี้

1.1 ทศนคติในเรื่องการรับรู้ข้อมูลของโรคไข้หวัดนกต่อผลิตภัณฑ์ไก่สด กระตุ้นและสร้างการรับรู้และเชื่อมั่นใน เรื่อง ผู้ผลิตไม่ได้นำไก่ที่เลี้ยงแบบระบบเปิดหรือเลี้ยงแบบเปิดโล่งมาผลิต และใช้ไก่ที่เลี้ยงระบบปิดที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยจากโรคระบาดมาผลิต เผยแพร่ให้ผู้บริโภค ให้รับทราบมากยิ่งขึ้น และให้มีความสม่ำเสมออยู่ตลอด ทั้งที่ช่วงไม่เกิดและเกิดการระบาดของโรคไข้หวัดนกในไก่

1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ ทำตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความสะอาด อยู่ตลอดเวลา และร่วมมือประสานงานกับ หน่วยราชการที่น่าเชื่อถือให้ตรวจสอบทั้งผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการผลิต เพื่อยอมรับพร้อมทั้งรับรองคุณภาพความสะอาดปลอดภัยจากโรค ติดตรารับรองคุณภาพความปลอดภัยจากราชการที่เชื่อถือ และการระบุนวันที่ผลิตเพื่อสร้างภาพลักษณ์คุณภาพผลิตภัณฑ์มีความใหม่สด เนื่องจากผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่จะคำนึงถึงสุขภาพร่างกายของตนเองและคนในครอบครัวเป็นสำคัญ

1.3 ด้านราคา ให้มีการติดป้ายราคาชัดเจน กำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีความสะอาดปลอดภัยจากโรค และจัดการผลิตภัณฑ์ไก่อสด น้ำหนักบรรจุ การแยกชิ้นส่วนจำหน่าย ให้พอเหมาะกับปริมาณการบริโภคแต่ละครั้ง กำหนดราคาหลายอัตรา เพื่อให้ ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เกิดความเชื่อมั่นในราคาที่ยุติธรรม

1.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตร่วมมือประสานงานกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จัดการด้านสถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายให้มีความสะอาด และ การจัดวางผลิตภัณฑ์เลือกซื้อได้สะดวก อยู่อย่างสม่ำเสมอตลอด และข้อสังเกตที่สำคัญร้านค้าปลีกสมัยใหม่ส่วนใหญ่เริ่มมีการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ไก่อสดติดยี่ห้อของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ตนเองขึ้นเป็นคู่แข่ง ทั้งคุณภาพ การบรรจุ และราคาที่ใกล้เคียงกับทางผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไก่อสด จึงทำให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไก่อสดตระหนักและหาช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นของตนเอง เพราะในสถานการณ์ปัจจุบันภายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ส่วนใหญ่ มีการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ไก่อสดของบริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไก่อสดลดน้อยลง ควรหากลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ไม่ว่าจะวางตัวเป็นผู้ผลิตขายส่งให้กับร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ต้องมีแผนงานลดต้นทุนเพื่อแข่งขันเสนอขายส่ง หรือจัดทำช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นของตนเอง ต้องมีแผนงานจัดหาทุน แนวทางใดจกเหมาะสม ทางบริษัทผู้ผลิต ต้องพิจารณาถึงความสามารถตนเอง

1.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด ทางบริษัทผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไก่อสดเอง นอกจากร่วมมือประสานงานกับหน่วยราชการในเรื่องการณรงค์บริโภคไก่อของภาครัฐให้มืออย่างต่อเนื่องแล้ว ต้องสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพของบริษัทผู้ผลิตตนเองให้มากอย่างสม่ำเสมออยู่ตลอด เพื่อเป็นการรับรู้แก่ผู้บริโภคทั้งช่วงปลอดภัยจากข่าวโรคไข้หวัดนก และเมื่อเกิดข่าวการระบาดของโรคไข้หวัดนกขึ้น เพราะโรคไข้หวัดนกยังคงเกิดระบาดขึ้นมาทุกปี ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา แม้ที่ผ่านมาผู้บริโภคได้เรียนรู้แล้วว่าสามารถบริโภคเนื้อไก่และไข่ได้อย่างปลอดภัยเมื่อนำมาปรุงให้สุก แต่เพื่อไม่ทำให้การบริโภคเนื้อไก่อลดลงทุกครั้ง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสมัยใหม่

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นมากหรือต้องการความมั่นใจในความมีคุณภาพรวมถึงความสะอาดปลอดภัยจากโรค ต้องการความหลากหลายในตัวผลิตภัณฑ์และยี่ห้อ การรักษาคงความสดอยู่เสมอไม่จัดวางผลิตภัณฑ์ค้างไว้นานเกินไปจนคุณภาพลดลง ดังนั้นร้านค้าปลีกสมัยใหม่จึงเน้นตัวผลิตภัณฑ์มีคุณภาพความสด ความสะอาดปลอดภัยจากโรค มีความหลากหลายตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ไก่อสดคงคลัง และกระจายผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการหมุนเวียนผลิตภัณฑ์อาหารสดอย่างรัดกุม การใช้หลัก

FIFO (First In First Out) กับผลิตภัณฑ์อาหารสดไม่เพียงพอ ต้องคำนึงถึงคงผลิตภัณฑ์อาหารสดตามยอดซื้อในแต่ละวันอย่างเข้มงวด อาจใช้ตัวเลขกำกับหรือวันที่ผลิตกำกับไว้ เพื่อลดความเสียหายเสื่อมคุณภาพเร็วกว่าสินค้าปกติทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมจะซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีตราหือของบริษัทผู้ผลิตเป็นส่วนมาก เพราะเหตุผลคือมีบรรจุภัณฑ์ดีกว่า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จึงควรมีกฎบัตรจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีตราหือของบริษัทผู้ผลิตหลากหลาย หรือใช้กฎบัตรจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ตนเอง โดยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ จัดการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เทียบเท่ากับผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดที่มีตราหือของบริษัทผู้ผลิต

2.2 ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นหรือต้องการความมั่นใจในต่อการคิดป้ายราคา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพหรือราคาต้องถูกต้องยุติธรรม มีหลายราคาให้เลือก การคิดป้ายราคาที่ชัดเจน ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ควรใช้นโยบายราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ให้ลูกค้ารับรู้ดีกว่าผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย มีคุณภาพเหมือนกันมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ให้ความสำคัญด้านราคามากกว่าผู้ที่มีรายได้สูง ซึ่งชี้ให้เห็นว่ายิ่งกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำมากเท่าไร การให้ความสำคัญด้านราคาจะยิ่งมากตามไปด้วย

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการความมั่นใจหรือมีความเชื่อมั่นมากต่อสถานที่จัดวางเนื้อไก่จำหน่ายต้องสะอาด ด้านพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดบอยที่สุดโดยไม่เลือกเจาะจงร้านค้าปลีกใดก็ได้ โดยมีเหตุผลคืออยู่ใกล้บ้านที่พัก ดังนั้นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ นอกจากต้องรักษากระดับความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ยังต้องสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า และเสนอแนะให้มีที่จอดรถให้เพียงพอและปลอดภัย

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นหรือต้องการความมั่นใจในระดับมาก ในเรื่องการประชาสัมพันธ์เรื่องจัดการคุณภาพ การมีป้ายรับรองคุณภาพความปลอดภัยจากภาครัฐ และการโฆษณาผ่านสื่อมวลชน และให้การลดราคา มีของแถมแจก ดังนั้นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ควรดำเนินการจัดการภายในให้ได้ป้ายหรือตรารับรองคุณภาพความปลอดภัยจากภาครัฐ เป็นการให้ผู้บริโภคทราบว่า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของตนเองมีระบบการจัดการคุณภาพที่ได้มาตรฐาน สร้างความเชื่อมั่นได้มากขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมมองเห็นได้ชัดเจน

3. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลช่วยเหลือเกี่ยวกับโรคไข้หวัดนกกับผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การเพิ่มประชาสัมพันธ์สร้างความเชื่อมั่นในการบริโภคไก่อย่างปลอดภัยจากโรคไข้หวัดนก ของหน่วยงานภาครัฐ เช่น ทำการประชาสัมพันธ์เมื่อมีการใช้มาตรการกำจัดและควบคุมไก่ที่เป็นโรคไข้หวัดนกกว่ามีความเข้มงวดอย่างมาก และเมื่อมีการดำเนินการต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวกับการป้องกันโรคไข้หวัดนกไม่ให้ระบาด การเร่งประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดมีความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง

2. หน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการสนับสนุนให้ผู้ผลิตรายย่อย หรือเกษตรกรรายย่อยหันมาใช้ระบบผลิตแบบโรงเรือนปิดให้มากขึ้น เนื่องจากมีความปลอดภัยจากเชื้อโรคสูง มีความสะอาด ป้องกันไม่ให้เกิดโรคไข้หวัดนกในไก่อีกต่อไป เป็นการเพิ่มคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านคุณภาพสินค้ามากขึ้น จึงควรปรับปรุงมาตรฐานการผลิตให้สูงขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

3. หน่วยงานภาครัฐควรมีมาตรการ เร่งสนับสนุนให้ผู้ผลิตและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ดำเนินการจัดการภายในการผลิตและจัดจำหน่ายมีระบบการจัดการคุณภาพที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับแล้วให้การรับรองคุณภาพ ได้แก่ ใบประกาศรับรอง ป้ายตราเครื่องหมายมีคุณภาพ แก่ผู้ผลิตและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค ด้านคุณภาพความสะอาดปลอดภัยเท่ากับเป็นการส่งเสริมการตลาดได้ตรงความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างมาก

4. หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ป้องกันการเกิดโรคไข้หวัดนกระบาด ควรเร่งดำเนินการในการควบคุมเมื่อเกิดการระบาดของโรคไข้หวัดนกทุกครั้งไม่ให้ระบาดเพิ่มมากขึ้น สนับสนุนให้มีการป้องกันไม่ให้เกิดโรคไข้หวัดนกตามฟาร์มระบบเปิด เร่งการวิจัยทำให้เชื่อดังกล่าวหมดไปจากประเทศไทยโดยเร็ว ทำให้ความเชื่อมั่นทั้งตลาดผู้บริโภคภายในและภายนอกประเทศมีมากขึ้น จะส่งผลให้ธุรกิจของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับไก่มีความมั่งคั่ง เหมือนเมื่อในอดีตที่ก่อนเกิดโรคไข้หวัดนกระบาดครั้งแรกในประเทศไทย