

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ไข่จากสัตว์ที่คนไทยนิยมนำมารับประทานเป็นอาหารนั้นได้แก่ไข่ไก่ ไข่เป็ด และไข่นกกระทา ในปัจจุบันไข่ไก่นั้นถือได้ว่ามีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับมากกว่าไข่จากสัตว์ชนิดอื่นๆ เพราะไข่ไก่นั้นเป็นไข่ที่มีเนื้อนุ่ม ไม่คาว มีสารอาหารสมบูรณ์ ราคาถูกและนิยมนำมาทำอาหารได้ทั้งอาหารคาว และอาหารหวาน ในอดีตนั้นไข่เป็ดใช้ทำอาหารเกือบทุกชนิด แต่เมื่อไข่ไก่มีจำนวนมากขึ้นผู้บริโภคจึงใช้ไข่ไก่ทำอาหารแทนไข่เป็ดเกือบทั้งหมด

ไข่ไก่มีคุณค่าทางอาหารให้ประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตเหมาะกับคนทุกเพศทุกวัย เป็นแหล่งอาหารที่ให้โปรตีนที่มีราคาถูกกว่าอาหารที่โปรตีนชนิดอื่น มีคุณค่าทางอาหารหลายอย่างซึ่งนอกจากโปรตีนแล้ว ยังประกอบด้วยไขมัน วิตามิน แร่ธาตุที่จำเป็นต่อร่างกายอีกหลายชนิด ที่สำคัญคือไข่ไก่ปรุงเป็นอาหารได้ง่ายเพียงแค่ทำให้สุกหรือกึ่งสุกแล้วแต่ความชอบก็สามารถนำมารับประทานได้ ซึ่งนอกจากปรุงเพื่อนำมาเป็นอาหารคาวแล้วไข่ไก่อังถูกใช้เป็นส่วนผสมของขนมต่างๆ ได้มากมายหลายชนิด ทั้งนี้เพราะไข่ไก่มีรสชาติดีและกลิ่นหอม (สุวรรณณี, 2542)

ไข่ไก่นั้นเป็นสัตว์ที่คนนิยมเลี้ยงเพื่อเอาไข่มาบริโภคและขายเป็นสินค้า การเลี้ยงไข่ไก่นั้นสามารถเลี้ยงได้ในทุกภาคของประเทศไทย ดังนั้นทำให้ปริมาณการผลิตไข่ไก่ในประเทศไทยนั้นมีปริมาณที่สูง การผลิตไข่ไก่ปี พ.ศ. 2550 ไทยผลิตได้ประมาณ 9,094 ล้านฟองโดยคาดการณ์จากการนำเข้าพ่อพันธุ์ เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2549 ที่มีผลผลิตประมาณ 8,906 ล้านฟอง (ตารางที่ 1.1) จากการระบาดของโรคไข้หวัดนกตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน ภาครัฐได้มีมาตรการควบคุมและป้องกันอย่างเข้มงวดทำให้สามารถควบคุมการระบาดไว้ได้ ประกอบกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ได้ปรับการเลี้ยงเข้าสู่ระบบมาตรฐานฟาร์มที่มีความปลอดภัยทางชีวภาพ (Bio-Security) มากขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตไข่ไก่เข้าสู่ตลาดมากขึ้นและคุณภาพของไข่ดีขึ้น การที่มีผู้ผลิตไข่ไก่จำนวนมากทำให้เกิดภาวะไข่ไก่ล้นตลาด เกษตรกรจึงขายไข่ไก่ในราคาที่ต่ำกว่าทุน (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2550)

การบริโภคนั้นในปี พ.ศ. 2550 คนไทยบริโภคไข่ไก่สดประมาณ 135 ฟองต่อคนต่อปี เพิ่มขึ้น 1 ฟอง จากปี พ.ศ. 2549 ที่บริโภคประมาณ 134 ฟองต่อคนต่อปี แต่ในปีพ.ศ. 2550 นั้นคนไทยบริโภคไข่ไก่ 135 ฟองต่อคนต่อปี จะเห็นได้ว่าการบริโภคเพิ่มขึ้นในอัตราลดลงเมื่อเทียบกับ การบริโภคใน

ปี พ.ศ. 2549 ที่การบริโภคเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ถึง 16 ฟอง (ตารางที่ 1.1) และในมีแนวโน้มที่จะมีการบริโภคลดน้อยกว่า 135 ฟองต่อคนต่อปีในปีต่อไปเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ภาวะสินค้าอุปโภคและบริโภคขึ้นราคา ทำให้การบริโภคนั้นอ่อนตัวลง (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2550)

ไข่ไก่ที่มีวางขายอยู่ในท้องตลาด มีคุณลักษณะและปัจจัยต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น ประเภทของไข่ไก่ การบรรจุภัณฑ์สินค้า ราคาสินค้า เป็นต้น ซึ่งเป็นผลทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อได้ตามรสนิยม ความพึงพอใจ และรายได้ที่เหมาะสม ดังนั้นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และส่วนแบ่งการตลาดไข่ไก่จากธุรกิจที่แข่งขันด้วยจึงต้องมีการพัฒนารูปแบบคุณลักษณะของไข่ไก่ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นเพื่อเป็นการชักจูงให้ผู้บริโภคไข่ไก่หันมาบริโภคมากขึ้นการศึกษาถึงคุณลักษณะของไข่ไก่ที่ผู้บริโภคต้องการจะสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตลาดผู้บริโภคภายในประเทศ และส่งเสริมให้เกษตรกรที่ทำการผลิตไข่ไก่ที่มีลักษณะหรือคุณภาพตรงกับความต้องการของตลาดในระดับต่างๆต่อไป ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้จึงต้องศึกษามุ่งเน้นถึงคุณลักษณะของไข่ไก่ที่จะสร้างความพึงพอใจ หรืออรรถประโยชน์ให้แก่ผู้บริโภค โดยเลือกศึกษาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดใหญ่มีประชากรหนาแน่น มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เหมาะสม และในเขตอำเภอเมืองนั้นก็มียุทธศาสตร์ที่มี ลักษณะรายได้ อาชีพ การศึกษา หลากหลาย เหมาะแก่การนำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเพื่อสะท้อนถึงภาพรวมของประเทศไทยได้บางส่วน

ตารางที่ 1.1 ปริมาณการผลิตและการบริโภคไข่ไก่สดจำแนกตามปี

ปี	ปริมาณการผลิต			ปริมาณการบริโภค	อัตราการบริโภค	จำนวนประชากร
	แม่ไก่ไข่ (ล้านตัว)	แม่ไก่ให้ไข่ (ล้านตัว)	ผลผลิตไข่ไก่ (ล้านฟอง)			
2545	40.68	34.35	8,967	8,928	141	63.43
2546	41.02	34.74	9,379	9,176	101	63.96
2547	41.51	34.24	6,556	6,502	143	64.49
2548	29.98	28.11	7,812	7,701	118	65.03
2549	33.96	31.63	8,906	8,756	134	65.47
2550	34.37	35.21	9,094	8,904	135	65.94

ที่มา: สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบลักษณะการซื้อและคุณลักษณะต่างๆ ของไข่ไก่ที่ผู้บริโภคต้องการ
2. เพื่อทราบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้บริโภคกับคุณลักษณะของไข่ไก่ด้านบรรจุภัณฑ์ ราคา ประเภทของไข่ไก่ กระบวนการในการผลิต และ ข้อมูลความสดใหม่
3. เพื่อทราบลักษณะไข่ไก่ที่เหมาะสมกับส่วนตลาดแบบต่างๆของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ค้าไข่ไก่ภายในประเทศสามารถนำข้อมูลคุณลักษณะไข่ไก่ที่ผู้บริโภคต้องการมาปรับหรือวางกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา และการทำบรรจุภัณฑ์
2. การได้ทราบข้อมูลว่า ระดับคุณลักษณะใดของไข่ไก่ มีผลต่อการพิจารณาซื้อของผู้บริโภค สามารถนำไปส่งเสริมให้เกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่ปรับปรุงการผลิตไข่ให้ตรงกับความ ต้องการ

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตในการศึกษาครั้งนี้ จะทำการศึกษาเฉพาะไข่ไก่สดเท่านั้น และศึกษาจากผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่ซื้อไข่ไก่ไปบริโภคภายในบ้าน โดยไม่รวมครัวเรือนที่เป็นกลุ่มบุคคลหรือสถาบัน เช่น หอพัก ร้านอาหาร ร้านอาหารภายในโรงเรียน โรงพยาบาล โรงแรม และกองทหาร เป็นต้น

1.5 นิยามศัพท์

คุณลักษณะ (Attributes) ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ลักษณะประจำของสินค้าไข่ไก่สดที่วางขายในท้องตลาดประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ ราคา ประเภทของไข่ไก่ กระบวนการในการผลิต และข้อมูลความสดใหม่

ไข่ไก่สด ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ไข่ไก่ที่ยังไม่ได้แปรรูป

ตลาดจำลอง ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึง ชุดคุณลักษณะที่ใช้ศึกษาศักยภาพของตลาด โดยแบ่งเป็นไข่ไก่แบบเดิมที่ขายอยู่ในท้องตลาด และ ไข่ไก่ที่ออกแบบใหม่

ส่วนแบ่งตลาด ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึงเปอร์เซ็นต์ยอดขายที่คาดว่าจะได้จากกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

1.6 การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.6.1 การศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์การผลิต และการบริโภคไข่ไก่

ไข่เป็นอาหารโปรตีนราคาถูกที่สุดและเป็นอาหารของคนทุกวัยและทุกระดับทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่กำลังเปลี่ยนไป ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเมืองที่มีเวลาทำอาหารน้อยลง ไข่ไก่จึงเป็นอาหารที่สะดวกรวดเร็วและประหยัด ทำให้อัตราการบริโภคไข่ไก่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่เดียวกันประสิทธิภาพและคุณภาพของผลผลิตจากฟาร์มก็ได้รับการพัฒนาจนอยู่ในระดับแนวหน้าเช่นกันจึงทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตไข่ได้เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศและเหลือส่งออก จากศักยภาพดังกล่าว จึงทำให้มีแนวโน้มจะขยายการผลิตออกไปทั่วประเทศในอนาคตมิได้จำกัดเฉพาะในเขตภาคกลางอีกต่อไป (สุวรรณี, 2542)

สถานการณ์การผลิตไข่ไก่สดในอนาคต ศูนย์สารสนเทศการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้ประมาณการผลผลิตจากการนำเข้าพ่อ-แม่พันธุ์ ในปี พ.ศ. 2549 และบางส่วนในปี พ.ศ. 2548 คาดว่ามีปริมาณ 9,094 ล้านฟอง สูงขึ้นจาก 8,906 ล้านฟองของปี พ.ศ. 2549 ร้อยละ 2.11 เนื่องจากภาครัฐโดยกรมปศุสัตว์ได้มีมาตรการป้องกันการระบาดของโรคไข้หวัดนกอย่างเข้มงวด โดยการรณรงค์ค้นหาโรคไข้หวัดนกในสัตว์ปีกแบบบูรณาการในพื้นที่ 29 จังหวัดที่มีความเสี่ยงสูง ทำให้การระบาดของโรคอยู่ในวงจำกัดและสามารถควบคุมได้ ประกอบกับเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ ในหลายพื้นที่ได้ปรับเปลี่ยนวิธีการเลี้ยงให้เข้าสู่ระบบมาตรฐานมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีฟาร์มของเกษตรกรผู้เลี้ยงไข่ไก่ที่จะสามารถผลิตไข่ไก่ที่มีคุณภาพ ปลอดภัยต่อผู้บริโภคมีเพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ กรมปศุสัตว์ให้การรับรองมาตรฐานฟาร์มทั่วประเทศแล้วทั้งหมด จำนวน 2,191 ฟาร์ม (สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2550)

การผลิตไข่ไก่ในโรงเรือนแบบเปิดแม่ไก่หนึ่งตัวจะสามารถให้ไข่เฉลี่ยได้ประมาณ 270 ฟอง ส่วนการผลิตในโรงเรือนแบบปิดแม่ไก่หนึ่งตัวจะสามารถให้ไข่ได้ 292 ฟอง และเมื่อเปรียบเทียบต้นทุนการผลิตไข่ไก่ของระบบการผลิตทั้งสองระบบแล้ว ระบบการผลิตในโรงเรือนแบบเปิดจะมีต้นทุนอยู่ที่ 1.92 บาทต่อไข่ไก่ 1 ฟอง ในขณะที่ ในโรงเรือนแบบปิดนั้นจะมีต้นทุนอยู่ที่ 1.95 บาท มีต้นทุนที่สูงกว่าอยู่ 0.03 บาท (สหกรณ์ไข่ไก่แปดริ้ว, 2550)

จันทิมาภรณ์ (2550) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปทานและอุปสงค์ไข่ไก่ในประเทศไทยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบรายปีในช่วงระหว่างปี 2531-2548 แล้วนำไปพยากรณ์ปริมาณการผลิตและการบริโภคไข่ไก่ในประเทศไทยใน 5 ปีข้างหน้า ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ไข่ไก่ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ คือ ราคาขายปลีกไข่ไก่ นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับไข่ไก่ที่มีผลต่อผู้บริโภค และสถานการณ์การ

เกิดโรคระบาดไข้หวัดนก ผลจากการพยากรณ์ปริมาณการผลิตและประมาณการบริโภคไข่ไก่พบว่า การบริโภคมีแนวโน้มจะลดลงร้อยละ 1.35 ต่อปี ส่วนการผลิตมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 0.75 ต่อปี จึงควรหลีกเลี่ยงปัญหาที่อาจจะเกิดจากอุปสงค์ส่วนเกินของไข่ไก่ในอีก 5 ปีข้างหน้า โดยควรมีการรณรงค์และส่งเสริมให้ประชาชนมีการบริโภคไข่ไก่เพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

จงดี (2550) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคไข่ไก่ของประชาชนใน กรุงเทพมหานคร โชนพื้นที่ 7 กลุ่มพระนครเหนือ โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจความคิดเห็นและใช้ การวิเคราะห์แบบหาค่าร้อยละ วิเคราะห์ค่า ไค-สแควร์ (Chi-Square) ในการหาค่าความสัมพันธ์ โดยศึกษาในปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่ เช่น ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยความคิดเห็นต่อสุขภาพ และ ปัจจัยช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยว่าไข่ไก่เป็นแหล่งอาหารที่เหมาะสมกับคนทั่วไปทุกเพศวัย มีการได้รับข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับบ่อยครั้งในเรื่องประโยชน์ของการบริโภคไข่ไก่ที่มีต่อสุขภาพ โดยผู้บริโภคจะรับประทานไข่ไก่สุกทั้งฟอง ปกติจะรับประทานไข่ไก่ในมื้อเช้า แหล่งซื้อไข่ไก่เป็นประจำคือ ตลาดสด มีปริมาณการซื้อไข่ไก่ในครัวเรือน 10 ฟองต่อสัปดาห์ และ บริโภคไข่ไก่ 3-4 ฟองต่อสัปดาห์ต่อคน

1.6.2 การศึกษาเรื่อง Conjoint Analysis (CA)

Ostrom (1995) ได้ใช้หลัก Conjoint Analysis ในการศึกษาเรื่องของการประมาณมูลค่าของการบริการลูกค้าส่วนบุคคล โดยคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาได้แก่เรื่องของด้านราคา ความมีคุณภาพในการบริการ ความมีมนุษยสัมพันธ์ และประสบการณ์ในการบริการ โดยผลการศึกษาที่ได้นั้นพบว่า คุณลักษณะด้านคุณภาพในการบริการเป็นคุณลักษณะที่ถูกค่าให้ความสำคัญที่สุด มนัสสวาท (2548) ได้ศึกษาเรื่องความยินดีที่จะจ่ายเพื่อบริการรถขนส่งน้ำมันเตา โดยสำรวจผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่ของไทยโดยใช้วิธี Structured Direct Interview เพื่อสอบถาม ความสำคัญ และความพึงพอใจที่ผู้ว่าจ้างมีต่อแต่ละคุณลักษณะ และนำผลดังกล่าวมาคัดเลือกคุณลักษณะที่มีความสำคัญที่จะนำมา วิเคราะห์ต่อด้วยเทคนิค Conjoint Analysis เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการของผู้ว่าจ้าง ด้วยการเปรียบเทียบข้อดีและข้อด้อยในแต่ละด้านของผู้ประกอบการขนส่งแต่ละรายโดยดูจากคุณลักษณะด้านราคา เวลา และการเกิดอุบัติเหตุโดยที่ ผลการวิจัยแสดงว่า เมื่อพิจารณาภาพรวมทั้งอุตสาหกรรม ผู้ว่าจ้างยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้น 120 บาทต่อเที่ยว เพื่อแลกกับอัตราในการจัดส่งตรงต่อเวลาเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนร้อยละ 1 ของจำนวนเที่ยววิ่ง และยินยอมที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นประมาณ 18,000 บาทต่อเที่ยว เพื่อแลกกับการเกิดอุบัติเหตุลดลงร้อยละ 1 ของจำนวนเที่ยววิ่ง เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่ม ผู้ว่าจ้างที่มีการขนส่งปริมาณมาก ผู้ว่าจ้างยินดีที่จะ

จ่ายเงินเพิ่มมากขึ้น 260 บาทต่อเที่ยว สำหรับการติดตั้งอุปกรณ์เสริมแบบ Real Time GPS และยอมจ่ายเพิ่มประมาณ 250 บาทต่อเที่ยวเพื่อแลกกับการจัดส่งที่ตรงต่อเวลาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ของจำนวนเที่ยววิ่ง อีกทั้งยินยอมที่จ่ายเพิ่มขึ้นถึง 35,000 บาทต่อเที่ยวเพื่อแลกกับการเกิดอุบัติเหตุลดลงร้อยละ 1 ในขณะที่ผู้ว่าจ้างที่มีการขนส่งปริมาณน้อยยินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นเพียง 4,000 บาทต่อเที่ยว เพื่อแลกกับการเกิดอุบัติเหตุลดลง

การศึกษาทางด้านสินค้าเกษตรก็มีการใช้วิธี Conjoint Analysis กันอย่างแพร่หลาย เช่น Ness and Gerhardy (1994) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพและความสดใหม่ของไข่ไก่ในประเทศอังกฤษ โดยคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาคือ รูปแบบในการผลิต แหล่งที่มาของไข่ ข้อมูลในการระบุความสดใหม่ และราคาของไข่ และยังได้ทำการแบ่งผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มๆ 3 กลุ่มด้วยกันโดยใช้ตัวแปรทางสังคมมาแบ่งแล้วจึงเข้าทำการวิเคราะห์ conjoint analysis ในแต่ละกลุ่ม โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในกลุ่มแรกจะเป็นผู้บริโภคที่คำนึงในเรื่องของความสดใหม่ที่ระบุในบรรจุภัณฑ์ ส่วนผู้บริโภคกลุ่มที่สองเป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับเรื่องรูปแบบของการผลิตและผู้บริโภคกลุ่มสุดท้ายนั้นให้ความสำคัญกับเรื่องราคาเป็นหลัก

De Souza Monteiro (2001) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อเนยแข็งดั้งเดิมของผู้บริโภคในกรุงลิสบอน โดยคุณลักษณะที่ได้ทำการศึกษาคือคุณลักษณะด้านตราหือ เนื้อผิวของเนยแข็ง ขนาดในการขาย และราคา ผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะด้านตราหือมีความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องของราคา เนื้อผิว และขนาดในการขายตามลำดับ Murphy, Cowan and Meehan (2004) ได้ทำการศึกษาเรื่องของความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเนยแข็งของชาวไอร์แลนด์โดยที่คุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ รสชาติ ผิวของเนยแข็ง การบรรจุหือ ขบวนการฆ่าเชื้อ การแสดงคุณค่าสารอาหาร สีของเนยแข็ง และราคาของเนยแข็ง โดยผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะด้านการบรรจุหือเป็นเรื่องที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องของรสชาติ และราคา ตามลำดับ

Bernabeu and Tendero (2005) ได้ศึกษาเรื่องโครงสร้างความพึงพอใจในการซื้อเนื้อแกะของคนสเปน โดยคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาได้แก่คุณลักษณะด้านราคา การรับประกันคุณภาพ แหล่งที่มาของเนื้อ และการเลี้ยง อีกทั้งยังได้ทำการแยกผู้บริโภคในการสำรวจเป็นผู้ที่ซื้อเนื้อแกะเป็นประจำ และผู้ที่ซื้อเป็นครั้งคราวด้วย ซึ่งผลการศึกษาที่ปรากฏว่าผู้ที่ซื้อเนื้อแกะเป็นประจำนั้นให้ความสำคัญกับเรื่องคุณลักษณะในการเลี้ยงแกะมากที่สุด รองลงมาคือแหล่งที่มา ราคา และการรับประกันคุณภาพ ตามลำดับ ส่วนผู้ที่ซื้อเนื้อแกะเป็นครั้งคราวนั้นจะให้ความสำคัญกับการเลี้ยงดูมากที่สุดเช่นกัน รองลงมาเป็นเรื่องของการรับประกันคุณภาพ ราคา และแหล่งที่มา ตามลำดับ และ จตุพล (2547) ได้ใช้ Conjoint Analysis ในการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณลักษณะ

ข้าวสารเจ้าของครัวเรือนผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ซึ่งคุณลักษณะที่ใช้ได้แก่ ลักษณะ พันธุ์ของข้าวสาร วิธีการบรรจุภัณฑ์ ราคา และมาตรฐานของข้าว ผลการศึกษาพบว่าครัวเรือนนั้น จะพิจารณาจากพันธุ์ข้าวเป็นอย่างแรกในการตัดสินใจในการซื้อ รองลงมาเป็นเรื่องของราคา และ บรรจุภัณฑ์ ตามลำดับ Houcine, Juma, Haned and Lokman (2007) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของมูลค่าเพิ่มในสินค้าปลาในประเทศโอมาน โดยผลการศึกษาพบว่า วิธีในการปรุงอาหาร เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องของราคา และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ สอดคล้องกับการปรุงอาหารตามลำดับ

ในการศึกษาการแบ่งส่วนตลาด โดยจำแนกผู้บริโภคตามปัจจัยหรือตัวแปรที่สนใจ และได้เลือกไว้เช่นการศึกษาของ Ness and Gerhardy (1994) ได้ใช้วิธีการแบ่งส่วนตลาดโดยทำการ เลือกตัวแปรมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด นั่นคือ ตัวแปรด้านชั้นสังคมมาแบ่งตลาดออกเป็น 3 ส่วน แล้วจึงทำการวิเคราะห์ Conjoint Analysis เปรียบเทียบผลในแต่ละส่วนตลาด การแบ่งส่วนตลาด โดยอาศัยวิธีการหรือเทคนิค Cluster Analysis ในการแบ่งส่วนตลาด โดยจะทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็นกลุ่มย่อยๆ ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป โดยที่ตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันนั้นจะมีลักษณะที่เหมือน หรือคล้ายกัน (กัลยา, 2549) การแบ่งส่วนตลาดแบบนี้ยกตัวอย่างเช่นการศึกษาของ Murphy, Cowan and Meehan (2004) เรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อเนยแข็งของชาวไร่ชาวนา ได้แบ่งส่วน ตลาดออกเป็นสองกลุ่ม โดยกลุ่มแรก แยกเป็นผู้บริโภคที่เลือกซื้อเนยแข็งที่ผ่านการฆ่าเชื้อสีขาว และอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่ดี ส่วนกลุ่มที่สองนั้น เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกเนยแข็งที่ไม่ผ่านการฆ่าเชื้อ และแสดงข้อมูลทางด้านโภชนาการ