

บทที่ 2

ระเบียบวิธีวิจัย

2.1 แนวคิดทางทฤษฎี

Conjoint analysis เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกนำมาใช้เพื่อการประมาณความพึงพอใจในการเลือกคุณลักษณะของสินค้าและบริการ การศึกษา conjoint analysis ทำให้ทราบความพึงพอใจในคุณลักษณะที่มีความหลากหลายและสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการที่จะปรับสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค โดยวิธีดังกล่าวได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาด้านการตลาด (Green and Rao, 1971) เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการต่อคุณลักษณะสินค้าหรือการบริการที่มีความหลากหลาย

ขั้นตอนในการศึกษา Conjoint analysis มี 6 ขั้นตอน (Bajaj, 1999) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เป็นการเลือกคุณลักษณะและระดับคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งต้องเลือกคุณลักษณะอย่างเหมาะสม ตรงประเด็น และครอบคลุมทุกคุณลักษณะที่ใช้ในการตัดสินใจ ซึ่งผู้ที่ทำการวิจัยควรที่จะกำหนดคุณลักษณะเป็นจำนวนเท่าไร ให้ครอบคลุมการศึกษาทั้งหมดและต้องเป็นคุณลักษณะที่มีอยู่จริงในตัวสินค้า

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการสร้างชุดคุณลักษณะ ซึ่งเป็นการนำเอาระดับของคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมดมาคูณกัน เช่น ถ้ามีคุณลักษณะที่ทำการศึกษา 5 คุณลักษณะ แต่ละคุณลักษณะมี 3 ระดับ ทำให้ได้ชุดคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด $3 \times 3 \times 3 \times 3 \times 3$ หรือ 35 จะได้เท่ากับ 243 ชุดคุณลักษณะ และสามารถทำการลดชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดโดยอาศัยวิธีการ full fractional factorial designs เพื่อให้ได้ชุดคุณลักษณะที่เหมาะสมสำหรับนำมาใช้ในการศึกษา (Hair et al., 1998)

ขั้นตอนที่ 3 เป็นวิธีการเลือกรูปแบบการนำเสนอและวิธีการนำเสนอชุดคุณลักษณะ โดยการนำเสนอชุดลักษณะและการแสดงชุดคุณลักษณะต่อผู้บริโภค ซึ่งรูปแบบการนำเสนอชุดคุณลักษณะมีให้เลือกอยู่ 4 รูปแบบ คือ

รูปแบบที่ 1 pairwise trade-off design การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้ตอบคำถามเลือกชุดคุณลักษณะครั้งละ 2 ชุดเปรียบเทียบกัน ผู้ตอบคำถามถูกถามเพื่อจัดระดับในแต่ละคู่คุณลักษณะจากพอใจมากที่สุดถึงพอใจน้อยที่สุด

รูปแบบที่ 2 full profile design โดยวิธีนี้เป็นการนำเสนอให้ผู้ตอบคำถามทำการให้คะแนนความพึงพอใจ ชุดคุณลักษณะต่างๆทั้งหมดพร้อมๆกัน

รูปแบบที่ 3 hybrid conjoint design เหมาะสำหรับการศึกษาที่มีคุณลักษณะเป็นจำนวนมาก เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบพร้อมกัน ได้แก่ self-explicated data คือ การให้คะแนนในแต่ละคุณลักษณะ ซึ่งมีคะแนนรวม 100 คะแนน และ full-profile stimuli rating คือ การวัดความพึงพอใจในแต่ละระดับคุณลักษณะ ซึ่งมีการให้คะแนนเป็น 0-10 คะแนน

รูปแบบที่ 4 adaptive conjoint analysis design เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการสอบถามผู้ตอบคำถาม ให้ผู้ตอบคำถามเลือกเฉพาะระดับคุณลักษณะที่พึงพอใจสูงสุด

สำหรับวิธีการนำเสนอชุดคุณลักษณะแก่ผู้ตอบคำถาม สามารถทำได้หลายวิธี ได้แก่ การแสดงการ์ดที่ใช้ข้อความบรรยายคุณลักษณะ การแสดงการ์ดที่มีรูปภาพประกอบการบรรยาย การแสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์จริง ซึ่งการใช้การ์ดรูปภาพเป็นที่นิยมมากกว่าวิธีอื่นๆ

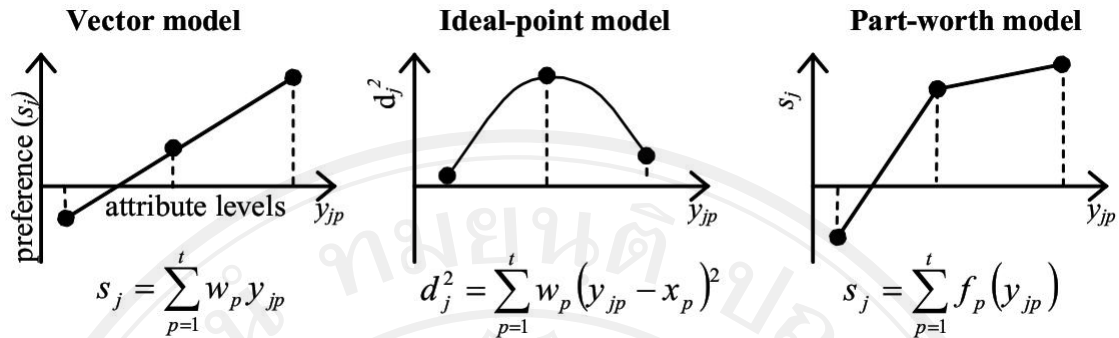
ขั้นตอนที่ 4 เป็นการวัดความพึงพอใจ ซึ่งสามารถวัดความพึงพอใจได้ 2 วิธี คือ การให้คะแนนความพึงพอใจ (rating) โดยเป็นการให้คะแนน 1-10 หรือ 1-100 ซึ่งเป็นการวัดความพึงพอใจแบบ metric ทำให้ทราบความพึงพอใจของผู้ตอบคำถามแตกต่างกันเล็กน้อยเพียงใดและต่างกันเท่าใด ส่วนการเรียงระดับความสำคัญ (ranking) เป็นการวัดความพึงพอใจแบบ non-metric ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อสินค้าแต่ละชนิดอยู่ในลำดับเท่าใด แต่ไม่ทราบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันเท่าใด

ขั้นตอนที่ 5 เป็นการเลือกแบบจำลองความพอใจ ที่เหมาะสมกับการศึกษา ซึ่งแบบจำลองที่นิยมใช้โดยทั่วไปมีด้วยกัน 3 แบบ คือ

Vector model หรือ linear model เป็นการแสดงความสัมพันธ์ของความพอใจในลักษณะ single linear function โดยอาจมีลักษณะการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่เพิ่มขึ้น (linear more) หรือลดลง (linear less) ในลักษณะเส้นตรง (รูปที่ 1)

Ideal-point model เป็นการแสดงความสัมพันธ์ของความพอใจกับระดับคุณลักษณะแบบเส้นโค้ง เหมาะสำหรับคุณลักษณะเชิงคุณภาพ ซึ่งปรากฏออกมาในรูปเส้นโค้งคว่ำ (ideal-point) ซึ่งส่วนกลางของเส้นโค้งมีค่ามากที่สุด และเป็นจุดสูงสุดที่แสดงถึงความพอใจต่อคุณลักษณะนั้นๆ หรือปรากฏออกมาในรูปเส้นโค้งหงาย (anti-ideal-point) (รูปที่ 1)

Part-worth model หรือ discrete model เป็นการแสดงความสัมพันธ์ของความพอใจที่ง่ายที่สุด เหมาะกับตัวแปรคุณลักษณะที่ไม่สามารถบอกได้ว่าระดับคุณลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป ความพอใจที่ได้จะมีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง (รูปที่ 1)



โดยที่	t	คือ จำนวนของคุณลักษณะสินค้า
	j	คือ จำนวนของ concept card
	y_{jp}	คือ ระดับคุณลักษณะที่ pth สำหรับชุดคุณลักษณะที่ jth
	s_j	คือ ความพอใจรวมในชุดคุณลักษณะที่ jth
	w_p	คือ ค่าถ่วงน้ำหนักความสำคัญของผู้ตอบในแต่ละคุณลักษณะที่ pth
	x_p	คือ จุดในอุดมคติ (ideal point) ของผู้ตอบแต่ละคนที่ให้กับคุณลักษณะ pth
	d_j^2	คือ weighted squared distance และจะมีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับ s_j
	f_p	คือ function ของ part-worth สำหรับระดับการเปลี่ยนแปลงของชุดคุณลักษณะ pth

ที่มา : Green and Srinivason (1978)

รูปที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจกับระดับคุณลักษณะที่มีลักษณะเป็นเส้นตรง เป็นเส้นโค้ง และไม่ต่อเนื่อง

ขั้นตอนที่ 6 เป็นการเลือกใช้วิธีประมาณความพอใจของระดับคุณลักษณะ คือ ถ้าการวัดความพึงพอใจเป็นแบบ metric จะใช้วิธี ordinary least squares (OLS) ในการประมาณค่าความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของสินค้า ส่วนการวัดความพึงพอใจที่เป็นแบบ non-metric จะใช้วิธี MONANOVA หรือ LiNMAP แต่ถ้าการวัดความพึงพอใจแบบ choice-probability จะใช้วิธีวิเคราะห์เชิงถดถอย logit model หรือ probit model เป็นต้น สำหรับการศึกษาด้าน traditional conjoint analysis สามารถใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมาณค่าความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของสินค้าได้ทั้งการวัดความพึงพอใจเป็นแบบ metric และแบบ non-metric

นอกจากการหาค่าความพอใจต่อชุดคุณลักษณะแล้ว ยังสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษามาวิเคราะห์และนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาส่วนแบ่งการตลาด (market segmentation) โดยใช้เทคนิค cluster analysis มาช่วยในการจำแนกหรือแบ่งกลุ่มตัวแปรออกเป็นกลุ่มย่อยๆ ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป โดยตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจะมีลักษณะที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน ส่วนตัวอย่างที่อยู่ต่างกลุ่มกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนั้นตัวอย่างใดตัวอย่างหนึ่งจะต้องอยู่ใน

กลุ่มหนึ่งเพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น ซึ่งวิธีการจัดกลุ่มโดยทั่วไปที่นิยมนำมาใช้กันสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 เทคนิค (กัลยา, 2549) ได้แก่

1. เทคนิค hierarchical cluster analysis เป็นเทคนิคที่นิยมใช้ในการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง โดยจำนวนข้อมูลจะต้องมีไม่เกิน 200 ซึ่งการจัดกลุ่มทำโดยวัดค่าความคล้ายของตัวแปรแต่ละคู่ ถ้าระยะห่างระหว่างตัวอย่างคู่ใดต่ำ แสดงว่าตัวอย่างคู่นั้นมีความคล้ายกัน ควรจัดให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน จากนั้นจึงทำการวัดระยะห่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ แล้วรวมกันเพื่อจัดเป็นกลุ่มเดียวกันอย่างเหมาะสม สำหรับหลักการในการรวมกลุ่มของเทคนิคนี้นิยมใช้วิธี agglomerative hierarchical cluster analysis ในการรวมกลุ่ม

2. เทคนิค K-means cluster analysis ในเทคนิคนี้ใช้สำหรับการแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนข้อมูลมากกว่า 200 ขึ้นไป ซึ่งต้องทำการกำหนดจำนวนกลุ่มที่แน่นอนไว้ล่วงหน้าก่อนและต้องทำการ standardized ข้อมูลก่อนเสมอ โดยทำการหาค่าระยะห่างโดยวิธี euclidean distance สำหรับหลักการจะทำการรวมตัวอย่างให้ไปอยู่ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเลือกกลุ่มที่ตัวอย่งนั้นมีระยะห่างจากค่ากลางของกลุ่มน้อยที่สุด และคำนวณค่ากลางของกลุ่มใหม่ โดยทำเช่นนี้จนกว่าค่ากลางของกลุ่มจะไม่มีเปลี่ยนแปลง

เมื่อทำการแบ่งส่วนตลาดไปแล้วนั้น ยังสามารถนำผลจากการศึกษาที่ได้จากแต่ละส่วนตลาดมาศึกษาได้โดยการจำลองตลาดทางเลือก (simulating market share) แบบจำลองที่นิยมใช้ มี 3 คือ maximum utility models, BTL models (Bradley-Terry-Luce) และ logit models ซึ่งแต่ละแบบจำลองจะคำนวณความน่าจะเป็นของชุดคุณลักษณะที่ทำการจำลองตลาดโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

$$\text{Maximum Utility Models} \quad p_i = \begin{cases} 1 & \text{ถ้า } \hat{r}_i = \max(\hat{r}_j) \\ 0 & \text{อื่นๆ} \end{cases}$$

$$\text{BTL Models (Bradley-Terry-Luce)} \quad p_i = \frac{\hat{r}_i}{\sum_j \hat{r}_j}$$

$$\text{Logit Models} \quad p_i = \frac{e^{\hat{r}_i}}{\sum_j e^{\hat{r}_j}}$$

โดยที่ P_i = ค่าความน่าจะเป็นของแต่ละตลาดจำลอง (simulation) ที่ i

\hat{r}_i = ค่าประมาณความพอใจที่ผู้บริโภคให้ในตลาดจำลอง (simulation) ที่ i

$\sum \hat{r}_j$ = ค่ารวมความพอใจที่ผู้บริโภคให้ในตลาดจำลอง (simulation) ที่ j โดย j เป็นตลาดจำลองทั้งหมด

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งตลาดในแต่ละส่วนตลาด เป็นการหาค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นของผู้บริโภคทุกคนในส่วนตลาดที่สนใจที่มีให้กับตลาดจำลอง ซึ่งความน่าจะเป็นที่ได้จากการประมาณในแต่ละตลาดจำลอง ทำให้ทราบว่า ส่วนตลาดที่สนใจนั้นผู้บริโภคต้องการสินค้าลักษณะใด เพื่อนำมาใช้ในการเลือกสินค้า และส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละตลาดเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม

2.2 วิธีการศึกษา

2.2.1 ข้อมูลและการเก็บข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ หนังสือ ฐานข้อมูลออนไลน์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากหน่วยงานสำนักงานการเกษตรต่างๆ เช่น ข้อมูลการบริโภคเนื้อไก่ ข้อมูลการผลิตเนื้อไก่ ข้อมูลการส่งออกเนื้อไก่ เป็นต้น

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และทำการสัมภาษณ์ผู้บริโภคเนื้อไก่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

สำหรับจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นไปตามแนวคิดในเรื่องของการกำหนดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ conjoint analysis ตามที่เสนอโดย Cattin and Wittink (1982) ที่ว่าจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าด้วยวิธีนี้ใช้ตัวอย่างระหว่าง 100-1000 ตัวอย่าง ซึ่งจำนวนตัวอย่างที่นิยมใช้กันมากที่สุดอยู่ระหว่าง 300-550 ตัวอย่าง ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้จำนวนผู้บริโภคตัวอย่าง โดยแยกแต่ละส่วนตามผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด 4 ชนิด คือ ส่วนปีก ส่วนหน้าอก ส่วนสะโพก และส่วนน่อง ซึ่งทำการเก็บข้อมูลชนิดละ 100 ตัวอย่าง รวมผู้บริโภคตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยสุ่มตัวอย่างบริเวณร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการขายเนื้อไก่สดแช่เย็น อันได้แก่ โลตัส 2 สาขา คือ สาขาภาคคำเที่ยงและสาขาหาดง บิ๊กซี 2 สาขา คือ สาขาเชียงใหม่และสาขาหาดง แม็คโคร 2 สาขา คือ สาขาเชียงใหม่และสาขาหาดง คาร์ฟูร์ 1 สาขา คือ สาขาเชียงใหม่ ทีโอปัสซูเปอร์มาร์เก็ต 3 สาขา คือ สาขาแอร์พอร์ตพลาซ่า สาขาภาคสวนแก้วและสาขาโชตนา ริมปิงซูเปอร์มาร์เก็ต 2 สาขา คือ สาขานวรัฐและสาขานิมชิตีเดลี รวมทั้งสิ้น 12 แห่ง แห่งละ 35 ตัวอย่าง ให้ได้ตามจำนวนตัวอย่างตามที่กำหนดไว้ ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และให้ผู้บริโภคเลือกกรอกแบบสอบถามเนื้อไก่ทั้ง 4 ชนิด โดยเลือกกรอกเฉพาะชนิดที่ผู้บริโภคนิยมซื้อหรือนิยมนำไปบริโภคเท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสมกับแต่ละชนิด ส่วนเนื้อหาของข้อมูลที่ได้ทำการเก็บรวบรวมมี 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริโภคน ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว เป็นต้น

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่ ได้แก่ ปริมาณการซื้อเนื้อไก่ในแต่ละครั้ง ชนิดหรือส่วนใดของเนื้อไก่ สถานที่ซื้อ เวลาที่ซื้อ ราคาที่ซื้อ เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ที่มีต่อชุดคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด 4 ชนิด ที่แยกศึกษาอย่างอิสระต่อกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เนื้อไก่สดส่วนปีก คุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

1) คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ และแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง

2) คุณลักษณะด้านราคา ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ ราคา 80 บาทต่อกิโลกรัม 100 บาทต่อกิโลกรัม และ 120 บาทต่อกิโลกรัม

3) คุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ประกอบด้วย 2 ระดับ คือ การแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารที่ได้จากการบริโภค และการไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารที่ได้จากการบริโภค

4) คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ¹ ประกอบด้วย 2 ระดับ คือ มีป้ายประกันคุณภาพ และไม่มีป้ายประกันคุณภาพ

5) คุณลักษณะด้านตราสินค้า ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ ไม่มีตราสินค้า ตราสินค้าของแหล่งขาย และตราสินค้าของผู้ผลิต

6) คุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีก ประกอบด้วย 2 ระดับ คือ ปีกบน และปีกกลาง

ชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมด ได้จากการนำระดับของแต่ละคุณลักษณะมาคูณกัน ทำให้ได้ชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดจำนวน 216 ชุด (3x3x2x2x3x2)

¹ป้ายประกันคุณภาพ หมายถึง ป้ายที่แสดงว่าสินค้านั้นมีคุณภาพและความปลอดภัย (food safety) มีการควบคุมกระบวนการผลิตตั้งแต่ในแหล่งผลิตจนถึงผู้บริโภค ตามมาตรฐาน GAP หรือ HACCP เช่น มาตรฐานสินค้าเกษตร Q ของทางกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

ส่วนที่ 2 เนื้อใกล้สดส่วนหน้าอก คุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

- 1) คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ และแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง
 - 2) คุณลักษณะด้านราคา ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ ราคา 90 บาทต่อกิโลกรัม 110 บาทต่อกิโลกรัม และ 130 บาทต่อกิโลกรัม
 - 3) คุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ประกอบด้วย 2 ระดับ คือ การแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารที่ได้จากการบริโภค และการไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารที่ได้จากการบริโภค
 - 4) คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ประกอบด้วย 2 ระดับ คือ มีป้ายประกันคุณภาพ และไม่มีป้ายประกันคุณภาพ
 - 5) คุณลักษณะด้านตราสินค้า ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ ไม่มีตราสินค้า ตราสินค้าของแหล่งขาย และตราสินค้าของผู้ผลิต
- ชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมด ได้จากการนำระดับของแต่ละคุณลักษณะมาคูณกัน ทำให้ได้ชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดจำนวน 108 ชุด (3x3x2x2x3)

ส่วนที่ 3 เนื้อใกล้สดส่วนสะโพก คุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

- 1) คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ และแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง
 - 2) คุณลักษณะด้านราคา ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ ราคา 65 บาทต่อกิโลกรัม 75 บาทต่อกิโลกรัม และ 85 บาทต่อกิโลกรัม
 - 3) คุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ประกอบด้วย 2 ระดับ คือ การแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารที่ได้จากการบริโภค และการไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารที่ได้จากการบริโภค
 - 4) คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ประกอบด้วย 2 ระดับ คือ มีป้ายประกันคุณภาพ และไม่มีป้ายประกันคุณภาพ
 - 5) คุณลักษณะด้านตราสินค้า ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ ไม่มีตราสินค้า ตราสินค้าของแหล่งขาย และตราสินค้าของผู้ผลิต
- ชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมด ได้จากการนำระดับของแต่ละคุณลักษณะมาคูณกัน ทำให้ได้ชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดจำนวน 108 ชุด (3x3x2x2x3)

ส่วนที่ 4 เนื้อใกล้สดส่วนน้อง คุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

- 1) คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส แบบบรรจุถุงที่ทำกรห่อสำเร็จ และแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง
 - 2) คุณลักษณะด้านราคา ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ ราคา 60 บาทต่อกิโลกรัม 70 บาทต่อกิโลกรัม และ 80 บาทต่อกิโลกรัม
 - 3) คุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ประกอบด้วย 2 ระดับ คือ การแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารที่ได้จากการบริโภค และการไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารที่ได้จากการบริโภค
 - 4) คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ประกอบด้วย 2 ระดับ คือ มีป้ายประกันคุณภาพ และไม่มีป้ายประกันคุณภาพ
 - 5) คุณลักษณะด้านตราสินค้า ประกอบด้วย 3 ระดับ คือ ไม่มีตราสินค้า ตราสินค้าของแหล่งขาย และตราสินค้าของผู้ผลิต
- ชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมด ได้จากการนำระดับของแต่ละคุณลักษณะมาคูณกัน ทำให้ได้ชุดคุณลักษณะที่เป็นไปได้ทั้งหมดจำนวน 108 ชุด (3x3x2x2x3)

โดยจำนวนชุดคุณลักษณะขั้นต่ำในการศึกษา conjoint analysis สามารถกำหนดได้ดังนี้

$$MS = (TLA - NA) + 1$$

- โดยที่
- MS คือ จำนวนชุดคุณลักษณะอย่างน้อย (minimum of stimuli)
 - TLA คือ จำนวนระดับคุณลักษณะทั้งหมด (total number of levels across all attributes)
 - NA คือ จำนวนคุณลักษณะทั้งหมด (number of attributes)

การศึกษาในครั้งนี้ทำการแยกชุดคุณลักษณะออกเป็น 4 ส่วน ในส่วนที่ 1 เนื้อใกล้ส่วนปีก มีคุณลักษณะทั้งหมด 5 คุณลักษณะ แต่ละคุณลักษณะมีระดับทั้งหมดคือ 3+3+2+2+3+2=15 ดังนั้นจะต้องมีจำนวนชุดคุณลักษณะขั้นต่ำ ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งคำนวณได้จาก (15-6)+1 เท่ากับ 10 ชุด ซึ่งในส่วนอื่นๆก็ทำในลักษณะเดียวกัน ทำให้ได้ส่วนที่ 2 เนื้อใกล้ส่วนหน้าอกมีจำนวนชุดคุณลักษณะขั้นต่ำเท่ากับ 9 ชุด ส่วนที่ 3 เนื้อใกล้ส่วนสะโพกมีจำนวนชุดคุณลักษณะขั้นต่ำเท่ากับ 9 ชุด ส่วนที่ 4 เนื้อใกล้ส่วนน้องมีจำนวนชุดคุณลักษณะขั้นต่ำเท่ากับ 9 ชุด และในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการลดจำนวนชุดคุณลักษณะเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์ผู้บริโภคตัวอย่าง โดยการใช้เทคนิค fractional factorial design หรือ orthogonal design ด้วยการโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ได้ชุดคุณลักษณะที่ใช้ในการสัมภาษณ์ในแต่ละชนิดของผลิตภัณฑ์เท่ากับ 16 ชุดคุณลักษณะ

นอกจากนั้นได้ทำการเพิ่มชุดคุณลักษณะที่เรียกว่า Holdout อีกจำนวน 4 ชุดคุณลักษณะในแต่ละชนิดผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ตรวจสอบความถูกต้องของแบบจำลองในช่วงของการวิเคราะห์แบบจำลองตามความพึงพอใจของผู้บริโภค ทำให้จำนวนชุดคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้เท่ากับ 20 ชุดคุณลักษณะ ซึ่งชุดคุณลักษณะที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้มีรายละเอียดระดับคุณลักษณะของส่วนต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 2.1, ตารางที่ 2.2, ตารางที่ 2.3 และตารางที่ 2.4

การศึกษาในค้างนี้ใช้การแสดงการ์ดที่มีรูปภาพประกอบการบรรยาย เพื่อให้ผู้ตอบคำถามสามารถเข้าใจได้ง่ายและเรียงลำดับชุดคุณลักษณะได้ถูกต้องตามความพึงพอใจที่ให้ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธี full profile design ซึ่งเป็นการนำเสนอชุดคุณลักษณะที่ศึกษาทั้งหมดพร้อมๆกัน แล้วให้ผู้ตอบคำถามเรียงลำดับชุดคุณลักษณะตามความชอบจากชอบมากที่สุด(1) ไปหาชอบน้อยสุด(20)

ตารางที่ 2.1 ชุดคุณลักษณะของเนื้อไก่สดส่วนปีกที่ใช้ในการศึกษา

การวัด ที่	ระดับคุณลักษณะ					
	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/ กก.)	ข้อมูล พลังงาน และ สารอาหาร	ป้าย ประกัน คุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนย่อย ของปีก
1	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	100	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน
2	ถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง	100	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกกลาง
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	120	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกบน
4	ถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน
5	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกกลาง
6	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน
7	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน
8	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	120	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกกลาง
9	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	100	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกกลาง
10	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกกลาง
11	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกกลาง
12	ถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง	80	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกบน
13	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	120	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน
14	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	100	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน
15	ถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง	120	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกกลาง
16	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกกลาง
17*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกกลาง
18*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	100	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกบน
19*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	120	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน
20*	ถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง	100	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกกลาง

หมายเหตุ : *ชุดคุณลักษณะที่เป็น Holdouts

ที่มา : จากการออกแบบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ด้วยวิธี fractional factorial design

ตารางที่ 2.2 ชุดคุณลักษณะของเนื้อไก่สดส่วนหน้าอกที่ใช้ในการศึกษา

การ์ด ที่	ระดับคุณลักษณะ				
	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/ กก.)	ข้อมูล พลังงานและ สารอาหาร	ป้าย ประกัน คุณภาพ	ตราสินค้า
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	110	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	130	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	90	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
5	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
6	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
7	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	110	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
8	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	130	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
9	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	110	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
10	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
11	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	110	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
12	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
13	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	130	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
14	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	130	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
15	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
16	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
17*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
18*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
19*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	110	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
20*	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต

หมายเหตุ : *ชุดคุณลักษณะที่เป็น Holdouts

ที่มา : จากการออกแบบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ด้วยวิธี fractional factorial design

All rights reserved

ตารางที่ 2.3 ชุดคุณลักษณะของเนื้อไก่สดส่วนสะโพกที่ใช้ในการศึกษา

การ์ด ที่	ระดับคุณลักษณะ				
	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/ กก.)	ข้อมูล พลังงานและ สารอาหาร	ป้าย ประกัน คุณภาพ	ตราสินค้า
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	85	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	65	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
5	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
6	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
7	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	75	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
8	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	85	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
9	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
10	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
11	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	75	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
12	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
13	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	85	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
14	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	85	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
15	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
16	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
17*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
18*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
19*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
20*	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต

หมายเหตุ : *ชุดคุณลักษณะที่เป็น Holdouts

ที่มา : จากการออกแบบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ด้วยวิธี fractional factorial design

ตารางที่ 2.4 ชุดคุณลักษณะของเนื้อไก่สดส่วนน่องที่ใช้ในการศึกษา

การวัด ที่	ระดับคุณลักษณะ				
	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/ กก.)	ข้อมูล พลังงาน และ สารอาหาร	ป้าย ประกัน คุณภาพ	ตราสินค้า
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	60	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
5	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
6	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
7	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	70	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
8	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
9	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	70	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
10	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
11	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	70	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
12	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
13	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	80	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย
14	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
15	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
16	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
17*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
18*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต
19*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	70	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า
20*	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต

หมายเหตุ : *ชุดคุณลักษณะที่เป็น Holdouts

ที่มา : จากการออกแบบด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ด้วยวิธี fractional factorial design

2.2.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการอธิบายถึงพฤติกรรม การบริโภค การซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์ข้อมูล ทางสถิติแบบง่ายได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแจกแจงความถี่ เป็นต้น

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative analysis) เป็นการวิเคราะห์ เพื่อทราบ ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณลักษณะเนื้อไก่ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งวิเคราะห์ด้วยวิธี conjoint analysis ซึ่งการวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจนี้ใช้โปรแกรม สำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจ โดยกำหนดให้แบบจำลองความพึง พอใจต่อคุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ด้านป้ายประกันคุณภาพ ด้านตราของสินค้า ตลอดจนคุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีกสำหรับเนื้อไก่ส่วนปีก ใช้แบบจำลอง part-worth model หรือ discrete model ส่วนคุณลักษณะด้านราคาใช้แบบจำลองความพึงพอใจแบบ vector model หรือ linear model

3) การแบ่งส่วนตลาด เป็นการศึกษาและทำความเข้าใจในผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ต่อคุณลักษณะเนื้อไก่ของผู้บริโภคในตลาดต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น โดยทำการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตาม ลักษณะความคล้ายเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อที่จะจำแนกตลาดผู้บริโภคให้มีความชัดเจนและเข้าใจถึง คุณลักษณะที่มีต่อผู้บริโภคในตลาดจำลองได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งใช้วิธี cluster analysis โดยการใช้เทคนิค hierarchical cluster analysis ในการจำแนกกลุ่ม เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนข้อมูล 100 ชุด ต่อแต่ละส่วนผลิตภัณฑ์

จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณลักษณะเนื้อไก่ ด้วยวิธี conjoint analysis อีกครั้งหลังจากที่ได้ทำการแบ่งส่วนตลาดแล้ว เพื่อพิจารณาถึงความแตกต่าง ระหว่างความพึงพอใจต่อคุณลักษณะของผู้บริโภคกับน้ำหนักความสำคัญของคุณลักษณะต่างๆ ใน แต่ละส่วนตลาด (จตุพล, 2547)

4) การจำลองตลาด (market simulation) โดยหลังจากที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจ ของผู้บริโภคที่มีให้กับแต่ละระดับปัจจัยต่างๆ การศึกษานี้ได้ทำการจำลองตลาด โดยแยกการศึกษา ในแต่ละส่วนอย่างอิสระต่อกัน เพื่อสามารถทราบถึงศักยภาพทางการตลาดที่มีต่อเนื้อไก่ในลักษณะ ต่างๆ โดยอาศัยวิธี BTL models (Bradley-Terry-Luce) ซึ่งวิธีนี้เหมาะสำหรับลักษณะการเลือกซื้อ สินค้าแบบบอชๆ หรือเป็นประจำสม่ำเสมอ โดยแบบจำลองได้คำนวณหาความน่าจะเป็นที่ ผู้บริโภคทำการเลือกซื้อชุดคุณลักษณะใดในตลาดจำลองต่างๆ ทำให้ทราบว่าตลาดจำลองที่ เปลี่ยนแปลงไปนั้น มีผลกระทบต่ออย่างไรบ้างต่อศักยภาพตลาด และทำให้ทราบถึงคุณลักษณะใดที่มีความ สำคัญหรือควรให้ความสนใจก่อนคุณลักษณะอื่นๆ