

## บทที่ 4

### ความพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดชำแหละของผู้บริโภค

ผลการศึกษาความพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดชำแหละ โดยบทนี้จะทำการอธิบายผลการศึกษาดังกล่าวโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดโดยอาศัยวิธี Conjoint Analysis ส่วนที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดโดยอาศัยผลที่ได้จากการวิเคราะห์ Conjoint Analysis จากส่วนที่ 1 มาทำการแบ่งส่วนตลาดด้วยเทคนิค Cluster Analysis และส่วนที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์การจำลองตลาด ด้วยวิธี Bradley-Terry-Luce (BTL) ในส่วนตลาดต่างๆ ที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาดจากการวิเคราะห์ในส่วนที่ 2

#### 4.1 ความพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สด

การศึกษาคำตอบของผู้บริโภค โดยอาศัยวิธีการ Conjoint Analysis ในการศึกษาครั้งนี้ได้อาศัยการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดของผู้บริโภค ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์แบบจำลองในตารางที่ 4.1

จากการวิเคราะห์ ทำให้ได้ค่าสถิติ Pearson's R และ Kendall's tau ซึ่งค่าสถิติทั้ง 2 นี้จะแสดงให้เห็นความสอดคล้องของค่าความพอใจที่พยากรณ์ได้จากแบบจำลอง กับค่าความพอใจที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม หรือ ค่าสถิติทั้ง 2 นี้แสดงถึงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างค่าที่ได้จากตัวอย่าง กับค่าที่ประมาณได้จากแบบจำลอง ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า เนื้อไก่ส่วนปีก ค่า Pearson's R เท่ากับ 0.965 และค่า Kendall's tau เท่ากับ 0.929 ส่วนหน้าอก ค่า Pearson's R เท่ากับ 0.963 และค่า Kendall's tau เท่ากับ 0.850 ส่วนสะโพก ค่า Pearson's R เท่ากับ 0.949 และค่า Kendall's tau เท่ากับ 0.733 และส่วนน่อง ค่า Pearson's R เท่ากับ 0.975 และค่า Kendall's tau เท่ากับ 0.883 (ค่าสถิติจากตารางที่ 4.1) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าแบบจำลองในการศึกษาครั้งนี้ เนื้อไก่ส่วนปีกสามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจที่ได้จากแบบจำลองว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 96.5 % และสามารถพยากรณ์การตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 92.9 % โดยในส่วนของหน้าอกสามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจที่ได้จากแบบจำลองว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 96.3 % และสามารถพยากรณ์การตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 85 % โดยส่วนสะโพกสามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจที่ได้จากแบบจำลองว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 94.9 % และสามารถพยากรณ์การตอบสนอง

ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 73.3 % และส่วนน้องสามารถพยากรณ์ค่าความพึงพอใจที่ได้จากแบบจำลองว่ามีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ ที่ 97.5 % และสามารถพยากรณ์การตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ 88.3 % ซึ่งจะเห็นได้ว่าค่าที่ได้จากแบบจำลองความพึงพอใจของเนื้อไก่สดชำแหละส่วนต่างๆมีความเหมาะสมอยู่ในระดับที่ดี

**ตารางที่ 4.1** ค่าน้ำหนักความสำคัญที่ได้จากแบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในตลาดรวม

คุณลักษณะ	ค่าความสำคัญ (ร้อยละ)			
	ส่วนปีก	ส่วนหน้าอก	ส่วนสะโพก	ส่วนน้อง
บรรจุภัณฑ์	17.65	19.46	21.83	20.24
ราคา	12.20	15.07	14.70	14.77
ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	16.54	22.13	19.58	17.79
ป้ายประกันคุณภาพ	25.99	20.48	22.83	27.11
ตราสินค้า	20.35	22.86	21.05	20.09
ส่วนย่อยของปีก	7.27	-	-	-

หมายเหตุ : ค่าสถิติส่วนปีก Pearson's R=0.965 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.929 Sig.=0.00

ค่าสถิติส่วนหน้าอก Pearson's R=0.963 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.850 Sig.=0.00

ค่าสถิติส่วนสะโพก Pearson's R=0.949 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.733 Sig.=0.00

ค่าสถิติส่วนน้อง Pearson's R=0.975 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.883 Sig.=0.00

ที่มา : การคำนวณ

ผลการวิเคราะห์ที่ได้จากตารางที่ 4.1 เมื่อทำการพิจารณาน้ำหนักความสำคัญจะแสดงค่าน้ำหนักที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะต่างๆของเนื้อไก่สด ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้ของเนื้อไก่สดส่วนปีก พบว่า คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 26 โดยอันดับสุดท้ายได้แก่คุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีก มีค่าความสำคัญร้อยละ 7 ในส่วนหน้าอกคุณลักษณะด้านตราสินค้าผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 23 โดยอันดับสุดท้ายได้แก่คุณลักษณะด้านราคา มีค่าความสำคัญร้อยละ 15 โดยส่วนสะโพก คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 23 โดยอันดับสุดท้ายได้แก่คุณลักษณะด้านราคา มีค่าความสำคัญร้อยละ 15 และส่วนน้องคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพผู้บริโภคให้ความสำคัญใน

การพิจารณาความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 27 โดยอันดับสุดท้ายได้แก่คุณลักษณะด้านราคา มีค่าความสำคัญร้อยละ 15

เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ในแต่ละระดับคุณลักษณะที่ประมาณได้จากแบบจำลองโดยอาศัยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ ซึ่งข้อมูลที่มีค่ามากจะแสดงว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะนั้นๆ มาก และข้อมูลที่มีค่าน้อย จะแสดงว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อคุณลักษณะนั้นๆ น้อยเช่นกัน และเมื่อพิจารณาผลจากการวิเคราะห์ของเนื้อไก่ส่วนปีกจากตารางที่ 4.2 พบว่าคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าอรรถประโยชน์แบบที่มีป้ายประกันคุณภาพ เท่ากับ 1.601 แต่ถ้าไม่มีป้ายประกันคุณภาพจะเท่ากับ -1.601 จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพมีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน นั่นคือหากเปลี่ยนจากแบบไม่มีป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบมีป้ายประกันคุณภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีค่าเพิ่มขึ้น เป็น 1.601 ซึ่งแสดงว่าผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัยต่อสุขภาพ

ส่วนคุณลักษณะด้านตราสินค้า ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมา ค่าอรรถประโยชน์แบบมีตราสินค้าของแหล่งขาย มีค่ามากที่สุดเท่ากับ 0.795 แบบมีตราสินค้าของผู้ผลิต มีค่าเท่ากับ 0.027 และถ้าไม่มีตราสินค้า จะมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ -0.822 นั่นหมายถึง เมื่อเปลี่ยนจากแบบไม่มีตราสินค้าเป็นแบบมีตราสินค้าของผู้ผลิต ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นเป็น 0.027 และเมื่อเปลี่ยนเป็นแบบมีตราสินค้าของแหล่งขาย จะยิ่งทำให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น เป็น 0.795 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนปีก ผู้บริโภคนิยมตราสินค้าของแหล่งขาย มากกว่าตราสินค้าของผู้ผลิต หรือแบบที่ไม่มีตราสินค้า โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า ซึ่งแสดงว่าผู้บริโภคใส่ใจต่อสินค้าที่สามารถระบุที่มาที่ไปของสินค้าได้

ส่วนคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 ค่าอรรถประโยชน์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง มีค่ามากที่สุดเท่ากับ 0.323 แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส มีค่าเท่ากับ 0.250 และถ้าเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ จะมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ -0.573 นั่นหมายถึง เมื่อเปลี่ยนจากแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จเป็นแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น เป็น 0.250 และเมื่อไปเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ยิ่งทำให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น เป็น 0.323 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนปีก ผู้บริโภคนิยมแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง มากกว่าแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส หรือแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า เป็นเพราะว่าแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ผู้บริโภคสามารถ

เลือกสินค้าแต่ละชิ้นด้วยตนเอง ทำให้ผู้บริโภคได้สินค้าที่สดสะอาดที่สุดตามที่ผู้บริโภคได้เลือกสรร

ส่วนคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 ค่าอรรถประโยชน์แบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีเท่ากับ 0.984 แต่ถ้าแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร จะเท่ากับ -0.984 จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหารมีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน นั่นคือหากเปลี่ยนจากแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารเป็นแบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีค่าเพิ่มขึ้น เป็น 0.984 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนปีก ผู้บริโภคต้องการให้สินค้ามีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า เป็นเพราะว่าผู้บริโภคจะสามารถเลือกซื้อสินค้าและสามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับสินค้าเนื้อไก่ในส่วนต่างๆ เพื่อให้ได้ปริมาณสารอาหารอย่างเหมาะสมต่อการบริโภคในแต่ละครั้ง ทำให้มีสุขภาพร่างกายที่ดี

ส่วนคุณลักษณะด้านราคา ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 5 พบว่าค่าอรรถประโยชน์มีค่าติดลบ เมื่อระดับราคาเนื้อไก่สดต่อกิโลกรัมมีค่าเพิ่มสูงขึ้น ค่าอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคที่มีต่อระดับคุณลักษณะด้านราคามีค่าติดลบ คือ ที่ระดับราคา 80 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์มีค่าเท่ากับ -0.380 แต่เมื่อระดับราคาเพิ่มไปที่ระดับ 100 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์ยังมีค่าติดลบ เป็น -0.760 และระดับราคาเพิ่มไปที่ระดับ 120 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์ยังมีค่าติดลบมากที่สุด เป็น -1.140 ซึ่งมีความสอดคล้องกับความเป็นจริง คือเมื่อราคาปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคย่อมมีความพึงพอใจต่อสินค้าลดลง

ส่วนสุดท้ายคุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีก ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ค่าอรรถประโยชน์ของเนื้อไก่ส่วนปีกบน เท่ากับ 0.171 แต่ถ้าเป็นเนื้อไก่ส่วนปีกกลาง จะเท่ากับ -0.171 จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีก มีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน นั่นคือหากเปลี่ยนจากเนื้อไก่ส่วนปีกกลางเป็นเนื้อไก่ส่วนปีกบน ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีค่าเพิ่มขึ้น เป็น 0.171 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคนิยมบริโภคเนื้อไก่ส่วนปีกบนมากกว่าเนื้อไก่ส่วนปีกกลาง

เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ที่ได้จากการวิเคราะห์ของเนื้อไก่ส่วนหน้าอกจากรายที่ 4.2 พบว่าคุณลักษณะด้านคุณลักษณะด้านตราสินค้า ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ค่าอรรถประโยชน์แบบมีตราสินค้าของผู้ผลิต มีค่ามากที่สุดเท่ากับ 0.930 แบบมีตราสินค้าของแหล่งขาย มีค่าเท่ากับ 0.178 และถ้าไม่มีตราสินค้า จะมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ -1.108 นั่นหมายถึง เมื่อเปลี่ยนจากแบบไม่มีตราสินค้าเป็นแบบมีตราสินค้าของแหล่งขาย ผู้บริโภคจะมีความ

พึงพอใจที่เพิ่มขึ้น เป็น 0.178 และเมื่อเปลี่ยนเป็นแบบมีตราสินค้าของผู้ผลิต จะยิ่งทำให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น เป็น 0.930 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนหน้าอก ผู้บริโภคนิยมตราสินค้าของผู้ผลิต มากกว่าตราสินค้าของแหล่งขาย หรือแบบที่ไม่มีตราสินค้า โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า ซึ่งแสดงว่าผู้บริโภคใส่ใจต่อสินค้าที่สามารถระบุที่มาที่ไปของสินค้าได้

ส่วนคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมา ค่าอรรถประโยชน์แบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีเท่ากับ 1.575 แต่ถ้าแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร จะเท่ากับ -1.575 จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหารมีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน นั่นคือหากเปลี่ยนจากแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารเป็นแบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีค่าเพิ่มขึ้น เป็น 1.575 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนหน้าอก ผู้บริโภคต้องการให้สินค้ามีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า เป็นเพราะว่าผู้บริโภคจะสามารถเลือกซื้อสินค้าและสามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับสินค้าเนื้อไก่ในส่วนต่างๆ เพื่อให้ได้ปริมาณสารอาหารที่เหมาะสมต่อการบริโภคในแต่ละครั้ง ทำให้มีสุขภาพร่างกายที่ดี

ส่วนคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 มีค่าอรรถประโยชน์แบบที่มีป้ายประกันคุณภาพ เท่ากับ 1.501 แต่ถ้าไม่มีป้ายประกันคุณภาพ จะเท่ากับ -1.501 จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพมีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน นั่นคือหากเปลี่ยนจากแบบไม่มีป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบมีป้ายประกันคุณภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีค่าเพิ่มขึ้น เป็น 1.501 ซึ่งแสดงว่าผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัยต่อสุขภาพ

ส่วนคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 ค่าอรรถประโยชน์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง มีค่ามากที่สุดเท่ากับ 0.338 แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติก มีค่าเท่ากับ 0.133 และถ้าเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ จะมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ -0.472 นั่นหมายถึง เมื่อเปลี่ยนจากแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จเป็นแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติก ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น เป็น 0.133 และเมื่อเปลี่ยนไปเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง จะยิ่งทำให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น เป็น 0.338 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนหน้าอก ผู้บริโภคนิยมแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง มากกว่าแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติก หรือแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า เป็นเพราะว่าแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง

ผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าแต่ละชั้นด้วยตนเอง ทำให้ผู้บริโภคได้สินค้าที่สดสะอาดที่สุดตามที่ผู้บริโภคได้เลือกสรร

ส่วนสุดท้ายคุณลักษณะด้านราคา ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด พบว่าค่าอรรถประโยชน์มีค่าติดลบ เมื่อระดับราคาเนื้อไก่สดต่อกิโลกรัมมีค่าเพิ่มสูงขึ้น ค่าอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคที่มีต่อระดับคุณลักษณะด้านราคามีค่าลดลง คือ ที่ระดับราคา 90 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์มีค่าเท่ากับ  $-0.528$  แต่เมื่อระดับราคาเพิ่มไปที่ระดับ 110 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์ยังมีค่าติดลบ เป็น  $-1.056$  และระดับราคาเพิ่มไปที่ระดับ 130 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์ยังมีค่าติดลบมากที่สุด เป็น  $-1.585$  ซึ่งมีความสอดคล้องกับความเป็นจริง คือเมื่อราคาปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคย่อมมีความพึงพอใจต่อสินค้าลดลง

เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ที่ได้จากการวิเคราะห์ของเนื้อไก่ส่วนสะโพกจากตารางที่ 4.2 พบว่าคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าอรรถประโยชน์แบบที่มีป้ายประกันคุณภาพ เท่ากับ  $1.733$  แต่ถ้าไม่มีป้ายประกันคุณภาพ จะเท่ากับ  $-1.733$  จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพมีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน นั่นคือหากเปลี่ยนจากแบบไม่มีป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบมีป้ายประกันคุณภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีค่าเพิ่มขึ้น เป็น  $1.733$  ซึ่งแสดงว่าผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัยต่อสุขภาพ

ส่วนคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมา ค่าอรรถประโยชน์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง มีค่ามากที่สุดเท่ากับ  $0.951$  แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติก มีค่าเท่ากับ  $0.045$  และถ้าเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ จะมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ  $-0.996$  นั่นหมายถึง เมื่อเปลี่ยนจากแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จเป็นแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติก ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น เป็น  $0.045$  และเมื่อเปลี่ยนไปเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง จะยิ่งทำให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น เป็น  $0.951$  ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนสะโพก ผู้บริโภคนิยมแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง มากกว่าแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติก หรือแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า เป็นเพราะว่าแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ผู้บริโภคสามารถเลือกสินค้าแต่ละชั้นด้วยตนเอง ทำให้ผู้บริโภคได้สินค้าที่สดสะอาดที่สุดตามที่ผู้บริโภคได้เลือกสรร

ด้านคุณลักษณะด้านตราสินค้า ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 ค่าอรรถประโยชน์แบบมีตราสินค้าของผู้ผลิต มีค่ามากที่สุดเท่ากับ  $0.651$  แบบมีตราสินค้าของแหล่งขาย มีค่าเท่ากับ  $-0.154$  และถ้าไม่มีตราสินค้า จะมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ  $-0.497$  นั่นหมายถึง

เมื่อเปลี่ยนจากแบบไม่มีตราสินค้าเป็นแบบมีตราสินค้าของแหล่งขาย ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น เป็น  $-0.154$  และเมื่อเปลี่ยนเป็นแบบมีตราสินค้าของผู้ผลิต จะยิ่งทำให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น เป็น  $0.651$  ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนสะโพก ผู้บริโภคนิยมตราสินค้าของผู้ผลิต มากกว่าตราสินค้าของแหล่งขาย หรือแบบที่ไม่มีตราสินค้า โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า ซึ่งแสดงว่าผู้บริโภคใส่ใจต่อสินค้าที่สามารถระบุที่มาที่ไปของสินค้าได้

ส่วนคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 ค่าอรรถประโยชน์แบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีเท่ากับ  $1.401$  แต่ถ้าแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร จะเท่ากับ  $-1.401$  จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหารมีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน นั่นคือหากเปลี่ยนจากแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารเป็นแบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีค่าเพิ่มขึ้น เป็น  $1.401$  ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนสะโพก ผู้บริโภคต้องการให้สินค้ามีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า เป็นเพราะว่าผู้บริโภคจะสามารถเลือกซื้อสินค้าและสามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับสินค้าเนื้อไก่ในส่วนต่างๆ เพื่อให้ได้ปริมาณสารอาหารอย่างเหมาะสมต่อการบริโภคในแต่ละครั้ง ทำให้มีสุขภาพร่างกายที่ดี

ส่วนสุดท้ายคุณลักษณะด้านราคา ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด พบว่าค่าอรรถประโยชน์มีค่าติดลบ เมื่อระดับราคาเนื้อไก่สดต่อกิโลกรัมมีค่าเพิ่มสูงขึ้น ค่าอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคที่มีต่อระดับคุณลักษณะด้านราคามีค่าลดลง คือ ที่ระดับราคา 65 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์มีค่าเท่ากับ  $-0.340$  แต่เมื่อระดับราคาเพิ่มไปที่ระดับ 75 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์ยังมีค่าลดลง เป็น  $-0.680$  และระดับราคาเพิ่มไปที่ระดับ 85 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์ยังมีค่าลดลงมากที่สุด เป็น  $-1.020$  ซึ่งมีความสอดคล้องกับความเป็นจริง คือเมื่อราคาปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคย่อมมีความพึงพอใจต่อสินค้าลดลง

เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ที่ได้จากการวิเคราะห์ของเนื้อไก่ส่วนน่องจากตารางที่ 4.2 พบว่าคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด มีค่าอรรถประโยชน์แบบที่มีป้ายประกันคุณภาพ เท่ากับ  $2.070$  แต่ถ้าไม่มีป้ายประกันคุณภาพ จะเท่ากับ  $-2.070$  จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพมีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน นั่นคือหากเปลี่ยนจากแบบไม่มีป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบมีป้ายประกันคุณภาพความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีค่าเพิ่มขึ้น เป็น  $2.070$  ซึ่งแสดงว่าผู้บริโภคในปัจจุบันต้องการสินค้าที่มีคุณภาพและความปลอดภัยต่อสุขภาพ

ส่วนคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญรองลงมา ค่าอรรถประโยชน์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส มีค่ามากที่สุดเท่ากับ 0.313 ส่วนแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง มีค่าเท่ากับ 0.308 ซึ่งทั้งสองแบบมีค่าอรรถประโยชน์ที่ใกล้เคียงกันมาก และถ้าเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ จะมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ -0.622 นั้นหมายถึง เมื่อเปลี่ยนจากแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น เป็น 0.308 และเมื่อเปลี่ยนไปเป็นแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส จะยิ่งทำให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น เป็น 0.313 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนน่อง ผู้บริโภคนิยมทั้งแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสและแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง แสดงได้ว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ทั้งสองแบบไม่แตกต่างกัน ซึ่งนิยมมากกว่าแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า เป็นเพราะว่าบรรจุภัณฑ์ทั้งแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสและแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ผู้บริโภคจะได้รับสินค้าที่มีความสดใหม่ เนื่องจากแหล่งขายต้องทำการเปลี่ยนสินค้าเป็นประจำทุกวัน

ด้านคุณลักษณะด้านตราสินค้า ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 ค่าอรรถประโยชน์แบบมีตราสินค้าของผู้ผลิต มีค่ามากที่สุดเท่ากับ 0.965 แบบมีตราสินค้าของแหล่งขาย มีค่าเท่ากับ 0.183 และถ้าไม่มีตราสินค้า จะมีค่าน้อยที่สุดเท่ากับ -1.148 นั้นหมายถึง เมื่อเปลี่ยนจากแบบไม่มีตราสินค้าเป็นแบบมีตราสินค้าของแหล่งขาย ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น เป็น 0.183 และเมื่อเปลี่ยนเป็นแบบมีตราสินค้าของผู้ผลิต จะยิ่งทำให้ค่าอรรถประโยชน์เพิ่มขึ้น เป็น 0.965 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนน่อง ผู้บริโภคนิยมตราสินค้าของผู้ผลิต มากกว่าตราสินค้าของแหล่งขายหรือแบบที่ไม่มีตราสินค้า โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า ซึ่งแสดงว่าผู้บริโภคใส่ใจต่อสินค้าที่สามารถระบุที่มาที่ไปของสินค้าได้

ส่วนคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 ค่าอรรถประโยชน์แบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีเท่ากับ 1.198 แต่ถ้าแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร จะเท่ากับ -1.198 จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหารมีทิศทางที่ตรงกันข้ามกัน นั่นคือหากเปลี่ยนจากแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารเป็นแบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีค่าเพิ่มขึ้น เป็น 1.198 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเนื้อไก่ส่วนน่อง ผู้บริโภคต้องการให้สินค้ามีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร โดยดูจากคะแนนค่าอรรถประโยชน์ที่มากกว่า เป็นเพราะว่าผู้บริโภคจะสามารถเลือกซื้อสินค้าและสามารถเปรียบเทียบข้อมูลกับ



สินค้าเนื้อไก่ในส่วนต่างๆ เพื่อให้ได้ปริมาณสารอาหารอย่างเหมาะสมต่อการบริโภคในแต่ละครั้ง  
ทำให้มีสุขภาพร่างกายที่ดี

ส่วนสุดท้ายคุณลักษณะด้านราคา ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด พบว่าค่าอรรถประโยชน์มีค่าติดลบ เมื่อระดับราคาเนื้อไก่สดต่อกิโลกรัมมีค่าเพิ่มสูงขึ้น ค่าอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคที่มีต่อระดับคุณลักษณะด้านราคามีค่าลดลง คือ ที่ระดับราคา 60 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์มีค่าเท่ากับ -0.560 แต่เมื่อระดับราคาเพิ่มไปที่ระดับ 70 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์ยังมีค่าลดลง เป็น -1.120 และระดับราคาเพิ่มไปที่ระดับ 80 บาทต่อกิโลกรัม ค่าอรรถประโยชน์ยังมีค่าลดลงมากที่สุด เป็น -1.680 ซึ่งมีความสอดคล้องกับความเป็นจริง คือเมื่อราคาปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคย่อมมีความพึงพอใจต่อสินค้าลดลง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 4.2 ผลวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดของผู้บริโภคในตลาดรวม

คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ				ส่วนปีก		ส่วนหน้าอก		ส่วนสะโพก		ส่วนน่อง	
					ค่าอรรถประโยชน์	Std. Error	ค่าอรรถประโยชน์	Std. Error	ค่าอรรถประโยชน์	Std. Error	ค่าอรรถประโยชน์	Std. Error
บรรจุภัณฑ์	ใส่แพ็คเกจหุ้มด้วยพลาสติกใส				0.250	0.284	0.133	0.318	0.045	0.377	0.313	0.284
	บรรจุภัณฑ์ที่ทำการห่อสำเร็จ				-0.573	0.333	-0.472	0.373	-0.996	0.442	-0.622	0.334
	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง				0.323	0.333	0.338	0.373	0.951	0.442	0.308	0.334
ราคา : หน่วย (บาท/กก.)	ปีก	หน้าอก	สะโพก	น่อง								
	80	90	65	60	-0.380	0.257	-0.528	0.287	-0.340	0.341	-0.560	0.257
	100	110	75	70	-0.760	0.514	-1.056	0.575	-0.680	0.681	-1.120	0.515
	120	130	85	80	-1.140	0.771	-1.585	0.862	-1.020	1.022	-1.680	0.772
Coefficients	-0.380	-0.528	-0.340	-0.560								
ข้อมูลพลังงาน และสารอาหาร	แสดง				0.984	0.213	1.575	0.238	1.401	0.282	1.198	0.213
	ไม่แสดง				-0.984	0.213	-1.575	0.238	-1.401	0.282	-1.198	0.213
ป้ายประกันคุณภาพ	มีป้ายประกันคุณภาพ				1.601	0.213	1.501	0.238	1.733	0.282	2.070	0.213
	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ				-1.601	0.213	-1.501	0.238	-1.733	0.282	-2.070	0.213
ตราสินค้า	ไม่มีตราสินค้า				-0.822	0.284	-1.108	0.318	-0.497	0.377	-1.148	0.284
	ตราสินค้าของแหล่งขาย				0.795	0.333	0.178	0.373	-0.154	0.442	0.183	0.334
	ตราสินค้าของผู้ผลิต				0.027	0.333	0.930	0.373	0.651	0.442	0.965	0.334
ส่วนย่อยของปีก	ปีกบน				0.171	0.213	-	-	-	-	-	-
	ปีกกลาง				-0.171	0.213	-	-	-	-	-	-
	ค่าคงที่				9.308	0.508	9.668	0.568	9.208	0.673	9.689	0.508

หมายเหตุ : ค่าสถิติส่วนปีก Pearson's R=0.965 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.929 Sig.=0.00 ค่าสถิติส่วนหน้าอก Pearson's R=0.963 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.850 Sig.=0.00  
 ค่าสถิติส่วนสะโพก Pearson's R=0.949 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.733 Sig.=0.00 ค่าสถิติส่วนน่อง Pearson's R=0.975 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.883 Sig.=0.00  
 ที่มา : การคำนวณ

ค่าอรรถประโยชน์ที่ได้กล่าวมา ช่วยทำให้เราทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อระดับคุณลักษณะต่างๆ เพื่อสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งค่าอรรถประโยชน์ในระดับคุณลักษณะต่างๆของเนื้อไก่ทั้งสี่ส่วนที่ได้จากการศึกษา เราสามารถนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าความพึงพอใจรวมของแต่ละชุดคุณลักษณะ เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการคัดคุณลักษณะในแต่ละใบว่า ผู้บริโภคมีความชอบในการ์คใบใดมากที่สุด หรือผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อระดับคุณลักษณะใดมากที่สุด และให้ความพึงพอใจอยู่เท่าใด เช่น การ์ดคุณลักษณะของเนื้อไก่ส่วนปีกใบที่ 1 ประกอบด้วย ค่าคงที่ (9.308) + บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ (-0.573) + ราคา 100 บาทต่อกิโลกรัม (-0.760) + ไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร (-0.984) + ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ (-1.601) + ไม่มีตราสินค้า (-0.822) + ส่วนปีกบน (0.171) ดังนั้น ค่าความพึงพอใจในการ์คคุณลักษณะของเนื้อไก่ส่วนปีกใบที่ 1  $= 9.308 + (-0.573) + (-0.760) + (-0.984) + (-1.601) + (-0.822) + (0.171) = 4.74$  ซึ่งจากการคำนวณการ์ดคุณลักษณะของเนื้อไก่ส่วนปีกทั้งหมด ทำให้ทราบว่า การ์ดคุณลักษณะใบที่ 2 มีค่าความพึงพอใจรวมสูงสุด คือ 12.08 ส่วนการ์ดคุณลักษณะใบที่ 1 มีค่าความพึงพอใจรวมต่ำที่สุด คือ 4.74 (ตารางที่ 4.3) โดยการ์ดคุณลักษณะของเนื้อไก่ส่วนหน้าอก การ์ดคุณลักษณะใบที่ 2 มีค่าความพึงพอใจรวมสูงสุด คือ 12.75 ส่วนการ์ดคุณลักษณะใบที่ 8 มีค่าความพึงพอใจรวมต่ำที่สุด คือ 4.03 (ตารางที่ 4.4) ส่วนการ์ดคุณลักษณะของเนื้อไก่ส่วนสะโพก การ์ดคุณลักษณะใบที่ 10 มีค่าความพึงพอใจรวมสูงสุด คือ 12.46 ส่วนการ์ดคุณลักษณะใบที่ 8 มีค่าความพึงพอใจรวมต่ำที่สุด คือ 4.60 (ตารางที่ 4.5) และสุดท้ายการ์ดคุณลักษณะของเนื้อไก่ส่วนน่อง การ์ดคุณลักษณะใบที่ 2 มีค่าความพึงพอใจรวมสูงสุด คือ 13.12 ส่วนการ์ดคุณลักษณะใบที่ 8 มีค่าความพึงพอใจรวมต่ำที่สุด คือ 3.91 (ตารางที่ 4.6) ดังนั้นจะสังเกตเห็นได้ว่าชุดคุณลักษณะของเนื้อไก่สดทั้งสี่ส่วน การ์ดคุณลักษณะที่มีค่าความพึงพอใจรวมสูงใน 4 อันดับแรก (ตารางที่ 4.3 - 4.6) ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญหรือมีความพึงพอใจต่อการคัดคุณลักษณะที่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และมีการแสดงป้ายประกันคุณภาพสินค้าเป็นหลัก ส่วนการ์ดที่มีความพึงพอใจรวมต่ำที่สุด ผู้บริโภคจะสังเกตเห็นว่า มีราคาที่แพง ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพสินค้า และไม่มีตราสินค้าแสดง เป็นต้น

ตารางที่ 4.3 ค่าความพอใจรวมของผู้บริโภคต่อชุดคุณลักษณะของเนื้อไก่สดส่วนปีกที่ใช้ในการศึกษา

การ์ดที่	ระดับคุณลักษณะ						ค่าความพอใจรวม
	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนย่อยของปีก	
2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	100	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกกลาง	12.08
6	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน	11.11
16	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกกลาง	10.80
14	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	100	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน	10.73
12	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	80	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกบน	10.07
19*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	120	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน	10.00
7	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน	9.53
13	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	120	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน	9.18
20*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	100	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกกลาง	8.88
10	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกกลาง	8.80
18*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	100	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกบน	8.38
8	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	120	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกกลาง	8.04
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	120	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกบน	8.00
5	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกกลาง	7.22
15	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	120	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกกลาง	6.88
11	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกกลาง	6.75
17*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกกลาง	6.45
9	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	100	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกกลาง	6.07
4	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน	6.02
1	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	100	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน	4.74

หมายเหตุ : \*ชุดคุณลักษณะที่เป็น Holdouts

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.4 ค่าความพอใจรวมของผู้บริโภคต่อชุดคุณลักษณะของเนื้อไก่สดส่วนหน้าอกที่ใช้ในการศึกษา

การวัดที่	ระดับคุณลักษณะ					ค่าความพอใจรวม
	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	
2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	110	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	12.75
13	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	130	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	11.68
10	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	11.45
6	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	11.24
18*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	10.48
16	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	10.28
20*	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	9.67
5	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	8.92
9	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	110	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	8.85
14	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	130	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	8.47
17*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	8.30
15	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	8.09
19*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	110	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	7.71
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	90	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	7.49
12	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	7.33
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	130	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	7.18
11	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	110	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	7.11
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	6.37
7	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	110	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	4.77
8	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	130	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	4.03

หมายเหตุ : \*ชุดคุณลักษณะที่เป็น Holdouts

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.5 ค่าความพอใจรวมของผู้บริโภคต่อชุดคุณลักษณะของเนื้อไก่สดส่วนสะโพกที่ใช้ในการศึกษา

การวัดที่	ระดับคุณลักษณะ					ค่าความพอใจรวม
	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	
10	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	12.46
2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	12.36
13	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	85	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	12.12
6	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	11.55
18*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	10.14
17*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	9.65
16	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	9.23
9	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	8.75
15	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	8.75
20*	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	8.19
14	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	85	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	8.17
19*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	7.75
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	65	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	7.71
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	85	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	7.41
5	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	7.39
12	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	7.34
11	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	75	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	6.70
7	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	75	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	5.85
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	5.63
8	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	85	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	4.60

หมายเหตุ : \*ชุดคุณลักษณะที่เป็น Holdouts

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.6 ค่าความพอใจรวมของผู้บริโภคต่อชุดคุณลักษณะของเนื้อไก่สดส่วนน้องที่ใช้ในการศึกษา

การวัดที่	ระดับคุณลักษณะ					ค่าความพอใจรวม
	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	
2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	13.12
13	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	80	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	11.77
6	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	11.56
10	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	11.56
9	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	70	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	9.94
16	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	9.54
18*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	9.53
14	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	9.23
15	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	9.17
17*	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	9.16
20*	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	8.60
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	60	ไม่แสดง	มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	8.23
5	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	7.82
12	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	7.14
19*	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	70	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	6.86
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	6.36
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	6.30
11	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	70	แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	5.93
7	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	70	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	4.46
8	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	3.91

หมายเหตุ : \*ชุดคุณลักษณะที่เป็น Holdouts

ที่มา : การคำนวณ

## 4.2 การแบ่งส่วนตลาดเนื้อไก่สด

ในส่วนของการแบ่งส่วนตลาดนั้น ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยการใช้ค่าอรรถประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดที่ได้จากการวิเคราะห์ conjoint analysis โดยใช้ค่าอรรถประโยชน์ในแต่ละระดับคุณลักษณะที่ได้จากการประมาณค่าจากแบบจำลองของแต่ละคน มาแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามลักษณะความคล้ายคลึงกันในความพึงพอใจต่อคุณลักษณะต่างๆ ซึ่ง จะทำการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคด้วยเทคนิค cluster analysis โดยใช้วิธี hierarchical cluster analysis เนื่องจากเนื้อไก่สดในแต่ละส่วนมีจำนวนข้อมูลอย่างละ 100 ตัวอย่าง และทำการแยกวิเคราะห์อย่างเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์สามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มที่เหมาะสมในแต่ละ ส่วนของเนื้อไก่สดได้ส่วนละ 2 ตลาด ได้แก่ เนื้อไก่สดส่วนปีกตลาดที่ 1 เมื่อทำการแบ่งกลุ่ม แล้วมีผู้บริโภคจำนวน 18 ตัวอย่าง และตลาดที่ 2 มีผู้บริโภคจำนวน 82 ตัวอย่าง โดยเนื้อไก่สดส่วน หน้าอกตลาดที่ 1 มีผู้บริโภคจำนวน 92 ตัวอย่าง และตลาดที่ 2 มีผู้บริโภคจำนวน 8 ตัวอย่าง ส่วน เนื้อไก่สดส่วนสะโพกตลาดที่ 1 มีผู้บริโภคจำนวน 89 ตัวอย่าง และตลาดที่ 2 มีผู้บริโภคจำนวน 11 ตัวอย่าง และสุดท้ายเนื้อไก่สดส่วนน่องตลาดที่ 1 มีผู้บริโภคจำนวน 81 ตัวอย่าง และตลาดที่ 2 มี ผู้บริโภคจำนวน 19 ตัวอย่าง (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคได้จากการแบ่งส่วนตลาดในแต่ละส่วนของเนื้อไก่สด

ผู้บริโภคที่ได้ จากการแบ่ง ส่วนตลาด	ส่วนปีก (N=100)		ส่วนหน้าอก (N=100)		ส่วนสะโพก (N=100)		ส่วนน่อง (N=100)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ส่วนตลาดที่ 1	18	18.00	92	92.00	89	89.00	81	81.00
ส่วนตลาดที่ 2	82	82.00	8	8.00	11	11.00	19	19.00
รวม	100	100.00	100	100.00	100	100.00	100	100.00

ที่มา: การคำนวณ

### 4.2.1 ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดทุกส่วนผลิตภัณฑ์ในตลาดส่วนต่างๆ

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะต่างๆของเนื้อไก่สดในแต่ละส่วนตลาดที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาดออกมานั้น พบว่าเนื้อไก่ส่วนปีกในตลาดที่ 1 คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณา



ความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 27 (ตารางที่ 4.8) เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ในตลาดนี้ ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญแบบสูงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 1.6227 (ตารางที่ 4.9) และคุณลักษณะที่สำคัญในตลาดนี้อีกด้านหนึ่ง คือ ด้านตราสินค้า ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 26 (ตารางที่ 4.8) เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ของตราสินค้า ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับตราสินค้าของแหล่งขายมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 1.0671 (ตารางที่ 4.9) โดยคุณลักษณะอันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่คุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีก มีค่าความสำคัญร้อยละ 10 (ตารางที่ 4.8) ส่วนตลาดที่ 2 คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 29 (ตารางที่ 4.8) เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ของป้ายประกันคุณภาพสินค้าในตลาดนี้ ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญแบบมีป้ายประกันคุณภาพสินค้ามากที่สุด มีค่าเท่ากับ 1.9223 (ตารางที่ 4.9) โดยคุณลักษณะอันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่คุณลักษณะด้านส่วนย่อยของปีก มีค่าความสำคัญร้อยละ 7 (ตารางที่ 4.8) ซึ่งจะเห็นได้ว่าตลาดที่ 1 จะให้ความสำคัญในด้านบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าเป็นหลัก โดยผู้บริโภคมีความนิยมบรรจุภัณฑ์แบบสูงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง และตราสินค้าของแหล่งขาย แตกต่างจากตลาดที่ 2 ที่ให้ความสำคัญในด้านป้ายประกันคุณภาพสินค้าเป็นหลัก โดยที่ผู้บริโภคตลาดนี้นิยมแบบมีป้ายประกันคุณภาพสินค้า

ในส่วนหน้าอกในตลาดที่ 1 ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญอยู่ 3 คุณลักษณะ ได้แก่ ด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร, ตราสินค้า และป้ายประกันคุณภาพสินค้ามากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 24, 23 และ 22 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8) เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ของแต่ละคุณลักษณะที่กล่าวมา ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับข้อมูลพลังงานและสารอาหารแบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 1.68 ส่วนด้านตราสินค้าจะให้ความสำคัญกับตราสินค้าของผู้ผลิตมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.98 และป้ายประกันคุณภาพสินค้าจะให้ความสำคัญกับแบบมีป้ายประกันคุณภาพมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 1.58 (ตารางที่ 4.9) โดยคุณลักษณะอันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่คุณลักษณะด้านราคา มีค่าความสำคัญร้อยละ 14 (ตารางที่ 4.8) ส่วนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญอยู่ 2 คุณลักษณะ ได้แก่ คุณลักษณะด้านบรรจุภัณฑ์และราคามากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 33 และ 29 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.8) เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ของแต่ละคุณลักษณะที่กล่าวมา ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญด้านบรรจุภัณฑ์แบบสูงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 2.15 และราคาจะให้ความสำคัญกับราคา 130 บาทต่อกิโลกรัมมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 6.72 (ตารางที่ 4.9) โดยคุณลักษณะอันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่คุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและ

สารอาหาร มีค่าความสำคัญร้อยละ 6 (ตารางที่ 4.8) ซึ่งจะเห็นได้ว่าตลาดที่ 1 จะให้ความสำคัญในด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร, ราคาสินค้า และป้ายประกันคุณภาพสินค้าเป็นหลัก โดยผู้บริโภคนิยมแบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ส่วนราคาสินค้านิยมราคาสินค้าของผู้ผลิต และต้องมีการป้ายประกันคุณภาพสินค้า แตกต่างจากตลาดที่ 2 ที่ให้ความสำคัญในด้านบรรจุภัณฑ์ และราคาเป็นหลัก โดยที่ผู้บริโภคตลาดนี้นิยมบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง และมีราคาอยู่ที่ 130 บาทต่อกิโลกรัม

**ตารางที่ 4.8** ค่าน้ำหนักความสำคัญที่ได้จากแบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดทุกส่วนผลิตภัณฑ์ในตลาดส่วนต่างๆของผู้บริโภค

คุณลักษณะ	ส่วนปีก		ส่วนหน้าอก		ส่วนสะโพก		ส่วนน่อง	
	ตลาดที่ 1 (N=18)	ตลาดที่ 2 (N=82)	ตลาดที่ 1 (N=92)	ตลาดที่ 2 (N=8)	ตลาดที่ 1 (N=89)	ตลาดที่ 2 (N=11)	ตลาดที่ 1 (N=81)	ตลาดที่ 2 (N=19)
บรรจุภัณฑ์	26.57	15.69	18.29	33.01	19.50	19.16	20.90	17.44
ราคา	12.10	12.22	13.83	29.35	15.26	13.52	11.03	30.70
ข้อมูลพลังงาน และสารอาหาร	11.51	17.65	23.51	6.22	22.46	19.40	17.96	17.09
ป้ายประกัน คุณภาพ	13.91	28.64	21.61	7.42	21.15	15.05	30.31	13.48
ราคาสินค้า	25.72	19.17	22.76	24.01	21.62	32.87	19.80	21.30
ส่วนย่อยของปีก	10.19	6.63	-	-	-	-	-	-

หมายเหตุ : ค่าสถิติส่วนปีกตลาดที่ 1 Pearson's R=0.834 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.517 Sig.=0.03 ตลาดที่ 2 Pearson's R=0.985 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.950 Sig.=0.00 ค่าสถิติส่วนหน้าอกตลาดที่ 1 Pearson's R=0.967 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.833 Sig.=0.00 ตลาดที่ 2 Pearson's R=0.907 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.797 Sig.=0.00 ค่าสถิติส่วนสะโพกตลาดที่ 1 Pearson's R=0.959 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.845 Sig.=0.00 ตลาดที่ 2 Pearson's R=0.982 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.883 Sig.=0.00 ค่าสถิติส่วนน่องตลาดที่ 1 Pearson's R=0.978 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.933 Sig.=0.00 ตลาดที่ 2 Pearson's R=0.958 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.833 Sig.=0.00

ที่มา : การคำนวณ

โดยส่วนสะโพกในตลาดที่ 1 คุณลักษณะด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 22 (ตารางที่ 4.8) เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ของข้อมูลพลังงานและสารอาหารในตลาดนี้ ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญแบบมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 1.57 (ตารางที่ 4.10)

โดยคุณลักษณะอันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่คุณลักษณะด้านราคา มีค่าความสำคัญร้อยละ 15 (ตารางที่ 4.8) ส่วนตลาดที่ 2 คุณลักษณะด้านตราสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 33 (ตารางที่ 4.8) เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ด้านตราสินค้าในตลาดนี้ ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับตราสินค้าของผู้ผลิตมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 2.19 (ตารางที่ 4.10) โดยคุณลักษณะอันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่คุณลักษณะด้านราคา มีค่าความสำคัญร้อยละ 7 ซึ่งจะเห็นได้ว่าตลาดที่ 1 จะให้ความสำคัญในด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหารเป็นหลัก โดยผู้บริโภคนิยมแบบมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร แตกต่างจากตลาดที่ 2 ที่ให้ความสำคัญในด้านตราสินค้าเป็นหลัก โดยที่ผู้บริโภคตลาดนี้นิยมตราสินค้าของผู้ผลิต

สำหรับส่วนน้องในตลาดที่ 1 คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 30 (ตารางที่ 4.8) เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ของป้ายประกันคุณภาพสินค้าในตลาดนี้ ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับแบบมีป้ายประกันคุณภาพสินค้ามากที่สุด มีค่าเท่ากับ 2.32 (ตารางที่ 4.10) โดยคุณลักษณะอันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่คุณลักษณะด้านราคา มีค่าความสำคัญร้อยละ 11 (ตารางที่ 4.8) ส่วนตลาดที่ 2 คุณลักษณะด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการพิจารณาความพึงพอใจมากกว่าคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งมีค่าเป็นร้อยละ 31 (ตารางที่ 4.6) เมื่อพิจารณาค่าอรรถประโยชน์ด้านราคาในตลาดนี้ ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับราคา 60 บาทต่อกิโลกรัมมากที่สุด มีค่าเท่ากับ -2.82 (ตารางที่ 4.10) โดยคุณลักษณะอันดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญน้อยที่สุด ได้แก่คุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพสินค้า มีค่าความสำคัญร้อยละ 13 (ตารางที่ 4.8) ซึ่งจะเห็นได้ว่าตลาดที่ 1 จะให้ความสำคัญในด้านป้ายประกันคุณภาพสินค้าเป็นหลัก โดยผู้บริโภคนิยมแบบมีป้ายประกันคุณภาพสินค้า แตกต่างจากตลาดที่ 2 ที่ให้ความสำคัญในด้านราคาเป็นหลัก โดยที่ผู้บริโภคตลาดนี้นิยมซื้อเนื้อไก่ในราคา 60 บาทต่อกิโลกรัม

ตารางที่ 4.9 ผลวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดส่วนปีกและส่วนหน้าอกของผู้บริโภคในแต่ละส่วนตลาด

คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ		ส่วนปีก				ส่วนหน้าอก			
			ส่วนตลาดที่ 1		ส่วนตลาดที่ 2		ส่วนตลาดที่ 1		ส่วนตลาดที่ 2	
			ค่าอรรถ ประโยชน์	Std. Error	ค่าอรรถ ประโยชน์	Std. Error	ค่าอรรถ ประโยชน์	Std. Error	ค่าอรรถ ประโยชน์	Std. Error
บรรจุภัณฑ์	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส		0.8241	0.6988	-0.1240	0.2192	0.1250	0.3165	0.2292	0.6008
	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ		-2.4468	0.8195	-0.1611	0.2570	-0.3057	0.3711	-2.3802	0.7045
	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง		1.6227	0.8195	0.0371	0.2570	0.1807	0.3711	2.1510	0.7045
ราคา : หน่วย (บาท/กก.)	ปีก	หน้าอก								
	80	90	0.8636	0.6321	-0.6530	0.1983	-0.7688	0.2863	2.2386	0.5435
	100	110	1.7273	1.2642	-1.3060	0.3965	-1.5375	0.5725	4.4773	1.0870
ข้อมูลพลังงาน และสารอาหาร	แสดง		-0.1944	0.5241	1.2424	0.1644	1.6821	0.2374	0.3438	0.4506
	ไม่แสดง		0.1944	0.5241	-1.2424	0.1644	-1.6821	0.2374	-0.3438	0.4506
ป้ายประกันคุณภาพ	มีป้ายประกันคุณภาพ		0.1389	0.5241	1.9223	0.1644	1.5802	0.2374	0.5938	0.4506
	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ		-0.1389	0.5241	-1.9223	0.1644	-1.5802	0.2374	-0.5938	0.4506
ตราสินค้า	ไม่มีตราสินค้า		0.2685	0.6988	-1.0610	0.2192	-1.0888	0.3165	-1.3333	0.6008
	ตราสินค้าของแหล่งขาย		1.0671	0.8195	0.7348	0.2570	0.1137	0.3711	0.9167	0.7045
	ตราสินค้าของผู้ผลิต		-1.3356	0.8195	0.3262	0.2570	0.9751	0.3711	0.4167	0.7045
ส่วนย่อยของปีก	ปีกบน		0.7847	0.5241	0.0366	0.1644	-	-	-	-
	ปีกกลาง		-0.7847	0.5241	-0.0366	0.1644	-	-	-	-
ค่าคงที่			6.7155	1.2488	9.8770	0.3917	10.0863	0.5655	4.8584	1.0737

หมายเหตุ : ค่าสถิติส่วนปีกตลาดที่ 1 Pearson's R=0.834 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.517 Sig.=0.03 ตลาดที่ 2 Pearson's R=0.985 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.950 Sig.=0.00

ค่าสถิติส่วนหน้าอกตลาดที่ 1 Pearson's R=0.967 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.833 Sig.=0.00 ตลาดที่ 2 Pearson's R=0.907 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.797 Sig.=0.00

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.10 ผลวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดส่วนสะโพกและส่วนน่องของผู้บริโภคในแต่ละส่วนตลาด

คุณลักษณะ	ระดับคุณลักษณะ		ส่วนสะโพก				ส่วนน่อง			
			ส่วนตลาดที่ 1		ส่วนตลาดที่ 2		ส่วนตลาดที่ 1		ส่วนตลาดที่ 2	
			ค่าอรรถประโยชน์	Std. Error	ค่าอรรถประโยชน์	Std. Error	ค่าอรรถประโยชน์	Std. Error	ค่าอรรถประโยชน์	Std. Error
บรรจุภัณฑ์	ใส่แพ็คเกจหุ้มด้วยพลาสติกใส		0.1255	0.3346	0.1970	0.2497	0.3765	0.2783	0.0439	0.4509
	บรรจุภัณฑ์ที่ทำการห่อสำเร็จ		-0.5023	0.3923	-0.2235	0.2928	-0.9552	0.3263	0.8004	0.5287
	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง		0.3769	0.3923	0.0265	0.2928	0.5787	0.3263	-0.8443	0.5287
ราคา: หน่วย (บาท/กก.)	สะโพก	65	-0.4842	0.3026	-0.8843	0.2259	-0.0303	0.2517	-2.8182	0.4079
		75	-0.9683	0.6053	-1.7686	0.4517	-0.0606	0.5035	-5.6364	0.8157
	น่อง	60	-1.4525	0.9079	-2.6529	0.6776	-0.0909	0.7552	-8.4545	1.2236
		70								
ข้อมูลพลังงาน และสารอาหาร	แสดง		1.5730	0.2509	1.5909	0.1873	1.1281	0.2087	1.4934	0.3382
	ไม่แสดง		-1.5730	0.2509	-1.5909	0.1873	-1.1281	0.2087	-1.4934	0.3382
ป้ายประกัน คุณภาพ	มีป้ายประกันคุณภาพ		1.5674	0.2509	0.9659	0.1873	2.3241	0.2087	0.9868	0.3382
	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ		-1.5674	0.2509	-0.9659	0.1873	-2.3241	0.2087	-0.9868	0.3382
ตราสินค้า	ไม่มีตราสินค้า		-0.9476	0.3346	-2.4091	0.2497	-1.1276	0.2783	-1.2368	0.4509
	ตราสินค้าของแหล่งขาย		0.1732	0.3923	0.2159	0.2928	0.2798	0.3263	-0.2303	0.5287
	ตราสินค้าของผู้ผลิต		0.7743	0.3923	2.1932	0.2928	0.8477	0.3263	1.4671	0.5287
ค่าคงที่			9.5528	0.5979	10.6006	0.4462	8.7408	0.4973	13.7301	0.8058

หมายเหตุ : ค่าสถิติส่วนสะโพกตลาดที่ 1 Pearson's R=0.959 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.845 Sig.=0.00 ตลาดที่ 2 Pearson's R=0.982 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.883 Sig.=0.00  
 ค่าสถิติส่วนน่องตลาดที่ 1 Pearson's R=0.978 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.933 Sig.=0.00 ตลาดที่ 2 Pearson's R=0.958 Sig.=0.00, Kendall's tau=0.833 Sig.=0.00

ที่มา : การคำนวณ

#### 4.2.2 ความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคมของผู้บริโภคเนื้อไก่สดที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาด

จากการแบ่งกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มต่างๆ ทำให้สามารถแบ่งผู้บริโภคที่มีลักษณะความพึงพอใจต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สดที่แตกต่างกันออกเป็นกลุ่มต่างๆตามที่ได้กล่าวมา ต่อมาจึงทำการวิเคราะห์ทางด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคมของกลุ่มตัวอย่างว่าแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างไร เพื่อให้สามารถจำแนกความแตกต่างของแต่ละกลุ่มตลาดได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ซึ่งปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคมที่ใช้ทำการวิเคราะห์ ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สถานที่ซื้อ และปริมาณในการซื้อเนื้อไก่มาบริโภค พบว่า เนื้อไก่สดส่วนปึกเมื่อทำการแบ่งตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคมในแต่ละส่วนตลาด ปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้แก่ ปัจจัยทางด้านเพศ สถานที่ซื้อ และอาชีพ ดังแสดงในตารางที่ 4.11 โดยจากค่าสถิติ chi-square ที่ได้จากการวิเคราะห์ ทำให้สามารถเห็นถึงความแตกต่างของผู้บริโภคในทั้ง 2 ตลาดและสามารถจำแนกได้อย่างชัดเจนพอสมควร คือ ตลาดที่ 1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 67 ที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 67 และนิยมเลือกซื้อเนื้อไก่สดในตลาดสดเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 56 ส่วนในตลาดที่ 2 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 77 ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 32 และนิยมเลือกซื้อเนื้อไก่สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 59 แสดงให้เห็นว่า เนื้อไก่สดส่วนปึกในส่วนตลาดที่ 1 ผู้บริโภคมักเป็นเพศชาย อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานบริษัทเอกชน ที่นิยมซื้อเนื้อไก่จากตลาดสดเป็นหลัก ยังคงมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม เรียบง่าย ส่วนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคมักเป็นเพศหญิง มีอาชีพหลากหลาย ที่นิยมซื้อเนื้อไก่สดจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่เป็นหลัก เป็นผู้บริโภคนรุ่นใหม่ มักคำนึงในเรื่องความสะดวกสบาย ความสะอาด และง่ายต่อการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งมีวิถีชีวิตเป็นแบบชาวเมืองที่มีความทันสมัย

โดยเนื้อไก่สดส่วนหน้าอกเมื่อทำการแบ่งตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคมในแต่ละส่วนตลาด ปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้แก่ ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษา รายได้ และอายุ ดังแสดงในตารางที่ 4.12 โดยจากค่าสถิติ chi-square ที่ได้จากการวิเคราะห์ ทำให้สามารถเห็นถึงความแตกต่างของผู้บริโภคในทั้ง 2 ตลาด คือ ส่วนตลาดที่ 1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 41 ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ค่อนข้างสูง ที่มีอายุอยู่ 31-40 ปีเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมา มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 33 เมื่อพิจารณาแล้วทั้ง 2 ช่วงอายุมีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

รวมกันแล้วคิดเป็นร้อยละ 69 ซึ่งเป็นช่วงอายุของคนที่กำลังอยู่ในวัยทำงานและเป็นหัวหน้าครอบครัว ส่วนในสวนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ค่อนข้างกระจายในทุกระดับรายได้ทั้งหมด ไม่สามารถชี้เฉพาะเจาะจงในระดับรายได้ใดรายได้หนึ่งได้อย่างชัดเจน ที่มีอายุ 21-30 ปี และอายุ 50 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38 เท่าๆกัน เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ช่วงอายุ อายุ 21-30 ปี เป็นช่วงอายุที่เริ่มต้นในการหางานหรือกำลังเรียนจบใหม่ หรืออายุ 50 ปี ขึ้นไป เป็นช่วงที่เข้าใกล้ผู้วัยกำลังจะเกษียณ ซึ่งทั้งสองช่วงอายุนี้เป็นช่วงที่มีรายได้ที่ยังไม่มีความแน่นอน ผู้บริโภคกลุ่มนี้จึงค่อนข้างมีรายได้ต่ำและสูงกระจัดกระจายกันไป แสดงให้เห็นว่า เนื้อไก่สดส่วนหน้าอกในส่วนตลาดที่ 1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้สูงเป็นสำคัญ ซึ่งมีกำลังซื้อสินค้าที่แน่นอน ส่วนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ไม่สูงนัก และกำลังในการซื้อที่ยังไม่แน่นอน เมื่อเทียบกับสวนตลาดที่ 1

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเนื้อไก่สดส่วนปีกจำแนกตามสวนตลาดและลักษณะด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และเศรษฐกิจกับสังคม	เนื้อไก่ส่วนปีก					
	สวนตลาดที่ 1		สวนตลาดที่ 2		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>						
- ชาย	12	66.7	19	23.2	31	31.0
- หญิง	6	33.3	63	76.8	69	69.0
<b>รวม</b>	18	100	82	100	100	100
<b>สถานที่ซื้อ</b>						
- ตลาดสด	10	55.6	34	41.5	44	44.0
- ร้านค้าปลีกสมัยใหม่	8	44.4	48	58.5	56	56.0
<b>รวม</b>	18	100	82	100	100	100
<b>อาชีพ</b>						
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	12	66.7	23	28.0	35	35.0
- พนักงานบริษัทเอกชน	4	22.2	26	31.7	30	30.0
- รับจ้าง	0	0.0	12	14.6	12	12.0
- เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	0	0.0	16	19.5	16	16.0
- ค้าขาย	0	0.0	4	4.9	4	4.0
- อื่นๆ	2	11.1	1	1.2	3	3.0
<b>รวม</b>	18	100	82	100	100	100

หมายเหตุ : เพศ ค่า Pearson Chi-Square = 13.055 df = 1 significance = 0.00

สถานที่ซื้อ ค่า Pearson Chi-Square = 9.666 df = 2 significance = 0.01

อาชีพ ค่า Pearson Chi-Square = 18.570 df = 5 significance = 0.00

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเนื้อไก่สดส่วนหน้าอกจำแนกตามส่วนตลาดและลักษณะด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และเศรษฐกิจกับสังคม	เนื้อไก่ส่วนหน้าอก					
	ส่วนตลาดที่ 1		ส่วนตลาดที่ 2		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>						
- ไม่ได้รับการศึกษา	0	0.0	1	12.5	1	1.0
- ระดับประถมศึกษา	3	3.3	0	0.0	3	3.0
- ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.2	0	0.0	2	2.0
- ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	7	7.6	0	0.0	7	7.0
- ระดับปวช.	1	1.1	0	0.0	1	1.0
- ระดับปวส.	7	7.6	0	0.0	7	7.0
- ระดับอุดมศึกษาขึ้นไป	72	78.3	7	87.5	79	79.0
<b>รวม</b>	<b>92</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>รายได้ต่อเดือน</b>						
- ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน	0	0.0	1	12.5	1	1.0
- 5,000 - 10,000 บาทต่อเดือน	23	25.0	2	25.0	25	25.0
- 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน	13	14.1	1	12.5	14	14.0
- 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน	18	19.6	2	25.0	20	20.0
- มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน	38	41.3	2	25.0	40	40.0
<b>รวม</b>	<b>92</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>						
- ต่ำกว่า 21 ปี	2	2.2	0	0.0	2	2.0
- อายุ 21 - 30 ปี	22	23.9	3	37.5	25	25.0
- อายุ 31 - 40 ปี	33	35.9	2	25.0	35	35.0
- อายุ 41 - 50 ปี	30	32.6	0	0.0	30	30.0
- อายุ 50 ปี ขึ้นไป	5	5.4	3	37.5	8	8.0
<b>รวม</b>	<b>92</b>	<b>100</b>	<b>8</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ : ระดับการศึกษา ค่า Pearson Chi-Square = 13.319 df = 6 significance = 0.04

รายได้ต่อเดือน ค่า Pearson Chi-Square = 12.112 df = 4 significance = 0.02

อายุ ค่า Pearson Chi-Square = 13.034 df = 4 significance = 0.01

ส่วนเนื้อไก่สดส่วนสะโพกเมื่อทำการแบ่งตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคมในแต่ละส่วนตลาด ปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้แก่ ปัจจัยทางด้านเพศ อาชีพ และอายุ ดังแสดงในตารางที่ 4.13 โดยจากค่าสถิติ chi-square ที่ได้จากการวิเคราะห์ ทำให้เห็นถึงความแตกต่างของผู้บริโภคในทั้ง 2 ตลาดคือ ส่วนตลาดที่ 1



ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเนื้อไก่สดส่วนสะโพกจำแนกตามส่วนตลาดและลักษณะด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และเศรษฐกิจกับสังคม	เนื้อไก่ส่วนสะโพก					
	ส่วนตลาดที่ 1		ส่วนตลาดที่ 2		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>						
- ชาย	30	33.7	9	81.8	39	39.0
- หญิง	59	66.3	2	18.2	61	61.0
<b>รวม</b>	89	100	11	100	100	100
<b>อาชีพ</b>						
- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25	28.1	5	45.5	30	30.0
- พนักงานบริษัทเอกชน	24	27.0	2	18.2	26	26.0
- รับจ้าง	13	14.6	1	9.1	14	14.0
- เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	12	13.5	0	0.0	12	12.0
- นักเรียน/นักศึกษา	0	0.0	1	9.1	1	1.0
- ค้าขาย	9	10.1	2	18.2	11	11.0
- อื่นๆ	6	6.7	0	0.0	6	6.0
<b>รวม</b>	89	100	11	100	100	100
<b>อายุ</b>						
- อายุ 21 - 30 ปี	20	22.5	1	9.1	21	21.0
- อายุ 31 - 40 ปี	19	21.3	0	0.0	19	19.0
- อายุ 41 - 50 ปี	26	29.2	7	63.6	33	33.0
- อายุ 50 ปี ขึ้นไป	24	27.0	3	27.3	27	27.0
<b>รวม</b>	89	100	11	100	100	100

หมายเหตุ : เพศ ค่า Pearson Chi-Square = 9.525 df = 1 significance = 0.00

อาชีพ ค่า Pearson Chi-Square = 12.382 df = 6 significance = 0.05

อายุ ค่า Pearson Chi-Square = 6.699 df = 3 significance = 0.08

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66 ที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชนในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งทั้งสองจำนวนรวมกันคิดเป็นมากกว่าร้อยละ 50 โดยที่มีอายุ 21 ปีจนกระทั่งอายุ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีอายุอยู่อย่างกระจายตัวในทุกระดับอายุอย่างใกล้เคียงกัน ส่วนในตลาดที่ 2 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 82 ที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 46 ที่มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 64 แสดงให้เห็นว่า เนื้อไก่สดส่วนสะโพกในส่วนตลาดที่ 1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ในส่วนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

สุดท้ายเนื้อไก่สดส่วนน้องเมื่อทำการแบ่งตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคมในแต่ละส่วนตลาด ปัจจัยที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ดังแสดงในตารางที่ 4.14 โดยจากค่าสถิติ chi-square ที่ได้จากการวิเคราะห์ ทำให้สามารถเห็นถึงความแตกต่างของผู้บริโภคในทั้ง 2 ตลาด คือ ส่วนตลาดที่ 1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาเป็นสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 44 ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีจำนวนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนอยู่จำนวน 4-5 คน คิดเป็นร้อยละ 51 ซึ่งถือว่าเป็นครอบครัวขนาดปานกลาง ส่วนในส่วนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 79 ที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนอยู่จำนวน 1-3 คน คิดเป็นร้อยละ 53 ซึ่งถือว่าเป็นครอบครัว

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของผู้บริโภคเนื้อไก่สดส่วนน้องจำแนกตามส่วนตลาดและลักษณะด้านประชากรศาสตร์และเศรษฐกิจกับสังคม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และเศรษฐกิจกับสังคม	เนื้อไก่ส่วนน้อง					
	ส่วนตลาดที่ 1		ส่วนตลาดที่ 2		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานภาพการสมรส</b>						
- โสด	36	44.4	2	10.5	38	38.0
- สมรส	42	51.9	15	78.9	57	57.0
- หย่าร้าง/หม้าย	3	3.7	2	10.5	5	5.0
<b>รวม</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>รายได้ต่อเดือน</b>						
- ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน	4	4.9	0	0.0	4	4.0
- 5,000 - 10,000 บาทต่อเดือน	9	11.1	6	31.6	15	15.0
- 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน	21	25.9	0	0.0	21	21.0
- 15,001 - 20,000 บาทต่อเดือน	9	11.1	4	21.1	13	13.0
- มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน	38	46.9	9	47.4	47	47.0
<b>รวม</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>จำนวนสมาชิกในครัวเรือน</b>						
- 1-3 คน	38	46.9	10	52.6	48	48.0
- 4-5 คน	41	50.6	7	36.9	48	48.0
- 5 คนขึ้นไป	2	2.5	2	10.5	4	4.0
<b>รวม</b>	<b>81</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

หมายเหตุ : สถานภาพ ค่า Pearson Chi-Square = 8.074 df = 2 significance = 0.02

รายได้ต่อเดือน ค่า Pearson Chi-Square = 11.333 df = 4 significance = 0.02

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ค่า Pearson Chi-Square = 13.404 df = 6 significance = 0.04

ขนาดเล็ก แสดงให้เห็นว่า เนื้อไก่สดส่วนน้อยในส่วนตลาดที่ 1 มีลักษณะครอบครัวขนาดใหญ่ ( $\geq 4$  คน) สำหรับในส่วนตลาดที่ 2 ผู้บริโภคมีลักษณะครอบครัวขนาดเล็ก ( $\leq 3$  คน)

#### 4.3 การจำลองตลาดเนื้อไก่สด

การวิเคราะห์การจำลองตลาดเนื้อไก่สด เป็นการศึกษาความน่าจะเป็นของตลาดที่ผู้บริโภคมีต่อคุณลักษณะเนื้อไก่สด โดยการศึกษาครั้งนี้จะทำการจำลองตลาด ด้วยวิธี Bradley-Terry-Luce (BTL) ซึ่งวิธีนี้จะทำให้ทราบค่าส่วนแบ่งตลาด ว่ามีความน่าจะเป็นเท่าใดที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในตลาดที่ได้ทำการจำลองขึ้นมา โดยการจำลองตลาดในครั้งนี้ได้ทำการจำลองขึ้นมาด้วยการสำรวจว่าในตลาดจริงสินค้ามีคุณลักษณะแบบใด แล้วจึงนำคุณลักษณะของสินค้าในท้องตลาดจริงมาสร้างตลาดจำลองขึ้นมาเพื่อทำการวิเคราะห์การจำลองตลาด ซึ่งจากการสำรวจตลาดจริงทำให้ได้ตลาดจำลองที่เหมือนกันสินค้าในตลาดจริงดังแสดงในตารางที่ 4.15

จากนั้นจะทำการเพิ่มตลาดสมมติเข้าไปในตลาดจำลองของเนื้อไก่สดทั้งสี่ส่วนผลิตภัณฑ์ในแต่ละส่วนตลาดที่ได้จากการแบ่งกลุ่ม ซึ่งตลาดสมมติ คือ ชุดคุณลักษณะเนื้อไก่สดที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงสุดที่ได้จากการแบ่งส่วนตลาดในการศึกษาที่ผ่านมา เพื่อทำการวิเคราะห์และเปรียบเทียบว่า เมื่อทำการเพิ่มตลาดสมมติเข้าไปในตลาดจำลอง ค่าส่วนแบ่งตลาดจะเป็นอย่างไร ซึ่งตลาดสมมติได้ทำการแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.15 ตลาดจำลองที่มีอยู่จริงในท้องตลาดที่ใช้ในการวิเคราะห์การจำลองตลาดเนื้อไก่สด

ตลาดจำลองที่		บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนย่อยของปีก
ส่วนปีก	1	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน
	2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกกลาง
	3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน
	4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	100	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกบน
ส่วนหน้าอก	1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	-
	2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	110	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	-
	3	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-
	4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	130	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-
ส่วนสะโพก	1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	-
	2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	75	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	-
	3	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-
	4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	85	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-
ส่วนน่อง	1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	-
	2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	70	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	-
	3	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-
	4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-

ที่มา : จากการสำรวจตลาด

ตารางที่ 4.16 ชุดคุณลักษณะที่สมมติขึ้นในแต่ละส่วนตลาดที่ใช้ในการวิเคราะห์การจำลองตลาดเนื้อไก่สด

ตลาดสมมติ	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงาน และสารอาหาร	ป้ายประกัน คุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนย่อย ของปีก
ส่วนปีก ส่วนตลาดที่ 1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	120	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน
ส่วนปีก ส่วนตลาดที่ 2	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกกลาง
ส่วนหน้าอก ส่วนตลาดที่ 1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	110	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-
ส่วนหน้าอก ส่วนตลาดที่ 2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	130	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	-
ส่วนสะโพก ส่วนตลาดที่ 1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-
ส่วนสะโพก ส่วนตลาดที่ 2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-
ส่วนน่อง ส่วนตลาดที่ 1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-
ส่วนน่อง ส่วนตลาดที่ 2	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	-

ที่มา : กำหนดจากผลที่ศึกษา

#### 4.3.1 ผลการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนปีก

จากการศึกษาที่ผ่านมาเนื้อไก่สดส่วนปีกได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ส่วนตลาด ซึ่งจะทำการวิเคราะห์การจำลองตลาดโดยใช้ตลาดจำลองเฉพาะเนื้อไก่สดส่วนปีกจำนวน 4 ตลาดจำลอง (ตารางที่ 4.15) นำมาเปรียบเทียบกับตลาดสมมติส่วนปีกในส่วนตลาดที่ 1 และตลาดสมมติส่วนปีกในส่วนตลาดที่ 2 (ตารางที่ 4.16) ด้วยวิธี Bradley-Terry-Luce (BTL) เพื่อพิจารณาว่าส่วนแบ่งตลาดในแต่ละส่วนตลาดจะออกมาในลักษณะใด ดังนี้

ส่วนตลาดที่ 1 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นที่จะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตลาดสมมติ ซึ่งตลาดสมมติดำเนินการอยู่ที่ย่อยละ 26 (ตารางที่ 4.17) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 120 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของแหล่งขาย และเป็นส่วนปีกบน รองลงมา คือ ตลาดจำลองที่ 1 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 22 (ตารางที่ 4.17) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า ไม่มีตราสินค้า และเป็นส่วนปีกบน ส่วนตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับที่ 3 คือ ตลาดจำลองที่ 3 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 21 (ตารางที่ 4.17) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของแหล่งขาย และเป็นส่วนปีกบน อันดับที่ 4 คือ ตลาดจำลองที่ 2 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 18 (ตารางที่ 4.17) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของแหล่งขาย และเป็นส่วนปีกกลาง และตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยที่สุด คือ ตลาดจำลองที่ 4 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 12 (ตารางที่ 4.17) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 100 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต และเป็นส่วนปีกบน จะสังเกตได้ว่าตลาดจำลองที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุดและเป็นผู้นำตลาดในส่วนตลาดที่ 1 คือ ตลาดสมมติ แต่ตลาดสมมติอาจไม่ใช่สินค้าที่ผู้ผลิตสามารถผลิตขึ้นมาได้ เพราะอาจไม่สอดคล้องกับต้นทุนที่ผลิตและอาจทำให้ไม่สามารถกำหนดราคาที่จะสามารถแข่งขันกับสินค้าในท้องตลาดได้ เนื่องจากสินค้าอาจมีต้นทุนการผลิตที่

สูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าที่ต้องปรับเพิ่มขึ้นตาม จนทำให้ผู้ผลิตไม่สามารถสร้างกำไรจากการผลิตสินค้าที่กล่าวมาได้

จากการศึกษาพบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบตลาดสมมติกับตลาดจำลองอื่นๆ ยังไม่สามารถที่จะทำการแยกหรือชี้ชัดว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีความชอบในระดับต่างๆของคุณลักษณะแบบใดมากที่สุด ซึ่งเพื่อให้เข้าใจถึงการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนปีกในส่วนตลาดที่ 1 อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการทดสอบเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆในตลาดสมมติ เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้ ทำให้ผู้ผลิตสามารถเลือกและตัดสินใจได้อย่างถูกต้องว่าควรผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบใดมากที่สุด ที่จะสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับต้นทุนการผลิตของผู้ผลิต ซึ่งผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.18 ทำให้ทราบว่า เมื่อเปลี่ยนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ในตลาดสมมติจากแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงเหลือเพียงร้อยละ 21 ซึ่งต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 1 และ 2 หรือตลาดสมมติมีส่วนแบ่งตลาดที่ผู้บริโภคจะนิยมเลือกซื้อลดลงไปอยู่อันดับที่ 3 แต่เมื่อทำการเปลี่ยนเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เองพบว่า ส่วนแบ่งตลาดมีค่าเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 26 (ตารางที่ 4.17) เป็นร้อยละ 27 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะนิยมบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง เนื่องจาก สามารถที่จะเลือกหีบสินค้าได้ด้วยตัวเอง ทำให้ได้สินค้าชิ้นที่สด สะอาด ตามความต้องการมากที่สุด แต่แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จผู้บริโภคไม่สามารถที่จะเลือกสินค้าได้ด้วยตนเอง และไม่สามารถซื้อในปริมาณหรือน้ำหนักตามที่ต้องการได้ เพราะสินค้าทำการบรรจุและระบุปริมาณหรือน้ำหนักไว้อย่างชัดเจนแล้ว ในส่วนของตราสินค้าได้ทำการเปลี่ยนจากตราสินค้าของแหล่งขายเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ทำให้ผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้มีความพึงพอใจลดลง ส่งผลต่อส่วนแบ่งตลาดปรับลดลงเหลือเพียงร้อยละ 22 ซึ่งต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 1 และ 2 หรือมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 3 ของส่วนตลาดนี้ และเมื่อทำการพิจารณาด้านราคาโดยทำการปรับราคาจาก 120 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 100 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 25 แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่เป็นผู้นำตลาดอยู่ ซึ่งจะเห็นได้ว่า การลดราคาไม่สามารถช่วยกระตุ้นส่วนแบ่งตลาดให้เพิ่มขึ้นกับส่วนตลาดนี้ได้ และบางครั้งการตั้งราคาที่สูงให้สอดคล้องกับตราสินค้า ที่มีสินค้าคุณภาพได้มาตรฐาน ผู้บริโภคจะมองเห็นว่าเป็นตราสินค้าที่ผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ เหมาะสมกับราคาที่จ่ายไป แต่เมื่อใดที่ปรับราคาลดลงอาจทำให้ผู้บริโภคไม่มั่นใจได้ ส่วนด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อทำการเปลี่ยนจากไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมาเป็นแบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร พบว่า มีส่วนแบ่งตลาดลดลงเหลือร้อยละ 26 ซึ่งผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้อาจไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลพลังงานและสารอาหารเท่าใดนัก และเมื่อเปลี่ยนคุณลักษณะด้าน

ตารางที่ 4.17 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากแบบจำลอง (BTL) ที่ทำการวิเคราะห์ตลาดสมมติกับตลาดจำลองของเนื้อไก่ส่วนปีก ในส่วนตลาดที่ 1

ตลาดจำลองที่	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนย่อยของปีก	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)
ตลาดสมมติ	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	120	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน	26.30%
1	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน	21.80%
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน	21.20%
2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกกลาง	18.30%
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	100	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกบน	12.40%
						รวม	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.18 ส่วนแบ่งตลาดส่วนปีก ในส่วนตลาดที่ 1 ที่ทำการปรับระดับคุณลักษณะในตลาดสมมติของการจำลองตลาด

ตลาดจำลองที่	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)					
	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	ตราสินค้าของผู้ผลิต	100 บาท/กก.	แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ
ตลาดสมมติ	20.60%	27.30%	22.20%	24.90%	25.80%	25.50%
1	23.50%	21.40%	23.00%	22.20%	22.00%	21.90%
3	22.90%	21.00%	22.50%	21.60%	21.20%	21.30%
2	19.80%	18.20%	19.70%	18.60%	18.50%	18.40%
4	13.20%	12.10%	12.70%	12.70%	12.50%	12.90%
รวม	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ



ป้ายประกันคุณภาพจากแบบที่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบที่ไม่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพ จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงเล็กน้อยเหลือร้อยละ 26 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุดในส่วนตลาดที่ 1 ของเนื้อไก่ส่วนปีก ควรจะมีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง และเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย ในราคาประมาณ 120 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนคุณลักษณะด้านอื่นๆ มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อยต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้

ส่วนตลาดที่ 2 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นที่จะทำการตัดสินใจซื้อสินค้ามากที่สุด คือ ตลาดสมมติ ซึ่งตลาดสมมติดำเนินการอยู่ที่ย่อยละ 29 (ตารางที่ 4.19) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต และเป็นส่วนปีกกลาง รองลงมา คือ ตลาดจำลองที่ 3 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 22 (ตารางที่ 4.19) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของแหล่งขาย และเป็นส่วนปีกบน ส่วนตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับที่ 3 คือ ตลาดจำลองที่ 4 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 22 (ตารางที่ 4.19) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 100 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต และเป็นส่วนปีกบน อันดับที่ 4 คือ ตลาดจำลองที่ 2 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 16 (ตารางที่ 4.19) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของแหล่งขาย และเป็นส่วนปีกกลาง และตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยที่สุด คือ ตลาดจำลองที่ 1 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 12 (ตารางที่ 4.19) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า ไม่มีตราสินค้า และเป็นส่วนปีกบน

จากการศึกษาพบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบตลาดสมมติกับตลาดจำลองอื่นๆ ยังไม่สามารถที่จะทำการแยกหรือชี้ชัดว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีความชอบในระดับต่างๆของคุณลักษณะแบบใดมากที่สุด ซึ่งเพื่อให้เข้าใจถึงการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนปีกในส่วนตลาดที่ 2 อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการทดสอบเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆในตลาดสมมติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.20 ทำให้ทราบว่า เมื่อเปลี่ยนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ในตลาดสมมติจากแบบ

บรรจุภัณฑ์ทำการห่อสำเร็จเป็นแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดมีค่าเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 29 (ตารางที่ 4.19) เป็นร้อยละ 30 ในส่วนของตราสินค้าได้ทำการเปลี่ยนจากตราสินค้าของผู้ผลิตเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย ทำให้ส่วนแบ่งตลาดมีค่าเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อยเป็นร้อยละ 30 ซึ่งเมื่อทำการเปรียบเทียบทั้งด้านบรรจุภัณฑ์และด้านตราสินค้าพร้อมๆกัน จะเห็นได้ว่าส่วนแบ่งตลาดยิ่งเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าเดิมเป็นร้อยละ 30 เนื่องจากผู้บริโภคนิยมเลือกสินค้าที่เป็นแบบใส่แพ็คหุ้มด้วยพลาสติกใสที่มีตราสินค้าของแหล่งขายซึ่งสอดคล้องกับตลาดจริงในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในปัจจุบัน และเมื่อทำการพิจารณาด้านราคาโดยทำการปรับราคาจาก 80 บาท ต่อกิโลกรัม เป็น 100 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเล็กน้อยเหลือร้อยละ 28 แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่เป็นผู้นำตลาดอยู่ ซึ่งจะเห็นได้ว่า การเพิ่มราคาขึ้นไม่ทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากนัก และยังช่วยในสามารถขายสินค้าในราคาที่สูงมากขึ้น ทำให้สร้างกำไรให้กับธุรกิจเพิ่มมากขึ้นตาม ส่วนด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อทำการเปลี่ยนจากมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมาเป็นแบบไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร พบว่า มีส่วนแบ่งตลาดลดลงเหลือร้อยละ 24 ซึ่งต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 3 หรือมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 2 ของส่วนตลาดนี้ โดยเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านป้ายประกันคุณภาพแล้วจะเห็นได้ว่า ด้านป้ายประกันคุณภาพเมื่อเปลี่ยนจากแบบที่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบที่ไม่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพ จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากกว่าเหลือเพียงร้อยละ 22 โดยต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 3 และ 4 หรือมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 3 ของส่วนตลาดนี้ ซึ่งกล่าวได้ว่าผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้ให้น้ำหนักความสำคัญกับการที่สินค้ามีป้ายประกันคุณภาพมากกว่ามีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เพราะปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพปราศจากสารพิษตกค้าง ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตลาดจำลองในส่วนตลาดที่ 2 ของเนื้อไก่ส่วนปีก ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์และเป็นตราสินค้ามีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าค่อนข้างน้อย ซึ่งถ้าจะทำการเปลี่ยนก็ควรที่จะเปลี่ยนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์และเป็นตราสินค้าควบคู่กันเลย แต่ในส่วนของข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และป้ายประกันคุณภาพนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรมีในการผลิตสินค้าให้กับส่วนตลาดนี้เป็นอย่างยิ่ง เพราะถ้าไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และไม่มีป้ายประกันคุณภาพ จะส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้

ตารางที่ 4.19 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากแบบจำลอง (BTL) ที่ทำการวิเคราะห์ตลาดสมมติกับตลาดจำลองของเนื้อไก่ส่วนปีก ในส่วนตลาดที่ 2

ตลาดจำลองที่	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนย่อยของปีก	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)
ตลาดสมมติ	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกกลาง	29.10%
3	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกบน	21.90%
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	100	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	ปีกบน	21.80%
2	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ปีกกลาง	15.60%
1	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	80	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	ปีกบน	11.60%
						รวม	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.20 ส่วนแบ่งตลาดส่วนปีก ในส่วนตลาดที่ 2 ที่ทำการปรับระดับคุณลักษณะในตลาดสมมติของการจำลองตลาด

ตลาดจำลองที่	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)					
	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	ตราสินค้าของแหล่งขาย	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสและตราสินค้าของแหล่งขาย	100 บาท/กก.	ไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ
ตลาดสมมติ	29.60%	29.80%	30.20%	28.20%	24.00%	21.50%
3	21.60%	21.50%	21.20%	22.20%	24.10%	23.70%
4	21.80%	21.90%	21.90%	22.10%	22.80%	25.10%
2	15.40%	15.30%	15.20%	15.80%	16.70%	17.10%
1	11.60%	11.50%	11.50%	11.80%	12.40%	12.60%
รวม	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ

#### 4.3.2 ผลการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนหน้าอก

จากการศึกษาที่ผ่านมาเนื้อไก่สดส่วนหน้าอกได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ส่วนตลาด ซึ่งจะทำการวิเคราะห์การจำลองตลาดโดยใช้ตลาดจำลองเฉพาะเนื้อไก่สดส่วนหน้าอกจำนวน 4 ตลาดจำลอง (ตารางที่ 4.15) นำมาเปรียบเทียบกับตลาดสมมติส่วนหน้าอกในส่วนตลาดที่ 1 และตลาดสมมติส่วนหน้าอกในส่วนตลาดที่ 2 (ตารางที่ 4.16) ด้วยวิธี Bradley-Terry-Luce (BTL) เพื่อพิจารณาว่าส่วนแบ่งตลาดในแต่ละส่วนตลาดจะออกมาในลักษณะใด ดังนี้

ส่วนตลาดที่ 1 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นที่จะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตลาดสมมติ ซึ่งตลาดสมมิตีมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 31 (ตารางที่ 4.21) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 110 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต รองลงมา คือ ตลาดจำลองที่ 1 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 23 (ตารางที่ 4.21) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 90 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย ส่วนตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับที่ 3 คือ ตลาดจำลองที่ 4 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 19 (ตารางที่ 4.21) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 130 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต อันดับที่ 4 คือ ตลาดจำลองที่ 3 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 16 (ตารางที่ 4.21) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 90 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต และตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยที่สุด คือ ตลาดจำลองที่ 2 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 11 (ตารางที่ 4.21) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 110 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และไม่มีตราสินค้า

จากการศึกษาพบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบตลาดสมมติกับตลาดจำลองอื่นๆ ยังไม่สามารถที่จะทำการแยกหรือชี้ชัดว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีความชอบในระดับต่างๆของคุณลักษณะแบบใดมากที่สุด ซึ่งเพื่อให้เข้าใจถึงการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนหน้าอกในส่วนตลาดที่ 1 อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการทดสอบเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆในตลาดสมมติ เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้ ทำให้ผู้ผลิตสามารถ

เลือกและตัดสินใจได้อย่างถูกต้องว่าควรผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบใดมากที่สุด ที่จะสอดคล้องตามความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับต้นทุนการผลิตของผู้ผลิต ซึ่งผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.22 ทำให้ทราบว่า เมื่อเปลี่ยนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ในตลาดสมมติจากแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงเล็กน้อยเหลือร้อยละ 30 ซึ่งผู้บริโภคในกลุ่มนี้ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์มากนัก จะเห็นได้จากการที่เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นแบบต่างๆแล้ว แต่ไม่มีผลทำให้ค่าส่วนแบ่งตลาดเปลี่ยนไปมากนัก ในส่วนของตราสินค้าได้ทำการเปลี่ยนจากตราสินค้าของผู้ผลิตเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย ทำให้ผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้มีความพึงพอใจลดลง ส่งผลต่อส่วนแบ่งตลาดปรับลดลงเล็กน้อยเหลือเพียงร้อยละ 29 ซึ่งเมื่อทำการเปลี่ยนตราสินค้าเป็นแบบต่างๆแล้วก็ไม่มีผลต่อค่าส่วนแบ่งตลาดเช่นกัน และเมื่อทำการพิจารณาด้านราคาโดยทำการปรับราคาจาก 110 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 130 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเล็กน้อยเหลือเพียงร้อยละ 29 แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่เป็นผู้นำตลาดอยู่ ซึ่งจะเห็นได้ว่า การเพิ่มราคาในกลุ่มนี้ไม่ทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากนัก แต่สามารถทำให้ธุรกิจสร้างกำไรได้เพิ่มมากขึ้น ส่วนด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อทำการเปลี่ยนจากแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมาเป็นแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร พบว่า ส่วนแบ่งตลาดลดลงค่อนข้างมากเหลือเพียงร้อยละ 24 ซึ่งต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 1 หรือตลาดสมมติมีส่วนแบ่งตลาดที่ผู้บริโภคจะนิยมเลือกซื้อลดลงไปอยู่อันดับที่ 2 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้จะให้ความสำคัญกับข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และเมื่อเปลี่ยนคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพจากแบบที่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบที่ไม่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพ ก็จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากเหลือเพียงร้อยละ 25 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุดในส่วนตลาดที่ 1 ของเนื้อไก่ส่วนหน้าอก ควรจะมีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส หรือบรรจุภัณฑ์รูปแบบอื่นๆก็ได้ เช่นเดียวกับตราสินค้าที่ผู้บริโภคไม่ค่อยให้ความสำคัญมากนัก ในส่วนของราคาร้าน ผู้ผลิตสามารถที่จะเพิ่มราคาขึ้นเป็นประมาณ 130 บาทต่อกิโลกรัมได้ ในส่วนของข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และป้ายประกันคุณภาพนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ควรมีในการผลิตสินค้าให้กับส่วนตลาดนี้เป็นอย่างยิ่ง เพราะถ้าไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และไม่มีป้ายประกันคุณภาพ จะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้

ตารางที่ 4.21 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากแบบจำลอง (BTL) ที่ทำการวิเคราะห์ตลาดสมมติกับตลาดจำลองของเนื้อไก่ส่วนหน้าอก ในส่วนตลาดที่ 1

ตลาดจำลองที่	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)
ตลาดสมมติ	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	110	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	30.50%
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	23.20%
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	130	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	19.30%
3	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	16.40%
2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	110	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	10.50%
					รวม	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.22 ส่วนแบ่งตลาดส่วนหน้าอก ในส่วนตลาดที่ 1 ที่ทำการปรับระดับคุณลักษณะในตลาดสมมติของการจำลองตลาด

ตลาดจำลองที่	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)				
	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	ตราสินค้าของแหล่งขาย	130 บาท/กก.	ไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ
ตลาดสมมติ	29.80%	29.10%	29.10%	23.80%	24.70%
1	23.50%	23.30%	23.70%	26.10%	24.80%
4	19.50%	19.90%	19.60%	20.90%	21.40%
3	16.60%	17.00%	16.90%	17.80%	17.70%
2	10.60%	10.70%	10.70%	11.50%	11.30%
รวม	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ

ส่วนตลาดที่ 2 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นที่จะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตลาดสมมติ ซึ่งตลาดสมมติดำเนินการอยู่ที่ย่อยละ 31 (ตารางที่ 4.23) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 130 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของแหล่งขาย รองลงมา คือ ตลาดจำลองที่ 4 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 20 (ตารางที่ 4.23) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 130 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ส่วนตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับที่ 3 คือ ตลาดจำลองที่ 2 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 18 (ตารางที่ 4.23) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 110 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และไม่มีตราสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต อันดับที่ 4 คือ ตลาดจำลองที่ 3 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 16 (ตารางที่ 4.23) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 90 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยที่สุด คือ ตลาดจำลองที่ 1 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 16 (ตารางที่ 4.23) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 90 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย

จากการศึกษาพบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบตลาดสมมติกับตลาดจำลองอื่นๆ ยังไม่สามารถที่จะทำการแยกหรือชี้ชัดว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีความชอบในระดับต่างๆของคุณลักษณะแบบใดมากที่สุด ซึ่งเพื่อให้เข้าใจถึงการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนหน้าอกในส่วนตลาดที่ 2 อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการทดสอบเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆในตลาดสมมติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.24 ทำให้ทราบว่า เมื่อเปลี่ยนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ในตลาดสมมติจากแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองเป็นแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงค่อนข้างมากเหลือเพียงร้อยละ 24 โดยยังคงเป็นผู้นำตลาดอยู่ แต่ส่วนแบ่งตลาดจะมีค่าที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าสินค้าที่ทำการห่อสำเร็จนั้นไม่เป็นที่ชื่นชอบของตลาดกลุ่มนี้ โดยตลาดกลุ่มนี้ต้องการที่จะเลือกสินค้าเองเป็นหลัก ทำให้ได้สินค้าชิ้นที่สด สะอาด ตามความต้องการมากที่สุด ในส่วนของตราสินค้าได้ทำการเปลี่ยนจากตราสินค้าของแหล่งขายเป็นไม่มีตราสินค้า ผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้มีความพึงพอใจลดลงไม่มากนัก ทำให้ส่วนแบ่งตลาดปรับลดลงเหลือร้อยละ 28 และเมื่อทำการพิจารณาด้านราคาโดยทำการปรับราคาจาก 130 บาทต่อกิโลกรัม

ตารางที่ 4.23 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากแบบจำลอง (BTL) ที่ทำการวิเคราะห์ตลาดสมมติกับตลาดจำลองของเนื้อไก่ส่วนหน้าอก ในส่วนตลาดที่ 2

ตลาดจำลองที่	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)
ตลาดสมมติ	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	130	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	30.50%
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	130	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	20.20%
2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	110	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	17.70%
3	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	90	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	16.10%
1	ใส่แพ็คเกจแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	90	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	15.50%
<b>รวม</b>						<b>100.00 %</b>

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.24 ส่วนแบ่งตลาดส่วนหน้าอก ในส่วนตลาดที่ 2 ที่ทำการปรับระดับคุณลักษณะในตลาดสมมติของการจำลองตลาด

ตลาดจำลองที่	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)				
	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	ไม่มีตราสินค้า	110 บาท/กก.	ไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ
ตลาดสมมติ	23.90%	27.50%	27.0%	29.50%	28.60%
4	21.40%	20.90%	21.6%	20.50%	20.90%
2	19.40%	18.40%	16.6%	18.00%	18.10%
3	18.20%	16.80%	18.6%	16.30%	16.30%
1	17.10%	16.40%	16.2%	15.70%	16.00%
<b>รวม</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>

ที่มา : การคำนวณ



เป็น 110 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเหลือร้อยละ 27 จะเห็นได้ว่า ผู้บริโภค ไม่ได้ให้ความสำคัญในด้านราคามากนัก ซึ่งการลดราคาไม่สามารถทำให้ส่วนแบ่งตลาดให้เพิ่มขึ้นกับส่วนตลาดนี้ได้ และบางครั้งการตั้งราคาที่สูงให้สอดคล้องกับตราสินค้า ที่มีสินค้าคุณภาพ ได้มาตรฐาน ผู้บริโภคจะมองเห็นว่าเป็นตราสินค้าที่ผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ เหมาะสมกับราคาที่จ่ายไป แต่เมื่อใดที่ปรับราคาลดลงอาจทำให้ผู้บริโภคไม่มั่นใจได้ ต่อมาได้ทำการทดสอบโดยการเปลี่ยนแปลงด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อทำการเปลี่ยนจากไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมาเป็นแบบแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร พบว่า ส่วนแบ่งตลาดลดลงค่อนข้างน้อยเหลือร้อยละ 30 โดยยังเป็นผู้นำตลาดอยู่ ซึ่งผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้อาจไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลพลังงานและสารอาหารเท่าใดนัก และเมื่อเปลี่ยนคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพจากแบบที่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบที่ไม่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพ ก็ทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงเล็กน้อยเช่นกัน เหลือร้อยละ 29 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุดในส่วนตลาดที่ 1 ของเนื้อไก่ส่วนหน้าอก ควรจะมีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง โดยผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้จะให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านตราสินค้าค่อนข้างน้อย ในราคาประมาณ 130 บาทต่อกิโลกรัม โดยไม่นิยมสินค้าที่มีราคาต่ำมากนัก ส่วนคุณลักษณะด้านอื่นๆ มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อยต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้

#### 4.3.3 ผลการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนสะโพก

จากการศึกษาที่ผ่านมาเนื้อไก่สดส่วนสะโพกได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ส่วนตลาด ซึ่งจะทำการศึกษาวิเคราะห์การจำลองตลาดโดยใช้ตลาดจำลองเฉพาะเนื้อไก่สดส่วนสะโพกจำนวน 4 ตลาดจำลอง (ตารางที่ 4.15) นำมาเปรียบเทียบกับตลาดสมมติส่วนสะโพกในส่วนตลาดที่ 1 และตลาดสมมติส่วนสะโพกในส่วนตลาดที่ 2 (ตารางที่ 4.16) ด้วยวิธี Bradley-Terry-Luce (BTL) เพื่อพิจารณาว่าส่วนแบ่งตลาดในแต่ละส่วนตลาดจะออกมาในลักษณะใด ดังนี้

ส่วนตลาดที่ 1 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นที่จะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตลาดสมมติ ซึ่งตลาดสมมติมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 30 (ตารางที่ 4.25) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 75 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต รองลงมา คือ ตลาดจำลองที่ 1 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 23 (ตารางที่ 4.25) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส

ราคาเฉลี่ยประมาณ 65 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย ส่วนตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับที่ 3 คือ ตลาดจำลองที่ 4 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 20 (ตารางที่ 4.25) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 85 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต อันดับที่ 4 คือ ตลาดจำลองที่ 3 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 16 (ตารางที่ 4.25) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 65 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต และตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยที่สุด คือ ตลาดจำลองที่ 2 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 12 (ตารางที่ 4.25) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 75 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และไม่มีตราสินค้า

จากการศึกษาพบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบตลาดสมมติกับตลาดจำลองอื่นๆ ยังไม่สามารถที่จะทำการแยกหรือชี้ชัดว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีความชอบในระดับต่างๆของคุณลักษณะแบบใดมากที่สุด ซึ่งเพื่อให้เข้าใจถึงการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนสะโพกในส่วนตลาดที่ 1 อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการทดสอบเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆในตลาดสมมติ เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้ ทำให้ผู้ผลิตสามารถเลือกและตัดสินใจได้อย่างถูกต้องว่าควรผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบใดมากที่สุด ที่จะสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับต้นทุนการผลิตของผู้ผลิต ซึ่งผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.26 ทำให้ทราบว่า เมื่อเปลี่ยนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ในตลาดสมมติจากแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดมีค่าเพิ่มสูงขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 30 (ตารางที่ 4.25) เป็นร้อยละ 30 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้จะนิยมบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองมากกว่า เนื่องจากสามารถที่จะเลือกหยิบสินค้าได้ด้วยตัวเอง ทำให้ได้สินค้าชิ้นที่สด สะอาด ตามความต้องการมากที่สุด แต่บรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ผู้บริโภคก็มีความชอบที่ไม่แตกต่างกัน และเมื่อทำการพิจารณาด้านราคาโดยทำการปรับราคาจาก 75 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 85 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเล็กน้อยเหลือร้อยละ 29 แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่เป็นผู้นำตลาดอยู่ ซึ่งจะเห็นได้ว่า การเพิ่มราคาในกลุ่มนี้ไม่ทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากนัก แต่สามารถทำให้ธุรกิจสร้างกำไรได้เพิ่มมากขึ้น ต่อมาได้ทดสอบโดยทำการเปลี่ยนแปลงตลาดสมมติให้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองและราคาเป็น 85 บาทต่อกิโลกรัม พร้อมๆกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่า เมื่อทำการ

ตารางที่ 4.25 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากแบบจำลอง (BTL) ที่ทำการวิเคราะห์ตลาดสมมติกับตลาดจำลองของเนื้อไก่ส่วนสะโพก ในส่วนตลาดที่ 1

ตลาดจำลองที่	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)
ตลาดสมมติ	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	30.00%
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	22.60%
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	85	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	19.50%
3	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	16.20%
2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	75	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	11.70%
					รวม	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.26 ส่วนแบ่งตลาดส่วนสะโพก ในส่วนตลาดที่ 1 ที่ทำการปรับระดับคุณลักษณะในตลาดสมมติของการจำลองตลาด

ตลาดจำลองที่	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)					
	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	85 บาท/กก.	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เองและราคา 85 บาท/กก.	ไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้าของแหล่งขาย
ตลาดสมมติ	30.20%	29.00%	29.30%	23.60%	24.20%	29.00%
1	22.80%	23.00%	23.30%	25.40%	24.20%	22.60%
4	19.70%	19.60%	19.70%	20.90%	21.60%	20.00%
3	15.90%	16.60%	16.30%	17.50%	17.50%	16.60%
2	11.30%	11.80%	11.40%	12.60%	12.50%	11.70%
รวม	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ

เปลี่ยนระดับคุณลักษณะที่กล่าวมาพร้อมกัน ค่าส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเล็กน้อยห่างจากตลาดสมมติ ไม่มากนัก เพราะผู้บริโภคขึ้นชอบบรรจุภัณฑ์ทั้งสองแบบที่ใกล้เคียงกัน แต่ราคาที่ปรับเพิ่มขึ้นจะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงเล็กน้อย ซึ่งจะดีกว่าการที่เพิ่มแต่เพียงราคาขึ้นเพียงอย่างเดียว ส่วนด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อทำการเปลี่ยนจากแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมาเป็นแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร พบว่า ส่วนแบ่งตลาดลดลงค่อนข้างมากเหลือเพียงร้อยละ 24 ซึ่งต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 1 หรือตลาดสมมติมีส่วนแบ่งตลาดที่ผู้บริโภคจะนิยมเลือกซื้อลดลงไปอยู่อันดับที่ 2 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้จะให้ความสำคัญกับข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และเมื่อเปลี่ยนคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพจากแบบที่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบที่ไม่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพ ก็จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากเหลือเพียงร้อยละ 24 ซึ่งจะเท่ากับตลาดจำลองที่ 1 พอดี ในส่วนของตราสินค้าได้ทำการเปลี่ยนจากตราสินค้าของผู้ผลิตเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย ทำให้ผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้มีความพึงพอใจลดลงเล็กน้อยเหลือร้อยละ 29 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุดในส่วนตลาดที่ 1 ของเนื้อไก่ส่วนสะโพก ควรจะมีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เองหรือแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสก็ได้ ตามความเหมาะสมในด้านการผลิตของผู้บริโภค เพราะไม่ทำให้ผู้บริโภคทำการเปลี่ยนไปซื้อสินค้าชนิดอื่น และควรเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ในด้านราคาอาจทำการเพิ่มราคาขึ้นได้จากที่เป็น 75 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 85 บาทต่อกิโลกรัมได้ เพื่อสร้างกำไรให้กับธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ส่วนคุณลักษณะด้านตราสินค้ามีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อยต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้ โดยในส่วนของข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และป้ายประกันคุณภาพนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรมีในการผลิตสินค้าให้กับส่วนตลาดนี้เป็นอย่างยิ่ง เพราะถ้าไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และไม่มีป้ายประกันคุณภาพ จะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้

ส่วนตลาดที่ 2 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นที่จะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตลาดสมมติ ซึ่งตลาดสมมติมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 30 (ตารางที่ 4.27) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 75 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต รองลงมา คือ ตลาดจำลองที่ 1 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 23 (ตารางที่ 4.27) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 65 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย ส่วนตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับที่ 3 คือ ตลาดจำลองที่ 4 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 20 (ตารางที่ 4.27) เป็นชุด

คุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 85 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต อันดับที่ 4 คือ ตลาดจำลองที่ 3 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 19 (ตารางที่ 4.27) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 65 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต และตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยที่สุด คือ ตลาดจำลองที่ 2 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 8 (ตารางที่ 4.27) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 75 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และไม่มีตราสินค้า

จากการศึกษาพบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบตลาดสมมติกับตลาดจำลองอื่นๆ ยังไม่สามารถที่จะทำการแยกหรือชี้ชัดว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีความชอบในระดับต่างๆของคุณลักษณะแบบใดมากที่สุด ซึ่งเพื่อให้เข้าใจถึงการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนสะโพกในส่วนตลาดที่ 2 อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการทดสอบเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆในตลาดสมมติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.28 ทำให้ทราบว่า เมื่อเปลี่ยนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ในตลาดสมมติจากแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดมีค่าลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 30 (ตารางที่ 4.27) เป็นร้อยละ 29 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้นิยมบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสมากกว่า เนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มนี้มองว่าสะดวกต่อการซื้อ และไม่ต้องเสียเวลาในการหยิบเอง โดยเมื่อทำการพิจารณาด้านราคาโดยทำการปรับราคาจาก 75 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 85 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเล็กน้อยเหลือร้อยละ 28 แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่เป็นผู้นำตลาดอยู่ ซึ่งจะเห็นได้ว่า การเพิ่มราคาในกลุ่มนี้ไม่ทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากนัก แต่สามารถทำให้ธุรกิจสร้างกำไรได้เพิ่มมากขึ้น ต่อมาได้ทดสอบโดยทำการเปลี่ยนแปลงด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อทำการเปลี่ยนจากแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมาเป็นแบบไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร พบว่า ส่วนแบ่งตลาดลดลงค่อนข้างมากเหลือเพียงร้อยละ 24 ซึ่งต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 1 หรือตลาดสมมติที่มีส่วนแบ่งตลาดที่ผู้บริโภคจะนิยมเลือกซื้อลดลงไปอยู่อันดับที่ 2 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้จะให้ความสำคัญกับข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และเมื่อเปลี่ยนคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพจากแบบที่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบที่ไม่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพ ก็จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงมากเหลือเพียงร้อยละ 26 ในส่วนของตราสินค้าได้ทำการเปลี่ยนจากตราสินค้าของผู้ผลิตเป็นไม่มีตราสินค้า ทำให้ผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้มีความพึงพอใจลดลงค่อนข้างมากเหลือเพียงร้อยละ 22 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคในกลุ่มนี้ใส่ใจกับแหล่งที่มาของสินค้ามาก ทำให้

สินค้าที่ไม่มีตราสินค้าหรือไม่มีแหล่งที่มาไม่สามารถที่จะเป็นผู้นำในส่วนตลาดนี้ได้ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุดในส่วนตลาดที่ 2 ของเนื้อไก่ส่วนสะโพก ควรจะมีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติก ในด้านราคาอาจทำการเพิ่มราคาขึ้นได้จากที่เป็น 75 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 85 บาทต่อกิโลกรัมได้ เพื่อสร้างกำไรให้กับธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ส่วนคุณลักษณะด้านตราสินค้า ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และป้ายประกันคุณภาพนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ควรมีในการผลิตสินค้าให้กับส่วนตลาดนี้เป็นอย่างยิ่ง โดยผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้จะให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัยสูง เพราะถ้าไม่มีตราสินค้า ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร และไม่มีป้ายประกันคุณภาพ จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้

ตารางที่ 4.27 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากแบบจำลอง (BTL) ที่ทำการวิเคราะห์ตลาดสมมติกับตลาดจำลองของเนื้อไก่ส่วนสะโพก ในส่วนตลาดที่ 2

ตลาดจำลองที่	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)
ตลาดสมมติ	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	75	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	29.90%
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	65	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	23.30%
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	85	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	19.80%
3	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	65	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	19.10%
2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	75	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	7.90%
<b>รวม</b>						<b>100.00 %</b>

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.28 ส่วนแบ่งตลาดส่วนสะโพก ในส่วนตลาดที่ 2 ที่ทำการปรับระดับคุณลักษณะในตลาดสมมติของการจำลองตลาด

ตลาดจำลองที่	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)				
	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	85 บาท/กก.	ไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ	ไม่มีตราสินค้า
ตลาดสมมติ	28.70%	28.30%	24.40%	26.40%	22.40%
1	24.20%	24.00%	25.30%	24.40%	25.60%
4	20.00%	20.10%	21.40%	21.10%	21.90%
3	19.20%	19.60%	20.40%	19.90%	21.40%
2	7.80%	8.10%	8.40%	8.20%	8.80%
<b>รวม</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>

ที่มา : การคำนวณ

#### 4.3.4 ผลการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนน้อง

จากการศึกษาที่ผ่านมาเนื้อไก่สดส่วนน้องได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ส่วนตลาด ซึ่งจะทำการศึกษาวิเคราะห์การจำลองตลาดโดยใช้ตลาดจำลองเฉพาะเนื้อไก่สดส่วนน้องจำนวน 4 ตลาดจำลอง (ตารางที่ 4.15) นำมาเปรียบเทียบกับตลาดสมมติส่วนน้องในส่วนตลาดที่ 1 และตลาดสมมติส่วนน้องในส่วนตลาดที่ 2 (ตารางที่ 4.16) ด้วยวิธี Bradley-Terry-Luce (BTL) เพื่อพิจารณาว่าส่วนแบ่งตลาดในแต่ละส่วนตลาดจะออกมาในลักษณะใด ดังนี้

ส่วนตลาดที่ 1 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นที่จะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตลาดสมมติ ซึ่งตลาดสมมติมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 31 (ตารางที่ 4.29) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 60 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า เป็นตราสินค้าของผู้ผลิต รองลงมา คือ ตลาดจำลองที่ 4 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 23 (ตารางที่ 4.29) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต ส่วนตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากเป็นอันดับที่ 3 คือ ตลาดจำลองที่ 1 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 19 (ตารางที่ 4.29) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของแหล่งขาย อันดับที่ 4 คือ ตลาดจำลองที่ 3 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 15 (ตารางที่ 4.29) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 60 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต และตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยที่สุด คือ ตลาดจำลองที่ 2 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 11 (ตารางที่ 4.29) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 70 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และไม่มีตราสินค้า

จากการศึกษาพบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบตลาดสมมติกับตลาดจำลองอื่นๆ ยังไม่สามารถที่จะทำการแยกหรือชี้ชัดว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีความชอบในระดับต่างๆของคุณลักษณะแบบใดมากที่สุด ซึ่งเพื่อให้เข้าใจถึงการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนน้องในส่วนตลาดที่ 1 อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการทดสอบเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆในตลาดสมมติ เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้ ทำให้ผู้ผลิตสามารถ



เลือกและตัดสินใจได้อย่างถูกต้องว่าควรผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบใดมากที่สุด ที่จะสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับต้นทุนการผลิตของผู้ผลิต ซึ่งผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.30 ทำให้ทราบว่า เมื่อเปลี่ยนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ในตลาดสมมติจากแบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใสเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากร้อยละ 31 (ตารางที่ 4.29) เป็นร้อยละ 32 เมื่อทำการพิจารณาด้านราคาโดยทำการปรับราคาจาก 60 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 80 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเล็กน้อยเหลือร้อยละ 31 และยังคงอยู่ในระดับที่เป็นผู้นำตลาดอยู่ ซึ่งจะเห็นได้ว่า การเพิ่มราคาขึ้นทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงน้อยมาก และยังช่วยให้สามารถขายสินค้าในราคาที่สูงมากขึ้น ทำให้สร้างกำไรให้กับธุรกิจเพิ่มมากขึ้นตาม ต่อมาได้ทดสอบโดยทำการเปลี่ยนแปลงตลาดสมมติให้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เองและราคาเป็น 80 บาทต่อกิโลกรัม พร้อมๆกัน จะเห็นได้ว่า ค่าส่วนแบ่งตลาดมีค่าเพิ่มสูงขึ้นยิ่งกว่าตลาดสมมติอีกด้วย ซึ่งผู้บริโภคในกลุ่มนี้ไม่คำนึงเรื่องราคามากนัก ซึ่งเมื่อเพิ่มราคาแต่ได้บรรจุภัณฑ์เป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าได้ดียิ่งขึ้น โดยเมื่อพิจารณาด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร จะเห็นได้ว่า เมื่อเปลี่ยนจากแบบที่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารเป็นแบบที่ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงไม่มากนักเหลือร้อยละ 27 แต่เมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพจากแบบที่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบที่ไม่มีการแสดงป้ายประกันคุณภาพ จะเห็นได้ว่าส่วนแบ่งตลาดลดลงมากเหลือเพียงร้อยละ 23 ซึ่งกล่าวได้ว่าผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้ให้น้ำหนักความสำคัญกับการที่สินค้ามีป้ายประกันคุณภาพมากกว่ามีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เพราะปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารที่มีคุณภาพปราศจากสารพิษตกค้าง โดยการมีป้ายประกันคุณภาพก็จะเป็นเครื่องหมายการันตีให้กับผู้บริโภคว่าได้ซื้อหรือบริโภคอาหารที่มีความปลอดภัย และในส่วนของตราสินค้าได้ทำการเปลี่ยนจากตราสินค้าของผู้ผลิตเป็นไม่มีตราสินค้า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเล็กน้อยเหลือร้อยละ 28 แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่เป็นผู้นำตลาดอยู่ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตลาดจำลองในส่วนตลาดที่ 1 ของเนื้อไก่ส่วนน้อง ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์และราคามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าค่อนข้างน้อย แต่ผู้ผลิตสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดและสร้างกำไรเพิ่มขึ้นได้พร้อมๆกัน โดยทำการปรับบรรจุภัณฑ์และราคาตามที่ได้กล่าวมา ในส่วนของป้ายประกันคุณภาพนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ควรมีในการผลิตสินค้าให้กับส่วนตลาดนี้เป็นอย่างยิ่ง เพราะถ้าไม่มี จะส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้ ส่วนคุณลักษณะด้านอื่นๆ มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อยต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้

ตารางที่ 4.29 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากแบบจำลอง (BTL) ที่ทำการวิเคราะห์ตลาดสมมติกับตลาดจำลองของเนื้อไก่ส่วนน่อง ในส่วนตลาดที่ 1

ตลาดจำลองที่	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)
ตลาดสมมติ	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	31.40%
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	22.90%
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	19.30%
3	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	15.30%
2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	70	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	11.20%
					รวม	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.30 ส่วนแบ่งตลาดส่วนน่อง ในส่วนตลาดที่ 1 ที่ทำการปรับระดับคุณลักษณะในตลาดสมมติของการจำลองตลาด

ตลาดจำลองที่	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)					
	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	80 บาท/กก.	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง และ 80 บาท/กก.	ไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ไม่มีป้ายประกันคุณภาพ	ไม่มีตราสินค้า
ตลาดสมมติ	31.80%	31.30%	31.70%	27.10%	22.50%	28.30%
4	22.90%	22.90%	22.90%	24.10%	26.40%	24.10%
1	19.50%	19.30%	19.70%	20.90%	21.60%	20.10%
3	15.00%	15.30%	15.00%	16.10%	17.10%	16.10%
2	10.70%	11.10%	10.70%	11.70%	12.40%	11.40%
รวม	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %	100.00 %

ที่มา : การคำนวณ

ส่วนตลาดที่ 2 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากการวิเคราะห์ พบว่า ตลาดจำลองที่ผู้บริโภคมีความน่าจะเป็นที่จะทำการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ตลาดสมมติ ซึ่งตลาดสมมติดำเนินการอยู่ที่ย่อยละ 30 (ตารางที่ 4.31) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 60 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต รองลงมา คือ ตลาดจำลองที่ 1 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 25 (ตารางที่ 4.31) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส ราคาเฉลี่ยประมาณ 60 บาทต่อกิโลกรัม มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต รองลงมา คือ ตลาดจำลองที่ 3 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 21 (ตารางที่ 4.31) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 60 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต อันดับที่ 4 คือ ตลาดจำลองที่ 4 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 15 (ตารางที่ 4.31) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ ราคาเฉลี่ยประมาณ 80 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และเป็นตราสินค้าของผู้ผลิต และตลาดจำลองที่มีส่วนแบ่งตลาดน้อยที่สุด คือ ตลาดจำลองที่ 2 มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ย่อยละ 9 (ตารางที่ 4.31) เป็นชุดคุณลักษณะที่มีบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง ราคาเฉลี่ยประมาณ 70 บาทต่อกิโลกรัม ไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ไม่มีป้ายประกันคุณภาพสินค้า และไม่มีตราสินค้า

จากการศึกษาพบว่าเมื่อทำการเปรียบเทียบตลาดสมมติกับตลาดจำลองอื่นๆ ยังไม่สามารถที่จะทำการแยกหรือชี้ชัดว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้มีความชอบในระดับต่างๆของคุณลักษณะแบบใดมากที่สุด ซึ่งเพื่อให้เข้าใจถึงการจำลองตลาดเนื้อไก่สดส่วนน่องในส่วนตลาดที่ 2 อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงได้ทำการทดสอบเปลี่ยนระดับคุณลักษณะต่างๆในตลาดสมมติ ซึ่งผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.32 ทำให้ทราบว่า เมื่อเปลี่ยนปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ในตลาดสมมติจากแบบบรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จเป็นแบบถุงพลาสติกที่สามารถหยิบใส่ได้เอง จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดมีค่าลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 30 (ตารางที่ 4.31) เป็นร้อยละ 29 เมื่อทำการพิจารณาด้านราคาโดยทำการปรับราคาจาก 60 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 70 บาทต่อกิโลกรัม พบว่า ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 26 ซึ่งต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 1 หรือตลาดสมมติดำเนินการอยู่ที่ย่อยละ 30 ซึ่งผู้บริโภคจะนิยมเลือกซื้อลดลงไปอยู่อันดับที่ 2 และทำการเปลี่ยนราคาจาก 60 บาทต่อกิโลกรัม เป็น 80 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงข้างมากเหลือเพียงร้อยละ 20 ซึ่งต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 1 และ 3 หรือมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 3 ของส่วนตลาดนี้ ซึ่งจะเห็นได้ว่า การเพิ่มราคาขึ้นเป็น 70 บาทต่อ

กิโลกรัม ยังไม่ทำให้ค่าส่วนแบ่งตลาดห่างจากตลาดจำลองมากนัก แต่เมื่อทำการเปลี่ยนราคาเป็น 80 บาทต่อกิโลกรัม ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงมากและทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับตลาดได้เลย โดยเมื่อทำการเปลี่ยนคุณลักษณะด้านป้ายประกันคุณภาพจากแบบที่ไม่มีป้ายประกันคุณภาพเป็นแบบที่มีการป้ายประกันคุณภาพ ส่วนแบ่งตลาดมีค่าเพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 30 (ตารางที่ 4.32) เป็นร้อยละ 33 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคในกลุ่มนี้ก็ให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานเช่นกัน ดังนั้นจึงได้ทดสอบโดยการเปลี่ยนคุณลักษณะของตลาดสมมติเป็นแบบมีป้ายประกันคุณภาพ และราคาเป็น 70 บาทต่อกิโลกรัม พร้อมๆกัน ค่าส่วนแบ่งตลาดลดลงเล็กน้อยเหลือร้อยละ 29 ซึ่งจากการพิจารณาจะเห็นได้ว่า การปรับราคาเพิ่มขึ้นเพียงอย่างเดียว จะทำให้ไม่สามารถสร้างความได้เปรียบเหนือตลาดจำลองได้ จึงได้ทำการเพิ่มปัจจัยด้านป้ายประกันคุณภาพเข้ามาด้วย จึงจะทำให้ตลาดสมมติที่ทำการปรับเปลี่ยนมีศักยภาพเป็นผู้นำตลาด ส่วนด้านข้อมูลพลังงานและสารอาหาร เมื่อทำการเปลี่ยนจากมีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหารมาเป็นแบบไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร พบว่า มีส่วนแบ่งตลาดลดลงเหลือร้อยละ 25 ซึ่งต่ำกว่าตลาดจำลองที่ 1 หรือมีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับที่ 2 ของส่วนตลาดนี้ และในส่วนของตราสินค้าได้ทำการเปลี่ยนจากตราสินค้าของผู้ผลิตเป็นสินค้าของแหล่งขาย ส่วนแบ่งตลาดจะลดลงเหลือร้อยละ 26 แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่เป็นผู้นำตลาดอยู่ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตลาดจำลองในส่วนตลาดที่ 2 ของเนื้อไก่ส่วนน่อง ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาและด้านป้ายประกันคุณภาพเป็นอย่างมาก โดยจะมีความรู้สึกต่อราคาที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพราะเมื่อราคายังเพิ่มสูงขึ้นเมื่อใด ผู้บริโภคก็จะหันไปหาสินค้าตัวอื่นๆที่มีราคาไม่สูงได้ ซึ่งก็คือกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่นิยมซื้อสินค้าที่มีราคาถูกเป็นหลัก และถ้าสามารถเพิ่มป้ายประกันคุณภาพเข้ามาด้วย ก็จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งถ้าไม่มีการแสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร ก็จะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมากต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้เช่นกัน และในส่วนของตราสินค้าก็มีผลที่จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดลดลงจากเดิม ส่วนคุณลักษณะด้านอื่นๆ มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อยต่อผู้บริโภคในส่วนตลาดนี้

ตารางที่ 4.31 ส่วนแบ่งตลาดที่ได้จากแบบจำลอง (BTL) ที่ทำการวิเคราะห์ตลาดสมมติกับตลาดจำลองของเนื้อไก่ส่วนน้อง ในส่วนตลาดที่ 2

ตลาดจำลองที่	บรรจุภัณฑ์	ราคา (บาท/กก.)	ข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ป้ายประกันคุณภาพ	ตราสินค้า	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)
ตลาดสมมติ	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	30.40%
1	ใส่แพ็คแล้วหุ้มด้วยพลาสติกใส	60	แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของแหล่งขาย	24.50%
3	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	60	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	20.90%
4	บรรจุถุงที่ทำการห่อสำเร็จ	80	ไม่แสดง	มีป้าย	ตราสินค้าของผู้ผลิต	15.00%
2	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	70	ไม่แสดง	ไม่มีป้าย	ไม่มีตราสินค้า	9.20%
<b>รวม</b>						<b>100.00 %</b>

ที่มา : การคำนวณ

ตารางที่ 4.32 ส่วนแบ่งตลาดส่วนน้อง ในส่วนตลาดที่ 2 ที่ทำการปรับระดับคุณลักษณะในตลาดสมมติของการจำลองตลาด

ตลาดจำลองที่	ส่วนแบ่งตลาด (BTL)						
	ถุงพลาสติกที่สามารถหีบใส่ได้เอง	70 บาท/กก.	80 บาท/กก.	มีป้ายประกันคุณภาพ	มีป้ายประกันคุณภาพและ 70 บาท/กก.	ไม่แสดงข้อมูลพลังงานและสารอาหาร	ตราสินค้าของแหล่งขาย
ตลาดสมมติ	28.70%	25.60%	19.90%	33.30%	29.00%	25.00%	26.30%
1	25.40%	26.30%	28.30%	23.50%	25.10%	26.70%	25.80%
3	21.10%	22.40%	24.20%	20.00%	21.40%	22.40%	22.30%
4	15.50%	15.90%	17.00%	14.30%	15.10%	16.10%	16.00%
2	9.30%	9.90%	10.60%	8.80%	9.40%	9.80%	9.70%
<b>รวม</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>	<b>100.00 %</b>

ที่มา : การคำนวณ