

พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลเมืองพาน

Purchase decision making behavior of egg consumers in Muangphan municipality

รติกร ไชยองค์การ* สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์** สุนีย์ ยังสว่าง** อรรถพล หล้าสมบุญ**

Ratigon Chaiongkarn* Surajet Chaiphanphong** Suneey Yongsawang** Atthaphon Lasomboon**

นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*

อาจารย์ประจำ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก**

M.B.A. student, Pacific Institute of Management Science*

Lecturer, Pacific Institute Management Science**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองพาน จังหวัดเชียงราย และศึกษาความสัมพันธ์ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคคลที่มีชื่อตามข้อมูลจากสำนักงานทะเบียนอำเภอพาน จำนวน 364 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเพื่อนำไปบริโภคด้วยตนเองร้อยละ 97.3 ซื้อเมื่อไข่ไก่ในบ้านหมดแล้ว ร้อยละ 44.5 และซื้อด้วยตัวผู้บริโภคเองร้อยละ 77.2 ใช้ปัจจัยด้านคุณภาพในการเลือกซื้อร้อยละ 66.2 ชื่อเบอร์ 0-1 ร้อยละ 53.6 ชื่อราคาแผงละ 81-90 บาท ร้อยละ 41.2 และซื้อครั้งละ 11-30 ฟอง ร้อยละ 57.7 ซื้อตามความสะดวกโดยไม่คำนึงว่าเป็นที่ใดร้อยละ 42.9 และซื้อในช่วงเวลา 15.01 น. เป็นต้นไป ร้อยละ 60.7 สำหรับความสัมพันธ์ด้านพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน พบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนี้ 1) เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อในด้านเหตุผลของการซื้อด้านเวลา ด้านชนิดไข่ไก่และด้านราคา 2) อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อในด้านเหตุผลของการซื้อ 3) อาชีพสัมพันธ์

กับพฤติกรรมการซื้อทุกด้าน 4) ระดับการศึกษาสูงสุดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อในด้านเวลาและด้านชนิดที่ซื้อเป็นประจำ 5) รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อในด้านเวลาในการตัดสินใจซื้อและด้านเวลาที่ซื้อเป็นประจำ

คำสำคัญ : พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ผู้บริโภค

Abstract

The purposes of this study were to study the decision making behavior of egg consumers in Muangphan municipality and to study the relation between decision making behaviors and demographic characteristics. Samples of 364 cases were drawn from people who stay in Muangphan municipality on June 30, 2017 and questionnaire was the tool of studying. The results of study were as follows: the decision making behaviors found that consumers bought to cook in their home 97.3%, bought when there was no more egg 44.5% and when there were a few eggs 37.4%, decided by themselves 77.2%, used egg quality factor to make decision 66.2%, bought eggs No. 0-1 53.6%, bought 81-90 baht per 30 eggs package 41.2% and 91-100 baht each 25.8%, bought 11-30 eggs in each time 57.7%, bought in convenient place 42.9% and the same place 34.9%, bought in market 44.2% and in egg shop 31.6%, bought after 3 p.m. 60.7%. For the relation between decision making behaviors and demographic characteristics found that (1) gender was not relate to the cause of buying, and the time of decision making (2) age was not relate to the cause of buying (3) occupation was relate to every decision making behavior factors (4) education was not relate to the time of decision marking and the kind of eggs (5) revenue was not relate to time of decision making and the time of buying.

Keywords : decision making, egg consumption

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในอดีตการเลี้ยงไก่ไข่ในประเทศไทย มีการเลี้ยงตามบ้านเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อกินเนื้อกินไข่ พันธุ์ไก่ที่เลี้ยงจะเป็นไก่พันธุ์พื้นเมือง ซึ่งนับได้ว่าเป็นแหล่งโปรตีนที่สำคัญของคนในครัวเรือนการเลี้ยงไก่ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2467 หม่อมเจ้าสิทธิพร กฤษดากร ได้นำไก่พันธุ์เล็คฮอร์นมาเลี้ยงแบบทันสมัย เพื่อการค้าเป็นครั้งแรก แต่การเลี้ยงไก่ไม่พัฒนาเท่าที่ควร เนื่องจากในสมัยนั้นไม่มีวัคซีนและยาเพื่อป้องกันและรักษาโรคไก่ ในปี พ.ศ. 2484 หลวงสุวรรณวาจกกสิกิจ มหาวิทยาลัย

เกษตรศาสตร์ และเจ้าหน้าที่สัตวแพทย์ กรมปศุสัตว์ ได้ร่วมมือกันทดลองเลี้ยงพันธุ์ต่าง ๆ ที่แผนกสัตว์เล็ก บางเขน (สมาคมผู้เลี้ยงไก่ไข่แห่งประเทศไทย, 2560) ต่อมาในปี พ.ศ. 2492 ได้ส่งไก่พันธุ์เร็ดไอล์แลนด์แดง จากประเทศสหรัฐอเมริกา เข้ามาทดลองเลี้ยงและส่งเสริมให้ประชาชนเลี้ยงเป็นอาชีพ และในปี พ.ศ. 2489 เป็นปีที่มีการตื่นตัวในการเลี้ยงไก่อย่างมาก เนื่องจากจอมพล ป.พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการเลี้ยงไก่เป็นอย่างดีจริงจัง ในช่วงปี พ.ศ. 2494 - 2495 ได้มีการเลี้ยงไก่ลูกผสม

เพื่อให้ได้ไข่ตกและทนทานต่อสภาพดินฟ้าอากาศของเมืองไทย อีกทั้งกรมปศุสัตว์ได้ทำการศึกษา ทดสอบ และผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการเลี้ยงไก่ไข่ ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาการเลี้ยงไก่ไข่เริ่มเป็นที่ยอมรับของประชาชนมากขึ้น กลายเป็นอาชีพที่สำคัญของคนไทยในปัจจุบัน (สำนักงานปศุสัตว์เขต 9, 2555)

การผลิตไข่ไก่ในภาพรวมทั้งประเทศมีแม่ไก่ยืนกรง 55, 643, 971 ตัว ผลผลิตไข่ไก่ 45, 170, 492 ฟองต่อวัน สำหรับสำหรับการเลี้ยงไก่ไข่ในจังหวัดเชียงราย มีการเลี้ยงไก่ไข่ จำนวน 1.361 ล้านตัว มีจำนวนเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่จำนวน 198 ราย ปริมาณผลผลิตไข่ไก่ 1.08 ล้านฟองต่อวัน (สมาคมผู้เลี้ยงไก่ไข่แห่งประเทศไทย, 2560)

การเลี้ยงไก่ไข่ในปัจจุบัน แม้ว่าจะเป็นที่นิยมเลี้ยง แต่มีปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการเลี้ยงหลายประการ เช่น ต้นทุนการเลี้ยงไม่แน่นอน วัตถุดิบมีราคาเปลี่ยนแปลงขึ้นลงมาก อีกทั้งบางฤดูกาลยังขาดแคลนวัตถุดิบที่นำมาใช้เป็นอาหารไก่ไข่ด้วย นอกจากนั้นพันธุ์สัตว์ ยา และวัคซีน ก็มีการเปลี่ยนแปลงราคาบ่อยเช่นกัน ทำให้ต้นทุนเปลี่ยนแปลงขึ้นลงบ่อยครั้ง และตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา เกิดโรคไข้หวัดนกระบาดขึ้น ทำให้วิธีการเลี้ยงไก่ไข่ต้องเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เช่น การเปลี่ยนมาเลี้ยงไก่ไข่แบบโรงเรือนแบบปิด และต้องมีการปรับปรุงฟาร์ม เพื่อทำให้ป้องกันโรคต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับไข่ไก่ได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้เกษตรกรมีต้นทุนเพิ่มขึ้นเช่นกัน ทั้งนี้ ปัญหาด้านการเลี้ยงและโรคระบาดสัตว์ ได้มีการพัฒนาปรับปรุง เทคโนโลยีการเลี้ยงขึ้นมา ทำให้ปัญหาลดลง แต่ปัญหาที่ยังคงมีในอุตสาหกรรมไข่ไก่ ต่อเนื่องมาอย่างสม่ำเสมอ คือ ปัญหาด้านการตลาด(วรภรณ์ ไชยจันทร์, 2560) ในด้านการบริโภค มีการบริโภคไข่ไก่ต่อคนต่อฟองเพิ่มขึ้นทุกปี โดยปี 2556 มีอัตราการบริโภค 210 ฟองต่อคนต่อปี และเพิ่มขึ้น

ทุกปี จนถึงปี 2560 มีอัตราการบริโภค 270 ฟองต่อคนต่อปี(สมาคมผู้เลี้ยงไก่ไข่แห่งประเทศไทย, 2560)

เทศบาลตำบลเมืองพาน จังหวัดเชียงรายตั้งอยู่ห่างจากจังหวัดเชียงรายไปทางทิศใต้ประมาณ 45 กิโลเมตร ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2560 เทศบาลเมืองพานมีประชากรจำนวน 3,408 หลังคาเรือน จำนวนประชากรรวม 6,700 คน (ที่ว่าการอำเภอพาน : 2560) ในเขตเทศบาลเมืองพาน ไม่มีฟาร์มเลี้ยงไก่ไข่ตั้งอยู่ แต่มีร้านขายไข่ไก่ไม่ต่ำกว่า 30 ร้าน เนื่องจากมีตลาดและเป็นแหล่งชุมชน จึงมีร้านขายไข่ไก่ทั้งที่เป็นร้านขายปลีกและร้านขายส่ง และมีหลายลักษณะได้แก่ร้านขายของชำ แผงขายในตลาด ร้านสะดวกซื้อ และโมเดิร์นเทรด โดยบางร้านสามารถขายไข่ไก่ได้เป็นจำนวนมาก แต่บางร้านขายได้จำนวนน้อย นอกจากนั้นการจำหน่ายไข่ไก่อังมีปริมาณการจำหน่ายเปลี่ยนแปลงขึ้นลงมาก ไม่สม่ำเสมอ ทำให้ผู้จำหน่ายไม่สามารถคาดการณ์ได้ และสาเหตุนี้ส่งผลไปยังผู้เลี้ยงไก่ไข่อีกด้วย โดยบางครั้งไข่ขาดตลาด และบางครั้งไข่ล้นตลาด ทำให้เกิดความเสียหายแก่เกษตรกร

ผู้วิจัยเป็นนักศึกษาและผู้ประกอบการเลี้ยงไก่ไข่ จึงมีความสนใจ ซึ่งผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตลาดสนใจซื้อของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองพานจะก่อประโยชน์แก่ทั้งผู้จำหน่ายไข่ไก่และเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ไข่อย่างกว้างขวาง ทำให้มีรายได้ในการประกอบกิจการมากขึ้นและสม่ำเสมอ ทำให้เกิดความยั่งยืนแก่อาชีพในห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมไข่ไก่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตลาดตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลเมืองพาน จังหวัดเชียงราย

2) เพื่อศึกษาว่าคุณลักษณะผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคไข่ไก่

สมมติฐานการวิจัย

เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานของการวิจัย คือ คุณลักษณะผู้บริโภคได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคไข่ไก่ในด้านเหตุผลของการซื้อไข่ไก่ เวลาในการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ปัจจัยที่ใช้เลือกซื้อไข่ไก่มากที่สุด ชนิดไข่ไก่ที่ซื้อเป็นประจำ ราคาที่ซื้อปริมาณซื้อแต่ละครั้ง ลักษณะการเลือกสถานที่ซื้อ สถานที่ซื้อไข่ไก่เป็นประจำ เวลาที่ซื้อเป็นประจำ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยได้แก่ คุณลักษณะผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค ได้แก่ เหตุผลของการซื้อ เวลาในการตัดสินใจซื้อ ผู้ที่ตัดสินใจซื้อ ปัจจัยที่ใช้เลือกซื้อมากที่สุด ชนิดที่ซื้อเป็นประจำ ราคาที่ซื้อเป็นประจำ ปริมาณซื้อแต่ละครั้ง ลักษณะการเลือกสถานที่ซื้อ สถานที่ซื้อเป็นประจำ เวลาที่ซื้อเป็นประจำ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลเมืองพาน ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1) ข้อมูลคุณลักษณะของการซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองพาน ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

2) ข้อมูลพฤติกรรมของการซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองพาน ได้แก่ เหตุผลของการซื้อไข่ไก่ เวลาในการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ผู้ที่ตัดสินใจ

ซื้อไข่ไก่ ปัจจัยที่ใช้เลือกซื้อไข่ไก่มากที่สุด ชนิดไข่ไก่ที่ซื้อเป็นประจำ ราคาที่ซื้อ ปริมาณซื้อแต่ละครั้ง ลักษณะการเลือกสถานที่ซื้อ สถานที่ซื้อไข่ไก่เป็นประจำ และเวลาที่ซื้อเป็นประจำ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่พักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองพาน ในช่วงเดือนมิถุนายน 2560 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2560 จำนวน 6,700 คน(ที่ว่าการอำเภอพาน. 2560) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตาราง Krejcie และ Morgan ได้จำนวน 364 คน (ทองใบ สุดชาติ. 2551 : 140)

ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการศึกษารังนี้ ผู้ศึกษาใช้ระยะเวลาในการศึกษา เป็นเวลา 6 เดือน ตั้งแต่ เดือน มิถุนายน 2560 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภค ในเขตเทศบาลเมืองพาน ในครั้งนี้เพื่อ

1) ผู้จำหน่ายไข่ไก่ ในเขตเทศบาลเมืองพาน จังหวัดเชียงราย สามารถนำพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของลูกค้าไปทำแผนการตลาดได้

2) ผู้จำหน่ายไข่ไก่ ในเขตเทศบาลเมืองพาน จังหวัดเชียงราย สามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ในการแบ่งส่วนการตลาดของลูกค้าของตนได้

3) ผู้จำหน่ายไข่ไก่ในเขตเทศบาลเมืองพาน ได้สารสนเทศด้านการตลาดไข่ไก่ เพื่อเสนอต่อกระทรวงพาณิชย์ และหอการค้าจังหวัดเชียงราย เพื่อประโยชน์ในการค้าและพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าว

4) ผู้ประกอบการเลี้ยงไก่ไข่ ได้สารสนเทศนำไปใช้เป็นข้อเสนอเชิงนโยบายให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน คือกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากรายชื่อประชากรในเขตเทศบาลเมืองพาน แล้วกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie และ Morgan ได้จำนวน 364 คน (ทองใบสุดชาติ, 2551) แล้วจึงรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ผู้ศึกษาได้ดำเนินการจัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทุกฉบับแล้วนำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายของการศึกษาโดยใช้เครื่องมือโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และการทดสอบไคสแควร์

สรุปผลการวิจัย

1. ด้านประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิง ร้อยละ 67.6 มีอายุ 21 ปี ถึง 30 ปี ร้อยละ 43.4 และมีอายุ 31 ปี ถึง 40 ปี ร้อยละ 20.9 มีอาชีพ ข้าราชการ หรือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 14.3 ทำงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 40.1 ทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 14.8 มีการศึกษาในระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษา ร้อยละ 59.9 มีรายได้ต่อเดือน 0 บาท ถึง 10,000 บาท ร้อยละ 57.4

2. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภค พบว่า 1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่เพื่อนำไปบริโภคด้วยตนเอง ร้อยละ 97.32 2) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่เมื่อไข่ไก่ในบ้านหมดแล้ว ร้อยละ 44.5 และ ซื้อเมื่อไข่ไก่ในบ้านเกือบหมด ร้อยละ 37.42 3) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ด้วยตัวผู้บริโภคเอง ร้อยละ 77.22 4) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยด้านคุณภาพในการเลือกซื้อไข่ไก่ ร้อยละ 66.22

5) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ เบอร์ 0-1 ร้อยละ 53.62 6) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ในราคาแผงละ 81-90 บาท ร้อยละ 41.2 และราคาแผงละ 91-100 บาท ร้อยละ 25.82 7) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ครั้งละ 11-30 ฟอง ร้อยละ 57.72 8) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ตามความสะดวกโดยไม่คำนึงว่าเป็นที่ใด ร้อยละ 42.9 และซื้อที่เดิมทุกครั้ง ร้อยละ 34.92 9) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ที่แผงขายไข่ในตลาด ร้อยละ 44.2 และร้านขายไข่ ร้อยละ 31.62 และ 10) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ช่วงเวลา 15.01 น. เป็นต้นไป ร้อยละ 60.7

3. พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภคที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ผลการวิจัย พบว่า 1) เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภคในด้านผู้ที่ตัดสินใจซื้อไข่ไก่ด้านปริมาณในการซื้อแต่ละครั้งด้านลักษณะการเลือกสถานที่ซื้อด้านสถานที่ซื้อไข่ไก่เป็นประจำและด้านเวลาที่ซื้อไข่ไก่เป็นประจำ แต่ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่ไม่แตกต่างกัน ในด้านเหตุผลของการซื้อไข่ไก่ ด้านเวลาในการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ด้านปัจจัยที่ใช้เลือกซื้อไข่ไก่มากที่สุด ด้านชนิดไข่ไก่ที่ซื้อเป็นประจำและด้านราคาไข่ไก่ที่ซื้อเป็นประจำ 2) อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภค ในด้านเวลาในการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ด้านผู้ที่ตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ด้านปัจจัยที่ใช้เลือกซื้อไข่ไก่มากที่สุด ด้านชนิดไข่ไก่ที่ซื้อเป็นประจำ ด้านราคาไข่ไก่ที่ซื้อเป็นประจำ ด้านปริมาณในการซื้อแต่ละครั้ง ด้านลักษณะการเลือกสถานที่ซื้อ ด้านสถานที่ซื้อไข่ไก่เป็นประจำ และด้านเวลาที่ซื้อไข่ไก่เป็นประจำ แต่ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่ไม่แตกต่างกัน ในด้านเหตุผลของการซื้อไข่ไก่ 3) อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่ของผู้บริโภค ในด้านเหตุผลของการซื้อไข่ไก่ ด้านเวลาในการตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ด้านผู้ที่ตัดสินใจซื้อไข่ไก่ ด้านปัจจัยที่ใช้เลือกซื้อไข่ไก่มากที่สุด ด้านชนิดไข่ไก่ที่ซื้อเป็นประจำ ด้านราคาไข่

ไก่ที่ซื้อเป็นประจำ ด้านปริมาณในการซื้อแต่ละครั้ง ด้านลักษณะการเลือกสถานที่ซื้อ ด้านสถานที่ซื้อไก่เป็นประจำ และ ด้านเวลาที่ซื้อไก่เป็นประจำ 4) ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อไก่ของผู้บริโภคในด้านเหตุผลของการซื้อไก่ ด้านผู้ที่ตัดสินใจซื้อไก่ ด้านปัจจัยที่ใช้เลือกซื้อไก่มากที่สุด ด้านราคาไก่ที่ซื้อเป็นประจำ ด้านปริมาณในการซื้อแต่ละครั้ง ด้านลักษณะการเลือกสถานที่ซื้อ ด้านสถานที่ซื้อไก่เป็นประจำ และด้านเวลาที่ซื้อไก่เป็นประจำ แต่ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อไก่ไม่แตกต่างกัน ในด้านเวลาในการตัดสินใจซื้อไก่ และด้านชนิดไก่ที่ซื้อเป็นประจำ 5) รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อไก่ของผู้บริโภคในด้านเหตุผลของการซื้อไก่ ด้านผู้ที่ตัดสินใจซื้อไก่ ด้านปัจจัยที่ใช้เลือกซื้อไก่มากที่สุด ด้านชนิดไก่ที่ซื้อเป็นประจำ ด้านราคาไก่ที่ซื้อเป็นประจำ ด้านปริมาณในการซื้อแต่ละครั้ง ด้านลักษณะการเลือกสถานที่ซื้อ และด้านสถานที่ซื้อไก่เป็นประจำ แต่ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อไก่ไม่แตกต่างกัน ในด้านเวลาในการตัดสินใจซื้อไก่ และด้านเวลาที่ซื้อไก่เป็นประจำ

อภิปรายผล

จากข้อสรุปผลการวิจัยผู้วิจัยสามารถอภิปรายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองพานได้ดังนี้

ผู้มีความรู้ในการตัดสินใจซื้อไก่คือเพศหญิงโดยผลการวิจัยปรากฏว่าเพศหญิงเป็นผู้ตัดสินใจซื้อไก่ด้วยตนเองร้อยละ 87.8 แต่เพศชายให้คู่สมรสตัดสินใจซื้อไก่อ้อยู่ 24.58 ส่วนตนเองตัดสินใจซื้อ 55.93 จึงอาจกล่าวได้ว่าเพศหญิงเป็นผู้มีความรู้สำคัญในการตัดสินใจซื้อไก่ซึ่งตรงกับวัฒนธรรมไทยที่ฝ่ายหญิงจะเป็นผู้ทำอาหารให้แก่สมาชิกในบ้าน

และมีบทบาทในการตัดสินใจซื้ออาหารและวัตถุดิบเพื่อมาประกอบอาหารและตรงกับแนวคิดลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจ

เวลาการตัดสินใจซื้อไก่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อเมื่อไก่หมดหรือใกล้หมดถึงร้อยละ 81.9 เนื่องจากผู้บริโภคต้องการบริโภคไก่สดใหม่และไก่มีระยะเวลาการเก็บรักษาโดยไก่สดทั่วไปเก็บได้ไม่เกิน 21 วันจากวันที่ไก่ออกไข่และไก่เป็นสินค้าที่หาซื้อได้สะดวกซื้อได้ทั่วไปอีกทั้งไม่ต้องใช้เวลามากในการหาข้อมูลประกอบในการตัดสินใจจึงไม่จำเป็นต้องเก็บไก่ในสต็อกไว้มาก

นอกจากนั้นจะเป็นได้ว่าผู้มีอายุ 40 ปีลงมา มักจะซื้อไก่เมื่อไก่ในบ้านหมดแล้วแต่ผู้มีอายุมากกว่า 40 ปีมักซื้อเมื่อไก่เกือบหมดทั้งนี้เนื่องจากผู้มีอายุ 40 ปีลงมาเป็นวัยทำงานมีเวลาในการทำอาหารทานน้อยมักใช้ไก่ทำอาหารง่าย ๆ เพื่อรับประทานและไม่มีเวลาไปซื้อไก่อ่อนักจึงมีแนวโน้มในการเก็บไข่ไว้ในบ้านส่วนผู้มีอายุมากกว่า 40 ปีมีเวลามากพอที่จะสามารถไปซื้อในเวลาใดก็ตามที่ไก่หมดหนึ่งผู้มีอาชีพแม่บ้านส่วนใหญ่จะซื้อไก่เมื่อไก่ในบ้านเกือบหมดส่วนอาชีพอื่นส่วนใหญ่จะซื้อเมื่อไก่ในบ้านหมดแล้วด้วยเหตุผลเดียวกัน คือ แม่บ้านจะมีเวลาว่างมากกว่าผู้มีอาชีพอื่น จึงสามารถออกไปซื้อไก่เมื่อใดก็ได้ที่ผู้บริโภคต้องการ

ในการตัดสินใจเลือกซื้อไก่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ปัจจัยด้านคุณภาพในการเลือกซื้อถึงร้อยละ 66.2 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของวรารพ พัทธวงค์ธเนศ (2550) ที่พบว่าผู้บริโภคไก่ที่อำเภอศรีราชาจังหวัดชลบุรีให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาในการซื้อไก่อีกมากกว่าปัจจัยอื่นทั้งนี้ภูมิภาคนาของประชากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งมีความคิดเห็นและเหตุผลในการตัดสินใจแตกต่างกัน

นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับมาตรฐานของการนำสินค้ามาวางขายด้วยถ้าพื้นที่นั้นมีกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดในการนำสินค้ามาวางขายจะทำให้สินค้าด้อยคุณภาพไม่สามารถวางขายได้ผู้บริโภคจะนำปัจจัยอื่นมาประกอบการตัดสินใจแทน

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้ที่มีรายได้น้อยจะใช้ปัจจัยราคาในการซื้อไข่ไก่ มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูง กล่าวคือ ผู้มีรายได้ 0-10,000 บาท จำนวนร้อยละ 26.32 และผู้มีรายได้ 10,001-30,000 บาท จำนวนร้อยละ 33.67 ใช้ปัจจัยราคาในการเลือกซื้อไข่ไก่ ส่วนผู้มีรายได้ 30,001-50,000 บาท ร้อยละ 16.67 และผู้มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 0.00 ใช้ปัจจัยราคาในการเลือกซื้อไข่ไก่ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้า

ในการเลือกสถานที่ซื้อไข่ไก่เพศหญิงมักซื้อไข่ไก่ที่แผงขายไข่ในตลาดส่วนเพศชายมักซื้อที่ร้านขายไข่ไก่ทั้งนี้เนื่องจากในตลาดมีแผงขายไข่ให้เลือกหลายแผงเพศหญิงมีความต้องการสำรวจดูก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อส่วนเพศชายมักไม่ใช้เวลาในการเลือกซื้อมากนักจึงมักไปซื้อที่ร้านขายไข่โดยตรงเพราะไม่ต้องการสำรวจหลายร้านอีกทั้งร้านขายไข่มีที่จอดรถหน้าร้านจึงสะดวกในการซื้อไข่ไก่ซึ่งผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจงดี หามาลี (2550) และวราพร พัทธวงษ์รัตน์ (2550) ที่พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับแหล่งซื้อไข่ไก่แต่สอดคล้องกับแนวคิดลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจ

เวลาที่ซื้อไข่ไก่เป็นประจำมักจะเป็นเวลา 15.00 น. เป็นต้นไปซึ่งเป็นเวลาเลิกงานซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของคนในเมืองที่มักซื้อของอุปโภคและ

บริโภคในช่วงการเดินทางจากที่ทำงานเพื่อกลับบ้านในตอนเย็นซึ่งมีข้อสังเกตว่าผู้ที่มีอายุ 51-60 ปี ส่วนใหญ่ถึงแม้จะใช้เวลาหลัง 15.00 น. เป็นต้นไปแต่มีร้อยละแตกต่างจากผู้บริโภคช่วงอายุอื่นโดยจะใช้เวลาซื้อในช่วงเวลาก่อน 09.00 น. เป็นอัตราร้อยละมากกว่าช่วงอายุอื่นและจะมีการกระจายเวลาในการซื้อตลอดทั้งวันเนื่องจากผู้ที่มีอายุ 51-60 ปีบางส่วนเป็นผู้ที่ไม่ได้ทำงานจึงทำให้มีเวลาในช่วงเช้าในการซื้อไข่ไก่และพฤติกรรมของผู้บริโภคอายุ 51-60 ปี ยังเป็นพฤติกรรมดั้งเดิมที่มักซื้อของใช้ในการบริโภคที่ตลาดในช่วงเช้าสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อไข่ไก่พบอีกว่าผู้ที่มีอายุ 40 ปีลงมาเลือกซื้อไข่ไก่ตามความสะดวกโดยไม่คำนึงว่าเป็นที่ใดเนื่องจากผู้ที่มีอายุ 40 ปีลงมาอยู่ในวัยทำงานมีเวลาน้อยแต่จะใช้วิธีการเลือกไข่ที่มีสภาพสดใหม่แทนโดยไม่ให้ความสำคัญกับผู้ขายว่าเป็นร้านเดิมหรือไม่ส่วนผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีมักซื้อไข่ไก่ในร้านเดิมเนื่องจากมีเวลามากเพียงพอในการเดินทางไปซื้อร้านเดิมและนอกจากนั้นพฤติกรรมคือการซื้อที่เป็นลูกค้าประจำที่ต้องการพูดคุยกับผู้ขายซึ่งมีความสนิทสนมกันเนื่องจากรู้จักผู้ขายมาเป็นเวลานานผลงานวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจงดี หามาลี (2550) และวราพร พัทธวงษ์รัตน์ (2550) ที่พบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์กับแหล่งซื้อไข่ไก่แต่สอดคล้องกับแนวคิดลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่าอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ส่วนใหญ่จะซื้อไข่ไก่ครั้งละ 1-10 ฟอง ส่วนอาชีพอื่นส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ครั้งละ 11-30 ฟอง เนื่องจากนักเรียนนักศึกษา ยังไม่มีรายได้ และมักอยู่คนเดียวในหอพัก

ทำให้มีการบริโภคน้อยกว่าอาชีพอื่น ส่งผลให้ตัดสินใจซื้อต่อครั้งในปริมาณน้อยกว่าอาชีพอื่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของจงดี หามาลี (2550) และวราพร พิทักษ์วงศ์เนศ (2550) ที่พบว่าอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณการซื้อไข่ไก่แต่ละครั้งแต่สอดคล้องกับแนวคิดลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจ

ผู้ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน จะเลือกซื้อไข่ไก่เป็นประจำวันในสถานที่ต่างกัน โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับประถมศึกษาหรือมัธยมศึกษา และระดับอนุบาล ส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ที่แผงขายไข่ไก่ในตลาด ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรีส่วนใหญ่ซื้อไข่ไก่ที่ร้านขายไข่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจงดี หามาลี (2550) ที่พบว่าการศึกษาระดับสูงสุดของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับแหล่งซื้อไข่ไก่ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าระดับปริญญาตรีไม่นิยมซื้อไข่ไก่ในห้างสรรพสินค้าหรือห้างโมเดิร์นเทรด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

จากข้อสรุป และ อภิปรายผลการศึกษานำไปใช้ประโยชน์ทางด้านการส่งเสริมการตลาด ได้ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ควรผลิตไข่ไก่ที่มีคุณภาพดีสด สะอาด ควรนำไข่ขนาดใหญ่มาจำหน่าย หรือหากเป็นผู้เลี้ยง ควรเลือกพันธุ์ไก่ไข่ที่ให้ไข่ฟองใหญ่มาเลี้ยง โดยควรบรรจุไข่ไก่แพ็คละ 11-30 ฟอง

2) ด้านราคาควรตั้งราคาไข่ไก่ในราคาไม่สูงมากนัก เนื่องจากไข่ไก่เป็นสินค้าที่มีผู้ขายให้เลือกหลายราย และลูกค้าไม่ได้เน้นตราหือเป็นหลักในการเลือกซื้อ

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเนื่องจากผู้ซื้อมักจะซื้อจากแผงขายไข่ในตลาด และจากร้านขายไข่ตามความสะดวก ฉะนั้น ผู้ขายควรมีจุดหลายหลายทั้งในและนอกตลาด ซึ่งจะทำให้ผู้ขายสามารถจำหน่ายได้ทั่วถึง และร้านขายไข่ควรมีทำเลที่ลูกค้าเข้าไปซื้อง่าย โดยร้านไม่ควรปิดเร็ว เนื่องจากลูกค้ามักซื้อในช่วงเลิกงานตอนบ่าย

4) ด้านส่งเสริมการตลาดควรเน้นกิจกรรมเพื่อให้ทราบว่าไข่ไก่ของตนมีคุณภาพ มีความสด สะอาด เหมาะแก่การซื้อไปเพื่อบริโภค และควรมีกิจกรรมเพื่อจูงใจผู้บริโภคเพศหญิงเป็นหลัก เนื่องจากการวิจัยพบว่า เพศหญิงเป็นผู้มีอิทธิพลในการซื้อ มากกว่าเพศชาย ซึ่งวิเคราะห์ได้จากผลการสำรวจว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง และเพศชายส่วนใหญ่คู่สมรสเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาพฤติกรรมการบริโภคไข่ไก่ในพื้นที่ใกล้เคียงอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติม และสามารถขยายตลาดไปยังพื้นที่ใกล้เคียงได้

2) ควรศึกษาพฤติกรรมในการรับข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดของไข่ไก่ของเพศหญิง โดยเฉพาะ เพื่อให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคเพศหญิงเป็นผู้มีบทบาทในการตัดสินใจซื้อไข่ไก่

3) ควรศึกษาการรับรู้และความเข้าใจในด้านการตลาดไข่ไก่ของผู้ผลิตไข่ไก่ในท้องถิ่น เพื่อให้สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง

เอกสารอ้างอิง

- จงดีหา มาลี. (2550). **พฤติกรรมการซื้อขายและการบริโภคไข่ไก่ของประชาชนในกรุงเทพมหานครโซนพื้นที่ 7 กลุ่มพระนครเหนือ**.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ทองใบ สุดชาติ. (2551). **การวิจัยธุรกิจ : ปฏิบัติการวิจัยนอกตำรา**. อุบลราชธานี: ยงสวัสดิ์อินเตอร์กรุ๊ป.
- ปศุสัตว์เขต 9, สำนักงาน. (2555). **การเลี้ยงไก่ไข่**. สืบค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2560. จาก http://region9.dld.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=69:2011-02-01-23-38-17&catid=50:2011-02-01-22-54-48&Itemid=78
- ผู้เลี้ยงไก่ไข่แห่งประเทศไทย, สมาคม. (2560, มกราคม). **เอกสารประกอบการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2559, โรงแรมแอมบาสเดอร์ซีดีจอมเทียน, ชลบุรี**.
- ที่ว่ากล่าวอำเภอพาน. (2560). **จำนวนประชากรในเขตเทศบาลเมืองพาน**.เอกสารตีพิมพ์ 30 มิ.ย. 2560.
- วรารณ ไชยจันทร์. (2560). **อภืดสถานการณไก่ไข่และไข่ไก่**. สำนัไก่และสุกร, 15(171)
- วรพร พัทธ์วงค์ธนศ. (2550). **พฤติกรรมและความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ซื้อไข่ไก่ในอำเภอศรีราชาจังหวัดชลบุรี**. ปัญหาพิเศษศิลปศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนาจำกัด.