บทที่ 1
บทนำ

หลักการและเหตุผล

เนื้อสุกรถือได้ว่าเป็นหนึ่งในบรรดาเนื้อสัตว์ที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่คนไทยเชื้อสายจีน ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อสุกรมีคุณค่าทางโภชนาการสูง รสชาดดี และราคาไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบเนื้อสัตว์ชนิดอื่น ๆ จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์รายงานว่าประเทศไทยมีการเลี้ยงสุกรทั่วประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2544 พบว่ามีจำนวน 12 ล้านตัวต่อปี และการเลี้ยงสุกรเกือบทั้งหมดร้อยละ 99.4 ใช้เพื่อการบริโภคภายในประเทศ สัดส่วนการเลี้ยงจำแนกตามรายภาคดังนี้ ภาคกลางมีการผลิตสุกรมากที่สุด ประมาณร้อยละ 54 รองลงมาได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือร้อยละ 19.3 ภาคเหนือร้อยละ 14.3 และภาคใต้ร้อยละ 11.2 ของการผลิตสุกรทั้งหมด[1] ส่วนข้อมูลจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์รายงานว่าในปี 2544 ประเทศไทยมีจำนวนสุกรรวม 16.357 ล้านตัว เป็นสุกรต้นปี 6.689 ล้านตัว และสุกรที่ผลิตได้ระหว่างปี 9.439 ล้านตัว ปริมาณการผลิตสุกรเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.84 เนื่องจากมีการขยายการผลิตในฟาร์มขนาดใหญ่ แต่ได้เกิดโรคระบาดในลูกสุกรและสุกรขุนทำให้ปริมาณการผลิตโดยรวมเพิ่มขึ้นไม่มากนัก ส่วนด้านการบริโภคในปี 2544 มีการบริโภคสุกรประมาณ 9.47 ล้านตัวเพิ่มขึ้นจาก 9.30 ล้านตัวในปี 2543 ร้อยละ 1.83 เนื่องจากราคาขายปลีกเนื้อสุกรโดยเฉลี่ยสูงขึ้นเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับราคาอาหารโปรตีนอื่น ได้แก่ เนื้อไก่ เนื้อโคและไข่ไก่ซึ่งสูงขึ้นเช่นเดียวกัน ทำให้ความต้องการบริโภคสุกรสูงขึ้นเล็กน้อย โดยมีอัตราการบริโภคเฉลี่ยคนละ 13.5 กิโลกรัมต่อปี (น้ำหนักซากรวมเครื่องใน)[2]

ตัวเลขพยากรณ์เดือนมิถุนายน 2544 ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ได้พยากรณ์จำนวนสุกรในปี 2544 ของจังหวัดเชียงใหม่ไว้ 212,234 ตัว และมีสุกรที่ผลิตได้ระหว่างปี 285,333 ตัว[3] และผลสำรวจของสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าในปี 2544 จังหวัดเชียงใหม่มีฟาร์มสุกร

---

[1] กองเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. **การตลาดสินค้าเกษตรกรรมและปศุสัตว์ภาคเหนือของประเทศไทย**, 2543.

[2] สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. **สรุปสถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญ ปี 2544 และแนวโน้มปี 2545**, 2545.

[3] เขตเศรษฐกิจที่ 13 จังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ **สถิติการเกษตร ปีเพาะปลูก 2543/2544 จังหวัด เชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน**, 2544.

จำนวน 257 แห่งรวมจำนวนสุกร 181,751 ตัว โดยมีฟาร์มขนาดใหญ่ 3 ลำดับแรกดังนี้ วรพงษ์ฟาร์ม มีแม่สุกรจำนวน 4,018 ตัว ฟาร์มสุกรจอมทอง (บ.เจริญโภคภัณฑ์) มีแม่สุกรจำนวน 2,500 ตัว โฟร์ทีฟาร์ม มีแม่สุกรจำนวน 1,600 ตัว[4]

จากข้อมูลข้างต้นทำให้พอจะเห็นภาพของการเลี้ยงสุกรทั้งในระดับประเทศและภายในจังหวัดเชียงใหม่ แต่องค์ประกอบด้านผู้เลี้ยงสุกรนั้นเป็นเพียงองค์ประกอบ 1 ใน 5 ของโครงสร้างการตลาดเนื้อสุกรทั้งหมดซึ่งประกอบไปด้วย ผู้เลี้ยงสุกร พ่อค้าคนกลาง พ่อค้าปลีก ช่องทางการตลาดสมัยใหม่ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น และผู้บริโภค ซึ่งในบางครั้งพ่อค้าคนกลางก็จะเป็นพ่อค้าปลีกไปพร้อมๆ กันด้วย จากข้อมูลของสำนักงานกรมการค้าภายในจังหวัดเชียงใหม่ได้ระบุว่าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่มีตลาดสดอยู่ 29 แห่ง[5] และจากการสำรวจของผู้ศึกษาเมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2545 พบว่าในตลาดสดทั้ง 29 แห่งในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่มีผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำนวน 134 ราย และมีช่องทางการตลาดสมัยใหม่จำนวน 8 แห่ง ประกอบด้วย ท๊อปซุ่ปเปอร์มาร์เก็ต 2 แห่ง ริมปิงซุปเปอร์สโตร์ 1 แห่ง แม็คโคร 1 แห่ง คาร์ฟูร์ 1 แห่ง บิกซี 1 แห่ง โลตัส 2 แห่ง

ในยุคที่ตลาดการค้าเป็นไปอย่างเสรีนั้น ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอิทธิพลสูงสุดในตลาดสินค้าและบริการด้วยการพิจารณายอมรับหรือไม่ยอมรับสินค้าและบริการใดๆและเลือกซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าและบริการดังกล่าว โดยเฉพาะกับสินค้าอาหาร ได้เกิดกระแสความห่วงใยในสุขภาพและผลกระทบจากการบริโภคสินค้านั้นๆรวมถึงเนื้อสุกร ซึ่งมีปัจจัยเกี่ยวข้องอันได้แก่ คุณภาพ ความสะอาด และสารเคมีตกค้างจากขบวนการผลิต ตลอดจนอาหารดัดแปลงพันธุกรรมหรือที่รู้จักกันในนามอาหาร GMO (Genetic Modifiled Organism) เมื่อพิจารณาจากช่องทางการจัดจำหน่ายเนื้อสุกรภายในจังหวัดเชียงใหม่แล้ว ผู้บริโภคมีจะมีทางเลือกที่หลากหลาย แต่ในความเป็นจริงแล้วเนื้อสุกรที่วางจำหน่ายในตลาดสดหรือในช่องทางการตลาดสมัยใหม่ก็มีแหล่งที่มาและขบวนการผลิตที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นสำหรับตลาดเนื้อสุกร ผู้บริโภคจึงไม่ใช่ผู้ที่ทรงอิทธิพลสูงสุดในตลาด อย่างไรก็ตามการจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามความต้องการมาเสนอให้ผู้บริโภคได้ นั่นย่อมเป็นหัวใจที่ทำให้ธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ด้วยเหตุนี้ ผู้ทำการศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาหามูลเหตุหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกศึกษากลุ่มผู้ค้าปลีก

---

[4] สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดเชียงใหม่ กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ บันทึกการสำรวจจำนวนฟาร์มสุกรในจังหวัดเชียงใหม่ปีงบประมาณ 2544, 2544

[5] สำนักงานกรมการค้าภายในจังหวัดเชียงใหม่ กระทรวงพาณิชย์ รายชื่อและสถานที่ตั้งตลาดสดในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่, ไม่ได้ระบุวันที่

เนื้อสุกรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับคาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่จะสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการที่จะพยากรณ์ความต้องการของตลาดผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง กำหนดแผนทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด รวมทั้งยังเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดระยะสั้นและระยะยาวให้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสุกรมาจำหน่ายของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อนำข้อมูลพื้นฐานที่ได้รับจากการศึกษานี้ มาใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของสุกรได้ถูกต้องเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

นิยามศัพท์

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), การส่งเสริมการขาย (Promotion)

เนื้อสุกร หมายถึง ชิ้นส่วนของสุกรที่ผ่านขบวนการฆ่า ทำความสะอาด และตัดแบ่งเป็นส่วน ๆ พร้อมที่จะนำไปแปรรูปหรือประกอบอาหาร

ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร หมายถึง พ่อค้าที่ซื้อเนื้อสุกรและนำมาจำหน่ายแก่ผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงพ่อค้าที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาฆ่าและชำแหละขายต่อให้กับผู้ค้ารายอื่น ๆ ในตลาดสดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 29 แห่ง เป็นจำนวน 134 ราย (ภาคผนวก ก)