

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูนครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มประชากรซึ่งเป็นผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรทั้งหมด จำนวน 134 คน จากตลาดสดจำนวน 29 แห่ง โดยจะทำการศึกษาประชากรทั้งหมด (จากการสำรวจของผู้ทำวิจัย เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2545 พบว่าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีตลาดสดจำนวน 29 แห่ง และมีจำนวนผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำนวนทั้งหมด 134 ราย) แต่จากการสำรวจเมื่อวันที่ 10 กันยายน เหลือผู้ค้าปลีกอยู่ในตลาด จำนวน 110 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.09 เนื่องจากผู้ค้าบางรายได้เลิกกิจการและบางรายไม่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร
- ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสุกรมีชีวิตและเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสุกร จำแนกตามลักษณะการซื้อ
- ส่วนที่ 4 ปัญหาในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่าย
- ส่วนที่ 5 ปัญหาในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่าย จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ
การศึกษาขั้นสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
สถานภาพ		
เจ้าของ	91	82.73
ลูกจ้าง	10	9.09
อื่น ๆ	9	8.18
รวม	110	100.00
เพศ		
ชาย	14	12.73
หญิง	96	87.27
รวม	110	100.00
อายุ		
30 ปีหรือต่ำกว่า	24	21.82
31-40 ปี	25	22.73
41-50 ปี	36	32.73
51 ปีขึ้นไป	25	22.73
รวม	110	100.01
อายุเฉลี่ย 41.87 ปี	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 11.36 ปี	
อายุต่ำสุด 16 ปี	อายุสูงสุด 67 ปี	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ		
5 ปี หรือต่ำกว่า	42	38.18
6-10 ปี	29	26.36
11-15 ปี	8	7.27
16-20 ปี	14	12.73
21 ปี ขึ้นไป	17	15.45
รวม	110	99.99
ระยะเวลาในการประกอบอาชีพเฉลี่ย 11.50 ปี		
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 9.23 ปี		
ระยะเวลาในการประกอบอาชีพต่ำสุด 1 ปี		
ระยะเวลาในการประกอบอาชีพสูงสุด 35 ปี		
วุฒิการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า	60	54.55
มัธยมศึกษาตอนต้น	18	16.36
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	11	10.00
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	9	8.18
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	11	10.00
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.91
รวม	110	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5,000 บาท หรือต่ำกว่า	12	10.91
5,001 – 10,000 บาท	65	59.09
10,001 – 15,000 บาท	16	14.55
15,001 – 20,000 บาท	8	7.27
มากกว่า 20,000 บาท	9	8.18
รวม	110	100.00
รายได้เฉลี่ย 12,530 บาทต่อเดือน		
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 11,419.52 บาทต่อเดือน		
รายได้ต่ำสุด 1,000 บาทต่อเดือน		
รายได้สูงสุด 80,000 บาทต่อเดือน		

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นเจ้าของ ร้อยละ 82.73 รองลงมาคือ ลูกจ้าง ร้อยละ 90.9 และ อื่น ๆ (ญาติ) ร้อยละ 8.18

เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรเป็นเพศหญิง ร้อยละ 87.27 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 12.73

เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 32.73 รองลงมา มีอายุระหว่าง 31-40 ปี และ 51 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 22.73 และอายุ 30 ปี หรือต่ำกว่า ร้อยละ 21.82 โดยผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีอายุเฉลี่ย 41.87 ปี มีอายุน้อยสุด 16 ปี มีอายุสูงสุด 67 ปี

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพจำหน่ายเนื้อสุกรมาเป็นระยะเวลา 5 ปี หรือต่ำกว่า ร้อยละ 38.18 ระยะเวลา 6-10 ปี ร้อยละ 26.366 ระยะเวลา 21 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 15.45 ระยะเวลา 16-20 ปี ร้อยละ 12.73 และระยะเวลา 11-15 ปี ร้อยละ 7.27 โดยผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีระยะเวลาในการประกอบอาชีพเฉลี่ย 11.50 ปี มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพต่ำสุด 1 ปี มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพสูงสุด 35

เมื่อพิจารณาตามวุฒิทางการศึกษา พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่จบการศึกษาชั้นสูงสุดระดับประถมศึกษาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 54.55 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 16.36 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่าและปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 10.00 และระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 8.18 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 59.09 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 14.55 รายได้ 5,000 บาทต่อเดือน หรือต่ำกว่า ร้อยละ 10.91 และรายได้มากกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 8.18 ตามลำดับ โดยผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีรายได้เฉลี่ย 12,530 บาทต่อเดือน มีรายได้ต่ำสุด 1,000 บาทต่อเดือน มีรายได้สูงสุด 80,000 บาทต่อเดือน

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ประเภทสุกรที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละ	56	50.91
ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้ว	54	49.09
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่จะซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละ ร้อยละ 50.91 และ ซื้อเนื้อสุกรชำแหละเรียบร้อยแล้ว ร้อยละ 49.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามผู้คัดเลือกซื้อสุกร

ผู้เลือกซื้อสุกร	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	8	14.29
สามี/ภรรยา	2	3.57
ลูกจ้าง	1	1.79
พ่อค้าคนกลางเป็นผู้เลือกให้	6	10.71
ฟาร์มเลี้ยงสุกรเป็นผู้เลือกให้	39	69.64
รวม	56	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ระบุว่าในการเลือกซื้อสุกร คือ ฟาร์มเลี้ยงสุกรเป็นผู้เลือกให้ ร้อยละ 69.64 รองลงมาคือ ตนเองเป็นคนเลือก ร้อยละ 14.29 พ่อค้าคนกลางเป็นผู้เลือกให้ ร้อยละ 10.71 และ สามี/ภรรยาเป็นคนเลือก ร้อยละ 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามชนิดของสุกรที่ซื้อ

ชนิดของสุกรที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สุกรขุน	56	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรทั้งหมดซื้อสุกรขุนมาจำหน่าย ร้อยละ 100.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามน้ำหนักของสุกรที่ซื้อ

น้ำหนัก (กิโลกรัม)	จำนวน	ร้อยละ
10	1	1.79
80	4	7.14
90	13	23.21
95	2	3.57
100	27	48.21
105	2	3.57
110	6	10.71
300	1	1.79
รวม	56	99.99

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ระบุว่าสุกรที่ซื้อจะมีน้ำหนัก 100 กิโลกรัม ร้อยละ 48.21 รองลงมาคือน้ำหนัก 90 กิโลกรัม ร้อยละ 23.21 น้ำหนัก 110 กิโลกรัม ร้อยละ 10.71 และ น้ำหนัก 80 กิโลกรัม ร้อยละ 7.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามสถานที่ฆ่าและชำแหละสุกร

สถานที่ฆ่าและชำแหละสุกร	จำนวน (N=56)	ร้อยละ
ที่บ้าน	6	10.71
ที่โรงฆ่าสัตว์เทศบาล	43	76.79
อื่นๆ	7	12.50

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ระบุว่าสถานที่ฆ่าและชำแหละเนื้อสุกรคือโรงฆ่าของเทศบาล ร้อยละ 76.79 รองลงมาคือ ที่อื่น ๆ (โรงฆ่าสัตว์ที่ใกล้บ้าน) ร้อยละ 12.50 และที่บ้าน ร้อยละ 10.71 ตามลำดับ

อื่นๆ ได้แก่ โรงฆ่าสัตว์เอกชน

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามการรับสุกรมาจากฟาร์มไปยังสถานที่ฆ่าและชำแหละ

การรับสุกรมาจากฟาร์มไปยังสถานที่ฆ่าและชำแหละ	จำนวน	ร้อยละ
ไปรับสุกรมีชีวิตด้วยตนเอง	8	14.29
ให้สามี/ภรรยา ไปรับสุกรมีชีวิตจากฟาร์ม	1	1.79
ให้ลูกจ้างไปรับสุกรมีชีวิตจากฟาร์ม	2	3.57
ให้พ่อค้าคนกลางเป็นผู้ส่ง	4	7.14
ให้ฟาร์มเป็นผู้ส่ง	41	73.21
รวม	56	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ระบุว่าในการรับสุกรมาจากฟาร์มไปยังสถานที่ชำแหละจะให้ฟาร์มเป็นผู้ส่ง ร้อยละ 73.21 รองลงมาคือ ไปรับสุกรมีชีวิตมาด้วยตนเอง ร้อยละ 14.29 ให้พ่อค้าคนกลางเป็นผู้ส่ง ร้อยละ 7.14 และให้ลูกจ้างไปรับสุกรมีชีวิตจากฟาร์ม ร้อยละ 3.57 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามปริมาณการซื้อสุกรเป็นตัวต่อครั้ง

การซื้อสุกรเป็นตัวต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ตัว	10	17.86
2 ตัว	9	16.07
3 ตัว	7	12.50
4 ตัว	6	10.71
5 ตัว	11	19.64
6 ตัว	6	10.71
8 ตัว	3	5.36
10 ตัว	4	7.14
รวม	56	99.99

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่จะซื้อสุกรเป็นตัวในปริมาณ 5 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 19.64 รองลงมาคือ ซื้อจำนวน 1 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 17.86 ซื้อจำนวน 2 ตัว/ครั้ง และจำนวน 4 และ 6 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 10.71 และซื้อจำนวน 10 ตัว/ครั้ง ร้อยละ 7.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามปริมาณการซื้อสุกรชำแหละต่อครั้ง

ปริมาณการซื้อสุกรชำแหละต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
10 กิโลกรัม	2	3.70
20 กิโลกรัม	2	3.70
30 กิโลกรัม	4	7.41
40 กิโลกรัม	3	5.56
50 กิโลกรัม	6	11.11
60 กิโลกรัม	2	3.70
70 กิโลกรัม	5	9.26
80 กิโลกรัม	2	3.70
100 กิโลกรัม	21	38.89
120 กิโลกรัม	2	3.70
200 กิโลกรัม	1	1.85
300 กิโลกรัม	2	3.70
500 กิโลกรัม	2	3.70
รวม	54	99.98

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ระบุว่าในการซื้อสุกรที่ชำแหละแล้วต่อครั้งเป็นปริมาณ 100 กิโลกรัม ร้อยละ 38.89 รองลงมาคือ ปริมาณ 50 กิโลกรัม ร้อยละ 11.11 ปริมาณ 70 กิโลกรัม ร้อยละ 9.26 ปริมาณ 30 กิโลกรัม ร้อยละ 7.41 และ 40 กิโลกรัม ร้อยละ 5.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามการรับเนื้อสุกรชำแหละจากสถานที่ฆ่าหรือชำแหละมาจำหน่าย

การรับเนื้อสุกรชำแหละจากสถานที่ฆ่าหรือชำแหละมาจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
รับด้วยตนเอง	38	34.55
ให้ลูกจ้างไปรับ	10	9.09
ผู้รับจ้างฆ่าเป็นผู้ส่ง	8	7.27
พ่อค้าคนกลางเป็นผู้ส่ง	53	48.18
ฟาร์มเป็นผู้ส่ง	1	0.91
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ระบุว่าในการรับสุกรชำแหละแล้วมาจำหน่ายจะให้พ่อค้าคนกลางเป็นผู้ส่ง ร้อยละ 48.18 รองลงมาคือ ไปรับด้วยตนเอง ร้อยละ 34.55 ให้ลูกจ้างไปรับ ร้อยละ 9.09 และผู้รับจ้างฆ่าเป็นผู้ส่ง ร้อยละ 7.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามการรับเนื้อสุกรชำแหละจาก
สถานที่ฆ่าหรือชำแหละมาจำหน่าย

แหล่งซื้อสุกรมาจำหน่าย	ลักษณะการซื้อ				รวม	
	ซื้อสุกรมีชีวิตมา จำหน่าย		ซื้อเนื้อสุกรชำแหละ มาจำหน่าย			
CP	16	14.55	5	4.55	21	19.09
แม่ทาวิพี	18	16.36	17	15.45	35	31.82
ตลาดลำไย	-	-	7	6.36	7	6.36
สมศักดิ์	-	-	1	0.91	1	0.91
ตลาดทองคำ	-	-	1	0.91	1	0.91
ป่าเพ็ญสารภี	-	-	2	1.82	2	1.82
พ่อค้าคง	-	-	1	0.91	1	0.91
ฟาร์มชัยพัฒนา	7	6.36	6	5.45	13	11.82
แม่คำในตลาดประตูเชียงใหม่	-	-	1	0.91	1	0.91
สินเกษตร ฟาร์ม จำกัด	3	2.73	2	1.82	5	4.55
โรงฆ่าสัตว์เทศบาล	-	-	1	0.91	1	0.91
สหกรณ์ผู้เลี้ยงสุกร เชียงใหม่ ลำพูน จำกัด	2	1.82	-	-	2	1.82
เจ้เจียง	-	-	1	0.91	1	0.91
คุณประเวศ	-	-	1	0.91	1	0.91
โรงฆ่าสัตว์สันทราย	-	-	2	1.82	2	1.82
ตลาดนางนึ่ง	-	-	1	0.91	1	0.91
อ้ายดี	-	-	1	0.91	1	0.91
พี่น้องงค์	-	-	1	0.91	1	0.91
ชาวบ้าน	1	0.91	-	-	1	0.91
farm เบทาโก	2	1.82	-	-	2	1.82
กิตติวัฒน์ ฟาร์ม	3	2.73	1	0.91	4	3.64
ฟาร์มไอพี สินพระเนตร	1	0.91	-	-	1	0.91
ตลาดเมืองใหม่	-	-	2	1.82	2	1.82
ยูพา ฟาร์ม	1	0.91	-	-	1	0.91
สันกอกเจริญ ฟาร์ม	2	1.82	-	-	2	1.82
รวม	56	50.91	54	49.09	110	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่จะรับเนื้อสุกรที่ชำแหละแล้วมาจำหน่าย จากบริษัทแม่ทา V&P ร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ รับจากบริษัท CP ร้อยละ 19.09 รับจากฟาร์มชัยพัฒนา ร้อยละ 11.82 รับจากตลาดต้นลำไย ร้อยละ 6.36 และรับจากบริษัทสินเกษตรฟาร์มจำกัด ร้อยละ 4.55 ตามลำดับ

เมื่อแยกพิจารณาตามลักษณะการซื้อของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร พบว่า พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละส่วนใหญ่จะซื้อสุกรจากบริษัทแม่ทา V&P ร้อยละ 16.36 รองลงมาคือ รับจากบริษัท CP ร้อยละ 14.55 และรับจากฟาร์มชัยพัฒนา ร้อยละ 6.36 ตามลำดับ ส่วนผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วส่วนใหญ่จะซื้อสุกรจากบริษัทแม่ทา V&P ร้อยละ 15.45 รองลงมาคือ รับจากฟาร์มชัยพัฒนา ร้อยละ 5.45 และรับจากบริษัท CP ร้อยละ 4.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามสาเหตุที่ซื้อจากแหล่งต่าง ๆ

สาเหตุที่ซื้อ	จำนวน (N=110)	ร้อยละ
ราคายุติธรรม	43	39.09
ระยะทางใกล้	23	20.91
ความสะดวก	69	62.73
ความสะอาด	47	42.73
มีการให้สินเชื่อ	32	29.09
มีความน่าเชื่อถือ	49	44.55
มีบริการส่งถึงที่	61	55.45
สามารถเลือกสินค้าได้	33	30.00
มีความสนิทชิดเชื้อกับผู้ขาย	40	36.36
อื่น ๆ	12	10.91

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ระบุว่าสาเหตุที่รับเนื้อสุกรจากแหล่งดังกล่าวมาจำหน่ายเนื่องจากความสะดวกในการขนส่ง ร้อยละ 62.73 รองลงมาคือ มีบริการส่งถึงที่ ร้อยละ 55.45 มีความน่าเชื่อถือ ร้อยละ 44.55 และความสะอาดของเนื้อสุกร ร้อยละ 42.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามชนิดของเนื้อสุกรชำแหละที่ซื้อ

ชนิดของเนื้อสุกรชำแหละที่ซื้อ	จำนวน (N=110)	ร้อยละ
หัว	43	39.09
เนื้อสุกรซีก	47	42.73
ส่วนขาหน้า(จากการตัดเนื้อสุกรซีกเป็น 3 ส่วน)	45	40.91
ส่วนลำตัว(จากการตัดเนื้อสุกรซีกเป็น 3 ส่วน)	47	42.73
ส่วนสะโพก(จากการตัดเนื้อสุกรซีกเป็น 3 ส่วน)	50	45.45
เนื้อแดง	65	59.09
เนื้อสามชั้น	68	61.82
ซี่โครง	64	58.18
ขา	53	48.18
อื่นๆ	48	43.64

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่จะซื้อสุกรชำแหละชนิดเนื้อสามชั้น ร้อยละ 61.82 รองลงมาคือ ชนิดเนื้อแดง ร้อยละ 59.09 ชนิดซี่โครง ร้อยละ 58.18 และชนิดขา ร้อยละ 48.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
วางเงินสดค้ำประกัน	13	11.82
จ่ายเงินสด	65	59.09
ชำระภายใน 1 – 2 วัน	20	18.18
ชำระภายใน 3 – 5 วัน	6	5.45
ชำระภายใน 6 – 7 วัน	3	2.73
ชำระในเวลามากกว่า 7 วัน	3	2.73
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่จะใช้วิธีการชำระเงินแบบจ่ายเงินสด ร้อยละ 59.09 รองลงมาคือ ชำระภายใน 1-2 วัน ร้อยละ 18.18 ชำระแบบวางเงินสดประกัน ร้อยละ 11.82 และชำระภายใน 3-5 วัน ร้อยละ 5.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามความถี่ในการซื้อสุกร

ความถี่ในการซื้อสุกร	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	107	97.27
วันเว้นวัน	2	1.82
อื่น ๆ	1	0.91
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสุกรมาจำหน่ายทุกวัน ร้อยละ 97.29 รองลงมาคือ ซื้อวันเว้นวัน ร้อยละ 1.82 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสุกรมาจำหน่าย

บุคคลที่มีอิทธิพล	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	79	71.82
สามี/ภรรยา	6	5.45
บิดา/มารดา	5	4.55
บุตร	1	0.91
เพื่อน/ญาติ	7	6.36
อื่นๆ	12	10.91
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ระบุว่าบุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสุกรมาจำหน่ายคือ ตนเอง ร้อยละ 71.82 รองลงมาคือ บุคคลอื่นๆ ร้อยละ 10.91 เพื่อน/ญาติ ร้อยละ 6.36 และสามี/ภรรยา ร้อยละ 5.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรจำแนกตามช่วงเวลาที่ยจำหน่ายเนื้อสุกรได้ดี

ช่วงเวลา	จำนวน (N=110)	ร้อยละ
วันขึ้นปีใหม่	69	62.73
วันตรุษจีน	46	41.82
วันสงกรานต์	86	78.18
วันเข้าพรรษา	37	33.64
วันออกพรรษา	30	27.27
อื่นๆ	31	28.18

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรส่วนใหญ่ระบุว่าช่วงเวลาที่ยจำหน่ายเนื้อสุกรได้ดีคือช่วงวันสงกรานต์ ร้อยละ 78.18 รองลงมาคือ วันขึ้นปีใหม่ ร้อยละ 62.73 วันตรุษจีน ร้อยละ 41.82 และวันเข้าพรรษา ร้อยละ 33.64 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสุกรมี่ชีวิตและเนื้อสุกรของผู้
ค้ำปลีกเนื้อสุกร

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจซื้อสุกร
มีชีวิตและเนื้อสุกรของผู้ค้ำปลีกเนื้อสุกร

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. นำหนักสุกรมี่ชีวิต	4.06	0.90	มาก
2. เพศของสุกร	2.65	1.29	ปานกลาง
3. ความยาวลำตัวของสุกร	3.12	1.35	ปานกลาง
4. ความกว้างของแผ่นหลังสุกร	3.06	1.38	ปานกลาง
5. ขนาดสะโพกของสุกร	3.53	1.50	มาก
6. อายุของสุกร	3.90	1.08	มาก
7. มีการลดอาหารสุกรก่อนส่งขาย	4.04	1.04	มาก
8. นำหนักที่สูญเสียไประหว่างการฆ่า	4.14	1.11	มาก
9. ปริมาณเนื้อแดงที่ได้เมื่อเทียบกับนำหนักสุกรมี่ชีวิต	4.12	1.23	มาก
10. มีสินค้าให้เลือกซื้อ	3.92	1.00	มาก
11. มีการแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่มตามที่ต้องการ	4.09	0.94	มาก
12. เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่มีชื่อเสียง	4.01	1.00	มาก
13. เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองเป็นฟาร์ม มาตรฐานของกรมปศุสัตว์	4.29	0.92	มาก
14. เป็นสุกรที่ปราศจากสารเร่งเนื้อแดง	4.42	0.92	มาก
15. ความสดใหม่ของเนื้อสุกร	4.63	0.64	มากที่สุด
16. ความสะอาดของเนื้อสุกร	4.76	1.08	มากที่สุด
17. สีของเนื้อสุกร(นิยมสีแดงสด)	4.48	0.73	มาก
18. ความสามารถในการอุ้มน้ำของเนื้อสุกร	4.15	1.03	มาก
19. ความหนาของไขมันสันหลังสุกร(นิยมมันบาง)	3.81	1.08	มาก
20. ลักษณะของเนื้อสามชั้น	3.97	0.96	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.15	0.72	มาก

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก คือ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.15 โดยปัจจัยองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความสะอาดของเนื้อสุกร (ค่าเฉลี่ย 4.76) ความสดใหม่ของเนื้อสุกร (ค่าเฉลี่ย 4.68) ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ได้แก่ สีของเนื้อสุกร (ค่าเฉลี่ย 4.48) เป็นสุกรที่ปราศจากสารเร่งเนื้อแดง (ค่าเฉลี่ย 4.42) เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองเป็นฟาร์มมาตรฐานของกรมปศุสัตว์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) น้ำหนักสุกเฉลี่ยไปในระหว่างฆ่า (ค่าเฉลี่ย 4.14) ปริมาณเนื้อแดงที่ได้เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำหนักสุกรมีชีวิต (ค่าเฉลี่ย 4.12) และมีการลดอาหารสุกรก่อนส่งขาย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญปัจจัยทางด้านราคาต่อการตัดสินใจซื้อสุกรมีชีวิต และเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ราคาเหมาะสมกับสินค้า	4.06	0.88	มาก
2. มีการบอกล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขาย	4.41	0.91	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.24	0.90	มาก

ปัจจัยทางด้านราคา

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก คือ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.24 โดยปัจจัยองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ มีการบอกราคาล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขาย (ค่าเฉลี่ย 4.41) และ ราคาเหมาะสมกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการตัดสินใจซื้อสุกรมี่ชีวิตและเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. สถานที่จำหน่ายสะดวกในการซื้อ	4.15	0.83	มาก
2. คำนึงเกี่ยวกับผู้ขาย	4.00	1.02	มาก
3. ความคุ้นเคยกับเจ้าของฟาร์ม	3.19	1.40	ปานกลาง
4. สามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์	4.45	0.82	มาก
5. มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย	4.55	0.68	มากที่สุด
6. สินค้าที่ได้รับตรงกับคำสั่งซื้อ	4.47	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.14	0.92	มาก

ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก คือ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.14 โดยปัจจัยองค์ประกอบด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด ได้แก่ มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 4.55) ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ได้แก่ สินค้าที่ได้ตรงกับคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.47) สามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์ได้ (ค่าเฉลี่ย 4.45) สถานที่จำหน่ายสะดวกในการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.15) และการคุ้นเคยกับเจ้าของ (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ สำหรับด้านความคุ้นเคยกับเจ้าของฟาร์ม ผู้ค้าปลีกให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อสุกรมี่ชีวิตและเนื้อสุกรของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. มีการให้ส่วนลด	3.52	1.32	มาก
2. มนุษย์สัมพันธ์ของผู้ขาย	3.72	1.10	มาก
3. มีการขายแบบให้สินเชื่	3.70	1.33	มาก
4. มีบริการส่งสินค้าถึงที่	4.28	1.10	มาก
5. มีการรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งสินค้าถึงที่	3.94	1.24	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.83	1.22	มาก

ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก คือ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.83 โดยปัจจัยองค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรให้ความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญมาก ได้แก่ การมีบริการส่งของถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีการรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มนุษย์สัมพันธ์ของผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 3.72) มีการขายแบบให้สินเชื่อ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และมีการให้ส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสุกรจำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทสุกรที่ซื้อ					
	ซื้อสุกรมีชีวิตมาฆ่าและ			ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้ว		
	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. น้ำหนักสุกรมีชีวิต	4.06	0.90	มาก	-	-	-
2. เพศของสุกร	2.65	1.29	ปานกลาง	-	-	-
3. ความยาวลำตัวของสุกร	3.12	1.35	ปานกลาง	-	-	-
4. ความกว้างของแผ่นหลังสุกร	3.06	1.38	ปานกลาง	-	-	-
5. ขนาดสะโพกของสุกร	3.53	1.50	มาก	-	-	-
6. อายุของสุกร	3.90	1.08	มาก	-	-	-
7. มีการอดอาหารสุกรก่อนส่งขาย	4.04	1.04	มาก	-	-	-
8. น้ำหนักที่สูญเสียไประหว่างการฆ่า	4.14	1.11	มาก	-	-	-
9. ปริมาณเนื้อแดงที่ได้เมื่อเทียบกับน้ำหนักสุกรมีชีวิต	4.12	1.23	มาก	-	-	-
10. มีสินค้าให้เลือกซื้อ	3.62	1.13	มาก	4.12	0.86	มาก
11. มีการแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่มตามที่ต้องการ	3.96	1.03	มาก	4.22	0.83	มาก
12. เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่มีชื่อเสียง	4.13	0.99	มาก	3.89	1.01	มาก
13. เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองเป็นฟาร์มมาตรฐานของกรมปศุสัตว์	4.38	0.93	มาก	4.19	0.90	มาก
14. เป็นสุกรที่ปราศจากสารเร่งเนื้อแดง	4.46	0.98	มาก	4.38	0.87	มาก
15. ความสดใหม่ของเนื้อสุกร	4.69	0.62	มากที่สุด	4.58	0.66	มากที่สุด
16. ความสะอาดของเนื้อสุกร	4.69	0.58	มากที่สุด	4.83	1.41	มากที่สุด
17. สีของเนื้อสุกร	4.44	0.79	มาก	4.51	0.67	มากที่สุด
18. ความสามารถในการอุ้มน้ำของเนื้อสุกร	4.16	1.08	มาก	4.14	1.00	มาก
19. ความหนาของไขมันสันหลังสุกร	3.78	1.14	มาก	3.83	1.03	มาก
20. ลักษณะของเนื้อสามชั้น	3.94	0.97	มาก	4.00	0.97	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.04	0.80	มาก	4.26	0.56	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบพบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับเดียวกัน คือระดับมากที่สุดในด้านความสดใหม่ของเนื้อสุกร และความสะอาดของเนื้อสุกร ให้ความสำคัญระดับมาก คือ สินค้ามีให้เลือกหลายชนิด มีการแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่มตามที่ต้องการ เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่มีชื่อเสียง เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ได้รับการรับรองเป็นฟาร์มมาตรฐานของกรมปศุสัตว์ เป็นสุกรที่ปราศจากสารเร่งเนื้อแดง ความสามารถในการอุ้มน้ำของเนื้อสุกร ความหนาของไขมันสันหลังสุกร และลักษณะของเนื้อสามชั้น สำหรับในด้านสีของเนื้อสุกร ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้ว ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ด้านราคา	ประเภทสุกรที่ซื้อ					
	ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละ			ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้ว		
	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ราคาเหมาะสมกับสินค้า	4.15	0.92	มาก	3.96	0.85	มาก
2. มีการบอกล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขาย	4.60	0.80	มากที่สุด	4.23	0.98	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.38	0.70	มาก	4.12	0.73	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบพบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาในระดับเดียวกัน คือระดับมากในด้านราคาเหมาะสมกับสินค้า สำหรับในด้านมีการบอกล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขาย ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วให้ความสำคัญระดับมาก

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทสุกรที่ซื้อ					
	ซื้อสุกรมี่ชีวิตมาฆ่าและ			ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้ว		
	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. สถานที่จำหน่ายสะดวกในการซื้อ	4.17	0.74	มาก	4.14	0.91	มาก
2. คู่แข่งกับผู้ชาย	4.08	1.04	มาก	3.92	1.02	มาก
3. ความคุ้นเคยกับเจ้าของฟาร์ม	3.56	1.32	มาก	2.71	1.37	ปานกลาง
4. สามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์	4.52	0.84	มากที่สุด	4.36	0.81	มาก
5. มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย	4.58	0.76	มากที่สุด	4.51	0.59	มากที่สุด
6. สินค้าที่ได้รับตรงกับคำสั่งซื้อ	4.54	0.85	มากที่สุด	4.40	0.68	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.26	0.63	มาก	4.15	0.62	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมี่ชีวิตมาฆ่าและและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้วให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบพบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมี่ชีวิตมาฆ่าและและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้วให้ความสำคัญต่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับเดียวกัน คือระดับมากที่สุดในด้านมีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย ให้ความสำคัญในระดับมากในด้านสถานที่จำหน่ายสะดวกในการซื้อ และความคุ้นเคยกับผู้ชาย สำหรับในด้านสามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์ และสินค้าที่ได้รับตรงกับคำสั่งซื้อ ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมี่ชีวิตมาฆ่าและให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้ว ให้ความสำคัญระดับมาก สำหรับด้านความคุ้นเคยกับเจ้าของฟาร์ม ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมี่ชีวิตมาฆ่าและให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้ว ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับการให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทสุกรที่ซื้อ					
	ซื้อสุกรมี่ชีวิตมาฆ่าและ			ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้ว		
	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. มีการให้ส่วนลด	3.56	1.34	มาก	3.50	1.32	มาก
2. มนุษยสัมพันธ์ของผู้ขาย	3.70	1.11	มาก	3.75	1.10	มาก
3. มีการขายแบบให้สินเชื่อ	3.89	1.26	มาก	3.54	1.37	มาก
4. มีบริการส่งสินค้าถึงที่	4.05	1.23	มาก	4.48	0.93	มาก
5. มีการรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งสินค้าถึงที่	4.00	1.20	มาก	3.89	1.27	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	3.82	0.94	มาก	3.89	0.84	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมี่ชีวิตมาฆ่าและและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้วให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับเดียวกัน คือ ให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบพบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมี่ชีวิตมาฆ่าและและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้วให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกด้านในระดับเดียวกัน คือ ให้ความสำคัญในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่าย

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่ายของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. น้ำหนักสุกรมีชีวิตมากหรือน้อยเกินไป	2.80	1.15	ปานกลาง
2. เพศของสุกรไม่ตรงความต้องการ	2.03	1.10	น้อย
3. ลำตัวของสุกรสั้น	2.06	1.01	น้อย
4. แผ่นหลังของสุกรแคบ	2.20	1.13	น้อย
5. ขนาดสะโพกของสุกรเล็ก	2.37	1.14	น้อย
6. อายุของสุกรมากหรือน้อยเกินไป	2.38	1.25	น้อย
7. มีเศษอาหารตกค้างในทางเดินอาหารสุกรที่นำมาฆ่า	2.49	1.25	น้อย
8. น้ำหนักที่สูญเสียไประหว่างการฆ่าสูง	2.86	1.50	ปานกลาง
9. ปริมาณเนื้อแดงที่ได้เมื่อเทียบกับน้ำหนักสุกรมีชีวิตต่ำ	2.71	1.43	ปานกลาง
10. ไม่มีสินค้าให้เลือกซื้อมาก	2.37	1.07	น้อย
11. ไม่มีการแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่มตามที่ต้องการ	2.13	0.94	น้อย
12. เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ไม่มีชื่อเสียง	1.97	0.87	น้อย
13. เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ได้ไม่ได้รับการรับรองเป็นฟาร์มมาตรฐานของกรมปศุสัตว์	1.92	1.12	น้อย
14. เป็นสุกรที่มีการใช้สารเร่งเนื้อแดง	1.84	1.15	น้อย
15. ความไม่สดของเนื้อสุกร	1.84	1.11	น้อย
16. ความไม่สะอาดของเนื้อสุกร	1.72	1.15	น้อย
17. สีของเนื้อสุกรไม่สวย	2.22	1.10	น้อย
18. เนื้อสุกรแฉะ	2.08	1.06	น้อย
19. ไขมันสันหลังหนา	2.33	1.09	น้อย
20. ลักษณะของเนื้อสามชั้นไม่สวย	2.20	0.93	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.23	1.13	น้อย

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับน้อย คือ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.23 โดยปัญหาปลีกย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีปัญหายู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ น้ำหนักที่สูญเสียไประหว่างฆ่าสูง (ค่าเฉลี่ย 2.86) น้ำหนักสุกรมีชีวิตมากหรือน้อยเกินไป (ค่าเฉลี่ย 2.80) และปริมาณเนื้อแดงที่ได้เมื่อเทียบกับน้ำหนักสุกรมีชีวิตต่ำ (ค่าเฉลี่ย 2.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่ายของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ราคาไม่เหมาะสมกับสินค้า	2.65	1.10	ปานกลาง
2. ไม่มีการบอกล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขาย	2.15	1.31	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.40	1.20	น้อย

ปัญหาด้านราคา

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีปัญหาด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับน้อย คือ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.40 โดยปัญหาปลีกย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีปัญหายู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาไม่เหมาะสมกับสินค้า (ค่าเฉลี่ย 2.65) และมีปัญหาในระดับน้อย เกี่ยวกับเรื่องไม่มีการบอกล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขาย (ค่าเฉลี่ย 2.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจำหน่ายในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมจำหน่าย
ของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. สถานที่จำหน่ายไม่สะดวกในการซื้อ	2.08	0.93	น้อย
2. ไม่คุ้นเคยกับผู้ขาย	2.11	0.99	น้อย
3. ไม่คุ้นเคยกับเจ้าของฟาร์ม	2.14	1.07	น้อย
4. ไม่สามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์	1.81	1.16	น้อย
5. ส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลานัดหมาย	1.91	1.10	น้อย
6. สินค้าที่ได้ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ	1.97	1.10	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.00	1.06	น้อย

ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย คือ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.00 โดยปัญหาปลีกย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีปัญหามีอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่คุ้นเคยกับเจ้าของฟาร์ม (ค่าเฉลี่ย 2.14) ไม่คุ้นเคยกับผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 2.11) สถานที่จำหน่ายไม่สะดวกในการซื้อ (ค่าเฉลี่ย 2.08) สินค้าไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ (ค่าเฉลี่ย 1.97) ส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลานัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 1.91) และไม่สามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์ได้ (ค่าเฉลี่ย 1.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่าย
ของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ถูกตัดส่วนลด	1.98	0.96	น้อย
2. ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากผู้ขาย	1.95	0.90	น้อย
3. ไม่มีการให้สินเชื่อหรือให้สินเชื่อระยะสั้น	2.15	1.18	น้อย
4. ไม่มีบริการส่งสินค้าถึงที่	1.86	1.25	น้อย
5. ไม่มีการรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งสินค้าถึงที่	2.36	1.19	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.06	1.10	น้อย

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับน้อย คือ ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.06 โดยปัญหาปลีกย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรมีปัญหาอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีการรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 2.36) ไม่มีการให้สินเชื่อหรือให้สินเชื่อระยะสั้น (ค่าเฉลี่ย 2.15) ถูกตัดส่วนลด (ค่าเฉลี่ย 1.98) ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 1.95) และไม่มีบริการส่งสินค้าถึงที่ (ค่าเฉลี่ย 1.81) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ปัญหาในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่าย จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่ายของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทสุกรที่ซื้อ					
	ซื้อสุกรมีชีวิตมาฆ่าและ			ซื้อเนื้อสุกรที่ฆ่าและเรียบร้อยแล้ว		
	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. นำหนักสุกรมีชีวิตมากหรือน้อยเกินไป	2.80	1.15	ปานกลาง			
2. เพศของสุกรไม่ตรงความต้องการ	2.03	1.10	น้อย			
3. ลำตัวของสุกรสั้น	2.06	1.01	น้อย			
4. แผ่นหลังของสุกรแคบ	2.20	1.13	น้อย			
5. ขนาดสะโพกของสุกรเล็ก	2.37	1.14	น้อย			
6. อายุของสุกรมากหรือน้อยเกินไป	2.38	1.25	น้อย			
7. มีเศษอาหารตกค้างในทางเดินอาหารสุกรที่นำมาฆ่า	2.49	1.25	น้อย			
8. นำหนักที่สูญเสียไประหว่างการฆ่าสูง	2.86	1.50	ปานกลาง			
9. ปริมาณเนื้อแดงที่ได้เมื่อเทียบกับนำหนักสุกรมีชีวิตต่ำ	2.71	1.43	ปานกลาง			
10. ไม่มีสินค้าให้เลือกซื้อ มาก	2.51	1.22	ปานกลาง	2.27	0.94	น้อย
11. ไม่มีการแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่มตามที่ต้องการ	2.21	0.97	น้อย	2.06	0.93	น้อย
12. เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ไม่มีชื่อเสียง	1.83	0.80	น้อย	2.11	0.93	น้อย
13. เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ได้ไม่ได้รับการรับรองเป็นฟาร์มมาตรฐานของกรมปศุสัตว์	1.79	1.11	น้อย	2.07	1.12	น้อย
14. เป็นสุกรที่มีการใช้สารเร่งเนื้อแดง	1.70	1.13	น้อย	1.98	1.17	น้อย
15. ความไม่สดของเนื้อสุกร	2.00	1.20	น้อย	1.69	1.00	น้อย
16. ความไม่สะอาดของเนื้อสุกร	1.76	1.17	น้อย	1.69	1.14	น้อย
17. สีของเนื้อสุกรไม่สวย	2.41	1.04	น้อย	2.02	1.14	น้อย
18. เนื้อสุกรแฉะ	2.29	1.15	น้อย	1.86	0.90	น้อย
19. ไขมันสันหลังหนา	2.49	1.19	น้อย	2.16	0.96	น้อย
20. ลักษณะของเนื้อสามชั้น ไม่สวย	2.27	0.96	น้อย	2.12	0.90	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.24	0.83	น้อย	2.03	0.82	น้อย

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วมีปัญหาด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับเดียวกัน คือ มีปัญหาในระดับน้อย เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบพบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วมีปัญหาด้านปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับเดียวกัน คือระดับน้อย เกี่ยวกับเรื่อง ไม่มีการแยกชนิดสินค้าออกเป็นกลุ่มตามที่ต้องการ เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ไม่มีชื่อเสียง เป็นสุกรที่มาจากฟาร์มที่ได้ไม่ได้รับการรับรองเป็นฟาร์มมาตรฐานของกรมปศุสัตว์ เป็นสุกรที่มีการใช้สารเร่งเนื้อแดง ความไม่สดของเนื้อสุกร ความไม่สะอาดของเนื้อสุกร สีของเนื้อสุกรไม่สวย เนื้อสุกรและ และไขมันสันหลังหนา สำหรับในด้านไม่มีสินค้าให้เลือกซื้อ มาก ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละมีปัญหาในระดับปานกลาง ส่วนผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้ว มีปัญหาในระดับน้อย

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านราคาในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่ายของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ด้านราคา	ประเภทสุกรที่ซื้อ					
	ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละ			ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้ว		
	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ราคาไม่เหมาะสมกับสินค้า	2.67	1.14	ปานกลาง	2.63	1.05	ปานกลาง
2. ไม่มีการบอกล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาขาย	2.06	1.41	น้อย	2.24	1.20	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.41	1.17	น้อย	2.42	1.00	น้อย

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วมีปัญหาด้านปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับเดียวกัน คือ มีปัญหาในระดับน้อย เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบพบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วมีปัญหาด้านปัจจัยด้านราคาในระดับเดียวกัน คือระดับปานกลางเกี่ยวกับเรื่องราคาไม่เหมาะสมกับสินค้า มีปัญหาในระดับน้อยเกี่ยวกับเรื่อง ไม่มีการบอกล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคา

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่าย
ของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทสุกรที่ซื้อ					
	ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละ			ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้ว		
	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. สถานที่จำหน่ายไม่สะดวกในการซื้อ	2.11	0.88	น้อย	2.04	0.99	น้อย
2. ไม่คุ้นเคยกับผู้ชาย	2.04	0.90	น้อย	2.18	1.07	น้อย
3. ไม่คุ้นเคยกับเจ้าของฟาร์ม	2.08	1.01	น้อย	2.21	1.14	น้อย
4. ไม่สามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์	1.71	1.22	น้อย	1.90	1.10	น้อย
5. ส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลานัดหมาย	1.86	1.07	น้อย	1.96	1.13	น้อย
6. สินค้าที่ได้ไม่ตรงกับคำสั่งซื้อ	2.02	1.10	น้อย	1.92	1.10	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	1.97	0.76	น้อย	2.02	0.86	น้อย

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร ที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร
ที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วมีปัญหาด้านปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ใน
ระดับเดียวกัน คือ มีปัญหาในระดับน้อย เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบพบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่
ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วมีปัญหาด้าน
ปัจจัยด้านราคาในทุกๆด้านในระดับเดียวกัน คือระดับน้อย

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อเนื้อสุกรมาจำหน่าย
ของผู้ค้าปลีกเนื้อสุกร จำแนกตามประเภทสุกรที่ซื้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทสุกรที่ซื้อ					
	ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละ			ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้ว		
	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
1. ถูกตัดส่วนลด	1.91	1.01	น้อย	2.02	0.92	น้อย
2. ไม่ได้รับการดูแลที่ดีจากผู้ขาย	2.00	1.01	น้อย	1.90	0.80	น้อย
3. ไม่มีการให้สินเชื่อหรือให้สินเชื่อระยะสั้น	2.02	1.14	น้อย	2.26	1.22	น้อย
4. ไม่มีบริการส่งสินค้าถึงที่	1.95	1.41	น้อย	1.78	1.09	น้อย
5. ไม่มีการรับประกันสินค้าในกรณีที่มีการส่งสินค้าถึงที่	2.49	1.33	น้อย	2.27	1.09	น้อย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	2.09	0.92	น้อย	2.04	0.79	น้อย

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วมีปัญหาด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับเดียวกัน คือ มีปัญหาในระดับน้อย เมื่อพิจารณาปัจจัยองค์ประกอบพบว่า ผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อสุกรมีชีวิตมาชำแหละและผู้ค้าปลีกเนื้อสุกรที่ซื้อเนื้อสุกรที่ชำแหละเรียบร้อยแล้วมีปัญหาด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในทุกๆด้านในระดับเดียวกัน คือระดับน้อย