

ชื่อเรื่องการค้าคั่วแบบอิสระ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรของผู้บริโภคในเขตเทศบาล
ตำบลเวียง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายกิตติศักดิ์ มะรินทร์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคั่วแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรีสุวรรณ นฤนาทวงศ์สกุล ประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุรยา กรรมการ

อาจารย์วิวรรณ วรรณจักริยา กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรของผู้บริโภคในเขตเทศบาลตำบลเวียง
อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค จำนวน 378 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง
แบบผสม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จบ
การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า มีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่
เป็นแม่บ้าน นิยมเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ตราซีพีเอฟ เหตุผลในการเลือกบริโภค คือ หาซื้อได้ง่าย
บริโภคตามอิทธิพลจากสื่อ การพูดปากต่อปาก ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจคือ ตัวเอง จำนวนเงินเฉลี่ย
ที่ซื้อต่อครั้ง ต่ำกว่า 100 บาท บริโภคตามโอกาสงานเลี้ยงสังสรรค์ บริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรมาเป็น
ระยะเวลา 2 ปีขึ้นไป ความถี่ของการบริโภค 2 ครั้งต่อสัปดาห์ สถานที่ซื้อคือ ตลาดสด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย
และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคเห็นว่า มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรในระดับ
มาก

ปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคเห็นว่ามีส่วนต่อการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรในระดับมาก



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Consuming Behavior on Pork Products of Consumers in Wiang Subdistrict Municipality, Fang District, Chiang Mai Province
Author	Mr. Kittisak Marin
Degree	Master of Business Administration (Agro- Industry Management)
Independent Study Advisory Committee	Asst. Prof. Dr. Srisuwan Naruenartwongsakul Chairperson Asst. Prof. Theerakiti Navaratana Na Ayudhya Member Lect. Wiwat Wattanatchariya Member

ABSTRACT

The investigation of swine meat consuming behavior of consumers in Wiang subdistrict municipality, Fang district, Chiang Mai province was performed by data collection of 378 respondents. The mixed random sampling was employed while the analysis of data was carried out by descriptive statistics

The study revealed that the majority of respondents were female whose age range was between 31 – 40 years with junior high or lower educational levels. The average income was less than 10,000 baht per month. These housewives preferred CPF brand based on the purchasing convenient, media and words of mouth influences. The respondents made their own buying decision with an average spending of lesser than 100 baht at a time. The consumption was generally occurred during party occasion. The swine meat was regularly consumed by the respondents for more than 2 years with an average consumption of twice a week whose products were purchased from fresh market.

The marketing mix factors and corresponding problems which included product, price, distribution venue, and promotional aspects were both rated highly.