

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การทดสอบแนวคิดของร้านค้าปลีกเนื้อสุกรอนามัย  
ที่ตั้งเป็นเอกเทศในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายชัยทัต ชนานนท์วิรัช

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการทดสอบแนวคิดของร้านค้าปลีกเนื้อสุกรอนามัยที่ตั้งเป็นเอกเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อและการใช้เนื้อสุกรและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเปิดร้านเนื้อสุกรอนามัย ถนน 2 เชียงราย ใกล้ประตูมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ด้านทิศตะวันออก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้แบบสอบถาม สอบถามลูกค้าร้านขายผักอนามัย จำนวน 100 ราย และอาจารย์ข้าราชการ และพนักงานมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 100 ราย รวมเป็น 200 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาหารรับประทานเอง โดยมีการนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหารสัปดาห์ละ 3-4 วัน และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเลือกร้านและเลือกซื้อเนื้อสุกรด้วยตนเองและต้องการซื้อเนื้อสุกรส่วนเนื้อแดงที่มีความสดสะอาดและมีสีเนื้อชมพู โดยไม่มีวันที่แน่นอนในการซื้อเนื้อสุกร แต่ส่วนใหญ่ซื้อเนื้อสุกรในช่วงเย็นหลัง 16.00 น. โดยการซื้อเนื้อสุกรส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่เป็นตลาดสดที่อยู่ใกล้บ้าน และซื้อจากผู้จำหน่ายหลายรายไม่จำเพาะเจาะจง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเลือกซื้อเนื้อสุกรอนามัย โดยควรมีราคาเท่ากับเนื้อสุกรทั่วไป และเข้าใจความหมายของเนื้อสุกรอนามัยว่าเป็นเนื้อสุกรปลอดจากจุลินทรีย์และปลอดสารตกค้างต่างๆ เช่น ยาปฏิชีวนะ สารเร่งเนื้อแดง ยาฆ่าแมลง และเข้าใจว่าคือเนื้อสุกรที่ได้จากสุกรขุนที่เลี้ยงจากฟาร์มมาตรฐานและผ่านการฆ่าแล่จากโรงงานที่ได้มาตรฐานกรมปศุสัตว์แต่ยังไม่เข้าใจว่าคือเนื้อสุกรที่มีการควบคุมอุณหภูมิไม่เกิน 4 องศาเซลเซียส ตลอดระยะเวลาการขนส่งและรอจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเนื้อสุกรอนามัย ร้านค้าปลีกเนื้อสุกรอนามัยที่ตั้งเป็นเอกเทศ ที่สำคัญเป็น ลำดับที่ 1 คือด้านผลิตภัณฑ์ ลำดับที่ 2 คือด้านสถานที่จำหน่าย ลำดับที่ 3 คือด้านราคา และลำดับที่ 4 คือด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับโดยมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องสินค้ามีความสะอาด ถูกหลักอนามัย มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และมีบริการหั่น ซอยบด

ปัจจัยด้าน สถานที่จำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในเรื่องการมีตู้แช่สามารถรักษาอุณหภูมิสินค้าให้สดใหม่ มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ร้านตั้งอยู่ในที่คมนาคมสะดวก

ปัจจัยด้าน ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในเรื่อง มีป้ายราคาสินค้าแสดงไว้ให้ดูอย่างชัดเจน มีสินค้าให้เลือกหลายราคาตามขนาดบรรจุภัณฑ์ และราคาเท่ากับเนื้อสุกรทั่วไป

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่อง การมีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านอาหาร มีโปรโมชั่นลดราคาพิเศษ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา

โดยทั่วไปผู้บริโภคมีแนวโน้มยอมรับร้านค้าปลีกนี้ แต่หากจะมีการดำเนินการ ควรมีการปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด อีกทั้งยังควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินเพิ่มเติมอีกด้วย



Most questionnaire respondents agreed that the factors that influenced buying from Stand – alone Hygienic Pork Retail shop were product, place, price and marketing promotion, respectively, with the following details.

In term of product, most respondents thought it was important that the pork was fresh, clean and sanitized, and that there was variety in preparing services available such as chopping and grinding.

In term of place, most respondents thought it was important that the pork was stored in the freezer, that there was convenient and the shop was conveniently located.

In terms of price, most respondents thought it was important that there were price tags and product came in different package sizes, and that the price was the same as that of ordinary pork.

In term of marketing promotion, most respondents thought it was important that there was nutritional information, special promotion and advertisement through various media such as radio, advertising boards, etc.

In general, the customers accepted the concept of Stand – alone Hygienic Pork Retail shop. For new business, they felt that marketing strategies could be improved to better serve customers' needs, and that here should be feasibility study on the financial side of the business.