

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคต่อการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์จากร้านค้าหมูสวรรค์ ใน จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 260 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลตัวอย่างจากสาขา 4 แห่ง แห่งละ 65 ราย ซึ่งได้แก่ สาขาทุ่งโฮเต็ล สาขาตลาดประตูก้อม(ภาคก้อม) สาขาตลาดเทพมงคล(ตลาดข้างเกียน) และสาขาตลาดแม่เหียะ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีสถานภาพสมรส อาชีพผู้ตอบแบบสอบถาม คือมีอาชีพค้าขาย ระดับการศึกษาคือ มัธยมศึกษาตอนปลายเทียบเท่าหรือต่ำกว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว คือ 1-3 คน ส่วนใหญ่ ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว คือ ตัวเอง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคโดยใช้คำถาม 6Ws และ 1H พบว่า

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ คือ เนื้อสามชั้น รองลงมาคือ เนื้อสะโพก และกระดูก

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์เพราะความสดของเนื้อสุกร รองลงมาคือราคาของเนื้อสุกร และความสะอาดของเนื้อสุกร

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว คือ ตัวเอง รองลงมาคือ พ่อแม่ และคู่สมรส

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการประกอบอาหารรับประทานเอง คือ ทุกวัน รองลงมาคือสัปดาห์ละ 3-4 วัน และสัปดาห์ละ 1-2 วัน ความถี่ที่มีการนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร คือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน รองลงมา คือทุกวัน และสัปดาห์ละ 3-4 วัน มีความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวรรค์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ คือ ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ และทุกวัน ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร คือ ช่วงเย็น หลัง 16.00 น. รองลงมาคือ เวลา 8.00-12.00 น. และเวลา 13.01-16.00 น. วันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุด คือ ไม่น่านอน รองลงมาคือวันจันทร์-วันศุกร์ และวันเสาร์

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานที่ที่ซื้อเนื้อสุกรประจำ 3 ลำดับแรกคือ ตลาดสดรองลงมาคือร้านหมูสวรรค์สาขาตลาดแม่เหียะและร้านหมูสวรรค์สาขาภาคภูมิ ซื้อมานานๆครั้ง คือ ท็อปส์ ซูเปอร์มาร์เก็ต รองลงมาคือ เทสโก้ โลตัสและบิ๊กซีซูเปอร์สโตร์ ไม่นเคยซื้อ คือ รถเร่ รองลงมาคือร้านหมูสวรรค์สาขาข้างเคียนและร้านหมูสวรรค์สาขาแม่เหียะ

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลเกี่ยวกับร้านหมูสวรรค์จากป้ายหน้าร้าน รองลงมาจากพนักงานร้านและคนรู้จัก โดยมูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 3 ลำดับแรกคือ 51-100 บาท รองลงมาคือ 101-200 บาท และลำดับที่ 3 เท่ากันคือต่ำกว่า 50 บาท และ 201-500 บาท

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3.1 ข้อมูลพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จำแนกตามเพศ

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศชายและเพศหญิง

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ พบว่า

เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย และเพศหญิงลำดับแรกเหมือนกันคือสามชั้น รองลงมาเพศชาย คือ กระดูกซี่โครง แตกต่างจาก เพศหญิงคือ สะโพก

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ พบว่าเหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง 2 ลำดับแรก คือ ความสดของเนื้อสุกร รองลงมาคือราคาของเนื้อสุกร

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ พบว่าทั้งเพศหญิงและเพศชายมีผู้ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัวลำดับแรกเหมือนกันคือ ตัวเอง รองลงมาเพศชาย คือ คู่สมรส แตกต่างจาก เพศหญิงคือ พ่อแม่

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ พบว่า

การนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย 2 ลำดับแรกคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1-2 วัน แตกต่างจากเพศหญิง 2 ลำดับแรกคือทุกวัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน โดยมีความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวัสดิ์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของผู้ตอบแบบ สอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง 2 ลำดับแรกคือ ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ รองลงมา คือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง 2 ลำดับแรกคือ ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. รองลงมาคือ เวลา 8.00-12.00 น. และวันที่ซื้อเนื้อสุกรมาก ที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง 2 ลำดับแรกคือ ไม่แน่นอน รองลงมาคือ วันจันทร์-วันศุกร์

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์พบว่า สถานที่ซื้อประจำของสถานที่ซื้อประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง 2 ลำดับแรก คือ ตลาดสด รองลงมาคือ ร้านหมูสวัสดิ์สาขาตลาดแม่เหียะ

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ พบว่า แหล่งที่ทราบเกี่ยวกับร้านหมูสวัสดิ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิง ลำดับแรกคือ ใบบลิว/โปสเตอร์/โบชัวร์ของร้าน รองลงมาเพศชายคือคนรู้จัก ส่วนเพศหญิง คือพนักงานร้าน มูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชาย และเพศหญิง 2 ลำดับแรกคือ 51-100 บาท รองลงมาคือ 101-200 บาท

ตารางที่ 75 แสดงสรุปพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมผู้บริโภค	เพศ	
	ชาย	หญิง
การประกอบอาหารรับประทานเอง	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (28.3)	ทุกวัน (36.3)
การนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (45.7)	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (34.5)
ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวัสดิ์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (55.4)	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (54.8)
ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (42.4)	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (51.8)
วันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุด	ไม่แน่นอน (69.6)	ไม่แน่นอน (57.7)
สถานที่ซื้อประจำ	ตลาดสด (55.4)	ตลาดสด (53.0)
เหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์	ความสดของเนื้อสุกร (71.7)	ความสดของเนื้อสุกร (75.0)
เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ	สามชั้น (58.7)	สามชั้น (51.2)
แหล่งที่ทราบเกี่ยวกับร้านหมูสวัสดิ์	ป้ายหน้าร้าน (67.4)	ป้ายหน้าร้าน (72.0)
มูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	51-100 บาท (43.5)	51-100 บาท (44.0)
ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว	ตัวเอง (55.4)	ตัวเอง (77.4)

จากตารางที่ 75 พบว่า ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีการนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร สัปดาห์ละ 3-4 วัน มีความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวัสดิ์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์คือ ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกรคือช่วงเย็นหลัง 16.00 น. วันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุดคือไม่แน่นอน และสถานที่ซื้อประจำคือ ตลาดสด โดยมีเหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์คือ ความสดของเนื้อสุกร เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำคือ เนื้อสามชั้น แหล่งที่ทราบเกี่ยวกับร้านหมูสวัสดิ์คือ ป้ายหน้าร้าน มูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง คือ 51-100 บาท ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว คือตัวเอง

3.2 ข้อมูลพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ จำแนกตามอาชีพ

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกอาชีพ ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ พบว่าเนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ คือ สะโพก และดับเท่ากัน รองลงมาคือ สันคอ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจเนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำคือ สามชั้น รองลงมาคือ กระดูกซี่โครง อาชีพเจ้าของกิจการและอาชีพลูกจ้าง พนักงาน เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำคือ สามชั้น รองลงมาคือ สะโพกและกระดูกซี่โครงเท่ากัน อาชีพค้าขายเนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำคือ สันคอ รองลงมาคือ กระดูกซี่โครง อาชีพนักเรียน นักศึกษา เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำคือสามชั้นรองลงมาคือ สะโพก

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ พบว่าเหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ เจ้าของกิจการ และลูกจ้างพนักงานบริษัท เหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์คือ ความสดของเนื้อสุกร รองลงมาคือ ราคาของเนื้อสุกร อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์คือ ความสะอาดของอุปกรณ์ สถานที่จำหน่าย รองลงมาคือ ความหลากหลายของเนื้อสุกร เช่น สันคอกุ่มเนื้อ, เครื่องใน อาชีพค้าขาย เหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์คือ ความสดของเนื้อสุกร รองลงมาคือ ความสะอาดของอุปกรณ์ สถานที่จำหน่าย

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เจ้าของกิจการ อาชีพค้าขาย ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว คือ ตัวเอง รองลงมาคือ คู่สมรส อาชีพลูกจ้างพนักงานบริษัท ผู้ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว คือ ตัวเอง รองลงมาคือ พ่อแม่ นักเรียนนักศึกษา ผู้ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว คือ พ่อแม่ รองลงมาคือ ตัวเอง

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ พบว่าการประกอบอาหารรับประทานเอง ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ 2 ลำดับแรกคือ ทุกวัน

และสัปดาห์ละ 3-4 วัน เท่ากัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 5-6 วัน อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด 2 ลำดับแรกคือสัปดาห์ละ 1-2 วัน รองลงมาคือ ทุกวัน อาชีพเจ้าของกิจการ 2 ลำดับแรกคือ ทุกวัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1-2 วัน อาชีพค้าขาย 2 ลำดับแรกคือทุกวัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน อาชีพลูกจ้างพนักงานบริษัทเอกชน 2 ลำดับแรกคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1-2 วัน อาชีพนักเรียนนักศึกษา 2 ลำดับแรกคือ ทุกวัน รองลงมาคือสัปดาห์ละ 1-2 วัน ส่วนการนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ 2 ลำดับแรกคือ ทุกวัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ 2 ลำดับแรกคือสัปดาห์ละ 1-2 วัน และสัปดาห์ละ 3-4 วันเท่ากัน รองลงมาคือ ทุกวัน อาชีพเจ้าของกิจการ 2 ลำดับแรกคือทุกวัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน อาชีพค้าขาย และลูกจ้างพนักงานบริษัท 2 ลำดับแรกคือสัปดาห์ละ 3-4 วัน รองลงมาคือ ทุกวัน อาชีพนักเรียน นักศึกษา 2 ลำดับแรกคือสัปดาห์ละ 3-4 วัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1-2 วัน ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวัสดิ์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ 2 ลำดับแรกคือ ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ และอาชีพค้าขาย 2 ลำดับแรกคือ ช่วงเย็นหลัง 16.00 น.รองลงมาคือ เวลา 8.00-12.00 น. อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และนักเรียนนักศึกษา 2 ลำดับแรกคือ ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. รองลงมาคือ เวลา 13.01-16.00 น. อาชีพเจ้าของกิจการ 2 ลำดับแรกคือ เวลา 8.00-12.00 น. รองลงมาคือ ช่วงเวลาเย็นหลัง 16.00 น. อาชีพลูกจ้างพนักงานบริษัท 2 ลำดับแรกคือ ช่วงเวลาเย็นหลัง 16.00 น. รองลงมาคือ ช่วงเช้าก่อนเวลา 8.00 น. เวลา 8.00-12.00 น. และเวลา 13.01-16.00 น. เท่ากัน วันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพ 2 ลำดับแรกคือ ไม่แน่นอน รองลงมาคือ วันจันทร์-วันศุกร์

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์พบว่า สถานที่ซื้อประจำของสถานที่ซื้อประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพ ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจสถานที่ซื้อประจำ 2 ลำดับแรกคือ ตลาดสด รองลงมาคือ ร้านหมูสวัสดิ์สาขาภาคก้อม อาชีพเจ้าของกิจการ สถานที่ซื้อประจำ 2 ลำดับแรกคือ ตลาดสด รองลงมาคือ ร้านหมูสวัสดิ์สาขาตลาดข้างเคียง อาชีพค้าขาย สถานที่ซื้อประจำ 2 ลำดับแรกคือ ตลาดสด รองลงมาคือ ร้านหมูสวัสดิ์สาขาตลาดข้างเคียง เท่ากับร้านหมูสวัสดิ์สาขาภาคก้อม อาชีพลูกจ้างพนักงานบริษัทและนักเรียนนักศึกษา สถานที่ซื้อประจำ 2 ลำดับแรกคือ ตลาดสด รองลงมาคือ ร้านหมูสวัสดิ์สาขาตลาดแม่เหียะ

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ พบว่า แหล่งที่ทราบเกี่ยวกับร้านหมูสวัสดิ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ และ เจ้าของกิจการ 2 ลำดับแรกคือ พนักงานร้าน รองลงมาคือคนรู้จัก อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ 2 ลำดับแรกคือ คนรู้จัก รองลงมาคือพนักงานร้าน อาชีพค้าขาย 2 ลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้าน รองลงมาคือ คนรู้จัก และ พนักงานร้าน อาชีพลูกจ้างพนักงานบริษัท 2 ลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้าน รองลงมาคือ คนรู้จัก

มูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ 2 ลำดับแรกคือ ต่ำกว่า 50 บาท รองลงมาคือ 51-100 บาท อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้างพนักงานบริษัท 2 ลำดับแรกคือ 51-100 บาท รองลงมาคือ ต่ำกว่า 50 บาท อาชีพเจ้าของกิจการ และ อาชีพค้าขาย 2 ลำดับแรกคือ 51-100 บาท รองลงมาคือ 101-200 บาท อาชีพนักเรียนนักศึกษา 2 ลำดับแรกคือ 51-100 บาท รองลงมาคือ 101-200 บาท และ 201-500 บาท เท่ากัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 76 แสดงสรุปพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมผู้บริโภค	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เจ้าของกิจการ	อาชีพค้าขาย	ลูกจ้างพนักงานบริษัท	นักเรียน/นักศึกษา
การประกอบอาหารรับประทานเอง	สัปดาห์ละ 1-2 วัน ทุกวัน เท่ากัน (32.0)	สัปดาห์ละ 1-2 วัน (50.0)	ทุกวัน (39.0)	ทุกวัน (34.2)	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (38.6)	ทุกวัน (40.6)
การนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร	ทุกวัน (32.0)	สัปดาห์ละ 1-2 วัน สัปดาห์ละ 3-4 วัน (35.7)	ทุกวัน (32.2)	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (43.0)	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (48.6)	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (51.3)
ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวัสดิ์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (56.0)	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (50.0)	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (55.9)	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (60.8)	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (50.0)	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (48.7)
ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (52.0)	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (71.4)	เวลา 8.00-12.00 น. (35.6)	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (45.6)	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (52.3)	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (64.1)
วันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุด	ไม่แน่นอน (72.0)	ไม่แน่นอน (64.3)	ไม่แน่นอน (54.2)	ไม่แน่นอน (60.8)	ไม่แน่นอน (54.5)	ไม่แน่นอน (76.9)
สถานที่ซื้อประจำ	ตลาดสด (64.0)	ตลาดสด (42.9)	ตลาดสด (45.8)	ตลาดสด (58.2)	ตลาดสด (45.5)	ตลาดสด (64.1)
เหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์	ความสดของเนื้อสุกร (76.0)	ความสะอาดของอุปกรณ์, สถานที่จำหน่าย (64.3)	ความสดของเนื้อสุกร (74.6)	ความสดของเนื้อสุกร (69.6)	ความสดของเนื้อสุกร (72.7)	ความสดของเนื้อสุกร (87.2)
แหล่งที่ทราบเกี่ยวกับเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์	พนักงานร้าน (60.0)	คนรู้จัก (50.0)	พนักงานร้าน (50.8)	ป้ายหน้าร้าน (60.8)	ป้ายหน้าร้าน (79.5)	ป้ายหน้าร้าน (89.7)

ตารางที่ 69(ต่อ) แสดงสรุปพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ ลำดับแรก จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมผู้บริโภค	อาชีพ					
	ข้าราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เจ้าของกิจการ	อาชีพค้าขาย	ลูกจ้างพนักงานบริษัท	นักเรียน/นักศึกษา
มูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ต่ำกว่า 50 บาท (40.0)	51-100 บาท (42.9)	51-100 บาท (46.8)	51-100 บาท (59.1)	51-100 บาท (12.8)	51-100 บาท (43.8)
เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ	สะโพก (36.0)	สามชั้น (57.1)	สามชั้น (54.2)	สามชั้น (57.0)	สันคอ (38.6)	สามชั้น (79.5)
ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว	ตัวเอง (64.0)	ตัวเอง (78.6)	ตัวเอง (79.7)	ตัวเอง (75.9)	ตัวเอง (75.0)	พ่อแม่ (61.5)

3.3 ข้อมูลพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทุกรายได้

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ พบว่า

เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท 2 ลำดับแรกคือสามชั้น รองลงมาคือ สะโพก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ สามชั้น รองลงมาคือ สะโพก และกระดูกซี่โครงเท่ากัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ สะโพก และสามชั้นเท่ากัน รองลงมาคือ กระดูกซี่โครง เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ ของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป 2 ลำดับแรกคือ สามชั้น และกระดูกซี่โครงเท่ากัน รองลงมาคือ สันนอก

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ พบว่า เหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ ความสดของเนื้อสุกร รองลงมาคือราคาของเนื้อสุกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ ความสะอาดของอุปกรณ์, สถานที่จำหน่าย รองลงมาคือ ความสดของเนื้อสุกร และความหลากหลายของเนื้อสุกร เช่น สิ้นค้ำกลุ่มเนื้อ, เครื่องใน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป 2 ลำดับแรกคือ ราคาของเนื้อสุกร และ ความหลากหลายของเนื้อสุกร เช่น สิ้นค้ำกลุ่มเนื้อ, เครื่องใน รองลงมาคือ ความสดของเนื้อสุกร

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อจากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 10,000-20,000 บาท ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว คือ ตัวเอง รองลงมาคือ พ่อแม่ รายได้ มากกว่า 30,000 บาท ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว คือ ตัวเอง

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใดจากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ พบว่า การประกอบอาหารรับประทานเอง ของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ ทุกวัน และสัปดาห์ละ 3-4 วัน เท่ากัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1-2 วัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 -20,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน รองลงมาคือ ทุกวัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 -30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป 2 ลำดับแรกคือ ทุกวัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1-2 วัน

การนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร ของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1-2 วัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน รองลงมาคือ ทุกวัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มากที่สุด 2 ลำดับแรกคือ ทุกวัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 3-4 วัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป 2 ลำดับแรกคือ ทุกวัน รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1-2 วัน

ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวรรค์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของผู้ตอบแบบสอบถาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ ขึ้นอยู่กับความต้องการ

ใช้ รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท 2 ลำดับแรกคือขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ และทุกวัน เท่ากัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป 2 ลำดับแรกคือ ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้รองลงมาคือ ทุกวัน เท่ากัน

ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร ของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. รองลงมาคือช่วงเช้าก่อนเวลา 8.00 น. เวลา 8.00-12.00 น. และเวลา 13.01-16.00 น. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. รองลงมาคือ เวลา 8.00-12.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. รองลงมาคือ เวลา 8.00-12.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ เวลา 8.00-12.00 น. รองลงมาคือ ช่วงเย็นหลัง 16.00 น.

วันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุด ของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ ไม่แน่นอน รองลงมาคือ วันจันทร์-วันศุกร์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป 2 ลำดับแรกคือ วันจันทร์-วันศุกร์ รองลงมาคือ ไม่แน่นอน

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน สถานที่ซื้อประจำของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 2 ลำดับแรก คือ ตลาดสด รองลงมาคือ ร้านหมูสวัสดิ์สาขาทุ่งโฮเต็ล รายได้ 10,000-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท 2 ลำดับแรก คือ ตลาดสด รองลงมาคือ ร้านหมูสวัสดิ์สาขาทุ่งโฮเต็ล รายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป 2 ลำดับแรก คือ ร้านหมูสวัสดิ์สาขาภาคก้อม รองลงมาคือ ตลาดสด

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ พบว่าแหล่งที่ทราบเกี่ยวกับร้านหมูสวัสดิ์ ของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป 2 ลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้าน รองลงมาคือคนรู้จัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาทและ 20,001-30,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ ป้ายหน้าร้าน รองลงมาคือพนักงานร้าน

มูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อ โดยเฉลี่ยต่อครั้ง ของผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ 51-100 บาท รองลงมาคือ 101-200 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท 2 ลำดับแรกคือ 101-200 บาท รองลงมาคือ 51-100 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า30,000 บาทขึ้นไป 2 ลำดับแรกคือ 51-100 บาท และ 500-1,000 บาท

ตารางที่ 77 แสดงสรุปพฤติกรรมในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ ลำดับแรก จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมผู้บริโภค	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
การประกอบอาหารรับประทานเอง	สัปดาห์ละ 3-4 วัน ทุกวัน เท่ากัน (31.2)	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (29.5)	ทุกวัน (31.6)	ทุกวัน (60.0)
การนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (39.0)	สัปดาห์ละ 3-4 วัน (42.1)	ทุกวัน (36.8)	ทุกวัน (60.0)
ความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวัสดิ์โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (59.6)	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (46.3)	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (63.2)	ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ (60.0)
ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (44.7)	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (55.8)	ช่วงเย็นหลัง 16.00 น. (42.1)	เวลา 8.00-12.00 น. (60.0)
วันที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุด	ไม่แน่นอน (62.4)	ไม่แน่นอน (61.1)	ไม่แน่นอน (68.4)	วันจันทร์-ศุกร์ (60.0)
สถานที่ซื้อประจำ	ตลาดสด (53.2)	ตลาดสด (55.8)	ตลาดสด (57.9)	ร้านหมูสวัสดิ์สาขาภาคก้อม (40.0)
เหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์	ความสดของเนื้อ (75.2)	ความสดของเนื้อ (75.8)	ความสดของเนื้อ ความ หลากหลายของเนื้อสุกร เช่น สินค้ากลุ่มเนื้อ, เครื่องใน (57.9)	หลากหลายของเนื้อสุกร เช่น สินค้ากลุ่มเนื้อ, เครื่องใน ราคา ของเนื้อสุกร (80.0)
แหล่งที่ทราบเกี่ยวกับร้านหมูสวัสดิ์	ป้ายหน้าร้าน (68.8)	ป้ายหน้าร้าน (70.5)	ป้ายหน้าร้าน (73.7)	ป้ายหน้าร้าน (100.0)
มูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	51-100 บาท (48.9)	51-100 บาท (40.0)	101-200 บาท 500-1,000 บาท เท่ากัน (40.0)	51-100 บาท (40.0)
เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ	สามชั้น (53.2)	สามชั้น (50.5)	สะโพก สามชั้น เท่ากัน (61.2)	สามชั้น กระดูกซี่โครง เท่ากัน (100)
ผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว	ตัวเอง (70.9)	ตัวเอง (69.5)	ตัวเอง (52.6)	ตัวเอง (100.0)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก คือ ความสดเนื้อสุกร

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์โดยรวมมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมากคือราคาราคาเนื้อสุกรเหมาะสมกับปริมาณเท่ากับมีป้ายบอกราคาชัดเจน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก คือทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์โดยรวมในระดับมาก ปัจจัยย่อยให้ความสำคัญสูงสุดในระดับมาก คือ การบริการของพนักงานขาย

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้

5.1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสดเนื้อสุกร

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาราคาเนื้อสุกรเหมาะสมกับปริมาณ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการของพนักงานขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มารยาทของพนักงานขาย

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเนื้อ

สุกรตราหมูสวัสดิ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพเนื้อสุกร ความสดเนื้อสุกร กลิ่นของเนื้อสุกร เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสดของเนื้อสุกร ความสะอาดของเนื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสดของเนื้อสุกร

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย และลูกจ้างพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสดของเนื้อสุกร

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดของเนื้อสุกร

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเนื้อสุกรเหมาะสมกับปริมาณ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเนื้อสุกรเหมาะสมกับปริมาณ

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาคงที่

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างพนักงานบริษัท ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยคือ ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักเรียนนักศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยคือ ความสะอาดภายในร้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ และเจ้าของกิจการ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการของพนักงานขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มารยาทของพนักงานขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพค้าขาย ลูกจ้างพนักงานบริษัท และนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มารยาทของพนักงานขาย

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000-20,000 บาทให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ความสดเนื้อสุกร รongลงมาคือ ความสะอาดเนื้อสุกร และคุณภาพเนื้อสุกร

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพเนื้อสุกร

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการด้วยเครื่องมือที่ทันสมัยเช่น เครื่องบด เครื่องชอย เครื่องสไลด์ คุณภาพเนื้อสุกร ความสดเนื้อสุกร ความสะอาดเนื้อสุกร สีของเนื้อสุกร กลิ่นของเนื้อสุกร

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเนื้อสุกรเหมาะสมกับปริมาณ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีป้ายบอกราคาชัดเจน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเนื้อสุกรเหมาะสมกับปริมาณ ราคาคงที่ มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า เท่ากัน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดภายในร้าน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก ความสะดวกภายในร้าน เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคม ป้ายร้านค้าเด่นชัด สถานที่จอดรถสะดวก เพียงพอ ความสะดวกภายในร้าน เท่ากัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมสูงสุดในระดับมาก

ปัจจัยย่อย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการของพนักงานขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มารยาทของพนักงานขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มารยาทของพนักงานขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มารยาทของพนักงานขาย ความชำนาญของพนักงานในการตัดแต่งสินค้าตามความต้องการ

ตารางที่ 78 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้

	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	10,000-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ความสดเนื้อสุกร (4.40: มาก)	ความสดเนื้อสุกร (4.36: มาก)	คุณภาพเนื้อสุกร (4.68: มากที่สุด)	การบริการด้วยเครื่องที่ทันสมัยเช่น เครื่องบด เครื่องซอย เครื่องสไลด์ คุณภาพเนื้อสุกร ความสดเนื้อสุกร ความสะอาดเนื้อสุกร กลิ่นของเนื้อสุกร เท่ากัน (4.20: มาก)
ปัจจัยด้านราคา	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (4.09: มาก)	ราคาเนื้อสุกรเหมาะสมกับปริมาณ (4.26: มาก)	มีป้ายบอกราคาชัดเจน (4.47: มาก)	มีป้ายบอกราคาชัดเจน ราคาคงที่ มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคา ล่วงหน้า เท่ากัน (4.00: มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ความสะอาดภายในร้าน (4.29: มาก)	ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก (4.39: มาก)	ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก ความสะอาดภายในร้าน (4.47: มาก)	ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก ป้ายร้านค้าเด่นชัด ความสะอาดภายในร้าน (4.00: มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การบริการของพนักงานขาย (4.31: มาก)	มารยาทของพนักงานขาย (4.48: มาก)	มารยาทของพนักงานขาย (4.58: มากที่สุด)	มารยาทของพนักงานขาย ความชำนาญของพนักงานในการตัดแต่งสินค้าตามความต้องการ (4.00: มาก)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของผู้บริโภคในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ในจังหวัด เชียงใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหา 3 ลำดับแรกคือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน เนื้อสุกรมีไม่หลากหลาย มีบางชนิดหมดเป็นบางครั้ง รองลงมาคือปัญหาด้านราคาในปัจจุบัน ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย และปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบัน สถานที่จอร์จไม่ สะดวกและไม่เพียงพอ

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์ ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการ ค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ข้อ มาอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส มีอายุระหว่าง 40-49 ปี อาชีพ 3 ลำดับแรกคือมีอาชีพค้าขาย รองลงมา คือ เจ้าของกิจการ และ ลูกจ้าง พนักงานบริษัท มีระดับการศึกษา 3 ลำดับแรกคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย เทียบเท่าหรือต่ำกว่า รองลงมาคืออนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า และปริญญาตรี โดยมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วันชัย ทองเขื่อน (2546) ที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี แต่ไม่สอดคล้องในเรื่อง การมีสถานภาพเป็นโสด มีอายุ 31-40 ปี อาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท

ผู้บริโภคซื้ออะไร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม เนื้อสุกรที่ซื้อเป็นประจำ 3 ลำดับแรกคือ สามชั้น รองลงมาคือ สะโพก และกระดูกซี่โครง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยทัต ชนนานนทร์วัช (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เนื้อสุกรที่ซื้อมากที่สุดคือ ส่วนเนื้อแดง

ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร 3 ลำดับแรกคือ สับคั่วหั่นละ 3-4 วัน รองลงมา ทุกวันและ สับคั่วหั่นละ 1-2 วัน มีเหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวัสดิ์เพราะความสดของเนื้อสุกร รองลงมาคือราคาของเนื้อสุกร และความสะอาดของเนื้อสุกร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธานี ภาคอุทัย และคณะ (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ในการเลือกซื้อเนื้อสุกร โดยเลือกจากคุณภาพของเนื้อ

ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้ที่ทำหน้าที่ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัว คือ ตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยทัต ชนานนท์รัช (2549) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อเนื้อสุกรด้วยตนเอง

ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อเนื้อจากร้านหมูสวัสดิ์เมื่อต้องการใช้ รองลงมาคือ สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ และส่วนใหญ่ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร คือช่วงเย็นหลัง 16.00 น. โดยวันที่ซื้อคือไม่แน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยทัต ชนานนท์รัช (2549) ที่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ซื้อสุกรไม่มีวันที่แน่นอนในการซื้อ แต่ส่วนใหญ่จะซื้อในช่วงเย็นหลัง 16.00 น.

ผู้บริโภคซื้อที่ไหน จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานที่ที่ซื้อเนื้อสุกรมากที่สุดคือ ตลาดสด รองลงมาคือ ร้านหมูสวัสดิ์สาขาทลาดแม่เหิยะ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของธานี ภาคอุทัย และคณะ (2548) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อเนื้อสุกรจากตลาดสด และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชัยทัต ชนานนท์รัช (2549) ที่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ซื้อสุกร ส่วนใหญ่ซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่เป็นตลาดสดใกล้บ้าน

ผู้บริโภคซื้ออย่างไร จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลเกี่ยวกับร้านหมูสวัสดิ์จากป้ายหน้าร้าน รองลงมาจากพนักงานร้านและคนรู้จัก โดยมูลค่าเนื้อสุกรที่ซื้อโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 51-100 บาท

ตารางที่ 79 สรุปความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
ความสดเนื้อสุกร	4.40	มาก	ผลิตภัณฑ์	1
การบริการของพนักงานขาย	4.37	มาก	ส่งเสริมการตลาด	2
ความสะอาดเนื้อสุกร	4.36	มาก	ผลิตภัณฑ์	3
มารยาทของพนักงานขาย	4.36	มาก	ส่งเสริมการตลาด	3
ทำเลที่ตั้งร้านคมนาคมสะดวก	4.33	มาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	4
คุณภาพเนื้อสุกร	4.33	มาก	ผลิตภัณฑ์	4
ความสะอาดภายในร้าน	4.30	มาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	5
กลิ่นของเนื้อสุกร	4.20	มาก	ผลิตภัณฑ์	6
การบริการด้วยเครื่องมือที่ทันสมัยเช่น เครื่องบด เครื่องซอย เครื่องสไลด์	4.18	มาก	ผลิตภัณฑ์	7
ป้ายร้านค้าเด่นชัด	4.18	มาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	7
มีระบบการชั่งน้ำหนักด้วยเครื่องชั่งดิจิทัล	4.16	มาก	ผลิตภัณฑ์	8
ราคาเนื้อสุกรเหมาะสมกับปริมาณ	4.12	มาก	ราคา	9
มีป้ายบอกราคาชัดเจน	4.12	มาก	ราคา	9
ความชำนาญของพนักงานในการตัดแต่งสินค้าตามความต้องการ	4.12	มาก	การส่งเสริมการตลาด	9
มีตู้แช่ที่สามารถรักษาอุณหภูมิสินค้าเหมาะสม	4.08	มาก	ช่องทางการจัดจำหน่าย	10

จากตารางที่ 79 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญส่วนใหญ่ใน 3 ลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อย ความสดเนื้อสุกร รองลงมา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในปัจจัยย่อย การบริการของพนักงานขาย และลำดับ 3

เท่ากันระหว่าง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อยความสะดวกเนื้อสุกร และส่งเสริมการตลาดในปัจจัยย่อย มารยาทของพนักงานขาย

ปัญหาของผู้บริโภคที่พบในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือ ผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรมีไม่หลากหลาย มีบางชนิดหมดเป็นบางครั้ง เนื้อสุกรไม่สด เครื่องชั่งดิจิตอลเสียเป็นบางครั้ง เนื้อสุกรมีกลิ่น เนื้อสุกรไม่สะอาด เนื้อสุกรสีไม่สด

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือ ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ป้ายบอกราคาไม่ชัดเจน/ไม่เด่นชัด ไม่มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า ไม่รับบริการบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือ สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ ป้ายหน้าร้านไม่เด่นชัด การตกแต่งภายในร้านไม่ดึงดูดใจให้ใช้บริการ ทำเลที่ตั้งร้านไปมาไม่สะดวก ผู้รักษาอุณหภูมิสินค้าไม่เพียงพอ เวลาเปิด-ปิดไม่สะดวกต่อการใช้บริการ การจัดพื้นที่วางสินค้าภายในร้านไม่ดี หาสินค้ายาก การบริการจัดส่งสินค้าไม่ดี เช่น ไม่ตรงเวลา ไม่ถูกต้องตามที่สั่ง ภายในร้านไม่สะอาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาคือ ไม่ทราบเกี่ยวกับส่วนลดและสิทธิพิเศษของสมาชิก การสะสมคะแนนเพื่อแลกสินค้าไม่น่าสนใจ ไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงร้านหมูสวรรค์ มารยาทของพนักงานขายไม่เหมาะสม พนักงานขายบริการไม่ดี ไม่มีความรู้ในสินค้า พนักงานไม่มีความชำนาญในการตัดแต่งสินค้าตามความต้องการ ไม่ได้รับข้อมูลของสินค้าราคาพิเศษ จากใบปลิว ป้ายหน้าร้าน และจากพนักงานขาย การบริการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ยาก เช่น สายไม่ว่าง รอสายนาน

ตารางที่ 80 สรุปปัญหาที่ผู้บริโภคพบในการซื้อเนื้อสุกร เรียงลำดับจากมากไปน้อย

ปัจจัยย่อย	จำนวน	ปัจจัยหลัก	ลำดับที่
ผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรมีไม่หลากหลาย มีบางชนิดหมดเป็นบางครั้ง	51	ผลิตภัณฑ์	1
ราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย	43	ราคา	2
สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ	33	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3
ป้ายบอกราคาไม่ชัดเจน/ไม่เด่นชัด	29	ราคา	4
เนื้อสุกรไม่สด	27	ผลิตภัณฑ์	5
ป้ายหน้าร้านไม่เด่นชัด	24	ช่องทางการจัดจำหน่าย	6
ไม่มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงราคาล่วงหน้า	23	ราคา	7
ไม่รับบริการบัตรเครดิต	23	ราคา	7
การตกแต่งภายในร้านไม่จูงใจให้ใช้บริการ	21	ช่องทางการจัดจำหน่าย	8
ทำเลที่ตั้งร้านไปมาไม่สะดวก	19	ช่องทางการจัดจำหน่าย	9
เนื้อสุกรมีกลิ่น	18	ผลิตภัณฑ์	10
เครื่องชั่งดิจิตอลเสียเป็นบางครั้ง	18	ผลิตภัณฑ์	10

จากตารางที่ 73 พบว่าปัญหาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้บริโภคพบในการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ มากกว่าปัจจัยอื่นใน 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจัยย่อย ผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรมีไม่หลากหลาย มีบางชนิดหมดเป็นบางครั้ง ปัจจัยด้านราคาในปัจจัยย่อยราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อย และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่จอดรถไม่สะดวกและไม่เพียงพอ

ข้อค้นพบ

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคต่อการซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์ จังหวัดเชียงใหม่โดยคำถามที่ใช้ค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค 6Ws และ 1H พบว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีน้อยกว่าระดับอื่น โดยมีรายได้สูงกว่า 20,000 บาท ขึ้นไปมีน้อยกว่าระดับรายได้อื่น ผู้ที่มีหน้าที่ซื้อสุกรในครอบครัวนอกจากตัวเองจะทำหน้าที่ในการซื้อน้อยกว่า และ จะนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร 5-6 วัน น้อยกว่าความถี่อื่น และไม่มีผู้ซื้อเลยในช่วงเวลา 12.01-13.00 น. แหล่งที่ทราบเกี่ยวกับร้านหมูสวรรค์น้อยกว่าแหล่งอื่น ได้แก่ ทีวี โปสเตอร์ โปสเตอร์ของร้าน และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น การซื้อเนื้อสุกรแต่ละครั้งส่วนใหญ่ไม่เกิน 500 บาท

ผู้บริโภคเพศหญิง มีความถี่ในการประกอบอาหารรับประทานเอง สัปดาห์ละ 5-6 วัน น้อยที่สุด ส่วนผู้บริโภคเพศชายจะมีการนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร และ มีความถี่ในการซื้อเนื้อสุกรจากร้านหมูสวรรค์ คือทุกวัน น้อยกว่าความถี่อื่น ช่วงเวลาในการซื้อเนื้อสุกร ช่วงเช้ามืดก่อนเวลา 8.00 น. น้อยกว่าความถี่อื่น และไม่มีผู้ซื้อเนื้อสุกรในวันเสาร์ เพศชายจะมีการซื้อเนื้อสุกรเป็นประจำที่ท็อปส์ ซูเปอร์มาเก็ต น้อยกว่าความถี่อื่น และไม่มีผู้ซื้อเป็นประจำที่คาร์ฟูร์เลย

ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจเป็นอาชีพที่มีการซื้อน้อยที่สุด เนื้อสุกรที่ซื้อน้อยกว่าส่วนอื่น ได้แก่ มันหมู หัวหมู ขาหมู และส่วนมี้มไม่มีผู้ซื้อเลย ผู้บริโภคอาชีพข้าราชการส่วนใหญ่จะซื้อเนื้อสุกรในส่วนเนื้อสะโพกมากที่สุด แตกต่างจากอาชีพอื่นๆที่จะมีการซื้อเนื้อสุกรในส่วนสามชั้นมากที่สุด ผู้บริโภคอาชีพนักเรียน นักศึกษาผู้ซื้อเนื้อสุกรในครอบครัวคือ พ่อแม่แตกต่างจากอาชีพอื่นคือ ตนเอง ผู้บริโภคอาชีพเจ้าของกิจการส่วนใหญ่จะมีการซื้อเนื้อสุกรในช่วงเวลา 8:00-12:00 น. แตกต่างจาก อาชีพอื่นๆที่จะมีการซื้อเนื้อสุกรในช่วงเวลาหลัง 16.00 น.

ผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่จะซื้อเนื้อสุกรในช่วงเวลา 8.00 น. - 12.00 น. แตกต่างจากผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท ที่จะซื้อเนื้อสุกรในช่วงเวลาหลัง 16.00 น. ผู้บริโภคอาชีพข้าราชการส่วนใหญ่จะซื้อเนื้อสุกรมูลค่าเฉลี่ยแต่ละครั้งต่ำกว่า 50 บาท แตกต่างจากอาชีพอื่นๆที่จะซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง 51-100 บาท ผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหารทุกวัน แตกต่างจากผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ที่จะนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหาร 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์

ผู้บริโภคอาชีพข้าราชการมีเหตุผลที่ซื้อเนื้อสุกรตราหมูสวรรค์มากที่สุดคือเรื่องความสะดวกของอุปกรณ์ และสถานที่จำหน่าย แตกต่างจากอาชีพอื่นๆที่ให้ความสำคัญในปัจจุบันในเรื่องความสดของเนื้อสุกร ผู้บริโภคอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย ลูกจ้าง พนักงานบริษัท และนักเรียน นักศึกษา ให้ความสำคัญในปัจจุบันเรื่องลักษณะของบรรจุภัณฑ์เช่น สีของบรรจุ

ภัณฑ์ การรองพื้นลาดโพรมด้วยใบตองเทียมในระดับมาก แตกต่างจาก อาชีพข้าราชการและเจ้าของกิจการที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในระดับน้อย ผู้บริโภคอาชีพข้าราชการ และ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในเรื่องใช้บัตรเครดิตไม่เรียกค่าธรรมเนียมเพิ่ม ในระดับมาก แตกต่างจาก อาชีพอื่นๆ ที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในระดับน้อย ผู้บริโภคอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ค้าขาย และลูกจ้าง พนักงานบริษัท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในเรื่องการบริการสั่งซื้อโทรศัพท์ในระดับมาก แตกต่างจากอาชีพอื่นๆที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในระดับน้อย ผู้บริโภคอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และลูกจ้าง พนักงานบริษัท ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในเรื่องสถานที่ในการจำหน่ายอยู่ในห้องปรับอากาศในระดับมาก แตกต่างจากอาชีพอื่นๆที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในระดับน้อย ผู้บริโภคอาชีพข้าราชการให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในเรื่องการสะสมคะแนนแลกสินค้าและการได้รับข้อมูลของสินค้าราคาพิเศษ เช่น ใบปลิว ป้ายหน้าร้าน พนักงานขายในระดับน้อย แตกต่างจากอาชีพอื่นๆที่ให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลการวิเคราะห์ผลการศึกษาที่ได้ โดยดูจากข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเนื้อสุกรของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลในการซื้อ และปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในระดับมาก ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อที่จะสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผน และปรับปรุงส่วนประสมการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคใน อำเภอเมืองเชียงใหม่โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเนื้อสุกรสัปดาห์ละ 3-4 วัน โดยการซื้อจะขึ้นอยู่กับความต้องการใช้ วันที่ซื้อไม่แน่นอน และช่วงเวลาที่ซื้อ 3 ลำดับแรกคือช่วงเวลาเย็นหลัง 16.00 น. รองลงมาคือช่วงเวลา 8.00-12.00 น. และเวลา 13.01-16.00 น. ดังนั้นเพื่อปรับปรุงการให้บริการทางร้านหมูสวัสดิการมีการเช็คสต็อกสินค้าในช่วงเวลา 12.00 น. และ 15.30 น. เพื่อจัดส่งสินค้าในส่วนที่ขาดเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการสำหรับลูกค้าที่จะมีการใช้บริการมากในช่วงเวลา 13.01-16.00 น. และ หลัง 16.00 น. โดยเฉพาะเนื้อสุกรในส่วนที่ผู้บริโภคซื้อมาก

พฤติกรรมผู้บริโภคมีความถี่ในการซื้อทุกวันน้อยกว่าสัปดาห์ละ 3-4 ครั้งทางร้านหมูสวัสดิการมีความตั้งใจให้ผู้บริโภคซื้อทุกวันเพื่อความสดของสินค้า โดยอาจเพิ่มโปรโมชั่นในวันที่มีลูกค้าซื้อน้อยเช่นวันอาทิตย์ และจัดโปรโมชั่นในสินค้าที่มีการจำหน่ายได้น้อย เช่นซื้อสินค้า 2 กิโลกรัมในราคาพิเศษหรือซื้อ 4 แพ็ค แกรม 1 แพ็ค หรือจัดโปรโมชั่น ให้มีการสมัครสมาชิกรายปี เพื่อรับส่วนลดที่มากขึ้น

ผู้บริโภคซื้อเนื้อสุกรลำดับแรกเพราะความสดของเนื้อสุกร ดังนั้นผู้จำหน่ายควรให้ความสำคัญในเรื่องรักษามาตรฐานของความสดของเนื้อสุกรและความสะอาดของเนื้อสุกร โดยมีการตรวจสอบสินค้าที่ไม่สดออกจากชั้นวางจำหน่ายวันละครึ่งหรือนำสินค้าเหล่านี้มาลดราคา

สำหรับปัญหาที่ควรแก้ไขมีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มความหลากหลายของสินค้า เช่น หมูปรุงรส ตลอดจนถึงขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการ เช่นขนาด ½ กิโลกรัม หรือ 1 กิโลกรัม ที่มีผู้บริโภคจำนวนมาก และเครื่องชั่งสำรอง

สำหรับด้านราคา พบปัญหามากที่สุดคือราคามีการเปลี่ยนแปลงบ่อยตามราคาท้องตลาด ดังนั้น จึงต้องมีป้ายบอกราคาของสินค้าในแต่ละวันให้เด่นชัด หรือถ้าเป็นไปได้ ควรมีการแจ้งล่วงหน้าให้ผู้บริโภคทราบ ถ้าเป็นไปได้ควรมีการรับบัตรเครดิตในกรณีที่มีการซื้อมากกว่า 500 บาทขึ้นไป ในสาขาที่มีผู้ใช้บริการมากเพื่อรองรับในส่วนข้าราชการและลูกค้าที่ซื้อปริมาณมาก

สำหรับด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในกรณีที่ร้านหมูสวรรค์จะเปิดสาขาใหม่ควรคำนึงถึงสถานที่จอดรถให้สะดวกและเพียงพอและทำเลที่ตั้งร้านต้องไปมาสะดวก ภายในร้านควรมีการตกแต่งให้ดึงดูดใจผู้บริโภคมาใช้บริการรวมถึงอุณหภูมิและความสะอาดภายในร้าน และจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบ มีตู้แช่ตู้รักษาอุณหภูมิสินค้าที่เหมาะสมเพื่อรักษาในเรื่องความสดของเนื้อสุกร ป้ายหน้าร้านควรทำให้เด่นชัดและมีแสงไฟที่มองเห็นได้ในเวลาเย็นเนื่องจากร้านเปิดถึงเวลา 20.00 น. นอกจากนั้นควรมีการบริการจัดส่งสินค้าให้ตรงตามเวลาและถูกต้องตามที่สั่งด้วย ส่วนเวลาปิดและเปิดควรคำนึงจากการใช้บริการของลูกค้าในแต่ละสาขา ถ้าเป็นไปได้ควรมีเบอร์โทรศัพท์ให้ลูกค้าไว้สั่งสินค้าด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาดทางร้านหมูสวรรค์ควรมีการรับชำระค่าสินค้าด้วยบัตรเครดิตในยอดขายที่มากกว่า 500 บาท ร้านหมูสวรรค์ควรมีการโฆษณาเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย ด้านส่วนลดสิทธิพิเศษของสมาชิกรวมถึงการสะสมคะแนนเพื่อแลกสินค้าโดยการโฆษณาทางวิทยุท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ใบปลิว แผ่นป้าย รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ร้านหมูสวรรค์โดยการเข้าร่วมการออกนิทรรศการต่างๆ นอกจากนี้ควรมีการฝึกอบรมพนักงานก่อนการบริการเพื่อให้พนักงานที่มีมารยาทที่ดี มีความชำนาญในการตัดแต่งสินค้าตามความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ รวมถึงการแต่งกายที่เรียบร้อยหรือมีชุดฟอร์มพนักงาน สำหรับการส่งเสริมการขายควรมีความชัดเจนในด้านของรางวัลและระยะเวลาในการร่วมกิจกรรม