

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(6)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย	4
นิยามศัพท์ทั่วไป	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	6
ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	6
กลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาด	8
กลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมาย	18
การตลาดไก่เนื้อในประเทศไทย	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
กรอบแนวคิดในการวิจัย	40
สมมติฐานการศึกษาวิจัย	41
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	42
สถานที่ดำเนินการวิจัย	42
ประชากร	42
เครื่องมือในการวิจัย	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44

บทที่ 4 ผลการศึกษา	45
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล	45
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง	52
ส่วนที่ 3 ปัญหาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง	56
ส่วนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน	62
ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งของผู้ขายในตลาดสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	70
ส่วนที่ 6 วิเคราะห์การแข่งขันทางการตลาด (Marketing Strategies) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง และปัญหาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งของผู้ขายในตลาดสดเมืองใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	71
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	130
สรุปผลการวิจัย	130
อภิปรายผล	140
ข้อเสนอแนะ	150
บรรณานุกรม	157
ภาคผนวก	160
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	161
ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย	170

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ราคาค้าปลีกของไก่สดชำแหละ ตั้งแต่เดือนมกราคม-กันยายน 2555 (หน่วย : บาท/กก.)	34
2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับการขายไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง	47
3 จำนวนและร้อยละของปัจจุบันสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	48
4 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ จำแนกตามบริษัทผู้ผลิตและจำหน่าย (ตรา/ยี่ห้อ)	51
5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง โดยรวม	52
6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	53
7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัจจัยด้านราคา	54
8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	55
9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	56
10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง โดยรวม	57
11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	58

ตาราง	หน้า
12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัญหาด้านราคา
13	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
14	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด
15	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัทเบทาโกร จำแนกตามการตัดสินใจ
16	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัทบริษัทซีพีฟาร์มและ CPF จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ
17	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัท เมืองพล จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ
18	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัท พูลทรัพย์สิน จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ
19	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัทซีพีโรงงานจำแนกตามการตัดสินใจซื้อ
20	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัทคาร์กิลด์ จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ

ตาราง	หน้า
21 จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการเพิ่มยอดขาย ผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งของผู้ขายในตลาดสด อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่	70
22 จำนวนและร้อยละของการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจาก ผู้ผลิต (ตราไข่ห่อ)	72
23 จำนวนและร้อยละของปริมาณการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่ แข็งเฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามผู้ผลิต (ตราไข่ห่อ)	75
24 จำนวนและร้อยละของปริมาณยอดขายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง เฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามผู้ผลิต (ตราไข่ห่อ)	78
25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนก ตามผู้ผลิต (ตราไข่ห่อ)	85
26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ด้านราคา จำแนกตาม ผู้ผลิต (ตราไข่ห่อ)	89
27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย จำแนกตามผู้ผลิต (ตราไข่ห่อ)	93
28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผล ต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้ผลิต (ตราไข่ห่อ)	97
29 สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง จำแนกตามผู้ผลิต (ตราไข่ห่อ)	101
30 สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สด แช่เย็นหรือแช่แข็ง	102
31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการ จำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง จำแนกตามผู้ผลิต (ตราไข่ห่อ)	107

ตาราง		หน้า
32	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านราคาที่มีผลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	112
33	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	117
34	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	122
35	สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	126
36	สรุปปัญหาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็น หรือแช่แข็ง จำแนกตามกลุ่มการครองส่วนแบ่งทางการตลาด	127

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 โครงสร้างในการแข่งขันทางการตลาด	9
2 วิธีการตลาดไก่เนื้อประเภทอิสระ	25
3 วิธีการตลาดไก่เนื้อประเภทแบบมีสัญญาผูกพัน หรือรับจ้างเลี้ยง	26
4 แผนผังกระบวนการผลิต (Processing Flow Diagram)	28
5 แผนผังกระบวนการผลิตเครื่องใน	29
6 แผนผังกระบวนการหลังการตัดแต่ง	30
7 แผนผังกระบวนการบรรจุ	31
8 ชิ้นส่วนเนื้อไก่หลังการชำแหละและตัดแต่งเพื่อจำหน่าย	33
9 กรอบแนวคิดในการวิจัย	40
10 สัดส่วนการครองตลาดของผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	79
11 สัดส่วนปริมาณการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งเฉลี่ยต่อวันของผู้จำหน่าย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	81
12 สัดส่วนปริมาณยอดขายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งเฉลี่ยต่อวันของผู้จำหน่าย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	81