

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการทดสอบแนวคิดของร้านค้าปลีกเนื้อสุกรอนามัยที่ตั้งเป็นเอกเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้เนื้อสุกรและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการเปิดร้านเนื้อสุกรอนามัย 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 ประกอบอาชีพรับประทานเอง โดยมีการนำเนื้อสุกรมาประกอบอาหารสัปดาห์ละ 3-4 วัน และผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเลือกร้านและเลือกซื้อเนื้อสุกรด้วยตนเองและต้องการซื้อเนื้อสุกรส่วนเนื้อแดงที่มีความสดสะอาดและมีสีเนื้อชมพู โดยไม่มีวันที่แน่นอนในการซื้อเนื้อสุกร แต่ส่วนใหญ่ซื้อเนื้อสุกรในช่วงเย็นหลัง 16.00 น. โดยการซื้อเนื้อสุกรส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากแหล่งจำหน่ายที่เป็นตลาดสดที่อยู่ใกล้บ้าน และซื้อจากผู้จำหน่ายหลายรายไม่จำเพาะเจาะจง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเลือกซื้อเนื้อสุกรอนามัย โดยควรมีราคาเท่ากับเนื้อสุกรทั่วไป และเข้าใจความหมายของเนื้อสุกรอนามัยว่าเป็นเนื้อสุกรปลอดจากจุลินทรีย์และปลอดสารตกค้างต่างๆ เช่น ยาปฏิชีวนะ สารเร่งเนื้อแดง ยาฆ่าแมลง และเข้าใจว่าเป็นเนื้อสุกรที่ได้จากสุกรขุนที่เลี้ยงจากฟาร์มมาตรฐานและผ่านการชำแหละจากโรงงานที่ได้มาตรฐานกรมปศุสัตว์แต่ยังไม่เข้าใจว่าเป็นเนื้อสุกรที่มีการควบคุมอุณหภูมิไม่เกิน 4 องศาเซลเซียส ตลอดระยะเวลาการขนส่งและรอจำหน่าย

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

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องสินค้ามีความสดสะอาด ถูกหลักอนามัย มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และมีบริการหั่น ชopped

ปัจจัยด้าน สถานที่จำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในเรื่องการมีตู้แช่สามารถรักษาอุณหภูมิสินค้าให้สดใหม่ มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ร้านตั้งอยู่ในที่คนมาคนสะดวก

ปัจจัยด้าน ราคา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญในเรื่อง มีป้ายราคาสินค้าแสดงไว้ให้ดูอย่างชัดเจน มีสินค้าให้เลือกหลายราคาตามขนาดบรรจุภัณฑ์ และราคาเท่ากับเนื้อสุกรทั่วไป

ปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเรื่องการมีบริการข้อมูลข่าวสารความรู้ด้านอาหาร มีโปรโมชั่นลดราคาพิเศษ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณา

โดยทั่วไปผู้บริโภคมีแนวโน้มยอมรับร้านค้าปลีกนี้ แต่หากจะมีการดำเนินการ ควรมีการปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด อีกทั้งยังควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ด้านการเงินเพิ่มเติมอีกด้วย

The objective of this independent study was to investigate the concept behind Stand – alone Hygienic Pork Retail shop which sold Hygienic pork in Muenag District, Chiang Mai, and to study customer behavior concerning the buying and consumption of Hygienic pork, as well as customers' opinions towards the Stand – alone Hygienic Pork Retail shop at 2 Chiang Rai Road, near the east gate of Chiang Mai university, Mueang District, Chiang Mai. The data for the study was collected from questionnaire distributed to 100 general customers and 100 university staff who were customers of Hygienic Product shop; totaling 200 in number. The data was statistically and descriptively analyzed using percentage and mean.

It was found from this study that most questionnaire respondents prepared their own meals and prepared food with pork 3 – 4 days a week. Most of them made their own decision on the shop and the product, and when buying selected red meat. They had no specific days for buying pork but most bought their pork after 4 p.m. Most bought it from open markets near their home or at random shops. Most wanted to buy Hygienic pork and they thought it should cost the same as ordinary pork. They understood that Hygienic pork meant the pork was without chemical residues such as antibiotic, chemical substance to enhance the quality of red meat and pesticide, and that the pork was from standard farms and slaughterhouses. However, they were not aware of the fact that the pork had to be stored at the temperature of not more than 4 degree Celsius through the whole process from being transported to the time it arrived at the shop and until the purchase took place.

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 there should be feasibility study on the financial side of the business.