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

หน้า

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 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการดลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	55
9	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการดลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	56
10	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการดลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง โดยรวม	57
11	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	58

ตาราง		หน้า
12	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัญหาด้านราคา	59
13	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	60
14	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	61
15	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัทเบทาโกร จำแนกตามการตัดสินใจ	63
16	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัทบริษัทซีพีฉำแหละและ CPF จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ	64
17	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัท เมืองพล จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ	65
18	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัท พูลทรัพย์สิน จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ	67
19	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัทซีพีโรงงานจำแนกตามการตัดสินใจซื้อ	68
20	แสดงผลการทดสอบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากบริษัทคาร์กลิล จำแนกตามการตัดสินใจซื้อ	69

ตาราง		หน้า
21	จำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งของผู้ขายในตลาดสด อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	70
22	จำนวนและร้อยละของการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งจากผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	72
23	จำนวนและร้อยละของปริมาณการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง เฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	75
24	จำนวนและร้อยละของปริมาณยอดขายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง เฉลี่ยต่อวัน จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	78
25	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	85
26	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ด้านราคา จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	89
27	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	93
28	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็งด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	97
29	สรุปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	101
30	สรุปปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง	102
31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อไก่สดแช่เย็นหรือแช่แข็ง จำแนกตามผู้ผลิต (ตรา/ยี่ห้อ)	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	วิถีการตลาดไก่เนื้อประเภทอิสระ	25
3	วิถีการตลาดไก่เนื้อประเภทแบบมีสัญญาผูกพัน 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