



ตัวแบบการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร THE OPERATION BUSINESS MODEL OF PROCESSED PRODUCTS FROM PORK

ศรินยา เอกพิชัยโอฬาร^{*1}

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยปทุมธานี

^{*} ผู้รับผิดชอบบทความ : sirinyaeakpichai@outlook.co.th

Sarinya Aekpichaiolam ^{*1}

¹ Student-Doctor of Business Administration Program, Pathumthani University

^{*}Corresponding author: sirinyaeakpichai@outlook.co.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร 3) ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสำคัญของปัจจัยการดำเนินธุรกิจกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี 4) เสนอตัวแบบการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 333 ตัวอย่าง แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยค่าความครอบคลุม = .83 และความน่าเชื่อถือ .87 วิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นั้นโดยการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของเพียร์สัน และถดถอยเชิงพหุคูณแบบ Stepwise ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยดังนี้

1. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรในภาพรวมเฉลี่ยลูกค้ามีพฤติกรรมปานกลาง หากพิจารณาลำดับพฤติกรรมการซื้อจากค่าเฉลี่ยพบว่า ลำดับแรก ด้านตรายี่ห้อสินค้าที่ท่านพบบ่อย ($\bar{X}$ = 2.71) ด้านวัตถุประสงค์ของการซื้อ ($\bar{X}$ = 2.65) ด้านผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อ ($\bar{X}$ = 2.53) ด้านลักษณะการซื้อ ($\bar{X}$ = 2.49) และด้านตรายี่ห้อสินค้าที่ซื้อบ่อย ($\bar{X}$ = 2.42) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อปานกลาง สำหรับด้านผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรแปรรูปที่ท่านชอบรับประทาน ($\bar{X}$ = 2.35) ด้านความถี่ในการซื้อในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ($\bar{X}$ = 2.14) ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรเป็นขนมขบเคี้ยว (snack) ($\bar{X}$ = 2.04) และด้านจำนวนตรายี่ห้อสินค้าที่ซื้อ ($\bar{X}$ = 2.03) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อน้อยเรียงตามลำดับ

2. ระดับความสำคัญปัจจัยการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัด

Received : 3 April 2020

Revised : 8 June 2020

Accepted : 13 June 2020

Online publication date : 26 June 2020



ปทุมธานี ในภาพรวมเฉลี่ยลูกค้าให้ความสำคัญมาก หากพิจารณาลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ย ลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.28$) ลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุด ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.15$) ด้านการสร้างความสะดวกต่าง ($\bar{X}=4.02$) ด้านคนหรือพนักงาน ($\bar{X}=3.97$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X}=3.84$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=3.80$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.78$) ด้านราคา ($\bar{X}=3.52$) ลูกค้าให้ความสำคัญมาก เว้นแต่ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.16$) ลูกค้าให้ความสำคัญปานกลาง เรียงตามลำดับ

3. ระดับความสำคัญของส่วนปัจจัยการดำเนินธุรกิจภาพรวมเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อภาพรวมเฉลี่ยผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี ระดับปานกลาง

4. ตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี =.55 ด้านบรรจุภัณฑ์ +.33 ด้านราคา +.28 ด้านการส่งเสริมการตลาด +.22 ด้านผลิตภัณฑ์ +.19 ด้านการสร้างความสะดวกต่าง +.14 ด้านการจัดจำหน่าย

คำสำคัญ : ตัวแบบการดำเนินธุรกิจ / ผลิตภัณฑ์แปรรูป / เนื้อสุกร

Abstract

This research were quantitative method aim to evaluate 1) purchasing behavior of processed products from pork 2) significant level of the operation business factors of processed products from pork 3) relationship between significant level of the operation business and purchasing behavior of processed products from pork and 4) operation business model of the processed products from pork. By accidental sampling random 385 respondents. Questionnaire was the tool to collecting data with validity at level.83 and Reliability at level .87. The analysis was conducted by computer software, statistical treatments by program computer namely: frequency, percentage, mean, standard deviation, ranking, Pearson correlation, and Step white multiple regression analysis at significant statistics level at .05. researchers found that.

1. Finding indicated that overall and every area of purchasing behavior of processed products from pork were at very high level raking by mean first frequently founded trade mark ($\bar{X}=2.71$), objective of purchasing ($\bar{X}=2.65$), influent person ($\bar{X}=2.53$), type of purchasing ($\bar{X}=2.49$) and frequently trade mark purchasing ($\bar{X}=2.42$) were at moderate level processed products from pork that customer prefer to consume area ($\bar{X}=2.35$), frequency of purchasing last 3 months ($\bar{X}=2.14$), processed products from pork for snack ($\bar{X}=2.04$) and amount of trade mark purchase ($\bar{X}=2.03$) at low level respectively.



2. Finding indicated that overall of the operation business factors of processed products from pork significant were at high level raking by mean first products area ($\bar{X}=4.28$) was at very high level, but packaging area ($\bar{X}=4.15$), differentiation area ($\bar{X}=4.02$), employees area ($\bar{X}=3.97$), process area ($\bar{X}=3.84$) physical area ($\bar{X}=3.80$), promotion area ($\bar{X}=3.78$) and price area ($\bar{X}=3.52$), were at high level, however place area was moderate significant level respectively.

3. There were moderate relationship between overall factors of processed products and l purchasing behavior of processed products from pork.

4. Operation business model of the processed products from pork = .554 packaging area +.33 price area +.28 promotion area +.22 products area +.19 differentiate area +.14 place area.

Keywords: Operation business model / Processed products / Pork

บทนำ

จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารมีการวางกลยุทธ์ในการทำการตลาดและการพัฒนาสินค้าใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค สภาวะการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารในภาพรวมปี 2554 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 4.1 ในขณะที่ภาพรวมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารในปี 2554 ขยายตัวร้อยละ 6.7 เนื่องจากการผลิตในหลายสินค้าได้รับผลดีจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และการที่ประเทศผู้ผลิตสำคัญหลายประเทศประสบปัญหาด้านวัตถุดิบจากภัยธรรมชาติ ส่งผลให้การผลิตอุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยได้รับผลดี ประกอบกับปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศเริ่มคลี่คลาย จึงส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการบริโภคที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามจากสถานการณ์ที่หลายประเทศในกลุ่มประเทศยุโรปยังประสบปัญหาวิกฤตทางการเงิน และการแข็งค่าของเงินบาท ซึ่งจะส่งผลให้ระดับต้นทุนสินค้าและราคาสินค้าอุปโภคบริโภคสูงขึ้น และจะส่งผลกระทบต่อผลผลิตของอุตสาหกรรมอาหารของไทยในอนาคต (ผู้จัดการ 360°, 2560)

ผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรด้วยการออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ท้องตลาด เช่น ข้าวต้มหมูหยอง โดยการพัฒนารสชาติมายาวนาน กำลังกลายเป็นขนมขบเคี้ยวที่ผู้บริโภคสามารถรับประทานได้ทุกเวลาเป็นที่นิยมทั้งในประเทศไทยและตลาดฮ่องกง ซึ่งมีวางจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านขายสินค้าประเภทอาหารแปรรูปบนเกาะฮ่องกง บางท่านอาจจะเจอซื้อติดกระเป๋ากลับมาฝากคนทางบ้านที่เมืองไทย ซึ่งข้าวต้มหมูหยองดังกล่าวแท้ที่จริงแล้ว มีต้นกำเนิดจากเมืองไทย นอกจากผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรอีกร่วม 10 อย่าง เช่น หมูหยอง หมูแผ่น กุนเชียง หมูสวรรค์ เนื้อสวรรค์ แหนม หมูยอ แหนมซี่โครงหมู วันที่มีคนรู้จักสินค้าอาหารแปรรูปประเภทของฝากพื้นเมือง



จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นแรงบัลดาลใจในฐานะที่เป็นผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรในจังหวัดปทุมธานี ศึกษาถึงส่วนประสมการตลาดผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร ทั้งในส่วน หมูหยอง กุนเชียง หมูแผ่น หมูยอ หมูฝอย หมูสวรรค์ และหมูทุบ รวมทั้งผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรที่มีลักษณะเป็นขนมขบเคี้ยว (snack = สแน็ค) เช่น หมูแผ่นอบกรอบ หมูแผ่นทอดกรอบ ข้าวตังหมูหยอง แคปหมู แคปหมูทอดกรอบ แคปหมูคอกหมูกรอบ แคปหมูเบ๊พอดิคำ หมูเส้นกรอบ หมูเส้นหอม หมูกรอบเกลียวทอง หมูหยองแท่งทอง หมูหยองกรอบ และหมูหยองกรอบสแน็ค

โดยศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อทั้งในส่วนของการซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี ที่ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด คนหรือพนักงาน กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และในการเพิ่มยอดขายของผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรในจังหวัดปทุมธานี และในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสำคัญของปัจจัยการดำเนินธุรกิจกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี
4. เพื่อเสนอตัวแบบการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานของการวิจัย

จากการศึกษาตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษา ผู้วิจัยจึงตั้งสมมติฐานของงานวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแบบการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาพฤติกรรมการซื้อเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยการดำเนินธุรกิจ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสำคัญของปัจจัยที่นำไปสู่การดำเนินธุรกิจ กับพฤติกรรมการซื้อ



ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี และเสนอตัวแบบการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตด้านพื้นที่

เลือกพื้นที่ศึกษา จากลูกค้าที่เคยซื้อหรือซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เคยซื้อหรือซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรที่อาศัยอยู่ในเขต จังหวัดปทุมธานี ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ขนาดตัวอย่างวิเคราะห์จากสูตร ยามาเน่ แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ 385 ตัวอย่าง

ขอบเขตด้านเวลา

ขอบเขตด้านเวลา จำนวน 10 เดือน คือ เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2560 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2561

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยการมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร 3) ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความสำคัญของปัจจัยการดำเนินธุรกิจกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี 4) เสนอตัวแบบการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 333 ตัวอย่าง แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลด้วยค่าความครอบคลุม =.83 และความน่าเชื่อถือ .87 วิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นั้นโดยการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของเพียร์สัน และถดถอยเชิงพหุคูณแบบ Stepwise ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรในภาพรวมเฉลี่ยลูกค้ามีพฤติกรรมปานกลาง หากพิจารณาลำดับพฤติกรรมการซื้อจากค่าเฉลี่ยพบว่า ลำดับแรก ด้านตราหือสินค้าที่ทานบ่อย ($\bar{X}=2.71$) ด้านวัตถุประสงค์ของการซื้อ ($\bar{X}=2.65$) ด้านผู้มีอิทธิพลต่อการซื้อ ($\bar{X}=2.53$) ด้านลักษณะการซื้อ ($\bar{X}=2.49$) และด้านตราหือสินค้าที่ซื้อบ่อย ($\bar{X}=2.42$) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อปานกลาง สำหรับด้านผลิตภัณฑ์เนื้อสุกรแปรรูปที่ทานขอรับประทาน ($\bar{X}=2.35$) ด้านความถี่ในการซื้อในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา ($\bar{X}=2.14$) ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรเป็นขนมขบเคี้ยว (snack) ($\bar{X}=2.04$) และด้านจำนวนตราหือสินค้าที่ซื้อ ($\bar{X}=2.03$) ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อน้อยเรียงตามลำดับ



2. ระดับความสำคัญปัจจัยการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี ในภาพรวมเฉลี่ย ลูกค่าให้ความสำคัญมาก หากพิจารณาลำดับความสำคัญจากค่าเฉลี่ยลำดับแรก ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.28$) ลูกค่าให้ความสำคัญมากที่สุด ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.15$) ด้านการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X}=4.02$) ด้านคนหรือพนักงาน ($\bar{X}=3.97$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X}=3.84$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=3.80$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=3.78$) ด้านราคา ($\bar{X}=3.52$) ลูกค่าให้ความสำคัญมาก เว้นแต่ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.16$) ลูกค่าให้ความสำคัญปานกลาง เรียงตามลำดับ

3. ระดับความสำคัญของส่วนปัจจัยการดำเนินธุรกิจภาพรวมเฉลี่ยมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อภาพรวมเฉลี่ยผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี ระดับปานกลาง

4. ตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี = .55 ด้านบรรจุภัณฑ์+.33 ด้านราคา +.28 ด้านการส่งเสริมการตลาด +.22 ด้านผลิตภัณฑ์ + .19 ด้านการสร้าง ความแตกต่าง +.14 ด้านการจัดจำหน่าย

อภิปรายผล

การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจที่เป็ดใหม่หรือธุรกิจที่ได้ดำเนินการอยู่แล้ว ผู้บริหารธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร ต้องให้ความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาปัจจัยต่างๆที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์การให้บริการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ด้านบรรจุภัณฑ์ เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงสุดโดยส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .55 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถรักษาความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ต้องมีสีสันทที่สวยงามโดดเด่นแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ บรรจุภัณฑ์สวยงามสามารถซื้อไปให้เป็นของขวัญของฝากได้เลย ขณะเดียวกันบรรจุภัณฑ์บรรจุด้วยระบบสุญญากาศสามารถรักษาความสด กรอบ ใหม่ เก็บไว้ได้นาน และบรรจุภัณฑ์สามารถช่วยลูกค้ายืนยันผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ง่ายว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เช่น หมูหยอง หมูแผ่น หมูฝอย หรือ กุนเชียง เป็นต้น จะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานีไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของณิรณัฐ ทรัพย์ทวี (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเสริมบำรุงผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุประมาณ 23-40 ปี ซึ่งอยู่ในวัยทำงาน และส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งตราสินค้าเหล่านี้ผู้บริโภครู้จักและคุ้นเคยเป็นอย่างดี เนื่องจากมีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง และมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม



ด้านราคา เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงเป็นลำดับสองโดยส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .33 หน่วย ตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการกำหนดราคาผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรโดยกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ราคาสินค้าที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินดีจ่าย ราคาที่ทุกกลุ่มคนสามารถซื้อหาได้ การกำหนดราคาที่สามารถต่อรองได้ และราคาจิตวิทย์ทยาลงท้ายด้วย 9 (เช่น 99 ... 199บาท) เป็นเส้นห้อย่างหนึ่งที่ช่วยให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นจะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานีไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงเป็นลำดับสามโดยส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .28 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการลดราคาสินค้าในโอกาสต่าง ๆ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองชิม การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (สื่อโทรทัศน์ วิทยุ วิทยุชุมชน สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อกลางแจ้ง)และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ช่วยให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นจะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานีไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านผลผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงเป็นลำดับสี่โดยส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .22 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการด้านผลผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาผลผลิตภัณฑ์มีรสชาติอร่อยและหลากหลายรสชาติ ปรับปรุงสุขอนามัยในการผลิตผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรให้ได้มาตรฐานรับรองคุณภาพ/ความปลอดภัย เช่น อย., มผช, GMP, HACCP, ISO รางวัลที่ผู้ผลิตได้รับ ผลผลิตภัณฑ์มีฉลากระบุรายละเอียดต่างๆ ครบถ้วน เช่น ส่วนประกอบ สถานที่ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต วันหมดอายุ น้ำหนักสุทธิ ผลผลิตภัณฑ์ไม่มีสิ่งปลอมปนในผลผลิตภัณฑ์ อายุการเก็บรักษายาวนาน และเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ ไม่ใส่ผงชูรส วัตถุกันเสีย สีและกลิ่นสังเคราะห์ จะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานีไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการสร้างความแตกต่าง เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงเป็นลำดับห้าโดยส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .19 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการด้านการสร้างความแตกต่างผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรที่จำหน่าย โดย สร้างความแตกต่างในบรรจุภัณฑ์ ความแตกต่างในสุขอนามัย ความแตกต่างในคุณภาพ แตกต่างในคุณค่าทางโภชนาการ ความแตกต่างในขนาดที่บรรจุและความแตกต่างการให้บริการเรียงตามลำดับจะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี ไปใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ



ด้านการจัดจำหน่าย เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงเป็นลำดับห้าโดยส่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .14 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการการจัดจำหน่ายโดย มุ่งเน้นจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ จำหน่ายตามร้านค้าสมัยใหม่ และร้านสาขาจำหน่ายในปั๊มน้ำมัน หรือร้านจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาระบบจำหน่ายให้บริการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค จำหน่ายผ่านเครือข่ายออนไลน์ (เฟสบุ๊ก อาลีบาบา ไลน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ) เรียงตามลำดับจะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานีไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวุฒิ มงคล (2555) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหมูสวรรค์: กรณีศึกษา ร้านน้อยหมูสวรรค์ จังหวัดสระบุรี เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อหมูสวรรค์ และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านความรู้ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านคุณภาพ ที่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อหมูสวรรค์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจที่เปิดใหม่หรือธุรกิจที่ได้ดำเนินการอยู่แล้ว ผู้บริหารธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร ต้องให้ความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และการสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์การให้บริการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ด้านบรรจุภัณฑ์ เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงสุดโดยส่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .55 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถรักษาความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ต้องมีสีสันทึบสวยงามโดดเด่นแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ บรรจุภัณฑ์สวยงามสามารถซื้อไปให้เป็นของขวัญของฝากได้เลย ขณะเดียวกันบรรจุภัณฑ์บรรจุด้วยระบบสุญญากาศสามารถรักษาความสด กรอบ ใหม่ เก็บไว้ได้นาน และบรรจุภัณฑ์สามารถช่วยลูกค้าจำแนกผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดได้ง่ายว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไร เช่น หมูหยอง หมูแผ่น หมูฝอย หรือ กุนเชียง เป็นต้น จะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานีไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านราคา เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงเป็นลำดับสองโดยส่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .33 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการกำหนดราคา ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรโดยกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ราคาสินค้าที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินดีจ่าย ราคาที่ทุกกลุ่มคนสามารถซื้อหาได้ การกำหนดราคาที่สามารถ



ต่อรองได้ และราคาจิตวิทยาลงท้ายด้วย 9 (เช่น 99 ... 199บาท) เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ช่วยให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นจะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์ที่แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานี ไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์ที่แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงเป็นลำดับสามโดยส่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .28 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการลดราคาสินค้าในโอกาสต่าง ๆ การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองชิม การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ (สื่อโทรทัศน์ วิทยุ วิทยุชุมชน สื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อกลางแจ้ง)และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ช่วยให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นจะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์ที่แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี ไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์ที่แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงเป็นลำดับสี่โดยส่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .22 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์มีรสชาติอร่อยและหลากหลายรสชาติ ปรับปรุงสุขอนามัยในการผลิต ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกรให้ได้มาตรฐานรับรองคุณภาพ/ความปลอดภัย เช่น อย., มผช, GMP, HACCP, ISO รางวัลที่ผู้ผลิตได้รับ ผลลัพธ์ที่มีผลกระทบระยะยาวและแตกต่าง ครบถ้วน เช่น ส่วนประกอบ สถานที่ผลิต วันเดือนปีที่ผลิต วันหมดอายุ น้ำหนักสุทธิ ผลลัพธ์ที่ไม่มีสิ่งปลอมปนในผลิตภัณฑ์ อายุการเก็บรักษายาวนาน และเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ ไม่ใส่ผงชูรส วัตถุกันเสีย สี และกลิ่นสังเคราะห์ จะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์ที่แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานีไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการสร้างความแตกต่าง เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์ที่แปรรูปจากเนื้อสุกรสูงเป็นลำดับห้าโดยส่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .19 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการด้านการสร้างความแตกต่างผลลัพธ์ที่แปรรูปจากเนื้อสุกรที่จำหน่าย โดยสร้างความแตกต่างในบรรจุภัณฑ์ ความแตกต่างในสุขอนามัย ความแตกต่างในคุณภาพ แตกต่างในคุณค่าทางโภชนาการ ความแตกต่างในขนาดที่บรรจุและความแตกต่างการให้บริการเรียงตามลำดับจะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์ที่แปรรูปจากเนื้อสุกรจังหวัดปทุมธานีไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการจัดจำหน่าย เป็นด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์ที่แปรรูปจากเนื้อสุกร สูงเป็นลำดับห้า โดยส่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจถึง .14 หน่วยตามขนาดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นผู้บริหารความสำคัญในการส่งเสริม ปรับปรุง และพัฒนาการการจัดจำหน่ายโดย มุ่งเน้นจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ จำหน่ายตามร้านค้าสมัยใหม่ และร้านสาขาจำหน่ายในปั้มน้ำมัน หรือร้านจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาระบบจำหน่าย



ให้บริการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค จำหน่ายผ่านเครือข่ายออนไลน์ (เฟสบุ๊ก อาลีบาบา ไลน์ และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ) เรียงตามลำดับจะช่วยให้การนำตัวแบบการดำเนินธุรกิจ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเนื้อสุกร จังหวัดปทุมธานี ไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- ชัยวุฒิ มงคล. (2555). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อหมูสวรรค์: กรณีศึกษา ร้านน้อยหมูสวรรค์ จังหวัดสระบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ผู้จัดการ 360°. (2560). “การบริหารแบบไม่ “หมู” จากโลคัล ถึงโกลบอล ของ ส.ขอนแก่น”.
- หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ รายสัปดาห์**. ฉบับเดือน มกราคม 2560.
- ณิรุช ทรัพย์ทวี. (2550). **ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเสริมบำรุงผิวพรรณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกริก.
- บุญยวีร์ เรืองพิพัฒน์. (2549). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไส้กรอกของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปรีทรวิน นิธิศยานิช. (2551). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หมานของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.