

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของคนกลางในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายพชรพล รื่นภิรมย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์กฤษณา รัตนพลฤกษ์ ประธานกรรมการ
อาจารย์เขมกร ไชยประสิทธิ์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อไข่ไก่ของคนกลางในจังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากคนกลางที่ซื้อไข่ไก่จำนวน 50 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ได้จำนวนคนกลางเป็นสัดส่วนตามส่วนแบ่งตลาดไข่ไก่ของผู้ผลิตแต่ละรายในจังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-40 ปี การศึกษาสูงสุดระดับประถมศึกษา/มัธยมศึกษาตอนต้น มีระยะเวลาในการประกอบอาชีพระหว่าง 5-10 ปี มีรายได้ต่อเดือนจากการจำหน่ายไข่ไก่ ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท มีปริมาณไข่ไก่ที่ซื้อในแต่ละครั้งไม่เกิน 100 แผง ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสั่งซื้อคือ เจ้าของ โดยซื้อจากฟาร์มหรือบริษัทผู้ผลิตไข่ไก่เพียงรายเดียว ชำระเงินสด และมีความถี่ในการซื้อไข่ไก่ต่อสัปดาห์ระหว่าง 5 – 7 ครั้ง

ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อไข่ไก่ ในภาวะปกติคือ ขนาดตลาดไข่ไก่ที่ซื้อไปจำหน่าย และในช่วงที่มีการระบาดของไข้หวัดนกคือ ชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือของบริษัทหรือฟาร์มผู้ผลิตไข่ไก่

ปัจจัยภายในองค์กร ด้านวัตถุประสงค์ของการซื้อ คือซื้อไปเพื่อทั้งขายส่ง และขายปลีก และไม่มีนโยบายการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า

ปัจจัยระหว่างบุคคล ส่วนใหญ่ไม่มีความสัมพันธ์กับฟาร์มหรือบริษัทผู้ผลิตไข่ไก่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้านมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านสถานที่จัดจำหน่าย มีผลในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านผลิตภัณฑ์คือ ความสดใหม่ของไข่ไก่ มีผลในระดับมากที่สุด ส่วนด้านราคาคือ มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลง ด้านสถานที่จัดจำหน่ายคือ มีบริการส่งสินค้าถึงที่ และด้านการส่งเสริมการตลาดคือ พนักงานขายมีอรรถาธิบายที่ดี ซึ่งทั้งหมดมีผลระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาทุกด้านในระดับน้อย แต่ยังมีปัญหาย่อยที่พบในระดับมาก ได้แก่ ปริมาณสินค้าไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ซื้อ และปัญหาย่อยที่พบในระดับปานกลาง ได้แก่ ลักษณะของเปลือกไข่ไม่มีคุณภาพ เช่น สีซีด เป็นจุดลาย สกปรก บาง รวมถึงราคาที่ซื้อสูงกว่าผู้ซื้อรายอื่นๆ

Independent Study Title	Factors Affecting Egg Purchasing of Middlemen in Chiang Mai Province	
Author	Mr. Pacharapon Rinpirom	
Degree	Master of Business Administration	
Independent Study Advisory Committee	Associate Professor Krisana Ratanapruck Chairperson	
	Lecturer Kemakorn Chaiprasit	Member

ABSTRACT

The objective of this study was to study factors affecting egg purchasing of middlemen in Chiang Mai Province. The data was collected using questionnaires distributed to 50 middlemen which were selected by quota sampling. The number of middlemen were selected by the ratio of each producer's market share in Chiang Mai. Then, the data was analyzed by descriptive statistics using frequency, percentage and mean.

The study found that most of the respondents were female, aged between 21 – 40 years old. Primary school/high school was their highest education background. They were in egg business for 5 – 10 years and earned 10,001 – 30, 000 baht/month. Each purchase was not exceeded than 100 racks. They bought from one farm, paid by cash and purchased 5 – 7 times a week.

The study revealed that the environmental factor affecting egg purchasing of middlemen in the normal condition was the size of egg market, while fame and reliability of egg farms were factors in the bird flu condition.

The internal factor affecting egg purchasing of middlemen was purchasing objective. The respondents purchased eggs for wholesaling and retailing and they did not have future purchasing contract.

For the interpersonal factor, most of the respondents did not have relationship with any egg farm or company.

For marketing mix factor, it was found that all most all of the factors affecting the respondents in a moderate level, except place was in a high level. The sub-factors of each factor with the highest mean score were as follows: For product, it was the freshness of eggs. For price it was prior notice for price changing. For place, it was delivery service and the emphatic salespersons was for promotion.

Most of the respondents rated all problems in a low level. The sub-factor of problems which was rated in a high level was insufficient eggs. The sub-factor of problems which was rated in a moderate level was low quality of egg's shell such as pale color, dirty, thin shell as well as higher price than other middlemen.