

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเนื้อไก่ เขตจังหวัดสงขลา

Consumer's behavior on chicken consumption in Songkhla Province

นางสาวเจนจิรา ขวัญอ่อน

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคลของการเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา จำนวนทั้งสิ้น 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าความสัมพันธ์ นัยสำคัญทางสถิติ นัยสำคัญทางสถิติที่ร้อยละ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเนื้อไก่ เขตจังหวัดสงขลา โดยภาพรวมส่วนใหญ่ด้านเพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพหลัก รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภค ครอบครัวของท่านมีการรับประทานอาหารรูปแบบใดมากที่สุดปรุงอาหารเอง เหตุผลที่ท่านเลือกทานเนื้อไก่ทำอาหารได้หลากหลาย ท่านนิยมซื้อเนื้อไก่จากแหล่งใดมากที่สุดตลาดสด ท่านนิยมซื้อเนื้อไก่ชำแหละส่วนใดมากที่สุดเนื้ออกล้วน ความถี่ในการซื้อเนื้อไก่ (ครั้ง/สัปดาห์) 3 ครั้ง ปริมาณในการซื้อเนื้อไก่(กิโลกรัม/ครั้ง) 1กิโลกรัมท่านนิยมนำเนื้อไก่ที่ซื้อไปทำอาหารประเภทใดบ้างแกง ท่านมักเลือกซื้อเนื้อไก่ในช่วงวันใด ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส ท่านมักจะใช้ช่วงใดของวันในการเลือกซื้อเนื้อไก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส เวลาที่ท่านใช้เลือกซื้อเนื้อไก่โดยประมาณน้อยกว่า 10 นาที สื่อที่ท่านรับรู้ในการจำหน่ายเนื้อไก่มากที่สุด โทรทัศน์ ใครมีส่วนสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อไก่ ตัวท่านเอง ในกรณีที่ท่านไม่สามารถหาซื้อเนื้อไก่ได้ ท่านจะซื้อเนื้อสัตว์ชนิดใดแทนเนื้อหมู มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่

ABSTRACT

This research aims to study the personal factors of buying meat, consumers in Songkhla province. To study the behavior of consumers to buy chicken in Songkhla province. To study the relationship between the individual factors on the buying behavior of consumers of poultry in the

province of Songkhla. A total of 400 people, the statistics used in this study were the percentage relationship. Statistical significance Statistically significant at 0.05 percent.

The study indicated that Consumer behavior in buying poultry. Songkhla province Overall, the majority religion, gender, age, education level, occupation, marital status, average income per month. Buying behavior of consumers of chicken meat. Your family is eating most any style self-catering. The reason you choose to eat meat, poultry, cooking range. Bought chicken from most any market. You bought chicken breasts are dissected it most. Frequency of buying chicken (once / week), three times the volume of buying poultry (kg / time) 1 kg chicken are commonly purchased to cook any types of curry. You can often buy chicken during the day. Uncertainty occasion You typically use a range of day to buy chicken. Uncertainty occasion When you buy a chicken, approximately less than 10 minutes, the media will be recognized on the sale of poultry, most television is one of the most important decisions in your own chicken. If you can not buy a chicken. You can buy any kind of meat instead of pork. There are statistically significant at the 0.05 level.

Keywords individual factors, factors on consumer behavior.

บทนำ

อาหารเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากอาหารประกอบด้วยสารอาหารที่มีบทบาทสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของร่างกาย

พฤติกรรมการบริโภคอาหารระดับครัวเรือน ส่วนใหญ่เกิดจากผู้ที่มีหน้าที่จัดหาอาหาร เช่น พ่อบ้าน แม่บ้าน โดยมีความรู้ ทักษะ การปฏิบัติแตกต่างกันออกไป เช่น บางครัวเรือนผลิตอาหารขึ้นเอง หรือบางครัวเรือนไม่มีเวลาทำกับข้าวรับประทานเอง และบางครัวเรือนอาจไม่มีเวลารับประทานอาหารพร้อมกันในครัวเรือนจึงเลือกซื้ออาหารนอกบ้านประเภทอาหารจานด่วน อาหารฟาสต์ฟู้ด อาหารกึ่งสำเร็จรูป และอาหารสำเร็จรูปไว้รับประทานเอง เนื่องจากความรู้ ทักษะในการเลือกซื้ออาหารของผู้ที่มีหน้าที่ในการเลือกซื้ออาหารมีผลต่อสุขภาพของคนในครัวเรือน ดังนั้น ควรเน้นการเลือกซื้อ

ทั้งนี้ การซื้ออาหารของผู้บริโภคปัจจุบันในกลุ่มชนบทบางกลุ่มเริ่มซื้ออาหารตามร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้าหรือตลาดกันมากขึ้น ทำให้มีการเลือกซื้ออาหารพร้อมปรุง อาหารแช่แข็งอื่นๆ เป็นต้น ประกอบกับการมีรถไปจำหน่ายถึงครัวเรือน ซึ่งจะมีอาหารให้เลือกหลากหลายมากขึ้น โดยอาหารที่ครัวเรือนเลือกซื้อ หากเลือกซื้ออาหารบริโภคที่สดสะอาด ปลอดภัย และครบถ้วนตามหลักโภชนาการก็จะเป็นผลดีต่อสุขภาพ หากเลือกซื้ออาหารบริโภคไม่ได้สัดส่วน และไม่เหมาะสม อาจก่อให้เกิดโรคเรื้อรังซึ่งพบปัญหาทางโภชนาการในวัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ จนถึงวัยสูงอายุ เช่น โรคอ้วน โรคมะเร็งบางชนิด โรคความดันโลหิต เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ข้าพเจ้าได้เล็งเห็นถึงพฤติกรรม การเลือกซื้อเนื้อไก่ในเขตจังหวัดสงขลาจึงได้ศึกษา เกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนบุคคล พฤติกรรม การเลือกซื้อ ความสัมพันธ์ระหว่างบัณฑิตส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การเลือกซื้อ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการของตลาดจะได้กำหนดกลยุทธ์ และทิศทางทำให้ส่งต่อการจัดจำหน่ายเนื้อไก่ต่อไปและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงบัณฑิตส่วนบุคคลของการเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบัณฑิตส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา

สมมติฐานงานวิจัย

1. บัณฑิตส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรม การเลือกซื้อเนื้อไก่
2. บัณฑิตส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เนื้อไก่หมายถึงชิ้นส่วนของไก่ที่ผ่านขบวนการฆ่าทำความสะอาดและตัวแบ่งเป็นส่วนๆพร้อมที่จะนำไปแปรรูปหรือประกอบอาหาร
2. พฤติกรรม การเลือกซื้อหมายถึงการกระทำหรืออาการที่ผู้บริโภคแสดงออกโดยการค้นหาการ คัดการซื้อ การใช้การประเมินผลในสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของ ผู้บริโภค
3. ผู้บริโภคหมายถึงผู้ที่ซื้อเนื้อไก่เพื่อนำไปบริโภคภายในครอบครัวที่อาศัยอยู่ภายในเขต จังหวัดสงขลา

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา: ศึกษาบัณฑิตส่วนบุคคลและส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคเนื้อไก่ของ ประชากรในจังหวัดสงขลา
2. ขอบเขตด้านประชากร: กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา
3. ขอบเขตด้านพื้นที่: พื้นที่ในจังหวัดสงขลา
4. ขอบเขตด้านระยะเวลา: ศึกษาดำเนินการตั้งแต่เดือนธันวาคม 2561 – มกราคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม การเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา
2. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ความต้องการของตลาด เป้าหมายได้

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามากำหนดเป็นกรอบโครงสร้างของเครื่องมือ และขอบเขตของเนื้อหาเพื่อสร้างแบบสอบถามในการวิจัย
3. สร้างแบบสอบถามตามขอบเขตเนื้อหาให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและตามรายละเอียดของนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปร
4. ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของการใช้ภาษา และความครอบคลุมในประเด็นที่ศึกษาแล้วนำมาปรับปรุง และแก้ไข

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อการศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อเนื้อไก่ โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ที่กำหนดไว้
 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร บทความ หนังสือทางวิชาการ วารสารที่สามารถอ้างอิงได้ ผลงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อประกอบการค้นคว้าและสร้างแบบสอบถามโดยทำตามขั้นตอนดังนี้
1. ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล
 2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วมาทำการลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส
 3. ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ผลสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ใช้ร้อยละ (%) สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่

2. ใช้ Chi Square สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรม การเลือกซื้อเนื้อไก่ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

สรุปผล

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเนื้อไก่ เขตจังหวัดสงขลา
สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคในการซื้อเนื้อไก่ เขตจังหวัดสงขลา

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ศาสนาพุทธ การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10001-20000 บาท (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ(n=100)
เพศ		
ชาย	184	46.0
หญิง	216	54.0
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	37	9.3
21-30 ปี	218	54.5
31-40 ปี	75	18.8
41-50 ปี	51	12.8
มากกว่า 50 ปี	19	4.8
ศาสนา		
ศาสนาพุทธ	291	72.8
ศาสนาอิสลาม	92	23.0
ศาสนาคริสต์	17	4.3
วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	170	42.5
ปริญญาตรี	184	46.0
สถานะภาพ		
โสด	241	60.3
สมรส	126	31.5
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	33	8.3

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ(n=100)
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	105	26.3
พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง	141	35.3
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	70	17.5
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	60	15.0
เกษตรกร	24	6.0
รายได้		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ10000	114	28.5
10001-20000 บาท	138	34.5
20001-30000 บาท	87	21.8
30001-40000 บาท	36	9.0
40001-50000 บาท	8	2.0
50001 บาทขึ้นไป	17	4.3

ผลการศึกษาข้อมูลด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคใน เขตจังหวัดสงขลา

จากการศึกษา พบว่า ครอบครัวของท่านมีการรับประทานอาหารรูปแบบใดมากที่สุดปรุงอาหารเองมากที่สุด เหตุผลที่ท่านเลือกทานเนื้อไก่ทำอาหารได้หลากหลายมากที่สุด ท่านนิยมซื้อเนื้อไก่จากแหล่งใดมากที่สุดตลาดสดมากที่สุด ท่านนิยมซื้อเนื้อไก่ชำแหละส่วนใดมากที่สุดเนื้ออกล้วนมากที่สุด ความถี่ในการซื้อเนื้อไก่(ครั้ง/สัปดาห์) 3ครั้งมากที่สุด ปริมาณในการซื้อเนื้อไก่(กิโลกรัม/ครั้ง) 1กิโลกรัมมากที่สุด ท่านนิยมนำเนื้อไก่ที่ซื้อไปทำอาหารประเภทใดบ้างแกงมากที่สุด ท่านมักเลือกซื้อเนื้อไก่ในช่วงวันใด ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสมากที่สุด ท่านมักจะใช้ช่วงใดของวันในการเลือกซื้อเนื้อไก่ ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสมากที่สุด เวลาที่ท่านใช้เลือกซื้อเนื้อไก่โดยประมาณ น้อยกว่า 10 นาทีมากที่สุด สื่อที่ท่านรับรู้ในการจำหน่ายเนื้อไก่มากที่สุด โทรทัศน์มากที่สุด ใครมีส่วนสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อเนื้อไก่ ตัวท่านเองมากที่สุด ในกรณีที่ท่านไม่สามารถหาซื้อเนื้อไก่ได้ ท่านจะซื้อเนื้อสัตว์ชนิดใดแทนเนื้อหมูมากที่สุด

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคใน เขตจังหวัดสงขลา

จากการศึกษา โดยการวิเคราะห์โดยใช้สถิติการทดสอบไค-สแควร์ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า

เพศมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ท่านเลือก, ชิ้นส่วนไก่, ความถี่ในการซื้อ, ปริมาณในการซื้อ ประเภทที่นำไปประกอบอาหาร, ช่วงวันที่ไปซื้อ, สื่อที่รับรู้

อายุมีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ท่านเลือก นิยมซื้อจากที่ใด ชั้นส่วนใด ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ ใช้เวลาในการเลือก เวลาที่ใช้เลือกซื้อ สื่อที่รับรู้ ใครคือบุคคลสำคัญในการเลือก หากไม่มีเนื้อ
โกะอะไรแทน

ศาสนามีความสัมพันธ์กับรูปแบบ เหตุผลที่ท่านเลือก นิยมซื้อจากที่ใด ชั้นส่วนใด ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ ช่วงเวลาที่เลือกซื้อ ใช้เวลาในการเลือก เวลาที่ใช้เลือกซื้อ สื่อที่รับรู้ ใครคือบุคคลสำคัญในการเลือก หากไม่มีเนื้อโกะอะไรแทน

ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับรูปแบบ เหตุผลที่ท่านเลือก นิยมซื้อจากที่ใด ชั้นส่วนใด ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ นำไปประกอบอาหารประเภทใด ช่วงเวลาที่เลือกซื้อ ใช้เวลาในการเลือก สื่อที่รับรู้ ใครคือบุคคลสำคัญในการเลือก

สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับรูปแบบ เหตุผลที่ท่านเลือก นิยมซื้อจากที่ใด ชั้นส่วนใด ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ นำไปประกอบอาหารประเภทใด ช่วงเวลาที่เลือกซื้อ ใช้เวลาในการเลือก เวลาที่ใช้เลือกซื้อ สื่อที่รับรู้ ใครคือบุคคลสำคัญในการเลือก หากไม่มีเนื้อโกะอะไรแทน

อาชีพหลัก มีความสัมพันธ์กับรูปแบบ เหตุผลที่ท่านเลือก นิยมซื้อจากที่ใด ชั้นส่วนใด ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ นำไปประกอบอาหารประเภทใด ช่วงเวลาที่เลือกซื้อ ใช้เวลาในการเลือก เวลาที่ใช้เลือกซื้อ สื่อที่รับรู้ ใครคือบุคคลสำคัญในการเลือก หากไม่มีเนื้อโกะอะไรแทน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับรูปแบบ เหตุผลที่ท่านเลือก นิยมซื้อจากที่ใด ชั้นส่วนใด ความถี่ในการซื้อ ปริมาณในการซื้อ นำไปประกอบอาหารประเภทใด ช่วงเวลาที่เลือกซื้อ ใช้เวลาในการเลือก เวลาที่ใช้เลือกซื้อ สื่อที่รับรู้ ใครคือบุคคลสำคัญในการเลือก หากไม่มีเนื้อโกะอะไรแทน

อภิปรายผล

จากผลสรุปข้างต้น สามารถนำไปใช้อภิปรายผลดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี ศาสนาพุทธ การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10001-20000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรัชพร จันทร์สุข (2558) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าใน เขตการค้าชายแดนไทย-มาเลเซีย กรณีศึกษา: ผู้บริโภคชาวมาเลเซีย จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างมา พบว่า การเลือกซื้อสินค้าของชาวมาเลเซียส่วนมากจะซื้อสินค้าที่นำไปใช้ในครัวเรือน มักจะซื้อในช่วงเช้าก่อนเวลา 10.00 น. โดยมีค่าใช้จ่าย 3,000 บาทต่อครั้ง มีความถี่ 1-3 ครั้งต่อเดือน ปัจจัย ที่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อสินค้า คือ อาชีพรับจ้าง/พนักงานเอกชน อาชีพเกษตรกร อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และมีความพึงพอใจในการซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมยศ นนทะพุทธ(2559) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้พบว่าการวิจัยการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อสุกรและศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริโภคชาวพุทธที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่และซื้อเนื้อสุกรไปเพื่อประกอบอาหารรับประทานเอง ภายในครอบครัว จำนวน 400

ตัวอย่างโดยการเก็บตัวอย่างจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่า ร้อยละ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่มโดยใช้สถิติไคสแควร์ผลการศึกษพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-30 ปีจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตนเอง 10,001 – 20,000 บาท มีอาชีพพนักงานเอกชน/รับจ้างทั่วไป นิยมซื้อเนื้อสุกรจากตลาดสด เนื่องจากใกล้บ้านมีค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อเนื้อสุกรในแต่ละครั้ง 101-200 บาท เลือกซื้อเนื้อสุกรในส่วนเนื้อสามชั้น มีความถี่ในการซื้อเนื้อสุกร ประมาณ 2 ครั้ง/สัปดาห์ ในปริมาณ 1 กิโลกรัม ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกซื้อเนื้อสุกร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกหรือทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขต จังหวัดสงขลา ที่มีความละเอียดมากขึ้น
- 2.ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้อเนื้อไก่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสงขลา ทั้งในด้านการตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและการประเมินผลภายหลังการซื้อ และควรทำการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อในลักษณะดังกล่าวโดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคซึ่งจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการจำหน่ายเนื้อไก่ ในเขตจังหวัดสงขลา ที่จะได้นำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ได้ต่อไป

บรรณานุกรม

- สมยศ นนทะพุท.(2559).พฤติกรรมการเลือกซื้อเนื้อสุกรของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา:สารนิพนธ์,มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- เบญจลักษณ์ มุสิกะชะนะ.(2553).พฤติกรรมการเลือกซื้อเบเกอรี่ของผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี:วิทยานิพนธ์,มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- เตียนลี หลี.(2561).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางของสุภาพสตรีในเขต กรุงเทพมหานคร:บทความวิจัย,มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
- อัชฌาสัยส., & วรศิลป์ชัยล. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวสารบรรจุถุง ในเขตกรุงเทพมหานคร: วิจัยอิสระ.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วุฒิพงศ์ คงนวลมี .(2559).ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อกาแฟกระป๋องพร้อมดื่มในเขต กรุงเทพมหานคร:บทความวิจัย.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- นาย ธนาวัฒน์อุตภาพ, (2545),โรงเรียนระยองวิทยาคม,
<http://www.oae.go.th/view/1> สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- นางสาววรารพร แฮ้พฤกษ์,(2556).การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทัศนคติด้านความปลอดภัยของเนื้อสัตว์ต่อพฤติกรรมการซื้อเนื้อสัตว์จากตลาดสดของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี:

วิทยานิพนธ์.มหาวิทยาลัยศิลปากร

กุลนิดา สายนุ้ย.(2553).พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดยะลา:วิทยานิพนธ์.มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

นวนิต กิตติศิริสวัสดิ์.(2557).การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อ
ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค:การค้นคว้าอิสระ.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

สถาบันวิจัยและพัฒนาพื้นที่สูง (องค์การมหาชน) <https://hkm.hrdi.or.th/knowledge/detail/270>

<http://www.forbesthailand.com/commentaries-detail.php?did=817>

<https://www.youtube.com/watch?v=t15VcXubPs8>

<https://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดสงขลา>