

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาคือ ลูกค้าที่เข้าไปใช้บริการซื้อสินค้าทะเลในตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท ประกอบกิจการค้าปลีก และเข้าไปใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยทุกวัน

#### ทัศนคติของลูกค้าต่อตลาดทะเลไทยโดยรวม

ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทยโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อและด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ส่วนด้านความรู้สึกอยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านความคิดความเชื่อ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดความเชื่อในเรื่องสินค้าทะเลมิให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และเป็น ศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ อยู่ในระดับดี ส่วนในเรื่องสินค้าทะเลมีความสด มีมาตรการที่ดีในการรักษาความปลอดภัย และพนักงานที่ให้บริการมีความชำนาญ อยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านความรู้สึก ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือกพอใจกับราคาสินค้าทะเล และพอใจในความสะอาดของพื้นที่ให้บริการ อยู่ในระดับดี ส่วนในเรื่องพอใจการให้บริการแก่ลูกค้าตามลำดับ พพอใจกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีให้ และมั่นใจความปลอดภัยขณะที่ใช้บริการ อยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมวลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป อยู่ในระดับดี ส่วนในเรื่องแนวโน้มจะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไปเมื่อคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทาง จะพยายามแนะนำบุคคลที่รู้จักให้มาใช้บริการ และจะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไปเมื่อคำนึงถึงการบริการของพนักงาน ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับเป็นกลาง

ทัศนคติของลูกค้านักท่องเที่ยวไทย จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ประเภทของกิจการ และความถี่ในการใช้บริการ

### 1. จำแนกตามเพศ

#### ด้านความคิดเห็นความเชื่อ

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้านักท่องเที่ยวไทย มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดเห็นความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งลูกค้านักท่องเที่ยวไทยเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และมีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเลเป็นระเบียบ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

เพศหญิง มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดเห็นความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และเป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

#### ด้านความรู้สึกรู้สึก

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้านักท่องเที่ยวไทย มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจขั้นตอนการประมวลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเลมากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

เพศหญิงมีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจในความสะอาดของพื้นที่ และเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

#### ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้านักท่องเที่ยวไทย มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด และราคาสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

เพศหญิงมีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมวลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

## 2. จำแนกตามอายุ

### ด้านความคิดความเชื่อ

จากการศึกษา พบว่า ลูก้ากลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 30 ปี มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีความสด เป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ และมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

อายุ 30-39 ปี มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเลที่เป็นระเบียบ และสินค้าทะเลมีความสด มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

อายุ 40-49 ปี มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และมีภาชนะ (กระบะ หลัว ตะกร้า) เพียงพอ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

อายุ 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับตลาดทะเลไทยเป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ สินค้าทะเลมีให้เลือกหลายชนิด และมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

### ด้านความรู้สึกรู้สึก

จากการศึกษา พบว่า ลูก้ากลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 30 ปี มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจในความสะอาดของพื้นที่ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

อายุ 30-39 ปี มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจในความสะอาดของพื้นที่ และเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

อายุ 40-49 ปี มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจในความสะอาดของพื้นที่ และเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

อายุ 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจในความสะอาดของพื้นที่ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

### ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากการศึกษา พบว่า ลูก้ากลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 30 ปี มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ราคาสินค้าทะเลที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย และขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

อายุ 30-39 ปี มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และราคาสินค้าทะเลที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

อายุ 40-49 ปี มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด และขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

อายุ 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

### 3. จำแนกตามระดับการศึกษา

#### ด้านความคิดความเชื่อ

จากการศึกษา พบว่า ลูก้ากลุ่มตัวอย่างระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และมีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเลเป็นระเบียบ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และมีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเลเป็นระเบียบ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือก

หลายชนิด เป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ และมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อ โดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด เป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ และมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

#### ด้านความรู้สึก

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจขั้นตอนการประมวลซื้อที่เป็น ไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจในความสะอาดของพื้นที่ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจขั้นตอนการประมวลซื้อที่เป็น ไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีให้ และพอใจการให้บริการแก่ลูกค้าตามลำดับ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

#### ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ายกกลุ่มตัวอย่างระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงขั้นตอนการประมวลซื้อที่เป็น ไปอย่างโปร่งใส ภาพรวมของสินค้าและบริการ และราคาสินค้าทะเลที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย ท่านก็ยังคงใช้บริการ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่



ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด และขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด และความสะอาดของพื้นที่ให้บริการ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และราคาสินค้าทะเลที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

#### 4. จำแนกตามรายได้

##### ด้านความคิดความเชื่อ

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และมีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเลเป็นระเบียบ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

รายได้ 20,001-40,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และมีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเลเป็นระเบียบ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

รายได้ 40,001-60,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และมีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

รายได้มากกว่า 60,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด เป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ และมีภาชนะ (กระบะ หลัว ตะกร้า) เพียงพอ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

##### ด้านความรู้สึกรัก

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกรักโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

รายได้ 20,001-40,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

รายได้ 40,001-60,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจในความสะดวกของพื้นที่ และพอใจขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

รายได้มากกว่า 60,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

#### ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากการศึกษา พบว่า ลูก้ากลุ่มตัวอย่างรายได้ไม่เกิน 20,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และราคาสินค้าทะเลที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

รายได้ 20,001-40,000 บาท มีแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ เมื่อคำนึงถึงขั้นตอนการประมูลซื้อเป็นไปอย่างโปร่งใสแล้ว ทำให้ท่านอยากมาใช้บริการที่ตลาดแห่งนี้อีก ท่านคิดว่าจะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป และเมื่อคำนึงถึงสินค้าทะเลมีให้เลือกหลายชนิดท่านจะไปตลาดทะเลไทย มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

รายได้ 40,001-60,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

รายได้มากกว่า 60,000 บาท มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป

เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด และขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

## 5. ประเภทของกิจการ

### ด้านความคิดความเชื่อ

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ายกตัวอย่างกิจการค้าปลีก มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และมีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเลเป็นระเบียบ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

กิจการค้าส่ง มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด เป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ และมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

กิจการแปรรูปอาหารทะเล มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และเป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

กิจการห้องเย็น มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด เป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ และมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

พนักงานรับจ้างซื้อสินค้าทะเล มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเลเป็นระเบียบ และมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

### ด้านความรู้สึกลูก

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ายกตัวอย่างกิจการค้าปลีก มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกลูกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจในความสะอาดของพื้นที่ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

กิจการค้าส่ง มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกลูกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และพอใจการให้บริการแก่ลูกค้าตามลำดับ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)



กิจการแปรรูปอาหารทะเล มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

กิจการห้องเย็น มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจในความสะอาดของพื้นที่ และเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

พนักงานรับจ้างซื้อสินค้าทะเล มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึกโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก และพอใจกับราคาสินค้าทะเล มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

#### ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้าย่อยกลุ่มตัวอย่างกิจการค้าปลีก มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

กิจการค้าส่ง มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และราคาสินค้าทะเลที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

กิจการแปรรูปอาหารทะเล มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด และความสะอาดของพื้นที่ให้บริการ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

กิจการห้องเย็น มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

พนักงานรับจ้างซื้อสินค้าทะเล มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทย

แห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงราคาสินค้าทะเลที่มีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด และขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

## 6. ความถี่ในการใช้บริการ

### ด้านความคิดความเชื่อ

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับ สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด สินค้าทะเลมีคุณภาพ และมีการจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเลเป็นระเบียบ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 3-4 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และสินค้าทะเลมีคุณภาพ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 5-6 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด เป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ และมีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทุกวัน มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม และเป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

### ด้านความรู้สึ

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความรู้สึโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจในความสะอาดของพื้นที่ และเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 3-4 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจในความสะอาดของพื้นที่ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ลูกค้ำกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 5-6 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลาย

ระดับราคาให้เลือก เชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเล และพอใจกับราคาสินค้าทะเล มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทุกวัน มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกพอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก พอใจกับราคาสินค้าทะเล และพอใจในความสะอาดของพื้นที่ มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

#### ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการไม่เกิน 2 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด และขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 3-4 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ สินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด และขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการ 5-6 วันต่อสัปดาห์ มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการทุกวัน มีทัศนคติต่อตลาดทะเลไทย ด้านแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับดี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป เมื่อคำนึงถึงภาพรวมของสินค้าและบริการ ขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส และสินค้าทะเลที่มีให้เลือกหลายชนิด มากที่สุด (ตามลำดับค่าเฉลี่ย)

## อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร จะนำแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของทัศนคติ แนวคิดเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ดังนี้

### ด้านความคิดความเชื่อ

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จะมีทัศนคติต่อส่วนประสมการตลาดบริการของตลาดทะเลไทย ด้านความคิดความเชื่อแตกต่างกัน

ดังสังเกตได้จากตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูล ที่ระบุว่า เมื่อลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ก็จะส่งผลให้มีความคิดความเชื่อในเรื่องเดียวกันแตกต่างกันออกไปด้วย อาทิ

เมื่อจำแนกตามเพศ เพศชายมีความคิดความเชื่อในเรื่องความสดของสินค้าทะเลอยู่ในระดับดี แต่เพศหญิงกลับมีความคิดความเชื่ออยู่ในระดับเป็นกลาง

เมื่อจำแนกตามอายุ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความคิดความเชื่อในเรื่องขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใสอยู่ในระดับเป็นกลาง แต่ผู้ที่มีอายุ 30-39 ปี, 40-49 ปี และ 50 ปี ขึ้นไป กลับมีความคิดความเชื่ออยู่ในระดับดี

และเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า มีความคิดความเชื่อในเรื่องขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็วอยู่ในระดับเป็นกลาง แต่ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า และระดับปริญญาตรีขึ้นไป กลับมีความคิดความเชื่ออยู่ในระดับดี

จากผลการอภิปรายเบื้องต้น จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Burgoon (อ้างถึงใน ประมะ สดะเวทิน, 2540 : 112-118) ที่กล่าวว่า การที่คนเราจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดแตกต่างกันนั้นขึ้นอยู่กับ การประเมินความรู้ ความคิด และความเชื่อของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแตกต่างกันตามประสบการณ์ อายุ เพศ อาชีพ การศึกษา และรายได้ ทำให้บุคคลมีความรู้สึก ทัศนคติและการแสดงออกที่แตกต่างกัน

### ด้านความรู้สึก

จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้สึกของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ ด้านสินค้าและราคา และจากการศึกษาแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี จะเห็นได้ว่าสามารถนำปัจจัยส่วนบุคคลที่จำแนกตามระดับการศึกษาและรายได้มาอภิปรายผลได้ดังนี้

จำแนกตามระดับการศึกษากับปัจจัยด้านสินค้า

ลูกค้ายุ่มตัวอย่างทุกระดับการศึกษาล้วนมีความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเลอยู่ในระดับดี แต่จากตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะสังเกตเห็นว่ามีระดับค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกัน โดยสามารถอธิบายได้ว่า ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าและระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า ไม่ค่อยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าทะเลเท่าใดนักจึงมีความเชื่อมั่นว่าสินค้าในตลาดทะเลไทยต้องมีคุณภาพดี แตกต่างกับระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่าและระดับปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยในด้านความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเลน้อยกว่า เนื่องจากจะคำนึงถึงคุณประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าทะเลก่อนตัดสินใจซื้อ

จำแนกตามรายได้กับปัจจัยด้านราคา

ลูกค้ายุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน มีความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้าทะเลอยู่ในระดับปานกลาง แตกต่างกับผู้มีรายได้ 20,001-40,000 บาทต่อเดือน รายได้ 40,001-60,000 บาทต่อเดือน และรายได้มากกว่า 60,000 บาทต่อเดือน ที่มีความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้าทะเลอยู่ในระดับดี

จากผลการอธิบายเบื้องต้น จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี (2545 : 29-30) ที่กล่าวว่า เมื่อคนมีการศึกษาสูงขึ้นจะมีความรู้ความเข้าใจว่าการบริโภคสัตว์บกจะมีโทษมากกว่าการบริโภคสัตว์น้ำ หรืออีกนัยหนึ่งการบริโภคสัตว์น้ำจะมีประโยชน์มากกว่าการบริโภคเนื้อสัตว์บก และราคาของสัตว์น้ำมีความหลากหลาย ตั้งแต่ราคาถูกจนถึงราคาแพง เมื่อรายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้นมีแนวโน้มว่าจะมีการบริโภคสัตว์น้ำมากขึ้น เพราะสัตว์น้ำเป็นสินค้าที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ายุ่มตัวอย่างที่เคยมาใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีก เนื่องจากเห็นว่าตลาดทะเลไทยมีสินค้าทะเลให้เลือกหลายชนิด มีความสะดวกในการเดินทาง พื้นที่ให้บริการมีความสะอาด และขั้นตอนการประมูลซื้อเป็นไปอย่างโปร่งใส ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิชาญ ศิริชัยเอกวัฒน์ (2546 : สัมภาษณ์) ที่กล่าวว่า ตลาดทะเลไทยเป็นศูนย์กลางค้าสัตว์น้ำและผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเลที่รวบรวมสินค้าประมงจากทั่วประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งการค้าเสรีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้ราคาสินค้าทะเลเป็นไปตามกลไกตลาดอย่างเปิดเผยและยุติธรรม และเป็นการกระจายรายได้สู่ประชาชนในท้องถิ่น ทำให้เกิดการสร้างงานที่ต่อเนื่องจากกิจการประมงมากมาย การมีตลาดทะเลไทยจึงทำให้จังหวัดสมุทรสาครมีศักยภาพในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศ โดยเน้นการจัดการที่มีประสิทธิภาพ เช่น คุณภาพของสินค้าทะเลจะต้องมีความสดและหลากหลาย ราคาต้องมีความ



เหมาะสม และที่สำคัญจะต้องมีขั้นตอนการซื้อขายเป็นไปอย่างโปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของตลาดทะเลไทย

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร สามารถนำเสนอข้อค้นพบ ซึ่งสามารถจำแนกได้ 5 ด้านดังนี้

#### 1. สินค้า (Product)

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดความเชื่อว่เมื่อเข้ามาซื้อสินค้าทะเลในตลาดทะเลไทย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าทะเลมากกว่าการคำนึงถึงความสะดวกของสินค้า อาจเป็นไปได้ว่าลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าทะเลอยู่แล้ว จึงไม่ได้คำนึงถึงความสะดวกมาเป็นปัจจัยแรกในการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าทะเล และอีกประการหนึ่งคือ สินค้าทะเลในตลาดทะเลไทยส่วนใหญ่จะเป็นปลาแช่แข็งมาจากประเทศอินโดนีเซีย ทำให้ลูกค้ามีความคิดความเชื่อว่สินค้าทะเลมีความสดอยู่แล้ว จึงมีระดับความคิดความเชื่ออยู่ในระดับเป็นกลาง

#### 2. สถานที่ (Place)

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะไม่สะดวกในการเดินทางมาตลาดทะเลไทย เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตตำบลมหาชัยและตำบลท่าฉลอมเป็นหลัก ส่วนตลาดทะเลไทยอยู่ตำบลท่าจีน ทำให้ลูกค้าที่จะมาตลาดทะเลไทยจากตำบลมหาชัยและท่าฉลอม จะต้องกลับรถได้สะพานข้ามแม่น้ำท่าจีน ซึ่งคับแคบและมีสภาพเป็นหลุมเป็นบ่อ ทำให้ลูกค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ประกอบกิจการค้าปลีกไม่สะดวกในการเดินทาง เพราะจะต้องบรรทุกสินค้าทะเลจำนวนมากที่จะเกิดการตกหล่นและเสียหายได้

#### 3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ตลาดทะเลไทยเป็นโครงการที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยในการซื้อขายสินค้าทะเล แต่ลูกค้าตลาดทะเลไทยกลับมีความรู้สึกว่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์น้อยเกินไป การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของตลาดทะเลไทยครอบคลุมไม่ทั่วถึง จะรับรู้เฉพาะกลุ่มคนที่เข้าไปใช้บริการซื้อขายสินค้าทะเลเท่านั้น

#### 4. บุคลากร (People)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดความเชื่อ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรม ต่อพนักงานในตลาดทะเลไทยอยู่ในระดับเป็นกลางทั้งหมด ทำให้เห็นว่าบุคลากรเป็นหัวใจสำคัญในการที่จะทำให้องค์กรเข้มแข็งหรืออ่อนแอ เพราะถ้าได้บุคลากรที่ดี มีความสนใจในความต้องการของลูกค้า

มีความชำนาญ และมีประสบการณ์ ก็จะทำให้องค์กรมีการพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น เพราะบุคลากร เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในองค์กร

### 5. ดึงนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)

กลุ่มตัวอย่างยังไม่มี ความมั่นใจในความปลอดภัยขณะที่ใช้บริการ และขาด มาตรการที่ดีในการรักษาความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างได้ทำ แบบสอบถามมา ทำให้เห็นว่าเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอาจมีไม่เพียงพอหรือขาดประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงาน

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะสำหรับตลาดทะเลไทย

จากการศึกษาทัศนคติของลูกค้าต่อตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษามี ข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับปรับปรุงและพัฒนาตลาดทะเลไทยให้เหมาะสมกับความ ต้องการของลูกค้าตลาดทะเลไทยต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. สินค้า (Product)

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้เพิ่มขนาดของสินค้า ให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น จากเดิมมีการกำหนดขนาดอยู่ที่ เล็ก กลาง ใหญ่ ควรเพิ่มเป็น ขนาดจิ๋ว เล็ก กลาง ใหญ่ และจัมโบ้

#### 2. ราคา (Price)

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดความเชื่อ ความรู้สึก และ แนวโน้มพฤติกรรมด้านราคาอยู่ในระดับดี ได้แก่ มีราคาจำหน่ายที่เหมาะสม พอใจกับราคาสินค้า ทะเล พอใจที่มีหลายระดับราคาให้เลือก และราคาสินค้าทะเลมีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย จึงสามารถสรุปภาพโดยรวมได้ว่าลูกค้าพอใจในราคาสินค้าทะเล ดังนั้นตลาดทะเลไทยควรรักษา มาตรฐานด้านราคาสินค้าทะเลให้ดีเช่นนี้ตลอดไป

#### 3. สถานที่ (Place)

ตลาดทะเลไทยเป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่สำคัญและพอใจในความสะอาดของ พื้นที่จำหน่ายสินค้าทะเล แต่ลูกค้าส่วนใหญ่อยากจะให้ปรับปรุงถนนก่อนเข้าถึงตลาดทะเลไทย ที่เล็ก คับแคบ และเป็นหลุมเป็นบ่อ ทำให้ไม่สะดวกในการเดินทางเข้ามาซื้อขายสินค้าทะเล ถ้าผู้บริหารตลาดทะเลไทยร่วมมือกับ องค์กรบริหารส่วนตำบลท่าจีน ทำการซ่อมแซมผิวถนนให้ อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดีตามปกติ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการซื้อขายและขนส่งสินค้า ทะเลมากขึ้น

#### 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดความเชื่อ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับเป็นกลาง ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง มีวิธีการโฆษณาที่เข้าใจง่าย ชอบรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ชอบการโฆษณาตามป้ายคัทเอาท์ และจะพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารของตลาดทะเลไทย อยู่ในระดับเป็นกลาง ดังนั้นตลาดทะเลไทยควรมีการเลือกสื่อที่เหมาะสมและตรงกับลูกค้ามากที่สุด เช่น การประชาสัมพันธ์ที่สื่อให้ลูกค้าเข้าใจง่ายว่าตลาดทะเลไทยเป็นศูนย์รวมสินค้าทะเลที่ใหญ่ที่สุด กว้างขวาง และสะดวกสบายในด้านการเลือกซื้อสินค้าทะเล

#### 5. บุคลากร (People)

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในด้านความคิดความเชื่อ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมด้านบุคลากรอยู่ในระดับเป็นกลาง เช่น พนักงานไม่สนใจในความต้องการของลูกค้า ขาดความชำนาญ และไม่กระตือรือร้นในการให้บริการเท่าที่ควร ดังนั้นตลาดทะเลไทยจึงควรมีการจัดฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป

#### 6. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence)

จากการศึกษา พบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อในเรื่องมีมาตรการที่ดีในการรักษาความปลอดภัย และมีความสะอาดถูกสุขลักษณะ ด้านความรู้สึกในเรื่องมั่นใจความปลอดภัยขณะที่ใช้บริการ พอใจกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีให้ อยู่ในระดับเป็นกลาง ดังนั้นตลาดทะเลไทยจึงควรมีมาตรการที่เข้มแข็งในการรักษาความปลอดภัย อาทิ เพิ่มเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้มากขึ้น เพราะตลาดทะเลไทยมีสถานที่กว้างขวางมาก ทำให้เจ้าหน้าที่ดูแลไม่ทั่วถึง และเพิ่มเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลทรัพย์สินของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ เช่น จัดเวรยามดูแลรถของลูกค้าในช่วงเวลากลางคืน (01.00 น. – 05.00 น.) ให้มากกว่าปกติ เพราะเป็นเวลาที่ลูกค้าเข้าไปใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยมากที่สุด

#### 7. กระบวนการ (Process)

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มมีความคิดความเชื่อ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรม ในเรื่องขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว มีขั้นตอนการซื้อที่เป็นไปอย่างยุติธรรม และพอใจขั้นตอนการประมูลซื้อที่เป็นไปอย่างโปร่งใส ทำให้ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะมาใช้บริการที่ตลาดทะเลไทยแห่งนี้ต่อไป ดังนั้นตลาดทะเลไทยจึงควรรักษากระบวนการนี้ไว้ให้มีมาตรฐานเช่นนี้ตลอดไป

การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดบริการเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ลูกค้า เป็นสิ่งที่สำคัญมากในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นตลาดทะเลไทยจึงต้องระมัดระวังในการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพราะถ้าลูกค้าเกิดทัศนคติที่ไม่ดีก็จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการเลือกของลูกค้าได้ทันที แต่ถ้าลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่ดีเช่นกัน นอกจากนั้นควรทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อลูกค้าด้วย เช่น พบว่า ระดับรายได้ของลูกค้าส่งผลต่อทัศนคติในด้านใดควรกำหนดกลยุทธ์ที่จะต้องแก้ปัญหานั้นๆ ให้ได้ด้วย

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในเรื่องการกำหนดราคาและขั้นตอนการซื้อขายที่โปร่งใสและยุติธรรม ซึ่งก่อนทำการศึกษาลูกค้าได้ทำการค้นคว้าในเรื่องกลไกตลาดของสินค้าทะเลในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า มีการกำหนดราคาที่สูงและมีขั้นตอนการซื้อขายที่ไม่โปร่งใสเท่าใดนัก ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเห็นว่าในการศึกษารั้งต่อไปผู้ศึกษาควรมุ่งประเด็นไปที่ปัจจัยด้านราคาของตลาดทะเลไทยว่ามีกลไกตลาดอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงและพัฒนาตลาดค้าสัตว์น้ำทะเลอื่นๆ ในจังหวัดสมุทรสาคร ให้มีมาตรฐานในระดับเดียวกับตลาดทะเลไทยต่อไป