

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษา พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร โดยบทนี้จะกล่าวถึงสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค อาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ในจังหวัดสมุทรสาคร

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รัฐวิสาหกิจ มีอายุ 21 -30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะรู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ยี่ห้อพรานทะเล นอกจากนี้ยังพบว่าเหตุผลสำคัญที่ทำให้เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง คือ สะดวกในการซื้อ ซึ่งพบว่าประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ ปลา โดยมีลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด คือ แบบซองสี่สอย ๆ นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่ชอบให้มีพนักงานคอยแนะนำ / ให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง คือ สมาชิกในครอบครัว โดยโอกาสส่วนใหญ่ที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง คือ ซื้อมารับประทานตามปกติ นอกจากนี้ยังพบว่าแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ ซูเปอร์สโตร์ โดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ และมีจำนวนเงินต่อครั้งในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ 101 – 200 บาท โดยส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จากโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ และส่วนใหญ่ทราบการโฆษณาผ่านจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายของอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือก

แข็งมากที่สุดคือ ของแถม นอกจากนี้ยังพบว่าการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งในครั้งต่อไป จะตัดสินใจว่าถ้ามีเยื่อหุ้มใหม่จะลองรับประทาน ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดว่า จะแนะนำบุคคลอื่นให้เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

ผลการศึกษา ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์การตลาดต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยรวมในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับความสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญน้อย สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ในระดับความสำคัญมาก โดยมีปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ ได้แก่ รสชาติ มีเครื่องหมาย อย. รับรอง บอกรับส่วนผสมและวันหมดอายุ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ บอกรับสารอาหารที่ได้รับ ตรายี่ห้อ บรรจุภัณฑ์สวยงาม และสี

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ในระดับความสำคัญมาก โดยมีปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ราคาถูก และราคาต่อรองได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ในระดับความสำคัญมาก โดยมีปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ ได้แก่ หาซื้อได้ง่าย ร้านค้าเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน และมีที่จอดรถ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ในระดับความสำคัญน้อย โดยมีปัจจัยย่อย เรียงตามลำดับ ได้แก่ พนักงานเป็นกันเองกับลูกค้า/ให้ข้อมูล การโฆษณา การแจกให้ทดลองชิม คุปองส่วนลด ของแถม และการชิงโชค

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา และระดับรายได้

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล สรุปได้ดังนี้

ระดับการศึกษา ผู้บริโภคระดับการศึกษาดำกว่า ปวส. รู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง เยื่อหุ้มพรานทะเล บ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ อยากรอง และประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ ปลา โดยชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ แบบถุงพลาสติกใส ๆ ธรรมดา มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าส่วน

ใหญ่สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยที่โอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ รับประทานปกติ ซึ่งแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ ร้านสะดวกซื้อ โดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวนเงิน 101 – 200 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่าแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ โดยมีสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ และรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด ได้แก่ คุปองส่วนลด

ระดับการศึกษา ปวส. / อนุปริญญา รู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ยี่ห้อพรานทะเล บ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ สะดวกในการซื้อ และประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ กุ้ง โดยชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ แบบกล่อง มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยที่โอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ รับประทานปกติ และมีงานเลี้ยงสังสรรค์ ซึ่งแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ ซูเปอร์สโตร์ โดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวนเงิน 101 – 200 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่าแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ โดยมีสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ และรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ชอบส่วนใหญ่ คือ คุปองส่วนลด

ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี รู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ยี่ห้อพรานทะเล มากที่สุด โดยมีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ สะดวกในการซื้อ และประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ กุ้ง และ ปลา โดยชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ แบบซองสี่สวย ๆ มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยที่โอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ รับประทานปกติ ซึ่งแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ ซูเปอร์สโตร์ โดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวนเงิน 101 – 200 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่าแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ โดยมีสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ และรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ชอบส่วนใหญ่ คือ ของแถม

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี รู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ยี่ห้อพรานทะเล บ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ

สะดวกในการซื้อ สะดวกในการปรุง และ เก็บรักษาได้นาน และประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ ปลา โดยชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ แบบซองสี่สวย ๆ มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยที่โอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ รับประทานปกติ ซึ่งแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ ซูเปอร์สโตร์ โดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวนเงิน 201 – 300 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้ยังพบว่าแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ โดยมีสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ และรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ชอบส่วนใหญ่ คือ ของแถม

ระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท ส่วนใหญ่รู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ยี่ห้อพรานทะเล โดยมีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ สะดวกในการซื้อ ซึ่งพบว่าประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ ปลา โดยชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ แบบถุงพลาสติกใส ๆ ธรรมดา มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยมีโอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ รับประทานปกติ โดยที่แหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ ซูเปอร์สโตร์ โดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวนเงิน 101 – 200 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้พบว่าแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ และสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ โดยที่รูปแบบการส่งเสริมการขายที่ชอบส่วนใหญ่ คือ ครอบงวน

ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท รู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ยี่ห้อพรานทะเล บ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ สะดวกในการซื้อ ซึ่งพบว่าประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ กุ้ง โดยชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ แบบกล่อง และ แบบถุงพลาสติกใส ๆ ธรรมดา มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยมีโอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ มินิงานเลี้ยงสังสรรค์ โดยที่แหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ ซูเปอร์สโตร์ โดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวนเงิน 101 – 200 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้พบว่าแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่

คือ โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ และสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ โดยที่รูปแบบการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด คือ อุปถัมภ์

ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท รู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ยี่ห้อมะพรานทะเล บ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ สะดวกในการซื้อ ซึ่งพบว่าประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ กุ้ง และ ปลา โดยชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ แบบซองสี่สอย ๆ มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยมีโอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ รับประทานปกติ โดยที่แหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวนเงิน 101 – 200 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้พบว่าแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ และสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ โดยที่รูปแบบการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด คือ ของแถม

ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 15,000 บาท รู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ยี่ห้อมะพรานทะเล บ่อยที่สุด โดยมีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งมากที่สุด คือ สะดวกในการซื้อ ซึ่งพบว่าประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ ปลา โดยชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ แบบซองสี่สอย ๆ มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่สมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง โดยมีโอกาสในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ รับประทานปกติ โดยที่แหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ ซูเปอร์มาร์เก็ต โดยส่วนใหญ่แล้วจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวนเงิน 101 – 200 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้พบว่าแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งส่วนใหญ่ คือ โฆษณาจากสื่อต่าง ๆ และสื่อโฆษณาที่ทราบข้อมูลส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ โดยที่รูปแบบการส่งเสริมการขายที่ชอบส่วนใหญ่ คือ ของแถม

ตารางที่ 61 แสดงพฤติกรรมกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จำแนกตามระดับการศึกษา และระดับรายได้

พฤติกรรม การซื้อ	ระดับการศึกษา				ระดับรายได้			
	ต่ำกว่า ปวส.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001 – 10,000บาท	10,001 – 15,000บาท	มากกว่า 15,000บาท
ปีที่รู้จัก และเคยซื้อ	พรวนทะเล	พรวนทะเล	พรวนทะเล	พรวนทะเล	พรวนทะเล	พรวนทะเล	พรวนทะเล	พรวนทะเล
เหตุผลที่ ซื้อ	อยากลอง	สะดวกใน การซื้อ	สะดวกใน การซื้อ	สะดวกใน การซื้อ, สะดวกใน การปรุง,เก็บ ได้นาน	สะดวกใน การซื้อ	สะดวกใน การซื้อ	สะดวกใน การซื้อ	สะดวกใน การซื้อ
ประเภท อาหาร ทะเล	ปลา	กุ้ง	กุ้ง และ ปลา	ปลา	ปลา	กุ้ง	กุ้ง และ ปลา	ปลา
ลักษณะ บรรจุภัณฑ์	ถุงพลาสติก ใส ๆ	กล่อง	ซองสี สวยๆ	ซองสี สวยๆ	ถุงพลาสติก ใส ๆ	กล่อง, ถุงพลาสติก ใส ๆ	ซองสี สวยๆ	ซองสี สวยๆ
ผู้ที่มี อิทธิพลใน การซื้อ	สมาชิกใน ครอบครัว	สมาชิกใน ครอบครัว	สมาชิกใน ครอบครัว	สมาชิกใน ครอบครัว	สมาชิกใน ครอบครัว	สมาชิกใน ครอบครัว	สมาชิกใน ครอบครัว	สมาชิกใน ครอบครัว
โอกาสใน การซื้อ	รับประทาน ปกติ	รับประทาน ปกติ,มีงาน เลี้ยง สังสรรค์	รับประทาน ปกติ	รับประทาน ปกติ	รับประทาน ปกติ	มีงานเลี้ยง สังสรรค์	รับประทาน ปกติ	รับประทาน ปกติ
แหล่งที่ซื้อ	ร้านสะดวก ซื้อ	ซูเปอร์ สโตร์	ซูเปอร์ สโตร์	ซูเปอร์ สโตร์	ซูเปอร์ สโตร์	ซูเปอร์ สโตร์	ซูเปอร์ สโตร์	ซูเปอร์ สโตร์
จำนวนครั้ง ต่อสัปดาห์	ไม่เกิน 2 ครั้ง	ไม่เกิน 2 ครั้ง	ไม่เกิน 2 ครั้ง	ไม่เกิน 2 ครั้ง	ไม่เกิน 2 ครั้ง	ไม่เกิน 2 ครั้ง	ไม่เกิน 2 ครั้ง	ไม่เกิน 2 ครั้ง
จำนวนเงิน ต่อครั้ง	101 – 200 บาท	101 – 200 บาท	101 – 200 บาท	201 – 300 บาท	101 – 200 บาท	101 – 200 บาท	101 – 200 บาท	101 – 200 บาท
แหล่งที่ ทราบ ข้อมูล	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา
สื่อโฆษณา	โทรทัศน์	โทรทัศน์	โทรทัศน์	โทรทัศน์	โทรทัศน์	โทรทัศน์	โทรทัศน์	โทรทัศน์
การ ส่งเสริม การขาย	คูปอง ส่วนลด	คูปอง ส่วนลด	ของแถม	ของแถม	คูปอง ส่วนลด	คูปอง ส่วนลด	ของแถม	ของแถม

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภค จำแนกตามระดับการศึกษา และระดับรายได้

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล สรุปได้ดังนี้

จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. และระดับการศึกษา ปวส./อนุปริญญา พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีเครื่องหมาย ออ. รับรอง นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รสชาติ

ด้านราคา

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส., ระดับการศึกษา ปวส./อนุปริญญา, ระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส., ระดับการศึกษา ปวส./อนุปริญญา, ระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ หาซื้อได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปวส. และระดับการศึกษา ปวส./อนุปริญญา พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานเป็นกันเองกับลูกค้า/ให้ข้อมูล นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การโฆษณา

จำแนกตามระดับรายได้ต่อเดือน

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และมีระดับรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีเครื่องหมาย อย. รับรอง นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท และมีระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รสชาติ

ด้านราคา

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท, ระดับรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท, ระดับรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท และมีระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท, ระดับรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท, ระดับรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท และระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ หาซื้อได้ง่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท, ระดับรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท และระดับรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานเป็นกันเองกับลูกค้าให้ข้อมูล นอกจากนี้ยังพบว่าระดับรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท พบว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การโฆษณา

ตารางที่ 62 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง
การศึกษา และระดับรายได้

จำแนกตามระดับ

ปัจจัยส่วน ประสม การตลาด	ระดับการศึกษา				ระดับรายได้			
	ต่ำกว่า ปวส.	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	ไม่เกิน 5,000บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000บาท	มากกว่า 15,000 บาท
ผลิตภัณฑ์	เครื่องหมาย อย.รับรอง	เครื่องหมาย อย.รับรอง	รสชาติ	รสชาติ	เครื่องหมาย อย.รับรอง	รสชาติ	เครื่องหมาย อย.รับรอง	รสชาติ
ราคา	มีป้ายแสดง ราคาชัดเจน	มีป้ายแสดง ราคาชัดเจน	มีป้าย แสดงราคา ชัดเจน	มีป้าย แสดงราคา ชัดเจน	มีป้ายแสดง ราคาชัดเจน	มีป้าย แสดงราคา ชัดเจน	มีป้ายแสดง ราคาชัดเจน	มีป้าย แสดงราคา ชัดเจน
การจัด จำหน่าย	หาซื้อได้ ง่าย	หาซื้อได้ ง่าย	หาซื้อได้ ง่าย	หาซื้อได้ ง่าย	หาซื้อได้ ง่าย	หาซื้อได้ ง่าย	หาซื้อได้ ง่าย	หาซื้อได้ ง่าย
การ ส่งเสริม การตลาด	พนักงาน เป็นกันเอง/ ให้ข้อมูล	พนักงาน เป็นกันเอง/ ให้ข้อมูล	การ โฆษณา	การ โฆษณา	พนักงาน เป็นกันเอง/ ให้ข้อมูล	พนักงาน เป็น กันเอง/ให้ ข้อมูล	พนักงาน เป็นกันเอง/ ให้ข้อมูล	การ โฆษณา

ส่วนที่ 6 ปัญหาที่พบในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ของผู้บริโภคในจังหวัด

สมุทรสาคร

ผู้บริโภคพบปัญหาในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อันดับแรก คือ สินค้ามีราคาสูงเกินไป รองลงมาตามลำดับ คือ แหล่งจำหน่ายมีน้อย ไม่มั่นใจในส่วนผสม สินค้าไม่สด ไม่สามารถต่อรองราคาได้ ไม่สะดวกในการเก็บรักษา บรรจุกฎภัณฑ์ไม่สะดวกในการเก็บรักษา และปัญหาอื่นๆ ได้แก่ สินค้าไม่หลากหลาย บรรจุกฎภัณฑ์ไม่สะอาด ต้องใช้ไมโครเวฟ ผสมแป้งมากเกินไป

อภิปรายผลการศึกษา

การอภิปรายผลการศึกษิตตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ได้มีการตั้งคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค ออกเป็น 7 ประการ ซึ่งเมื่อแยกอภิปรายในแต่ละส่วนจะได้รายละเอียดดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)

เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / รัฐวิสาหกิจ มีอายุ 21 -30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่รู้จักและเคยซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ยี่ห้อพรานทะเล และประเภทอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ชอบมากที่สุด คือ ปลา โดยมีลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด คือ แบบซองสี่สวย ๆ

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง เพราะสะดวกในการซื้อ เป็นเหตุผลสำคัญ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุด ในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกในครอบครัว

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ จากการศึกษาพบว่า โอกาสที่ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง คือ ซื้อมารับประทานตามปกติ และจะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ไม่เกิน 2 ครั้ง ต่อสัปดาห์

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งจาก ซูเปอร์สโตร์

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่รู้จักหรือทราบข้อมูลเกี่ยวกับอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง จากโฆษณาสื่อต่าง ๆ และทราบการโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด คือ ของแถม

การอภิปรายผลการศึกษาดำเนินการตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจเสนอขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยย่อยด้าน รสชาติ เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ เครื่องหมาย อย. รับรอง บอกรสส่วนผสมและวันหมดอายุ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ บอกรสอาหารที่ได้รับ ตรายี่ห้อ บรรจุภัณฑ์สวยงาม และ สี ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ นุปผา คำแปง (2541) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความหลากหลายรสชาติให้เลือกรับประทาน เป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับ วันชัย ทองเข่าอ่อน (2546) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ความสะอาด เป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังคงสอดคล้องกับ อรณัฐ วงศ์ทัศนีย์ (2547) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยย่อยด้าน รสชาติ เป็นอันดับแรก เช่นเดียวกัน

2. ปัจจัยด้านราคา (Price)

ราคา หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านราคา โดยมีปัจจัยย่อยด้าน มีป้ายแสดงราคาชัดเจน เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ราคาถูก และ ราคาต่อรองได้ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ อรณัฐ วงศ์ทัศนีย์ (2547) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านราคา โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การมีป้ายราคาติดชัดเจน เป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับ วันชัย ทองเข่าอ่อน (2546) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อปัจจัยด้านราคา โดยมีปัจจัยย่อยด้าน ราคาเหมาะสมกับปริมาณ เป็นอันดับแรก

3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

การจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีปัจจัยย่อยด้าน หาซื้อได้ง่าย เป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าเป็นที่รู้จักและน่าเชื่อถือ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน และมีที่จอดรถ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ วันชัย ทองเข่าอ่อน (2546) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมากที่สุดต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย

เป็นอันดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับ อรณู วงศ์ทัศนีย์ (2547) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การหาซื้อได้ง่าย เป็นอันดับแรก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Product)

การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีปัจจัยย่อยด้าน พนักงานเป็นกันเองกับลูกค้า/ให้ข้อมูลเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ การโฆษณา การแจกให้ทดลองชิม คุ้มครองส่วนลด ของแถม และการชิงโชค ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ อรณู วงศ์ทัศนีย์ (2547) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การโฆษณา เป็นอันดับแรก และสอดคล้องกับ วันชัย ทองเขอ่อน ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับน้อยต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีปัจจัยย่อยด้าน การมีเอกสารแนะนำสินค้า เป็นอันดับแรก

ข้อค้นพบ

ด้านพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภค

1. ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ปวส. มีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง คือ อยากรอง ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรี รวมทั้งผู้บริโภคในทุกระดับรายได้ มีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง คือ สะดวกในการซื้อ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีเหตุผลสำคัญที่เลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง คือ สะดวกในการซื้อ สะดวกในการปรุง และเก็บรักษาได้นาน
2. ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ปวส. และสูงกว่าปริญญาตรี รวมทั้งผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ มากกว่า 15,000 บาท ชอบอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งประเภท ปลามากที่สุด ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรี รวมทั้งผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท ชอบอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งประเภท กุ้งมากที่สุด
3. ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ปวส. และผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท ชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ของอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง แบบถุงพลาสติกใส ๆ ธรรมดามากที่สุด ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รวมทั้งผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท และ สูงกว่า 15,000 บาท ชอบลักษณะบรรจุภัณฑ์ของอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง แบบซองสี่ส่วย ๆ มากที่สุด

4. ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ปวส. ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ ร้านสะดวกซื้อ ในขณะที่ ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญา ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รวมทั้งผู้บริโภคในทุกระดับรายได้ ส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งที่ซูเปอร์สโตร์

5. ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ปวส. ปวส./อนุปริญญา และปริญญาตรี รวมทั้งผู้บริโภคในทุกระดับรายได้ จะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งเป็นจำนวนเงิน 101 – 200 บาทต่อครั้ง ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จะซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งเป็นจำนวนเงิน 201 – 300 บาทต่อครั้ง

6. ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่า ปวส. และปวส./อนุปริญญา รวมทั้งผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท และ 5,001 – 10,000 บาท ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายของอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง แบบคูปองส่วนลดมากที่สุด ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รวมทั้งผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท ชอบรูปแบบการส่งเสริมการขายของอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง แบบของแถมมากที่สุด

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภค

พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสำคัญในระดับมาก เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ส่วนในด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับน้อย

1. ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปวส. และ ปวส./อนุปริญญา รวมทั้งผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ เครื่องหมาย อย. รับรอง ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รวมทั้งผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท และมากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ รสชาติ

2. ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษา และทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน

3. ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่าย ที่ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษา และทุกระดับรายได้ ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ หาซื้อได้ง่าย

4. ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ผู้บริโภคมักมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปวส. และ ปวส./อนุปริญญา รวมทั้งผู้บริโภคมักมีรายได้น้อยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท และ 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ พนักงานเป็นกันเอง/ให้ข้อมูล ในขณะที่ผู้บริโภคมักมีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รวมทั้งผู้บริโภคมักมีรายได้น้อยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ การโฆษณา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษามาใช้เป็นข้อมูลเพื่อเสนอแนะแก่ ผู้ที่ประกอบการอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็ง ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้มีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Products)

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งเป็นจำนวนเงินต่อครั้งไม่มาก จึงควรทำบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กเพิ่มขึ้น เช่น ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปวส. และมีรายได้น้อยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ควรทำบรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติกใส ๆ ธรรมดาที่มีขนาดเล็ก ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี รวมทั้งรายได้น้อยต่อเดือน มากกว่า 10,000 บาท ควรทำบรรจุภัณฑ์แบบซองสี่เหลี่ยม ๆ

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพ ความสะอาด และ ความปลอดภัยในการบริโภค โดยที่คุณภาพของอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งนั้นผู้บริโภคจะพิจารณาบนฉลากซึ่งต้องมีเครื่องหมาย อย. รับรอง รวมทั้งควรระบุวันผลิต วันหมดอายุ ส่วนผสม ปริมาณสินค้า และรสชาติต้องอร่อยเหมือนธรรมชาติมากที่สุด

ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องคำนึงถึงคุณภาพในกระบวนการผลิตเป็นหลัก มีการควบคุมคุณภาพเป็นหัวใจสำคัญเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ และมีการส่งผลิตภัณฑ์ขอตรวจสอบคุณภาพเพื่อขึ้นทะเบียน อย. และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้ เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน สีสนสวยงาม และสามารถแบ่งหรือแยกรับประทานได้ และมีวิธีการปรุงหรือรับประทานที่หลากหลาย

2. ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการมีป้ายแสดงราคาชัดเจน โดยผู้บริโภคมักซื้อสินค้าตามโฆษณาแล้วพบว่าสินค้ามีราคาสูงกว่าทั่วไป และไม่สามารถต่อรองราคาได้ ดังนั้นจึงควรกำหนดราคาให้เหมาะสมและชัดเจน

3. ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการหาซื้อได้ง่าย ซึ่งจะพบว่าแหล่งที่ผู้บริโภคไปซื้อมากที่สุด คือ ซูเปอร์สโตร์ เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีสินค้าครบครันมีให้เลือกมากมาย รองลงมา คือ ร้านสะดวกซื้อ เนื่องจากร้านสะดวกซื้อจะกระจายอยู่ตามจุดต่าง ๆ ในบริเวณชุมชน ทำให้ผู้บริโภคไม่ต้องเดินทางไกล ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายควรกระจายจุดจำหน่ายให้ทั่วถึง และครอบคลุมให้มากที่สุด เช่น ห้างสรรพสินค้า ปั้มน้ำมัน ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีกทั่วไป

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการส่งเสริมการขายที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบ มี 2 แบบ คือ แบบคูปองส่วนลด และของแถม ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมการขายทั้ง 2 แบบ สำหรับผู้บริโภคทั้ง 2 กลุ่ม เช่น ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปวส. และ ปวส./อนุปริญญา ควรใช้รูปแบบการส่งเสริมการขาย แบบคูปองส่วนลด ถ้ากลุ่มเป้าหมายมีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ควรใช้รูปแบบการส่งเสริมการขาย แบบของแถม

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการมีพนักงานเป็นกันเองกับลูกค้า/ให้ข้อมูลมากที่สุด ดังนั้นผู้ผลิตควรมีการอบรมพนักงานเพื่อตอบปัญหาให้ข้อมูลกับลูกค้า และควรให้ความสำคัญต่อการโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เนื่องจากทำให้ผู้บริโภครับรู้ได้ดีที่สุด

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภค คือ สมาชิกในครอบครัว แต่เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้ ไม่ได้ศึกษาถึงรายละเอียดของสมาชิกในครอบครัวว่าเป็นใครบ้างที่มีอิทธิพลมากที่สุด เช่น พ่อ แม่ สามีนุภรรยา หรือลูก รวมทั้งในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งของผู้บริโภค ไม่ได้ศึกษาในเรื่องความสำคัญ ของการมีเครื่องหมายฮาลาลรับรอง ซึ่งเป็นปัจจัยย่อยที่สำคัญอีกด้านหนึ่งในด้านผลิตภัณฑ์ อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้บริโภคอาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งในจังหวัดสมุทรสาคร อาจมีพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปแช่เยือกแข็งแตกต่างไปจากผู้ซื้อในจังหวัดอื่น ๆ ดังนั้นในการนำผลการศึกษาไปใช้เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด จึงควรหาข้อมูลเพิ่มเติมในพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งจะช่วยให้การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเกิดประสิทธิภาพสูงสุด