

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรใน จังหวัดภูเก็ต

Factors that influence purchasing decisions of sea fishes from local fisheries in Phuket province.

อัญชิษฐา บุญฤทธิ์ และรองศาสตราจารย์ ขนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส
Anchiththa Boonrit and Assoc. Prof. Kanoppa Iam-opas

บทคัดย่อ

การศึกษาเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบบทบาทตัวแปรอิสระของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเลที่มีต่อความสัมพันธ์ของกระบวนการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต เก็บข้อมูลแบบแบ่งกลุ่มจากผู้ที่เคยซื้อปลาทะเลจากชาวประมงพื้นบ้าน จำนวน 400 ตัวอย่างและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.854 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 73.0 ($R^2 = 0.730$) และการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ด้านการรับรู้เชิงบวก และด้านข้อกังวล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.720 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 51.8 ($R^2 = 0.518$) ข้อเสนอแนะจากการศึกษานี้สำคัญต่อผู้ประกอบการชาวประมงพื้นบ้านและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการกำกับดูแลประมงพื้นบ้านจังหวัดภูเก็ต จึงควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างหรือขยายการศึกษาไปยังจังหวัดอื่นๆ เช่น พังงา ระนอง และกระบี่ เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบและนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่กลุ่มประมงพื้นบ้าน และศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต และสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : ปลาทะเล, ประมงพื้นบ้าน, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประมงพื้นบ้านเป็นการประมงเพื่อยังชีพ หาดอาหาร สร้างรายได้ และก่อให้เกิดการสร้างงานในท้องถิ่น ซึ่งปริมาณการจับสัตว์น้ำจากการทำประมงพื้นบ้านคิดเป็นร้อยละ 10 จากปริมาณผลผลิตสัตว์น้ำจากการประมงทะเลทั้งหมด การบริหารจัดการประมงชายฝั่งโดยภาครัฐ จากการศึกษาประมงทะเลพื้นบ้านส่วนใหญ่ยังมีฐานะความเป็นอยู่ทางเศรษฐกิจและสังคมที่ต่ำกว่าชนกลุ่มอื่น รัฐบาลจึงมีนโยบายช่วยเหลือและพัฒนาโดยเริ่มจากการจัดตั้งองค์การสะพานปลาขึ้นตามพระราชบัญญัติแพปลา พ.ศ. 2496 และได้กำหนดหน้าที่ที่สำคัญไว้ คือ ส่งเสริมฐานะ สวัสดิการ หรืออาชีพการประมงและบูรณะหมู่บ้านประมง โดยองค์การสะพานปลาดำเนินการจัดระบบการตลาด ทำถนน สร้างสะพาน ทำเทียบเรือ ต่อมากรมประมงได้เริ่มโครงการประมงสงเคราะห์เพื่อให้ชาวประมงกู้เงินไปลงทุน ตั้งแต่ปี 2503 ในปัจจุบันกรมประมงยังคงมีโครงการเงินกู้เพื่อประกอบอาชีพเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำและการประมงทะเล (กรมประมง, 2548)

การหาปลาทะเลไว้กินและเอามาขายได้กลายเป็นอุตสาหกรรม เป็นสิ่งที่น่าทึ่งและถือได้ว่าเป็นศักยภาพของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ประวัติการประกอบอาชีพในการหาปลาทะเลและการขายปลาทะเลในจังหวัดภูเก็ตมีความสำคัญและมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจและชุมชนในพื้นที่ด้วย ในอดีตประชากรในจังหวัดภูเก็ตมีวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับทะเล การหาปลาทะเลและการเลี้ยงปลาทะเลเป็นอาชีพที่สำคัญและเป็นที่ยึดเหนี่ยวกันอย่างแพร่หลาย ผู้คนในชุมชนจะออกเรือขนาดเล็กเพื่อไปตกปลาทะเล โดยใช้เครื่องมือและเทคนิคการประมงที่ได้รับมาจากอดีต การหาปลาทะเลไม่เพียงแต่เป็นแหล่งหาเลี้ยงชีพและอาหารสำหรับครอบครัว แต่ยังเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนและส่งเสริมการค้าในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม การหาปลาทะเลและการขายปลาทะเลในจังหวัดภูเก็ตได้รับการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงจากการหาปลาทะเลไว้กินเป็นการขายเป็นอุตสาหกรรมมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจในพื้นที่ อุตสาหกรรมปลาทะเลในจังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งรายได้สำคัญและสร้างงานที่มีคุณภาพให้แก่ประชากรในพื้นที่ นอกจากนี้ยังเป็นที่ยึดเหนี่ยวในโลกเป็นอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับในการส่งออก ซึ่งเป็นการสร้างรายได้และโอกาสในการเติบโตของเศรษฐกิจที่ยั่งยืนในระยะยาว

จากข้อมูลข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต เพื่อกระตุ้นยอดขาย โดยใช้หลัก 4 P's ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเล และศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการด้านการประมงสามารถมียอดขายที่เพิ่มขึ้นได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต
3. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต

นิยามศัพท์

ปลาทะเล หมายถึงปลาที่มีแหล่งอาศัยอยู่ในแหล่งน้ำที่เป็นน้ำทะเลหรือน้ำเค็มที่มีปริมาณความเค็มของเกลือละลายมากกว่าร้อยละ 3-5 ขึ้นไป อันได้แก่ มหาสมุทร, ทะเล, ทะเลสาบน้ำเค็ม, ทะเลลึก หรือปากแม่น้ำ, ชายฝั่ง หรือป่าโกงกางที่เป็นส่วนของน้ำเค็มหรือน้ำกร่อยเป็นปลาส่วนใหญ่ที่พบได้ในปัจจุบันนี้

ประมงพื้นบ้าน หมายถึงการประมงเพื่อยังชีพหรือประมงขนาดเล็ก โดยทั่วไปใช้เรือขนาดเล็ก เช่น เรือพื้นบ้าน เป็นต้น ปัจจุบันส่วนใหญ่จะติดเครื่องยนต์เข้าไปด้วย ทำการประมงโดยใช้เครื่องมือประมง เช่น แหหรือเบ็ดแบบง่ายๆ ประมงพื้นบ้านเป็นการประมงเพื่อยังชีพ หาอาหาร สร้างรายได้ และก่อให้เกิดการสร้างงานในท้องถิ่น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้าน ได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดย Kotler, P. and Armstrong, G. (2018) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ เพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ
2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติที่ดีและพฤติกรรมการซื้อ

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเล 1. ด้านการรับรู้เชิงบวก โดย Dr.Winai Dahlan. (2018) ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของปลาทะเล ดังนี้ คนอายุมากขึ้น เซลล์สมองค่อยๆเสื่อมสลายลง จุดเชื่อมต่อต่างๆในเซลล์ประสาทลดจำนวนลง ความฉลาดลดลง ชี้อายุขัยสั้นลง มีความผิดปกติของเซลล์สมองมากขึ้น คนจำนวนไม่น้อยยังมีความผิดปกติของเซลล์ประสาทบางส่วนนำไปสู่โรคประสาทเสื่อมหรือดีเมนเซีย(Dementia) และอัลไซเมอร์ (Alzheimer's) ทั้งสองโรคนี้มีผลทำให้สมองถูกทำลายเร็วขึ้น ความฉลาดหลักแหลมลดลง นักวิจัยพบว่าการทำลายเซลล์ประสาทในสมองสามารถป้องกันได้วิธีการง่ายๆ นั่นคือหมั่นบริโภคปลาทะเลซึ่งจะช่วยให้การทำลายเซลล์ประสาทเกิดขึ้นช้าลง หากอยากได้กรดไขมันโอเมก้าสามมากขึ้นอาจเสริมในรูปผลิตภัณฑ์ก็ได้มีงานวิจัยทางการแพทย์จากเยอรมนี โดย ดร.นาดีน กุลโซ (Nadine Kulzow) และทีมงานจากภาควิชาประสาทวิทยา สถาบัน Charite มหาวิทยาลัยแพทย์เบอร์ลิน ตีพิมพ์ในวารสาร Journal of Alzheimers Disease เดือนกุมภาพันธ์ 2016 ให้ข้อสรุปออกมาว่าการเสริมกรดไขมันโอเมก้าสามที่พบมากในปลาทะเลเป็นประจำในระดับ 2,200 มิลลิกรัมต่อวัน นานหกเดือนจะช่วยลดการเกิดโรคอัลไซเมอร์หรือดีเมนเซียได้

นอกจากนี้การกินปลาทะเลยังป้องกันปัญหาจากน้ำตาลฟรุคโตส (Fructose) ซึ่งพบในน้ำอัดลม ขนมขบเคี้ยวประเภทอาหารขยะ กินอาหารประเภทนี้แล้วไม่อยากหยุดกินเพราะฟรุคโตสเข้าไปก่อกวนการทำงานของจุดอิ่ม (Satiety center) ในสมอง เซียะหยาง (Xia Yang) นักวิจัยมหาวิทยาลัยยูซีแอลเอ (UCLA) สหรัฐอเมริกา ทำรายงานวิจัยตีพิมพ์ในวารสารออนไลน์คือ EbioMedicine เดือนเมษายน 2016 ว่าฟรุคโตสที่ได้จากการดื่มน้ำอัดลม 1 ลิตรต่อวันเข้าไปก่อกวนการทำหน้าที่ของยีน (gene) กว่า 700 ยีน ในสมองส่วนไฮโปทาลามัส และอีกกว่า 200 ยีนในฮิปโปแคมปัส ก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นกับยีนพวกนี้ มันสร้างผลกระทบเป็นลูกโซ่ (cascade effect) ให้กับยีนอื่นๆ ซึ่งกรดไขมัน DHA ในปลาทะเลจะสามารถยับยั้งฤทธิ์ของฟรุคโตสลงได้ จากงานวิจัยนี้นำไปสู่ข้อแนะนำทางโภชนาการที่ว่าควรลดการบริโภคฟรุคโตสลง หากทำไม่ได้ให้เพิ่มการบริโภคปลาทะเลให้มากขึ้น ฤทธิ์ของกรดไขมันในปลาทะเลจะลดฤทธิ์จากน้ำตาลฟรุคโตสได้ 2. ด้านข้อกังวล โดย BBC NEWS ไทย. (2023) แผนการปล่อยน้ำเสียที่ปนเปื้อนสารกัมมันตภาพรังสีที่บำบัดแล้ว ลงสู่มหาสมุทรแปซิฟิก จากโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ฟูกูชิมะไดอิจิ ก่อให้เกิดความวิตกกังวล ไม่เพียงจากคนญี่ปุ่นในประเทศ รวมถึงประเทศใกล้เคียง หลังญี่ปุ่นเริ่มปล่อยน้ำเสียที่ผ่านการบำบัดและเจือจางเพื่อลดระดับสารกัมมันตภาพรังสีลงสู่ทะเล รัฐบาลจีนประกาศสั่งห้ามนำเข้าอาหารทะเลจากญี่ปุ่นทั้งหมด เพื่อปกป้องผู้บริโภคในประเทศ "เพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางอาหาร จากการปนเปื้อนของสารกัมมันตรังสี และเพื่อพิทักษ์ผู้บริโภคชาวจีน และเพื่อให้มั่นใจว่าอาหารนำเข้าทั้งหมดปลอดภัย กรมศุลกากรได้ตัดสินใจระงับการนำเข้าผลิตภัณฑ์ทางทะเล (รวมถึงสัตว์ทะเลสด) ที่มาจากญี่ปุ่นทั้งหมด ตั้งแต่ 24 ส.ค. 2566 เป็นต้นไป" แถลงการณ์จากกรมศุลกากรจีน ประกาศ

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดย Kotler. (1997) กระบวนการการตัดสินใจซื้อ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1.) การรับรู้ปัญหา (Problem or Need Recognition) ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือ สภาพที่เขารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็น 2.) การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ 3.) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภค ได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็จะประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด 4.) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน 5.) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้

มีงานวิจัยที่สนับสนุนให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเล เช่น การตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (อารีรัตน์ โพธิ์สุภาพ, 2562) แสดงให้เห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาของ ดร.นาดีน กุลโซ (Nadine Kulzow) และทีมงานจากภาควิชาประสาทวิทยา สถาบัน Charite มหาวิทยาลัยแพทยเบอร์ลิน ตีพิมพ์ในวารสาร

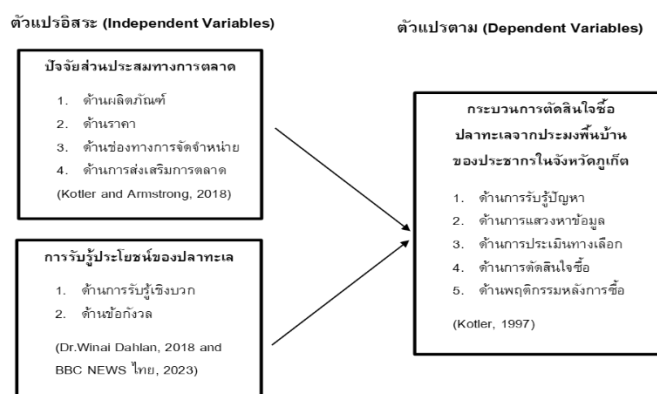
Journal of Alzheimers Disease (2016) ได้ให้ข้อสรุปออกมาว่าการเสริมกรดไขมันโอเมก้าสาม ที่พบมากในปลาทะเลเป็นประจำในระดับ 2,200 มิลลิกรัมต่อวันนานหกเดือนจะช่วยลดการเกิดโรคอัลไซเมอร์หรือดีเมนเซียได้ ส่งผลต่อการรับประทานปลาทะเลของผู้บริโภค และงานวิจัยของ (เจษฎา ร่มเย็น, 2563) ได้ศึกษา กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ“ปลาใส่ฉนวน”ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับการตัดสินใจซื้อ“ปลาใส่ฉนวน”ในระดับมาก

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต

สมมติฐานที่ 2. การรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลจากประชากรในจังหวัดภูเก็ตซึ่งมีจำนวนประมาณ 291,296 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2563) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือมีค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 400 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้การแบ่งประชากรเป็นกลุ่มๆ ให้มีความคล้ายคลึงกันระหว่างกลุ่มแต่ภายในกลุ่มมีความแตกต่างกัน เลือกตัวอย่างจากกลุ่มเพียงบางกลุ่ม (Cluster Sampling) เนื่องจากจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย 3 อำเภอ ซึ่งทุกอำเภอติดทะเลทั้งหมด แต่เศรษฐกิจของแต่ละอำเภอแตกต่างกัน จึงจะสุ่มเอามาบางอำเภอ ซึ่งมีโอกาสจะเป็นผู้ที่เคยซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้าน จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวกของการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง ผ่านการส่งแบบสอบถามออนไลน์บนสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้คำถามคัดกรองคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมี 5 ส่วนดังนี้
1.) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ข้อ 2.) แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 12 ข้อ 3.) แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเล จำนวน 4 ข้อ 4.) แบบสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 10 ข้อ 5.) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านจำนวน 1 ข้อ

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ด้วยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน หาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามแต่ละข้อกับเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำมาหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจำนวน 40 คน ด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ 0.7 ขึ้นไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) มีดังนี้

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations : S.D.)

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเล ประกอบด้วยด้านการรับรู้เชิงบวกด้านข้อกังวล โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations: S.D.)

1.3 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ปัญหาด้านการแสวงหาข้อมูลด้านการประเมินทางเลือกด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations: S.D.)

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) มีดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1. ทดสอบเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ปัญหาด้านการแสวงหาข้อมูลด้านการประเมินทางเลือกด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยสถิติที่ใช้ทดสอบคือ Regression/Multiple Regression Analysis

สมมุติฐานข้อที่ 2. ทดสอบเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเล ประกอบด้วย ด้านการรับรู้เชิงบวกด้านข้อกังวลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหา ด้านการประเมินทางเลือก

ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยสถิติที่ใช้ทดสอบคือ Regression/Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

ผลการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชากรในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีอายุ 21 – 40 ปี จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 มีสถานภาพโสดจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 และมีอาชีพเป็นพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.15$) รองลงมาคือ ด้านราคา ($\bar{x}=4.11$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}=4.10$) และด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.09$) ตามลำดับ ด้านผลิตภัณฑ์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มั่นใจได้ว่าปลาจากประมงพื้นบ้านไม่มีการปนเปื้อนหรือแช่ยา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.19$) รองลงมาคือ ปลาสดเพิ่งขึ้นจากทะเล ($\bar{x}=4.12$) และมีปลาทะเลหลายชนิดให้เลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=3.98$) ตามลำดับ ด้านราคาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของปลา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.18$) รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับปลาในตลาดหรือห้างสรรพสินค้า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.04$) ตามลำดับ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ อยู่ในแหล่งชุมชนสามารถหาซื้อได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.17$) รองลงมาคือ สามารถเดินทางไปซื้อปลาทะเลได้อย่างสะดวก มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.12$) ตามลำดับ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ สามารถต่อรองราคาได้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.15$) รองลงมาคือ การบอกต่อแบบปากต่อปากของคนที่เคยซื้อ ($\bar{x}=4.12$) การแนะนำและให้ข้อมูลเกี่ยวกับปลาจากชาวประมงพื้นบ้าน ณ จุดขาย ($\bar{x}=4.11$) และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ เช่น กรมประมง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=3.97$) ตามลำดับ

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเล

การรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้เชิงบวกและด้านข้อกังวลมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x}=4.09$) ดังนั้นจึงมาดูที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ด้านข้อกังวล (SD. = 0.610) มีค่ามากกว่าด้านการรับรู้เชิงบวก (SD. = 0.566) แสดงให้เห็นว่าด้านข้อกังวลข้อมูลมีการกระจายมากกว่าด้านการรับรู้เชิงบวก ด้านการรับรู้เชิงบวกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก

ทุกข้อ ได้แก่ กรดไขมัน DHA ในปลาทะเลจะสามารถยับยั้งฤทธิ์ของน้ำตาลฟรุกโตสซึ่งก่อกระบวนการทำงานของสมอง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.12$) รองลงมา คือ ปลาทะเลมีกรดไขมันโอเมก้าสามที่ช่วยลดการเกิดโรคอัลไซเมอร์ได้มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.06$) ตามลำดับ ด้านข้อกังวลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.09$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดข้อ ได้แก่ การปล่อยน้ำเสียที่ปนเปื้อนลงทะเลอาจเป็นอันตรายต่อการบริโภคปลาทะเล และการที่บางประเทศระงับการนำเข้าสัตว์ทะเลสด ที่มาจากญี่ปุ่นทำให้รู้สึกว่าการบริโภคปลาทะเลอาจไม่ปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x}=4.09$) ดังนั้นจึงมาดูที่ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า การปล่อยน้ำเสียที่ปนเปื้อนลงทะเลอาจเป็นอันตรายต่อการบริโภคปลาทะเล (SD. = 0.793) มีค่ามากกว่าการที่บางประเทศระงับการนำเข้าสัตว์ทะเลสด ที่มาจากญี่ปุ่นทำให้รู้สึกว่าการบริโภคปลาทะเลอาจไม่ปลอดภัย (SD. = 0.750) แสดงให้เห็นว่าการปล่อยน้ำเสียที่ปนเปื้อนลงทะเลอาจเป็นอันตรายต่อการบริโภคปลาทะเลเลขนข้อมูลมีการกระจายมากกว่าการที่บางประเทศระงับการนำเข้าสัตว์ทะเลสด ที่มาจากญี่ปุ่นทำให้รู้สึกว่าการบริโภคปลาทะเลอาจไม่ปลอดภัย

ผลการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดด้าน ได้แก่ ด้านขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.19$) รองลงมาคือ ด้านขั้นตอนการรับรู้ปัญหา ($\bar{x}=4.16$) ด้านขั้นตอนการแสวงหาข้อมูล ($\bar{x}=4.15$) ด้านขั้นตอนการประเมินทางเลือก ($\bar{x}=4.14$) และด้านขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.12$) ตามลำดับ ด้านขั้นตอนการรับรู้ปัญหาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.16$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 ข้อ ได้แก่ เลือกซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านเพราะต้องการพูดคุยสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปลาแต่ละชนิดที่ท่านซื้อจากชาวประมงโดยตรง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.22$) รองลงมาอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ สนใจที่จะหาซื้อปลาทะเลมาบริโภคเพราะเป็นอาหารที่ดีกับสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.09$) ตามลำดับ ด้านขั้นตอนการแสวงหาข้อมูลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.15$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดข้อ ได้แก่ ซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านเพราะได้ฟังหรือพูดคุยกับคนรอบๆ ตัว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.16$) รองลงมาคือ ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของปลาทะเลก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.14$) ตามลำดับ ด้านขั้นตอนการประเมินทางเลือกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดข้อ ได้แก่ การประเมินข้อดีของปลาทะเลและข้อกังวลของการปนเปื้อนในทะเลก่อนตัดสินใจซื้อเป็นเรื่องสำคัญ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.15$) รองลงมา คือ เปรียบเทียบคุณภาพของปลาทะเลจากแหล่งก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.14$) ตามลำดับ ด้านขั้นตอนการตัดสินใจซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดข้อ ได้แก่ การซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านจะได้ราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อจากแหล่งอื่น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.20$) รองลงมาคือ ซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านเพราะมั่นใจในคุณภาพของปลาว่าไม่มีการแช่ยาใดๆ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.18$) ตามลำดับ ด้านขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อ ได้แก่ จะกลับมาซื้อซ้ำอีก หากปลาทะเลที่ซื้อไปมีคุณภาพดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{x}=4.17$) รองลงมาคือ จะบอกต่อหรือชักชวนบุคคลอื่นให้มาซื้อ หากปลาทะเลที่ซื้อไปมีคุณภาพดี มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{x}=4.07$) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.854 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 73.0 ($R^2 = 0.730$) ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า การรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเล ด้านการรับรู้เชิงบวกและด้านข้อกังวล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.720 และสามารถอธิบายความสัมพันธ์ได้ร้อยละ 51.8 ($R^2 = 0.518$)

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบบทบาทตัวแปรอิสระของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเลที่มีต่อความสัมพันธ์ของกระบวนการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ผลจากการทดสอบสมมติฐานสามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีรัตน์ โปธิ์สุภาพ (2562) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีผลการวิจัยคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ในด้านการรับรู้เชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ แพทย์จากเยอรมนี โดย ดร.นาดีน กุลโซ (Nadine Kulzow) และทีมงานจากภาควิชาประสาทวิทยา สถาบัน Chariteมหาวิทยาลัย แพทย์เบอร์ลิน ตีพิมพ์ในวารสาร Journal of Alzheimers Disease (2016) ให้ข้อสรุปออกมาว่าการเสริมกรดไขมันโอเมก้าสามที่พบมากในปลาทะเลเป็นประจำในระดับ 2,200 มิลลิกรัมต่อวัน นานหกเดือนจะช่วยลดการเกิดโรคอัลไซเมอร์หรือดีเมนเซียได้ ซึ่งส่งผลต่อการรับประทานปลาทะเลของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ประชากรในจังหวัดภูเก็ตมีกระบวนการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดกระบวนการตัดสินใจ ของฉัตยาพร เสมอใจ (2550:46) สรุปว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจษฎา ร่มเย็น (2563) ได้ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ“ปลาใส่วน”ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชมีระดับการตัดสินใจซื้อ“ปลาใส่วน”ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราชในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดและการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต ดังนั้น ผู้ประกอบการประมงพื้นบ้านควรให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ 4P's และควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของปลาทะเล เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

2. ด้านข้อกังวล กลุ่มผู้ประกอบการและประมงพื้นบ้านควรมีสินค้าตัวอย่างที่ปรุงสำเร็จพร้อมทาน ให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิมเพื่อเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อและยังสามารถลดข้อวิตกกังวลต่างๆ ซึ่งเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคที่มาลองชิมแล้วตัดสินใจซื้อ ซึ่งจะส่งผลให้มียอดขายที่เพิ่มขึ้นได้

3. ด้านการรับรู้เชิงบวก กลุ่มผู้ประกอบการและประมงพื้นบ้านควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของ “ปลาทะเลจากประมงพื้นบ้าน” ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

4. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ประกอบการประมงพื้นบ้านต้องสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์และใส่ใจกับรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เนื่องจากความคิดเห็นของผู้บริโภคจำนวนมากได้ให้ความสำคัญกับมั่นใจได้ว่าปลาจากกลุ่มประมงพื้นบ้านไม่มีการปนเปื้อนหรือแช่ยาในระดับที่มากที่สุด ดังนั้น ถ้ากลุ่มประมงพื้นบ้านและผู้ประกอบการได้รับข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ของตนเองก็จะสามารถช่วยให้ผลิตภัณฑ์ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

5. ปัจจัยด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ดังนั้นกลุ่มผู้ประกอบการประมงพื้นบ้านจึงต้องให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับคุณภาพของปลาที่เหมาะสมกับราคาขาย เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ตามกำลัง ซึ่งปัจจุบันค่าครองชีพค่อนข้างสูง ส่งผลกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยตรง

6. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญกับอยู่ในแหล่งชุมชนสามารถหาซื้อได้ง่ายในระดับมาก เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องเดินทาง ต้องแข่งกับเวลาเพื่อรีบเร่งไปทำงาน ดังนั้น จึงตัดสินใจซื้อปลาที่สถานที่จำหน่ายที่เป็นทางผ่าน หรือเดินทางไปมาสะดวก ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรเลือกทำเลให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มผู้ประกอบการประมงพื้นบ้านควรให้ความสำคัญกับการโฆษณาเพื่อส่งเสริมการขายโดยใช้สื่อต่างๆ ทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้เป็นจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง หรือขยายการศึกษาไปยังจังหวัดอื่นๆ เช่น พังงา ระนอง และกระบี่ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่กลุ่มประมงพื้นบ้านต่อไป

2. ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปลาทะเลจากประมงพื้นบ้านของประชากรในจังหวัดภูเก็ต และสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- กรมประมง. (2548). สถิติการประมงแห่งประเทศไทย เอกสารฉบับที่ 6/2548. ศูนย์สารสนเทศ กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรุงเทพฯ
- กรมประมง. (2544). 75 ปี กรมประมง. กรมประมง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรุงเทพฯ. หน้า 165.
- กรมประมง. (2550). จำนวนเรือที่จดทะเบียนการมีไว้ในครอบครองซึ่งเครื่องมือทำการประมงทั้งหมด จำแนกตามชนิดของเครื่องมือทำการประมง ปี 2543 - 2547. เอกสารประกอบการจัดทำแผนแม่บทการจัดการประมงทะเล, คณะอนุกรรมการข้อมูลเพื่อการจัดทำแผนแม่บทการจัดการประมงทะเล, กรุงเทพฯ.
- กรมประมง. (2550). ข้อมูลจากกลุ่มวิเคราะห์การค้าสินค้าประมงระหว่างประเทศ วิเคราะห์จากข้อมูลสถิติกรมศุลกากร. ใน เอกสารประกอบการสัมมนาคณะอนุกรรมการข้อมูลเพื่อการจัดทำแผนแม่บทการจัดการ ประมงทะเล วันที่ 21-23 กุมภาพันธ์ 2550 ณ โรงแรมชลพฤกษ์รีสอร์ท จังหวัดนครนายก, กรุงเทพฯ.
- กรมประมง. (2549). รายงานสถานการณ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เล่มที่ 6 ประมง เอกสารส่วนที่ 3 เล่มที่ 6/6. โครงการ UNEP GEF Project on Reversing Environmental Trends in the South China Sea and Gulf of Thailand (UNEP GEF SCS), ศูนย์พัฒนาประมงทะเลอ่าวไทยตอนกลาง, ชุมพร. หน้า 3-7.
- กลุ่มวิเคราะห์การค้าสินค้าประมงระหว่างประเทศ. กองประมงต่างประเทศ กรมประมง .ประมวลผลข้อมูลจากกรมศุลกากร (FFAD). [ออนไลน์]. 2558. เข้าถึงได้จาก http://164.115.22.205/foreign/fisher2/index.php?option=com_goods&view=imports&layout=search&Itemid=140 (กันยายน 2560)
- ข้อมูลเกี่ยวกับประมงพื้นบ้าน. <http://www.dspace.spu.ac.th/bitstream/>
- คิดจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐเฉลี่ยในปี 2547 ประมาณ 40.30 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2547. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ประจำวันที่ 11 กันยายน 2547. อัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์. แหล่งที่มา: http://www.bot.or.th/bothomepage/databank/FinMarkets/ExchangeRate/exchange_t.asp, 3 กันยายน 2550.)
- เจษฎา รมเย็น. (2563). กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ“ปลาใส่อวน” ของผู้บริโภคในจังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ ปีที่ 5 ฉบับที่ 12 (ธันวาคม 2563)
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชวลิต โรจนประภายนต์ และ ธีระศักดิ์ เปี่ยมสุภัคพงศ์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร. สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่.กรุงเทพมหานคร: วีระฟิล์ม. และไซเท็กซ์.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงศรี. (2566). แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2566-2568 : อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป. <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage/processed-seafood/io/processed-seafood-2023-2025>
- สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ.(2555)หลักการแบ่งจำพวกของปลา. <https://saranukromthai.or.th/sub/book/book.php?book=1&chap=5&page=t1-5-infodetail10.html>
- สายัญ ทองศรี. (2562).การขับเคลื่อนชุมชนประมงพื้นบ้านด้วยการจัดการความรู้เพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่งอ่าวไทย จังหวัดสงขลา.วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การพัฒนา ทรัพยากรมนุษย์และชุมชน). สาขาการพัฒนาศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์และชุมชน. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักบัญชีประชาชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม. (2550). ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไตรมาสที่ 4/2549. แถลงข่าว. แหล่งที่มา: <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=95>, 20 เมษายน 2550.
- ส่วนเศรษฐกิจประมง. กรมประมง. เข้าถึงได้จาก http://fishco.fisheries.go.th/fisheconomic/fish_News52.html . สืบค้นวันที่ 26 พฤศจิกายน 2553
- อารีรัตน์ โปธิ์สุภาพ. (2562).การตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- BBC NEWS ไทย. (2023).จีนห้ามนำเข้าอาหารทะเลจากญี่ปุ่นทั้งหมด หลังเดินหน้าปล่อยน้ำเสียจากโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ลงทะเล. <https://www.bbc.com/thai/articles/c1r5qvxy3jo>
- FAO. (2549). World aquaculture product of fish, crustaceans, mollusks, etc. by principal producers in 20.
- Kotler, Philip. (1997). Principles of Marketing. New Jersey: Prentice-Hall,Inc.
- Kotler, Philip., & Armstrong, Gary. (2018). Principles of Marketing (17thed.). England: Pearson
- Nadine Kulzow (2016). Impact of Omega-3 Fatty Acid Supplementation on Memory.Journal of Alzheimers Disease
- Winai Dahlan. (2018). ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของปลาทะเล. <https://th-th.facebook.com/drwinaidahlan/posts/1790251387949497>
- Yamane, Taro. (1967). Statistics, An Introductory Analysis,2 nd. Ed., New York : Harper andRow.