

บทความการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors That Affect the Decision to Consume Seafood of Working-age Consumers in Bangkok

รังสิณี ธรรมสวัสดิ์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่อยู่ในวัยทำงาน และมีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าทีและทดสอบค่าเอฟ โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ทั้ง 4 ด้าน พบว่า ทุกๆ ด้าน อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.00$) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.89$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.86$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.82$) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยทางด้านอายุ แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน ปัจจัยทางด้านอาชีพแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ด้านราคาและด้านสถานที่จัดจำหน่าย แตกต่างกัน และปัจจัยทางด้านรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ABSTRACT

The objectives of this research were; 1.) to study the factors that affect the decision to consume seafood of working-age consumers in Bangkok. 2.) To compare between factors that affect the decision to consume seafood based on different personal characteristics.

The sample used for this research was 400 working-age consumers who are 20 years old or older. The tools used to collect data questionnaires with a 5-point rating scale. Statistics used to analyze the data were Frequency, Percentage, Average Mean, Standard Deviation, t-test and the One-Way ANOVA f-test. Whenever a statistically significant difference was found, a Multiple Comparison Test was conducted at the 0.05 level of significance.

The results revealed that factors that affect the decision to consume seafood of working –age consumers had an overall score in the high level ($\bar{X} = 3.86$). When considering each factor separately, it was found that all 4 factors scored in the high level and can be ranked in descending order as follows: Product ($\bar{X} = 4.00$), Place ($\bar{X} = 3.89$), Promotion ($\bar{X} = 3.86$) and Price (3.82). The comparison between different factors that affect the decision to consume seafood based on personal characteristics showed the following: Different ages lead to different influences in terms of product, Different jobs lead to differences in terms of Price and Place, and Different Income per month lead to different influences in terms of Product. All of the results were significant at the 0.05 level.

กุ่มิหลัง

ปัจจุบันการเลือกรับประทานอาหารของบุคคลที่อยู่ในวัยทำงานได้เปลี่ยนแปลงไป ด้วยเหตุผลหลากหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม ที่อยู่อาศัย สังคม และเศรษฐกิจ ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตในการเลือกซื้ออาหาร สังคมในปัจจุบันมีลักษณะสุขภาพอาหาร จึงทำให้ทุกคนหันมาให้ความสนใจกับการเลือกอาหารที่ดูแลสุขภาพพามากมายนัก ซึ่งโดยปกติแล้ว การที่มนุษย์จะเลือกรับประทานอาหารนั้น ล้วนแล้วแต่ต้องการเลือกสรรสิ่งดีๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อร่างกายของตนเอง ในการรับประทานอาหารให้ครบ5 หมู่หรือรับประทานให้ครบตามที่ร่างกายต้องการนั้น เพราะคุณค่านอกจากคุณภาพของพืชผักสวนครัวและเนื้อสัตว์ในปัจจุบันนั้นไม่เหมือนในสมัยก่อน วัตถุดิบในการประกอบอาหารมีราคาสูงขึ้น และต้องใช้ความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญในการปรุงแต่งรสชาติให้

ตรงต่อความต้องการ ซึ่งสถานภาพของบุคคลวัยทำงานส่วนใหญ่แล้วนั้นอยู่ในสถานการณ์ความต้องการอาหาร ทุกอย่างจะต้องรสชาติดีและสะอาด ในวันหยุดหรือเทศกาลต่างๆ เองก็ตาม บุคคลเหล่านี้ก็มีความต้องการที่จะหาอาหารทะเลทานกัน ดังนั้นจึงมีความต้องการความในการบริโภคอาหารทะเลเป็นอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น ในการเดินทางท่องเที่ยวและมีการพักผ่อนค้างคืนนั้น สถานที่ที่ได้ไปพักผ่อนนี้อาจจะไม่มีร้านอาหารทะเลให้บริการตอบสนองความต้องการได้ดีในระดับหนึ่ง เป็นต้น

ดังนั้น เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าอาหารทะเล สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดสำหรับสินค้าดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเหตุผลนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ที่จะนำไปวางแผนและกำหนดนโยบายเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและระดับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ทำการศึกษาคลอบคลุมพื้นที่ในเขต กรุงเทพมหานคร
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ในวัยทำงานและมีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป
 - 2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่อยู่ในวัยทำงานและมีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไป กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยการใช้สูตรการคำนวณ ของยามาเน่ (Yamane, 1970) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Sampling) จำนวน 400 คน
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ทำการศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง แนวปฏิบัติ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยศึกษาแนวคิดแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

4. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการวิจัย ในการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีกรอบระยะเวลาในการวิจัย เดือน กรกฎาคม คือ ช่วงเดือน มิถุนายน 2561 ถึง สิงหาคม 2561

5. ขอบเขตด้านตัวแปร ประกอบด้วย

5.1 ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบสอบถาม คือ

- 5.1.1 เพศ
- 5.1.2 อายุ
- 5.1.3 สถานภาพ
- 5.1.4 ระดับการศึกษา
- 5.1.5 รายได้ต่อเดือน
- 5.1.6 อาชีพ

5.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสอบถามจากปัจจัยทางการตลาดบริการทั้ง 4 ด้านได้แก่

- 5.2.1 ผลិតภัณฑ์
- 5.2.2 ราคา
- 5.2.3 สถานที่หรือการจัดจำหน่าย
- 5.2.4 การส่งเสริมการตลาด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ และคำถามปลายเปิด (open ended) ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้น สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคล คือ อายุ สถานภาพ ระดับตำแหน่ง การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน รายได้ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) และเติมตัวเลข ซึ่งผู้วิจัยเป็นผู้สร้างขึ้น

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating

scale) ชนิด 5 ตัวเลือก โดยข้อความวัดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

เกณฑ์การให้คะแนน

คะแนน	ความหมาย
5	มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด
4	มีระดับการตัดสินใจมาก
3	มีระดับการตัดสินใจปานกลาง
2	มีระดับการตัดสินใจน้อย
1	มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย (\bar{x}) แต่ระดับความคิดเห็นของการตอบแบบสอบถามที่การตอบใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00	การตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49	มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49	มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49	มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49	มีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ และศึกษาข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ บทความ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดขอบเขตและหัวข้อของข้อความ โดยงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ตัวแปรจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดทฤษฎีต่างๆ จากตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. สร้างแบบสอบถามที่ให้ครอบคลุมขอบเขตของเนื้อหาและปัจจัยที่ต้องการศึกษาให้สอดคล้องและครอบคลุมกับนิยามศัพท์เฉพาะ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale)

4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม และข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

5. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงและสร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบเพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และตรวจแก้สำนวนภาษา ทดสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เฉพาะ (Index of item-Objective Congruence: IOC) แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC เฉลี่ยตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปนำไปเป็นข้อคำถาม ซึ่งค่า IOC ของข้อคำถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้มีค่าตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป

7. นำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา และตรวจสอบแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแก้ไขและปรับปรุงอีกครั้ง

8. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับบุคลากรสายสนับสนุนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

9. นำแบบสอบถามจากการทดลองใช้ไปหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการคำนวณหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อ กับคะแนนรวมทั้งฉบับ (Item-total correlation) แล้วคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่ค่าอำนาจจำแนกที่มีนัยสำคัญทางสถิติ และนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค ได้ผลการวิเคราะห์ที่ได้ค่าแอลฟา เฉลี่ย เท่ากับ 0.8

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัย ดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยประสานไปยังผู้ประกอบการร้านอาหารทะเลที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 แห่ง เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามารับประทานอาหารในร้าน จำนวน 400 คน

2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมมาได้ ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์จากนั้นจึงนำไปบันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.80 รองลงมาคือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.20

อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นมี 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาคือ อายุ ไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.70 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.00 และอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.80 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.80 รองลงมา ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 33.40 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.80

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมานักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 32.80 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 18.20 และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 3.80

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมารายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.50 รายได้ต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.80 รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.50 รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.20 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 4 ด้าน พบว่า ทุกๆ ด้านมีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.00$) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.89$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.86$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.82$) ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ความสดใหม่ของอาหาร ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมารสชาติความอร่อย ($\bar{X} = 4.06$) ตรงตามความต้องการ ($\bar{X} = 4.00$) คุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.99$) ความสะอาดของอาหาร ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ

ด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ สามารถต่อรองราคาได้ ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมามีป้ายราคาที่เห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.84$) มี

ส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด ($\bar{X} = 3.84$) ราคาเยือกเยือกกว่าร้านอื่นๆ ($\bar{X} = 3.81$) และราคาเหมาะสมกับปริมาณ ($\bar{X} = 3.76$) ตามลำดับ

ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร สถานที่หรือการจัดจำหน่าย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การจัดร้าน การตกแต่งร้าน ($\bar{X} = 3.93$) รองลงมาทำเลที่ตั้งของร้าน ($\bar{X} = 3.91$) สถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก ($\bar{X} = 3.90$) มีห้องสุขา สะอาดและเพียงพอ ($\bar{X} = 3.85$) และบรรยากาศของร้าน ($\bar{X} = 3.85$) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาการมีการแสดงวิธีการประกอบอาหารให้เห็นที่หน้าร้าน ($\bar{X} = 3.87$) มีพนักงานให้ความรู้ในการเลือกอาหารทะเล ($\bar{X} = 3.86$) มีป้ายโฆษณาร้านขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน ($\bar{X} = 3.84$) มีโปรโมชั่นพิเศษเมื่อซื้ออาหารปริมาณมาก ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยทางด้านลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยทางด้านเพศ พบว่า ปัจจัยทางด้านเพศแตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านอายุ พบว่า ปัจจัยทางด้านอายุแตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมแตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของบุคคลวัยทำงาน ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านอาชีพ พบว่า ปัจจัยทางด้านอาชีพแตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็น

รายด้าน พบว่า ปัจจัยทางด้านอาชีพแตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ด้านราคา และด้านสถานที่จัดจำหน่าย แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยทางด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน กลุ่มตัวอย่างมีผลต่อระดับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมระดับอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้ง 4 ด้าน พบว่า ทุกๆด้านมีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ความสดใหม่ของอาหาร รองลงมารสชาติความอร่อย ตรงตามความต้องการ คุณค่าทางโภชนาการ ความสะอาดของอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัทรา เพ็ญดิษฐ์ (2553) ดำเนินการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในตลาดน้ำ ไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้า ของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา เพศ และอาชีพ ต่างกัน มีความ คิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านราคาผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านสถานที่จัดจำหน่ายผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคที่มี อายุ และสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา ในภาพรวมระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกๆข้อมีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ สามารถต่อรองราคาได้ รองลงมาคือมีป้ายราคาที่เห็นได้ชัดเจน มีส่วนลดเมื่อชำระเป็นเงินสด ราคาเยือกเย็นกว่าร้านอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของชัยสิทธิ์ เอกพงศ์ไพศาล (2555) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้บริโภค ในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อ ในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง และมีอายุประมาณ 30 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน หรือพนักงานบริษัทมากที่สุด ประกอบกับส่วนใหญ่จะมีรายได้ประมาณ 1 หมื่นบาท และเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด ซึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารแช่แข็งแช่แข็งนั้น กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง (Ready to Eat) นั้น คือ จำนวนกล่องหรือถุงที่ซื้อต่อ 37 ครั้ง, ยอดซื้อต่อครั้ง และร้านที่ใช้บริการ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอย่างมาก ส่วนทางปัจจัยด้านภาพลักษณ์ พบว่า ความภักดีต่อสินค้าหรืออาหารแช่แข็งนั้น ก็มีผลต่อการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยการให้บริการ คือ กระบวนการให้บริการ และพนักงานที่ให้บริการต่อการซื้ออาหารแช่แข็ง เป็นต้น

ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร สถานที่หรือการจัดจำหน่าย ในภาพรวมระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ การจัดร้าน การตกแต่งร้าน รองลงมาทำเลที่ตั้งของร้าน สถานที่จอดรถเพียงพอและสะดวก บรรยากาศของร้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภัทรา เพ็ญดิษฐ์ (2553) ดำเนินการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในตลาดน้ำ ไทรน้อย จังหวัดนนทบุรี การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้า ของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา เพศ และอาชีพ ต่างกัน มีความ คิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสินค้า ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคที่มี ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านราคาผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสและรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ด้านสถานที่จัดจำหน่ายผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคที่มี อายุ และสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ มีระบบสมาชิกเพื่อรับส่วนลด รองลงมาคือการมีการแสดงวิธีการประกอบอาหารให้เห็นที่หน้าร้าน มีพนักงานให้ความรู้ในการเลือกอาหารทะเลมีโปรโมชั่นพิเศษเมื่อซื้ออาหารปริมาณมาก มีป้ายโฆษณาร้านขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของชัยสิทธิ์ เอกพงศไพศาล (2555) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของ ผู้บริโภค ในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจากร้านค้าปลีกแบบสะดวกซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง และมีอายุประมาณ 30 ปี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน หรือพนักงานบริษัทมากที่สุด ประกอบกับส่วนใหญ่จะมีรายได้ประมาณ 1 หมื่นบาท และเป็นผู้มี สถานภาพโสด ซึ่งในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารแช่แข็งแช่แข็งนั้น กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญกับ การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง (Ready to Eat) นั้น คือ จำนวนกล่องหรือถุงที่ซื้อต่อ 37 ครั้ง, ยอดซื้อต่อครั้ง และร้านที่ใช้บริการ ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อการ ตัดสินใจเลือกซื้อเป็นอย่างมาก ส่วนทางปัจจัยด้านภาพลักษณ์ พบว่า ความภักดีต่อสินค้าหรืออาหาร แช่แข็งนั้น ก็มีผลต่อการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยการ ให้บริการ คือ กระบวนการให้บริการ และพนักงานที่ให้บริการต่อการซื้อขายอาหารแช่แข็ง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยรวมและรายด้าน มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผลต่อระดับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเห็นว่า มีข้อต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับ ความสะอาดของอาหาร

ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผลต่อระดับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา ในภาพรวมระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมากราคา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเห็นว่า มีข้อต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับราคาเหมาะสมกับปริมาณ

ด้านสถานที่หรือการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผลต่อระดับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร สถานที่หรือการจัด

จำหน่าย ในภาพรวมระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเห็นว่า มีข้อต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับบรรยากาศของร้าน และมีห้องสุขาสะอาด และเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีผลต่อระดับปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมระดับการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเห็นว่า มีข้อต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับมีโปรโมชั่นพิเศษเมื่อซื้ออาหารปริมาณมาก

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาตัวแปรด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

2.2 ควรทำการศึกษาทัศนคติการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.3 ควรทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเล ของบุคคลวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร