

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัญหาในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม และอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษสามารถสรุปได้เป็น 7 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัญหาและอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัญหาและอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัญหาและอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการศึกษา

ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัญหาและอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.3 เป็นเพศชาย ร้อยละ 44.7 มีสถานภาพการสมรสเป็น โสด ร้อยละ 49.7 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 36.0 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.7 อาชีพเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 37.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือนสูงกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 25.0 และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 64.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้ออาหารทะเลแปรรูปประเภทอาหารทะเลตากแห้งบ่อยที่สุด ร้อยละ 47.0 มีความถี่ในการซื้อเฉลี่ยไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 36.0 มีมูลค่าการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 101-200 บาท ร้อยละ 27.7 มีแหล่งการซื้อที่ตลาดสด ร้อยละ 33.3 และส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายในการซื้อ คือซื้อไปเพื่อบริโภคเอง ร้อยละ 69.7

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 39 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยรวม	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.09	1
ปัจจัยด้านราคา	3.88	2
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.79	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.37	4

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป ตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยสามารถสรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำสินค้า

ส่วนที่ 3 ปัญหา และอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

ตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปัญหาในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยที่เป็นปัญหา	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.83	2
ปัจจัยด้านราคา	4.01	1
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.66	3
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.28	4

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัญหาในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปพิจารณาตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด เมื่อเฉลี่ยโดยรวมแล้วพบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ปัญหาปัจจัยด้านราคา ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยสามารถสรุปปัจจัยย่อยของปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

ปัญหาปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ สินค้าตั้งราคาสูงกว่าความเป็นจริงมาก

ปัญหาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ คุณภาพของสินค้าไม่คงที่ ไม่รักษามาตรฐาน

ปัญหาปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ สินค้าที่เป็นอาหารสดไม่เก็บรักษาไว้ในตู้แช่ หรือไม่กลบด้วยน้ำแข็งเพื่อรักษาความสด

ปัญหาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ไม่มีการแนะนำวิธีการเลือกสินค้าและวิธีเก็บรักษา

สิ่งที่เป็นอุปสรรคในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อเฉลี่ยโดยรวมแล้วพบว่ามีปัญหาอยู่ในระดับมาก อุปสรรคที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ วิตกกังวลว่าสินค้าอาจมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่ เช่น สารบอแรกซ์ สารฟอร์มาลิน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย	หญิง	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.99	4.39	4.09
ปัจจัยด้านราคา	3.81	3.95	3.88
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.70	3.85	3.79
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.21	3.49	3.37

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือสถานที่จอดรถ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีเอกสารแนะนำสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาเหมาะสม

กับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายคือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี

ส่วนที่ 5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	อายุ					ค่าเฉลี่ยรวม
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	สูงกว่า 50 ปี	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.14	4.22	4.03	4.01	3.98	4.09
ปัจจัยด้านราคา	3.61	4.03	3.86	3.81	3.48	3.88
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.88	3.87	3.76	3.68	3.67	3.79
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52	3.52	3.34	3.12	3.21	3.37

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสดใหม่ ปัจจัยด้านราคาคือ

มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จอดรถ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จอดรถ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีเอกสารแนะนำสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ตามลำดับคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุสูงกว่า 50 ปี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสดใหม่ ปัจจัยด้านราคาคือ สามารถต่อรองราคาได้ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ คมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี

ส่วนที่ 6 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับการศึกษา					ค่าเฉลี่ยรวม
	มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช.	อนุปริญญาหรือ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.82	4.09	4.11	4.13	4.13	4.09
ปัจจัยด้านราคา	3.80	3.76	3.95	3.95	3.81	3.88
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.66	3.76	3.93	3.79	3.80	3.79
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.20	3.20	3.55	3.41	3.40	3.37

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปลอดสารพิษ ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ โฆษณาด้วยป้ายขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปลอดภัย ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปวส. ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือปวส. ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคา คือ มีการติดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ ทำเลที่ตั้งร้านและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีเอกสารแนะนำสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จอดรถ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีเอกสารแนะนำสินค้า

ส่วนที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	รายได้						ค่าเฉลี่ยรวม
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	20,001-25,000 บาท	สูงกว่า 25,000 บาท	
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.11	4.09	4.09	4.11	3.99	4.06	4.09
ปัจจัยด้านราคา	3.74	3.99	4.03	3.85	3.90	3.77	3.88
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	3.81	3.86	3.83	3.67	3.72	3.78	3.79
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51	3.44	3.42	3.09	3.23	3.38	3.37

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสดใหม่ ปลอดภัย มีปัจจัยด้านราคา คือ มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีพนักงานคอยให้ความรู้ในการเลือกสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสดใหม่ ปัจจัยด้านราคาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสดใหม่ ปัจจัยด้านราคาคือ มีการคิดป้ายบอกราคาที่ตัวสินค้า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีเอกสารแนะนำสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาตามลำดับคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ความสะอาด ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จอร์รถ และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ มีเอกสารแนะนำสินค้า

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร ใช้ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบความคิดวิเคราะห์ได้แก่ ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และแนวคิด 6Ws 1H

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป ตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ ความสะอาด รองลงมาคือ ความสดใหม่ อันดับแปดคือ การบรรจุหีบห่อมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเครือวัลพงษ์ประเสริฐชัย และคณะ ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสารพิษตกค้างในอาหาร และสอดคล้องกับการศึกษาของมยุรา พรารธนาเปลี่ยน ที่พบว่า บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์อาหารทะเล ได้มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปมาก ทั้งในด้านรูปแบบที่หลากหลายและนวัตกรรมใหม่ๆ

สำหรับปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของสินค้าไม่คงที่ ไม่รักษามาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนงลักษณ์ สุทธิวนิช ที่พบว่า สุขลักษณะในการผลิตอาหารค่อนข้างต่ำ ใช้วิธีการแบบดั้งเดิมในการผลิต มีการใส่สีที่ไม่ปลอดภัยในการบริโภค

ปัจจัยด้านราคา (Price) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่พบว่า อาหารทะเลตากแห้งส่วนใหญ่จะมีราคาสูง เนื่องจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรม มีปัญหาด้านต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูง และขาดแคลน

สำหรับปัญหาด้านราคา คือ สินค้าตั้งราคาสูงกว่าความเป็นจริงมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่พบว่า ราคาสินค้าไม่สามารถปรับตัวเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากตลาดมีความต้องการลดลง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ การคมนาคมสะดวก เข้าออกได้ปลอดภัย ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของบุปผา คำแปง ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ให้ความสำคัญด้านความสะดวกของสถานประกอบการร้านค้า และการแต่งกายของพนักงาน บรรยากาศของร้านค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอันดับแรก คือ มีเอกสารแนะนำสินค้า

สำหรับปัญหา คือ ไม่มีการแนะนำวิธีการเลือกสินค้า และวิธีเก็บรักษา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูปเป็นไปตามแนวคิด 6Ws 1H ได้แก่

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จังหวัดอื่น ๆ ในภาคกลาง เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร ได้แก่ อาหารทะเลแปรรูปประเภทอาหารทะเลตากแห้ง

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ได้แก่ ซื้อไปเพื่อไปบริโภคเองและฝากผู้อื่น

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ได้แก่ ตัวผู้ซื้อเอง และผู้ที่ซื้อไปฝาก

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ได้แก่ ซื้อเมื่อได้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ได้แก่ ซื้อในตลาดสด

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ได้แก่ ซื้อเดือนละไม่เกิน 1 ครั้ง มูลค่าการซื้อครั้งละ 101-200 บาท

5.3 ข้อค้นพบ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์อันดับสุดท้าย คือ มีเครื่องหมายฮาลาล (อาหารอิสลาม) ตัวสินค้ามีความแปลกใหม่ ชื่อเสียงของตราสินค้า หรือยี่ห้อ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาอันดับสุดท้าย คือ ใช้บัตรเครดิต ไม่เรียกเก็บค่าธรรมเนียมเพิ่ม มีส่วนลดเมื่อชำระด้วยเงินสด

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายอันดับสุดท้าย คือ เปิดขายตลอด 24 ชั่วโมง อยู่ในห้องปรับอากาศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดอันดับสุดท้าย คือ มีการสาธิตวิธีการปรุงอาหารทะเล มีการแถมสินค้าอื่นที่ลูกค้าไม่ได้ซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ผู้ที่มีอายุเกิน 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เรื่องรสชาติความอร่อย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด แต่เพศชายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเรื่องมีสินค้าให้ทดลองชิมฟรี มีการแจกสินค้าตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่เพศชายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะบางประการที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร อันจะเป็นประโยชน์แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ซึ่งได้แก่

- (1) ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ
- (2) นักท่องเที่ยว
- (3) หน่วยงานภาครัฐ

โดยผู้ศึกษาได้พิจารณาถึงปัจจัย และปัญหาทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งได้หยิบยกแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมานำเสนอดังต่อไปนี้

5.4.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ

ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ ที่ประกอบธุรกิจการค้าอาหารทะเลแปรรูป นับว่าเป็นฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยตรง เนื่องจากเป็นผู้กระทำให้มีสินค้าเกิดขึ้นมาและนำเข้าสู่ตลาด เพื่อขายให้แก่ผู้บริโภค จึงขอเสนอตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1) ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับความสะอาด ความสดใหม่ และปลอดภัยของสินค้า โดยเน้นความสะอาดตั้งแต่วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุหีบห่อ การเก็บรักษา การนำเสนอบริการในร้าน

2) ความสดของสินค้า ต้องรักษาคุณภาพของสินค้าให้คงที่ ทั้งรสชาติของอาหาร ส่วนผสม และคุณภาพของอาหารให้มีมาตรฐาน ให้เลือกวัตถุดิบที่สดและใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ควรระบุแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์และวันหมดอายุ การบรรจุสินค้าควรจะให้ได้ปริมาณตามที่ระบุไว้

3) ควรจัดให้มีสินค้าตัวอย่างไว้ให้ลูกค้าทดลองชิมฟรี โดยเฉพาะลูกค้าที่เพิ่งมาลอง

ปัจจัยด้านราคา

1) ผู้ประกอบการ ควรตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสม ไม่ควรตั้งราคาสินค้าให้สูงกว่าความเป็นจริงมาก

2) ควรติดป้ายราคาไว้ที่ตัวสินค้าทุกรายการ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

1) ผู้ประกอบการ ควรหาทำเลเปิดร้านในแหล่งที่มีการคมนาคมสะดวก ลูกค้าสามารถเข้า-ออกได้ปลอดภัย มีสถานที่จอดรถเพียงพอ

2) สินค้าที่เป็นอาหารสด ผู้ประกอบการควรเก็บรักษาไว้ในตู้แช่ หรือถนอมด้วยน้ำแข็ง เพื่อรักษาความสด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1) ผู้ประกอบการควรจัดพิมพ์เอกสารแนะนำสินค้าไว้บริการลูกค้า เพื่อที่ลูกค้าจะได้ทราบว่าสินค้าอะไรจำหน่ายในร้าน

2) ผู้ประกอบการควรจัดให้มีพนักงานคอยให้คำแนะนำวิธีการเลือกสินค้าและวิธีการเก็บรักษาสินค้า

3) ผู้ประกอบการที่มีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี หรือมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ควรเพิ่มกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดทุกด้านให้มากขึ้น เช่น การส่งเสริมการขาย เพื่อดึงดูดใจลูกค้า ได้แก่ การลด แลก แจก แถม หรือเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ติดป้ายคัทเอาท์ขนาดใหญ่ก่อนถึงร้าน

5.4.2 ข้อเสนอแนะต่อนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว ถือเป็นผู้บริโภคหรือลูกค้าเป้าหมายในทางการตลาด และในทางปฏิบัตินักท่องเที่ยวมักจะเป็นฝ่ายที่เสียเปรียบ เนื่องจากมีข้อมูลไม่เพียงพอในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นจึงขอแนะนำให้นักท่องเที่ยวพิจารณาจากปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวควรพิจารณาจากตัวสินค้าในเรื่อง

1. ความสะอาดของอาหาร อาหารทะเลแปรรูปที่ดีควรบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่มั่นคง มีฉลากที่ระบุตรายี่ห้อ ที่อยู่ของผู้ผลิต บอกวันหมดอายุ วิธีบริโภค วิธีเก็บรักษา มีเลขทะเบียนอาหารและยา(อ.ย.)

2. ความสดใหม่ของอาหาร ควรดูที่รูปลักษณะภายนอกของสินค้า เช่น สี สัน กลิ่น บางครั้งอาจดูที่บรรจุภัณฑ์ว่าเก่าใหม่เพียงใด

3. ปกป้องสารพิษ นอกจากการดูที่ตัวสินค้าแล้ว ควรดูที่ป้าย “อาหารปลอดภัย” ของกระทรวงสาธารณสุขด้วย

ปัจจัยด้านราคา นักท่องเที่ยวควรพิจารณาในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. ระวังสินค้าที่ขายในราคาที่ต่ำกว่าปกติมาก ๆ อาจได้ของที่หมดอายุแล้วนำมาเปลี่ยนฉลากใหม่ หรือสินค้าที่มีของแถม ก็อาจได้สินค้าที่ด้อยคุณภาพ

2. ควรเลือกซื้อสินค้าที่อยู่ใกล้แหล่งผลิต ต้นทุนค่าขนส่งต่ำ หรือซื้อให้ตรงกับช่วงฤดูที่มีวัตถุดิบมากๆ จะทำให้ซื้อสินค้าได้ในราคาต่ำ

3. ควรสืบราคาสินค้าก่อนทุกครั้ง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวควรพิจารณาในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. ควรเลือกซื้อในแหล่งที่เป็นศูนย์รวมสินค้าประเภทนั้น ๆ จะได้ของครบตามจำนวนและรายการที่ต้องการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวควรพิจารณาในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. อาหารทะเลแปรรูปบางชนิดผู้ขายอาจเตรียมไว้ให้ลูกค้าชิมก่อนตัดสินใจซื้อ ควรระวังว่าจะซื้อได้ของที่ไมเหมือนกับของที่จัดไว้ให้ชิม

2. เมื่อมีการลดราคาสินค้าลงมาก ๆ ไม่ควรซื้อจำนวนมากเกินความต้องการที่จะบริโภค เพราะอาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่เน่าเสียง่าย

5.4.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานภาครัฐ

1. รัฐบาลต้องเข้มงวดกับการแก้ไขปัญหาอาหารทะเลแปรรูป ที่มีสารพิษปนเปื้อน โดยให้กระทรวงสาธารณสุขออกตรวจสถานประกอบการที่เป็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอาหารทะเลแปรรูปทุกราย

2. รัฐบาลจะต้องกระตุ้นให้คนไทยบริโภคอาหารทะเลแปรรูปกันมากขึ้น โดยเน้นที่คุณค่าทางโภชนาการ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของรัฐ และส่งเสริมอุตสาหกรรมประเภทนี้ให้มากขึ้น