

สารบัญ

หน้า

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับ	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	3
แนวคิดและทฤษฎี	3
ทฤษฎีแบบจำลองตั้งกระตุ้น-การตอบสนองของพฤติกรรมผู้ซื้อ	3
แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	3
ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
กลุ่มตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง	9
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	10
การเก็บรวบรวมข้อมูล/เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล	10
การประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล	11
ระยะเวลาของการศึกษา	12

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค	14
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	18
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป	26
ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	
จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัว	34
ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป	
จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนและจำนวนสมาชิกในครอบครัว	60
ส่วนที่ 6 ปัญหาที่พบในการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	86
ส่วนที่ 7 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ	90
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ	92
สรุปผลการศึกษา	92
อภิปรายผล	100
ข้อค้นพบ	103
ข้อเสนอแนะ	105
ข้อเสนอแนะในการศึกษาต่อเนื่อง	107
บรรณานุกรม	108
ภาคผนวก แบบสอบถาม	109
ประวัติผู้เขียน	116

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามสถานภาพ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามช่วงอายุ	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามอาชีพ	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามระดับการศึกษา	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามความถี่ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูป	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามประเภทของอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบ	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามรสชาติของอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบ	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ชอบ	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามปริมาณบรรจุสินค้าอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบ (กรณีของสินค้าที่พร้อมรับประทาน)	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามขนาดปริมาณบรรจุของสินค้าอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบ (กรณีสินค้าที่ต้องนำไปปรุงต่อ)	22
15 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครักษาตามสีสันของอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบ	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามลักษณะการซื้อในด้านตราสินค้าของอาหารทะเลแปรรูป	23
17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามกลุ่มผู้ที่เคยศึกษาและไม่เคยศึกษารายละเอียดด้านโภชนาการก่อนซื้ออาหารทะเลแปรรูป	23
18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของอาหารทะเลแปรรูปในปัจจุบัน	24
19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามโอกาสที่ทำให้ซื้ออาหารทะเลแปรรูปบ่อยที่สุด	24
20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกผู้ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป	25
21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการซื้ออาหารทะเลแปรรูปในอนาคต	25
22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	26
23 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	27
24 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	28
25 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	29
26 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป	30
27 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	31
29 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยด้านส่วนบุคคลที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูป	32
30 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยหลักแต่ละด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป	33
31 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและความถี่ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน	34
32 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนและค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	35
33 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูป	36
34 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและประเภทของอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด	37
35 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและรสชาติอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด	38
36 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด	39
37 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและปริมาณบรรจุอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด กรณีสินค้าพร้อมรับประทาน	40
38 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและปริมาณบรรจุอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด กรณีสินค้าที่ต้องนำไปปรุงต่อ	41
39 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและลักษณะการซื้อห้อสินค้าของอาหารทะเลแปรรูป	42

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
40 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและการศึกษารายละเอียดด้านโภชนาการก่อนตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป	43
41 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของอาหารทะเลแปรรูปในปัจจุบัน	44
42 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและ โอกาสที่ทำให้ซื้ออาหารทะเลแปรรูปบ่อยที่สุด	45
43 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามระดับรายได้ โดยเฉลี่ยต่อเดือนและผู้ที่ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปในปัจจุบัน	46
44 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและความถี่ในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ยต่อเดือน	47
45 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลแปรรูปโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	48
46 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและแหล่งที่ซื้ออาหารทะเลแปรรูป	49
47 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและประเภทของอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด	50
48 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและรสชาติอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด	51
49 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด	52
50 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและปริมาณบรรจุอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด กรณีสินค้าพร้อมรับประทาน	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
51 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและปริมาณบรรจุอาหารทะเลแปรรูปที่ชอบมากที่สุด กรณีสินค้าที่ต้องนำไปปรุงต่อ	54
52 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและลักษณะการซื้อห่อสินค้าของอาหารทะเลแปรรูป	55
53 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและการศึกษารายละเอียดด้านโภชนาการก่อนตัดสินใจซื้อ อาหารทะเลแปรรูป	56
54 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาของอาหารทะเลแปรรูปในปัจจุบัน	57
55 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและโอกาสที่ทำให้ซื้ออาหารทะเลแปรรูปบ่อยที่สุด	58
56 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามจำนวนสมาชิก ในครอบครัวและผู้ที่ตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปในปัจจุบัน	59
57 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	60
58 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	63
59 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	65
60 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	67
61 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	69
62 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
63 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	72
64 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	73
65 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	76
66 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารทะเล แปรรูป จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	78
67 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารทะเล แปรรูป จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	80
68 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ อาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	82
69 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	83
70 แสดงค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	84
71 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัญหา ด้านผลิตภัณฑ์ที่ประสบเมื่อซื้ออาหารทะเลแปรรูป	86
72 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัญหาด้านราคา ที่ประสบเมื่อซื้ออาหารทะเลแปรรูป	87
73 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัญหา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ประสบเมื่อซื้ออาหารทะเลแปรรูป	87
74 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามปัญหา ด้านการส่งเสริมการตลาดที่ประสบเมื่อซื้ออาหารทะเลแปรรูป	88
75 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำแนกตามการแนะนำให้เพื่อน พี่น้อง คนรู้จักซื้ออาหารทะเลแปรรูป	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
76	แสดงพฤติกรรมกรซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	96
77	แสดงพฤติกรรมกรซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	97
78	แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน	98
79	แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	99