

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค	5
2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	7
2.3 ความรู้เรื่องวิธีการผลิตอาหารทะเลแช่แข็ง	7
2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	10
3.1 ขอบเขตเนื้อหา	10
3.2 ขอบเขตประชากรและการกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	10
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	11
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	11
3.5 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	13
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	19

	หน้า
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	30
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง กับปัจจัยส่วนบุคคล	37
4.5 ปัญหาที่เกี่ยวข้องในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	108
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	109
5.1 สรุปผลการศึกษา	109
5.2 อภิปรายผล	111
5.3 ข้อค้นพบ	115
5.4 ข้อเสนอแนะ	116
บรรณานุกรม	118
ภาคผนวก	120
แบบสอบถาม	121
ประวัติผู้เขียน	127

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามเพศ	14
2	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามอายุ	14
3	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามระดับการศึกษา	15
4	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	16
5	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามสถานภาพ	16
6	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ด้วยกัน	17
7	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามจำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ด้วยกันที่มีรายได้	17
8	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิกที่อาศัยอยู่ด้วยกัน	18
9	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามยี่ห้อของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่นิยมซื้อมากที่สุด	19
10	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามเหตุผลหลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	20
11	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่ชอบซื้อจากประเภทของสัตว์ทะเล	21
12	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามความถี่เฉลี่ยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งในแต่ละเดือน	22

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
13	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามช่วงวันที่นิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	22
14	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามช่วงเวลาที่ยอดนิยมซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	23
15	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามจำนวนเฉลี่ยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งในแต่ละครั้ง	24
16	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามขนาดของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่เลือกซื้อแต่ละครั้ง	24
17	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งเฉลี่ยต่อครั้ง	25
18	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามสถานที่ที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	26
19	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	27
20	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเหตุจูงใจหลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	28
21	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามประเภทของแหล่งที่ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	29
22	จำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งจำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	29
23	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	31
24	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	35
26	จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	36
27	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่นิยมซื้อมากที่สุด	38
28	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับเหตุผลหลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	40
29	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่ชอบซื้อจากประเภทของสัตว์ทะเล	41
30	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับความถี่เฉลี่ยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งในแต่ละเดือน	43
31	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับช่วงวันที่นิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	44
32	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับช่วงเวลาที่นิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	45
33	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับจำนวนเฉลี่ยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งในแต่ละครั้ง	46
34	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับขนาดของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่เลือกซื้อแต่ละครั้ง	47
35	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งเฉลี่ยต่อครั้ง	49
36	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับสถานที่ที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
37	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	52
38	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ และลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเหตุจูงใจหลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	53
39	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับประเภทของแหล่งที่ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	55
40	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	56
41	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่นิยมซื้อมากที่สุด	58
42	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับเหตุผลหลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	60
43	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่ชอบซื้อจากประเภทของสัตว์ทะเล	62
44	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับความถี่เฉลี่ยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งในแต่ละเดือน	64
45	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับช่วงวันที่นิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	65
46	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับช่วงเวลาที่นิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	66
47	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับจำนวนเฉลี่ยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งในแต่ละครั้ง	68
48	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับขนาดของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่เลือกซื้อแต่ละครั้ง	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
49	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งเฉลี่ยต่อครั้ง	72
50	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับสถานที่ที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	74
51	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	76
52	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเหตุจูงใจหลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	78
53	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับประเภทของแหล่งที่ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	80
54	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	82
55	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่นิยมซื้อมากที่สุด	84
56	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับเหตุผลหลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	86
57	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่ชอบซื้อจากประเภทของสัตว์ทะเล	88
58	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับความถี่เฉลี่ยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งในแต่ละเดือน	90
59	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับช่วงวันที่นิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	91
60	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับช่วงเวลาที่นิยมไปซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
61	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับจำนวนเฉลี่ยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งในแต่ละครั้ง	94
62	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับขนาดของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งที่เลือกซื้อแต่ละครั้ง	96
63	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งเฉลี่ยต่อครั้ง	98
64	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับสถานที่ที่นิยมซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	99
65	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	101
66	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเหตุจูงใจหลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	103
67	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับประเภทของแหล่งที่ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	105
68	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ กับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง	107
69	ปัญหาที่พบในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็ง (เลือกตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ)	108