

## ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทย

## เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล\*

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO CONSUME SEAFOOD AMONG THAI  
TOURISTS IN LANGU DISTRICT, SATUN PROVINCE

พัชรารัตน์ ทองพริ้ม

Patcharavadee Thongprim

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยตาปี สุราษฎร์ธานี ประเทศไทย

Faculty of Accountancy, Tapi University, Surat Thani, Thailand

Corresponding author E-mail: pthongprim@gmail.com

## บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล และเพื่อศึกษาความแตกต่างด้านปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขต อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยให้รูปแบบการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยซื้ออาหารทะเล จำนวน 400 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติแบบที (T-test) และแบบเอฟ (F- test) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว พบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่บริโภคอาหารทะเลในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเลมากที่สุดเป็นอาหารว่าง 2) นักท่องเที่ยวที่บริโภคอาหารทะเลในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูลที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท สมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 3 - 4 คน อาศัยอยู่ภาคใต้ และมีระยะทางห่าง 201 กิโลเมตรขึ้นไปต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน 3) พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเล ทั้งวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหาร ประเภทอาหารทะเล ความถี่ในการซื้ออาหารทะเล ปริมาณในการซื้ออาหาร ช่วงเวลาในการซื้ออาหารทะเล ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเล, อาหารทะเล, นักท่องเที่ยว, การตัดสินใจซื้อ

## Abstract

This paper aims to study the seafood consumption behavior of Thai tourists in La-ngu District, Satun Province, to study the lifestyle that influences the decision to consume seafood of Thai tourists in La-ngu District, Satun Province, The research format for this time was quantitative research, using questionnaires as the tool for collecting data. and to study the differences in

\* Received January 11, 2025; Revised February 21, 2025; Accepted February 24, 2025

demographic factors that influence the decision to consume seafood of Thai tourists in La-ngu District, Satun Province. The sample group used in the research was 400 Thai tourists who had purchased seafood. This research was a quantitative research using T-test and F-test statistics. The results of the analysis of tourists' seafood purchasing behavior. It was found that 1) Tourists who consumed seafood in Langu District, Satun Province, mostly had the purpose of purchasing seafood as a snack. 2) Tourists who consumed seafood in Langu District, Satun Province, who had marital status, bachelor's degree, civil servant/state enterprise employee occupations, average monthly income of 20,001 - 30,000 baht, 3 - 4 family members, lived in the South, and were 201 kilometers or more apart, had different effects on tourists' seafood purchasing behavior. 3) Tourists' seafood purchasing behavior affects their decision to buy seafood, including the purpose of buying food, types of seafood, frequency of buying seafood, amount of food bought, and time of buying seafood, which are different, have different effects on tourists' decision to buy seafood.

**Keywords:** Factors Affecting Seafood Consumption Decisions, Seafood, Tourists, Decision Making

## บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอาหารทะเลทุกสายพันธุ์ และมีการประมงในแหล่งน้ำธรรมชาติเพื่อนำมาขายส่งให้แม่ค้าตลาด อาหารทะเลทำให้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดสตูล เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย ทั้งประมงน้ำจืดหรือน้ำเค็มทำให้มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยอย่างมาก การทำประมงทะเลมีหลายประเภททั้งการใช้เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูง หรือเรือประมงขนาดเล็กของการทำประมงชาวบ้าน (กรมประมง, 2564) อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในจำนวนมากขึ้น การท่องเที่ยวในจังหวัดสตูลยังขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด จากตัวเลขสถิติด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีจำนวนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งดูได้จากจำนวนและรายได้ของการท่องเที่ยวในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555 - 2565) สูงสุดในปี 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติกว่า 1,549,880 คน เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 9,238 ล้านบาท และมีการฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดรายได้เข้าท้องถิ่น อาหารทะเลเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่สามารถตัดสินใจเลือกซื้อบริโภคได้ง่ายกว่า อาหารประเภทอื่น อาหารทะเลเป็นอาหารที่จะทำให้รู้สึกหรือไม่รู้สึกทำให้มีรสชาติที่ถูกปากตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายลูกค้าได้ง่ายมากขึ้น ทั้งด้านรสชาติที่โดดเด่นทำ หรือการปรุงแต่งอาหารให้เป็นเอกลักษณ์ จวบจนทำให้ผู้ประกอบการเปิดร้านขายอาหารทะเลเป็นจำนวนมาก หรือแข่งขันกันทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี (การท่องเที่ยวจังหวัดสตูล, 2567) รวมถึงผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการบริโภคมากขึ้น นอกจากนั้นการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมในปัจจุบัน ก็มีผลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างมากในแต่ละวัน ผู้ประกอบการอาหารทะเลส่วนใหญ่จะมีอาหารทะเลไม่มีเพียงพอในช่วงวันหยุดยาว ทำให้ต้องมีความถี่ในการเลือกซื้อมากขึ้น (กิตติพร จุฑะวิริยะ, 2564) การตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลแต่ละร้านริมทางหรือในตลาดสด เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขต อำเภอละงู จังหวัดสตูล หรือการแสดงพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคของแต่ละบุคคล ปัจจุบันอาหารทะเลสามารถสร้างรายได้ให้แม่ค้าพ่อค้าตลาดเพิ่มมากขึ้น เพราะเมื่อก่อนผู้บริโภคยังไม่ตอบสนองความต้องการอาหารทะเลเหมือนในปัจจุบัน มีการแข่งขันขายอาหารทะเลกันมากขึ้นทั้งด้านราคา เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจในการโฆษณาและเข้าไปใช้บริการที่ร้านอาหารทะเล โดยนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้ประกอบการอาหารทะเลส่วนใหญ่จะมีอาหารทะเลไม่มีเพียงพอในช่วงวันหยุดยาว จึงเป็นปัจจัยที่จะศึกษาวิจัยเพื่อตอบสนองความต้องการของอาหารทะเลได้อย่างเพียงพอ (Solomon, 2002)



ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าด้วยตัวเองเพื่อเน้นถึงคุณภาพด้านราคาถูกหรือแพงไปหรือไม่ หากต้องการซื้อสินค้าแต่ละประเภทมักจะเลือกดูหลาย ๆ ร้านค้าเพื่อดูถึงปริมาณ ความสด กลิ่น สี และที่สำคัญ คือ ราคาว่าคุ้มไหมถ้าเราเลือกซื้อราคา ถูกกว่าร้านขายอาหารทะเลร้านอื่นหรือไม่ สรลพร มนต์สวัชกุล กล่าวว่าการเลือกซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเลือกซื้อตอนใกล้ถึงจุดหมายปลายทาง เพื่อซื้อแล้วเข้าไปที่พักได้เลยและส่วนใหญ่อาหารทะเลสดที่ต่างจังหวัดจะขายถูกกว่าเมืองหลวง เพราะมีจังหวัดที่ติดกับแหล่งน้ำ ขนส่งสินค้าได้ง่าย จึงเปลี่ยนพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารทะเลของลูกค้าได้ดีกว่าในตัวเมือง จึงทำให้เกิดรายได้สูงสุดของแม่ค้าพ่อค้า (สรลพร มนต์สวัชกุล, 2566) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ขายอาหารทะเลจะเลือกซื้อสินค้าในช่วงเวลา 03.00 เป็นต้นไปเพราะมีราคาถูกกว่าหรือการไปก่อนก็ได้คุณภาพของสัตว์น้ำแต่ละประเภทได้ดีกว่า ทำให้หน้าร้านของผู้ประกอบการมีลูกค้าประจำหรือนักท่องเที่ยวเลือกซื้อของสดมากกว่าร้านผู้ประกอบการคนอื่น เพราะมีทั้งด้านคุณภาพ ราคาถูก ของสดใหม่ วันต่อวัน อาหารสดไม่มีกลิ่นเน่า (ญาณิกา สุขพงษ์ และพริยา ศรีเจริญกิจ, 2555) การที่ผู้บริโภคไปเลือกซื้อสินค้าอาหารทะเลตอนตลาดวายอาจจะทำให้พบเจออาหารทะเลไม่สดหรือมีกลิ่นเป็นสินค้าที่เหลือจากการเลือกของผู้บริโภคคนอื่น ทำให้ไม่คุ้มค่างบเงินที่เสียไปในการเลือกซื้ออาหารทะเลในครั้งนี้

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อศึกษาถึงลักษณะความต้องการ พฤติกรรมการซื้อและการวิจัยของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้การตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategic) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามใช้เพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6WS และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who? What? Why? Who? When? Where? How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os OCCUPANTS OBJECTS OBJECTIVES ORGANIZATIONS OCCASIONS OUTLETS และ OPERATIONS โมเดลนี้จะทำให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถหาสินค้าหรือบริการที่ดีและสอดคล้องกับพฤติกรรมนั้น ๆ ของผู้บริโภค รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ และผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ

จากการที่กล่าวมาข้างต้นทำให้แสดงถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารทะเลได้ง่ายขึ้น และยังมีโอกาสในการประกอบธุรกิจให้เจริญเติบโตได้ในอนาคตที่มีรายได้ที่สูงขึ้น และการมีศักยภาพในการจัดการคุณภาพสินค้าในพื้นที่ และเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้นและเพียงพอต่อการจัดจำหน่าย ทำให้ผู้วิจัยได้มีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขต อำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้ในแนวทางให้กับแม่ค้าพ่อค้าในตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพได้มากขึ้น หรือใช้ในการวางแผนด้านกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และมีข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการรายใหม่ที่สนใจเข้ามาดำเนินธุรกิจใน อำเภอละงู จังหวัดสตูล ได้ง่ายขึ้นกว่าเดิม

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขต อำเภอละงู จังหวัดสตูล

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยซื้ออาหารทะเล ในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของยามาเน (Yamane, 1973); (ยุทธ ภิยวรรณ์, 2549) ความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน โดยแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวโดยการสุ่มในรูปแบบการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สามารถแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ภูมิลำเนา และระยะห่างจากจังหวัดที่พักอาศัย

ตอนที่ 2 ปัจจัยรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว แยกเป็นรายด้าน ดังนี้ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจด้านการแสดงความคิดเห็น

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเล ประเภทอาหารทะเล ความถี่ในการซื้ออาหารทะเล ปริมาณในการซื้ออาหาร และช่วงเวลาในการซื้ออาหารทะเล

โดยนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัย จำนวน 30 ชุด แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค ( $\alpha$ -Coefficient) ซึ่งจะต้องได้ค่าดัชนีมากกว่า 0.70 ขึ้นไป จึงจะนำไปใช้ในการวิจัยได้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว | ค่าความเชื่อมั่น |
|--------------------------------------|------------------|
| ด้านกิจกรรม                          | 0.81             |
| ด้านความสนใจ                         | 0.86             |
| ด้านการแสดงความคิดเห็น               | 0.85             |
| รวม                                  | 0.84             |

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (ปริญญญา เรืองทิพย์, 2556)

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว และรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว

4. สถิติเชิงวิเคราะห์ (Analytical statistics)

4.1 การทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างการจัดซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้าง โดยใช้สถิติแบบที (T-test) และแบบเอฟ (F- test) ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One- Way Analysis of Variance) และเปรียบเทียบผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่แบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD)

4.2 การวิเคราะห์เพื่อสร้างสมการถดถอย หรือสมการพยากรณ์ ด้วยสถิติทดสอบความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยวเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล



## ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่บริโภคอาหารทะเลในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.5 มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.8 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 46.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.5 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 44.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.3 มีสมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 อาศัยอยู่ภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีระยะทางห่างจากแหล่งซื้ออาหารทะเล 201 กิโลเมตรขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 53.0

**ตารางที่ 2** ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

| ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง     | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------------------------------------|-------|--------|
| 1. เพศหญิง                                         | 214   | 53.5   |
| 2. อายุ 26 - 35 ปี                                 | 167   | 41.8   |
| 3. สถานภาพสมรส                                     | 184   | 46.0   |
| 4. ระดับการศึกษาปริญญาตรี                          | 194   | 48.5   |
| 5. อาชีพเป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ         | 179   | 44.8   |
| 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท | 185   | 46.3   |
| 7. สมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 3-4 คน              | 169   | 42.3   |
| 8. อาศัยอยู่ภาคใต้                                 | 202   | 50.5   |
| 9. มีระยะทางห่าง 201 กิโลเมตรขึ้นไป                | 212   | 53.0   |

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเล พบว่า นักท่องเที่ยวที่บริโภคอาหารทะเลในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเลมากที่สุดเป็นอาหารว่าง คิดเป็นร้อยละ 44.0 มักจะซื้ออาหารประเภทตระกูลปลาหมึก คิดเป็นร้อยละ 33.0 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้ออาหารทะเลมากที่สุด คือ 10 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และมีปริมาณในการซื้ออาหารมากที่สุด คือ น้อยกว่า 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.0 ช่วงเวลาในการซื้ออาหารทะเลมากที่สุด วันจันทร์-วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 31.8

**ตารางที่ 3** พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว ในแต่ละด้านของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

| พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว                   | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------------------------------|-------|--------|
| 1. วัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเลมากที่สุดเป็นอาหารว่าง    | 176   | 44.0   |
| 2. ประเภทตระกูลปลาหมึก                                     | 132   | 33.0   |
| 3. ความถี่ในการซื้ออาหารทะเลมากที่สุด คือ 10 ครั้ง / เดือน | 162   | 40.5   |
| 4. ปริมาณในการซื้ออาหารน้อยกว่า 500 บาท                    | 112   | 28.0   |
| 5. ช่วงเวลาในการซื้ออาหารทะเล คือ วันจันทร์-วันศุกร์       | 127   | 31.8   |

3. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมมีความคิดเห็นในระดับมาก ส่วนด้านความสนใจและด้านการแสดงความคิดเห็นมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดของด้านกิจกรรม คือ การเช็ตราอาหารสดหลาย ๆ ร้านทำให้ประหยัดต้นทุน

**ตารางที่ 4** ข้อมูลแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว

| รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว | $\bar{X}$ | S.D. | ระดับความคิดเห็น |
|--------------------------------------|-----------|------|------------------|
| ด้านกิจกรรม                          | 3.52      | .490 | มาก              |
| ด้านความสนใจ                         | 3.29      | .523 | ปานกลาง          |
| ด้านการแสดงความคิดเห็น               | 3.45      | .447 | ปานกลาง          |
| รวม                                  | 3.52      | .578 | มาก              |

4. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว โดยรวมมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวจะแนะนำคนรู้จักหรือเพื่อนที่จะมา เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ให้ซื้ออาหารทะเลที่ทานซื้อ มีความคิดเห็นในระดับมาก

การวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่บริโภคอาหารทะเลในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ที่มีสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ภูมิลำเนา และระยะห่างจากจังหวัดที่พักอาศัยต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูลแตกต่างกัน

2. นักท่องเที่ยวที่บริโภคอาหารทะเลในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ที่มีเพศ และอายุ ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูลไม่แตกต่างกัน

3. รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว ทั้งด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านการแสดงความคิดเห็น ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ทั้ง 3 ด้าน

4. พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ทั้งวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหาร ประเภทอาหารทะเล ความถี่ในการซื้ออาหารทะเลปริมาณในการซื้ออาหาร ช่วงเวลาในการซื้ออาหารทะเล ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว

**ตารางที่ 5** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล จำแนกตามเพศ

| พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว | ชาย       |      | หญิง      |      | t     | Sig  |
|------------------------------------------|-----------|------|-----------|------|-------|------|
|                                          | $\bar{X}$ | S.D. | $\bar{X}$ | S.D. |       |      |
|                                          | 2.55      | .564 | 2.56      | .484 | -.248 | .804 |

**ตารางที่ 6** ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล จำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว ภูมิลำเนา ระยะห่างจากจังหวัดที่พักอาศัย

| ปัจจัยส่วนบุคคล               | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.  |
|-------------------------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| อายุ                          | 2.558          | 4  | .639        | 2.377  | .051  |
| สถานภาพสมรส                   | 4.147          | 2  | 2.073       | 7.865  | .000* |
| ระดับการศึกษา                 | 5.087          | 4  | 1.272       | 4.843  | .001* |
| อาชีพ                         | 4.479          | 4  | 1.120       | 4.239  | .002* |
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน          | 11.313         | 4  | 2.828       | 11.459 | .000* |
| จำนวนสมาชิกในครอบครัว         | 12.747         | 3  | 4.249       | 17.517 | .000* |
| ภูมิลำเนา                     | 3.458          | 3  | 1.153       | 4.333  | .005* |
| ระยะห่างจากจังหวัดที่พักอาศัย | 3.102          | 5  | .620        | 2.313  | .043* |



**ตารางที่ 7** รูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล

| ตัวแปร                 | ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (b) | t      | Sig   |
|------------------------|--------------------------|--------|-------|
| ด้านกิจกรรม            | -.225                    | -1.884 | .060  |
| ด้านความสนใจ           | -.085                    | -.849  | .397  |
| ด้านการแสดงความคิดเห็น | .194                     | 1.050  | .294  |
| ค่าคงที่               | 2.958                    | 14.544 | .000* |

**ตารางที่ 8** ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเล จำแนกตามประเภทอาหารทะเล จำแนกตามความถี่ในการซื้ออาหารทะเล จำแนกตามปริมาณในการซื้ออาหาร จำแนกตามช่วงเวลาในการซื้ออาหารทะเล

| พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเล       | Sum of Squares | Df | Mean Square | F     | Sig.  |
|--------------------------------|----------------|----|-------------|-------|-------|
| วัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเล | 4.752          | 2  | 2.376       | 7.907 | .000* |
| ประเภทอาหารทะเล                | 4.363          | 3  | 1.454       | 4.812 | .003* |
| ความถี่ในการซื้ออาหารทะเล      | 4.363          | 3  | 1.454       | 4.812 | .003* |
| ปริมาณในการซื้ออาหาร           | 5.424          | 4  | 1.356       | 4.515 | .001* |
| ช่วงเวลาในการซื้ออาหารทะเล     | 5.952          | 4  | 1.488       | 4.977 | .001* |

## อภิปรายผล

การวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล สามารถสรุปตามสมมติฐานได้ดังนี้

1. จากวัตถุประสงค์การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ทั้งวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหาร ประเภทอาหารทะเล ความถี่ในการซื้ออาหารทะเล ปริมาณในการซื้ออาหาร ช่วงเวลาในการซื้ออาหารทะเล มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักจะต้องดูองค์ประกอบรวมทั้งหมดของการซื้ออาหารทะเลไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของเวลาในการซื้อ ซึ่งนักท่องเที่ยวบางท่านอาจจะไม่ทราบว่า เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล มีสถานที่ซื้ออาหารทะเลที่สะพานปลาบริเวณเรือจอดจึงไม่สามารถซื้อในเวลาที่ต้องการได้ อีกทั้งยังมีประชากรที่มีความหลากหลายทั้งคนในพื้นที่ พื้นที่ใกล้เคียง และนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่น ๆ (ปริญญ์ เรืองทิพย์, 2556) ดังนั้น วัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารทะเลอาจจะแตกต่างกันไป เช่น ซื้อเพื่อประกอบเป็นอาหาร หรือซื้อเพื่อจัดงานสังสรรค์ในการไปเที่ยวแต่ละครั้ง ณัฐภัทร วัฒนถาวร ได้กล่าวไว้ว่าการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลสดประเภทกุ้งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาท มีเหตุผลหรือโอกาสในการเลือกซื้อเพราะทานกับครอบครัว และช่องทางการซื้ออาหารทะเลสดส่วนใหญ่ซื้อที่ตลาด ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเล (ณัฐภัทร วัฒนถาวร, 2558)

2. จากวัตถุประสงค์การศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากหลากหลายพื้นที่ทำให้มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่คล้าย ๆ กันทั้งการการใช้จ่ายราคาอาหารสดหลาย ๆ ร้านทำให้ประหยัดต้นทุน และมีความคิดเห็นว่าการเช็ดคุณภาพอาหารทะเลทำให้ตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น ทำการหาข้อมูลว่าอาหารทะเลสดที่ควรบริโภคเป็นที่ยอมรับมีอะไรบ้าง รวมถึงตรวจคุณภาพอาหารทะเลสดทุกครั้ง เพราะผู้บริโภคให้ความสนใจว่าอาหารทะเลสดมี

คุณค่าทางโภชนาการและคิดว่าเหมาะกับทุกคนในครอบครัว และผู้บริโภคส่วนใหญ่มาเป็นจำนวนมากในวันหยุด (กิงกานต์ ปฏิบัติ และคณะ, 2564)

3. จากวัตถุประสงค์การศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวที่จังหวัดสตูลที่มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท สมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 3 - 4 คน อาศัยอยู่ภาคใต้ และมีระยะทางห่าง 201 กิโลเมตรขึ้นไป ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากการซื้ออาหารทะเลแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงจำนวนคนหรือสมาชิกในครอบครัว เพื่อที่จะสามารถคำนวณปริมาณในการซื้ออาหารทะเลแต่ละครั้งได้ และเนื่องจากจังหวัดสตูลอยู่ค่อนข้างไกลจากเมืองหลวงของประเทศไทย ดังนั้น ประชากรส่วนใหญ่ที่ซื้ออาหารทะเลที่จังหวัดสตูล มักจะเป็นคนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเดียวกันหรืออยู่ภาคใต้เหมือนกัน และสอดคล้องกับงานของ ชนม์กานต์ อภิเศกทนต์ สรุพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ชนม์กานต์ อภิเศกทนต์, 2560)

### สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท สมาชิกในครอบครัวอยู่ระหว่าง 3 - 4 คน อาศัยอยู่ภาคใต้ และมีระยะทางห่าง 201 กิโลเมตรขึ้นไป ต่างกันต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลแตกต่างกัน แต่นักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในเรื่องของเพศ และอายุ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลไม่แตกต่างกัน โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว ทั้งด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านการแสดงความคิดเห็น ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ทั้ง 3 ด้าน ส่วนในเรื่องของพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ทั้งวัตถุประสงค์ในการซื้ออาหารประเภทอาหารทะเล ความถี่ในการซื้ออาหารทะเล ปริมาณในการซื้ออาหาร ช่วงเวลาในการซื้ออาหารทะเล ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยว เขตอำเภอละงู จังหวัดสตูลแตกต่างกัน ข้อเสนอแนะในการวิจัย 1) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเรื่องราคาของอาหารทะเลและรสชาติความสดใหม่ รวมถึงการปรุงอาหารที่สะอาด เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล 2) การสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าต่อร้านอาหารทะเลของผู้ประกอบการควรเพิ่มความพิเศษในเรื่องของการบริการให้ลูกค้าที่มาซื้ออาหารมีความประทับใจ เช่น เรื่องการขนส่งถึงที่พัก เป็นต้น ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 1) ควรศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการซื้ออาหารทะเล เพื่อให้ นำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาประสิทธิภาพของการขายอาหารทะเลให้ลูกค้าเกิดความพอใจมากขึ้น 2) ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจจะมีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเล เช่น ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยด้านสถานการณ์ ปัจจัยด้านความรู้ ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด 3) ควรศึกษาวิจัยในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อขยายฐานของข้อมูลลูกค้าและสามารถนำผลที่ได้ใช้ให้เกิดประโยชน์กับทุกภูมิภาค



## เอกสารอ้างอิง

- กรมประมง. (2564). การวิเคราะห์สินค้าระหว่างประเทศ. เรียกใช้เมื่อ 15 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.fisheries.go.th/strategytradestat/images/FisheriesInterTrade/ThailandTrading/Comulative/ComulativeJan-Mar64.pdf>
- การท่องเที่ยวจังหวัดสตูล. (2567). การท่องเที่ยวจังหวัดสตูลฟื้นตัวดีต่อเนื่อง จากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และเชิงธรณีวิทยา. เรียกใช้เมื่อ 15 ตุลาคม 2567 จาก <https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG230817105523572>
- กึ่งกานต์ ปฏิบัติ และคณะ. (2564). พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคสินค้าปลาหมึกแปรรูปของตลาดในเทศบาลบ้านเพ จังหวัดระยอง. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กิริติพร จูทะวิริยะ. (2564). วิธีการบริโภคอาหารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม. วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง, 7(2), 49-73.
- ชนม็กสานต์ อภิเศกตกานต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลสดในกรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกริก.
- ญาณิกา สุขพงษ์ และพริยา ศรีเจริญกิจ. (2555). ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจการค้าอาหารทะเลสด กรณีศึกษาตลาดทะเลไทย จังหวัดสมุทรสาคร. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐภัทร วัฒนถาวร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารคลีนฟู้ดของประชากรในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปริญญา เรืองทิพย์. (2556). สถิติพื้นฐานงานวิจัย. เรียกใช้เมื่อ 15 ตุลาคม 2567 จาก <https://edu.buu.ac.th/assets/person/Parinya-Ruangtip-1.pdf>
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2549). สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- สร้อยพร มนต์สวักุล. (2566). การศึกษามุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารทะเล ผ่านตลาดสด. ใน สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Solomon. (2002). M. R. Consumer Behavior: Buying, Having and Being. New Jersey: Prentice Hall.