



การศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืด
ของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี

A Study of Demographic Characteristics Affecting Behavior and Purchase
Intention of Freshwater Fish Species of Farmer in Pathum Thani Province

ศิริประภา ประชุมสงค์

นักศึกษา สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สิรภาพ รุกขชาติ

นักศึกษา สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ธีรวุฒิ แก้วเฮียง

นักศึกษา สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปณิศา มีจินดา

นักศึกษา สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ภูรินันท์ ยมกนิษฐ์

อาจารย์ สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail: bankzaza221@gmail.com

Siriprapa Prachumsong

Student, Faculty of Business Administration, Marketing Department

Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Sirapop Rukkachart

Student, Faculty of Business Administration, Marketing Department

Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Theerawut Keawheang

Student, Faculty of Business Administration, Marketing Department

Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Panisa Mechinda

Student, Faculty of Business Administration, Marketing Department

Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Purinat Yamakanith

Lecturer, Faculty of Business Administration, Marketing Department

Rajamangala University of Technology Thanyaburi



บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกร 2) พฤติกรรมและความตั้งใจซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกร และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์และภูมิศาสตร์กับพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกร เป็นการศึกษาแบบผสมผสานด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเกษตรกรจำนวน 7 คน และวิจัยเชิงปริมาณซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง 253 คน

ผลการวิจัย พบว่า 1) การศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.38 ส่วนใหญ่มีอายุ 40-55 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.70 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 47.43 ส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 66.80 2) การศึกษาพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการเลือกซื้ออยู่ที่ 1-3 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 39.53 ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อปลานิล คิดเป็นร้อยละ 67.19 ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมิพาร์มปลาที่ซื้อเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 37.94 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืด พบว่า ส่วนใหญ่เพราะปลาดีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 56.25 ส่วนใหญ่มีสถานที่ประกอบกิจการที่ปทุมธานี (46.6%) ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (47.4%) อาชีพจะประกอบธุรกิจส่วนตัว (66.8%) 3) ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และอาชีพที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ พบว่า เพศและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อไม่มีความสัมพันธ์กัน ส่วนของอายุ และพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ จึงมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาชีพและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อไม่มีความสัมพันธ์กัน

คำสำคัญ: ความตั้งใจซื้อ พฤติกรรม ปลาน้ำจืด

Abstract

The objectives of this research were to study; 1) demographic characteristics of freshwater fish breeders of farmers; 2) behaviors and purchase intentions of farmers. And 3) The relationship between demographic and geographical characteristics and freshwater fish purchasing behavior of farmers in. This was a combined research with a qualitative research method using in-depth interviews with 7 farmers and a quantitative research method using questionnaires as a data collection tool. From a sample of 253 people.



The results showed that 1) Most of the demographic studies were conducted . accounted for 46.64 percent, found that most of the sexes were male accounted for 51.38%. In terms of age, it was found that Most were aged 40-55 years, representing 57.70%. Most of them have a number of bachelor's degrees. Accounted for 47.43 percent, found that the occupation Most of them run their own business. Accounted for 66.80 percent. 2) The study of behavior and purchase intention, the frequency of purchasing fish species, found that Most of them have a purchase frequency of 1-3 times/year, representing 39.53%. The purchasing behavior of each species of fish found that Most will buy tilapia. Accounted for 67.19% of the fish farms that are bought regularly found that Most of the consumers have a number of fish farms that they buy regularly. Accounted for 37.94%. And 3) Factors affecting the selection of freshwater fish species were found. Mainly because of the quality of the fish. Accounting for 56.25%, most have a place of business in Pathum Thani (46.6%) Bachelor's degree (47.4%) Occupation will run a private business (66.8%) Test results of the relationship between sex, age and occupation are effective. Regarding the purchasing behavior of freshwater fish species from fish farms that are commonly purchased, it was found that the sex and the fish farms preferred to purchase were not related. The age and purchasing behavior of fish breeds from fish farms that were frequently purchased were not related to each other.

Keywords: purchasing intention, behavior, freshwater fish

บทนำ

ปลาถือเป็นอาหารโปรตีนที่ให้คุณค่าทางโภชนาการที่ดี ราคาถูก ในกลุ่มทวีปเอเชียโดยเฉพาะประเทศไทย และยังเป็นสินค้าส่งออกทำรายได้ให้กับประเทศไทย จากข้อมูลประมาณการของกลุ่มวิจัยและวิเคราะห์สถิติการประมง กองนโยบายและยุทธศาสตร์ พัฒนาการประมง ประเมินว่า ผลผลิตสัตว์น้ำของประเทศไทยรวม 2,431,320 ตัน ในปี 2560 ทั้งนี้ (องค์การสะพานปลา, 2560: 22) การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำที่สำคัญของไทย คือ การเพาะเลี้ยงปลา ซึ่งมีปริมาณการเพาะเลี้ยงอยู่ที่ 767,927 ตัน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 ของปริมาณการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำโดยรวม



ช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2554 – 2563) มีจำนวนฟาร์มเลี้ยงเฉลี่ย 512,289 ฟาร์มต่อปี เนื้อที่ 822,603 ไร่ต่อปี มีผลผลิตเฉลี่ย 414,864 ตันต่อปี (ร้อยละ 42.07) คิดเป็นมูลค่า 24,331 ล้านบาทต่อปีโดยผลผลิตและมูลค่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 0.87 และ 2.22 ต่อปี ตามลำดับ และมีสัตว์น้ำเศรษฐกิจ ที่สำคัญ ดังนี้

ปลานิล มีการเพาะเลี้ยงมากที่สุด มีจำนวนฟาร์มเลี้ยงเฉลี่ย 296,846 ฟาร์มต่อปี (ร้อยละ 57.94) เนื้อที่ 438,171 ไร่ต่อปี (ร้อยละ 53.27) มีผลผลิตเฉลี่ย 201,359 ตันต่อปี (ร้อยละ 48.54) คิดเป็นมูลค่า 9,900 ล้านบาทต่อปี (ร้อยละ 40.69) โดยผลผลิตและมูลค่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 3.69 และ 4.99 ต่อปี (กองนโยบายและแผน, 2564: 9)

ปลาเป็นสัตว์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและเป็นหนึ่งในอาหารยอดนิยม เพราะในเนื้อปลา มีโปรตีนที่ดีและอุดมด้วยไขมัน เหมาะสำหรับผู้ที่กำลังอยู่ในช่วงลดน้ำหนักหรือไม่อยากเพิ่มไขมัน เพราะไขมันในปลาน้อยกว่าไขมันจากสัตว์ชนิดอื่น และปลาบางชนิดยังมีโอเมก้า 3 ซึ่งเป็นกรดไขมันที่ช่วยเพิ่มสุขภาพหัวใจและหลอดเลือด การหาปลาน้ำจืดจากแหล่งธรรมชาติเริ่มเป็นไปได้ยากเพราะการที่ปลาจะผสมพันธุ์เองนั้นน้ำและระบบนิเวศจะต้องอุดมสมบูรณ์ จากสถานการณ์นี้จึงได้มีธุรกิจเพาะพันธุ์ปลาเกิดขึ้น (ไทยรัฐออนไลน์, 2560: ออนไลน์)

จากหลักการและเหตุผลผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดเพื่อให้ความสำคัญของการจัดทำแผนธุรกิจ เนื่องจากพันธุ์ปลาน้ำจืดเป็นปลาเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตเร็วและสามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้ดี เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกษตรกรมีอาชีพที่มั่นคงและเป็นแนวทางในการสร้างชุมชนเกษตรกรให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์และภูมิศาสตร์กับพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี

สมมติฐาน

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์และภูมิศาสตร์ (เพศ อายุ อาชีพ) และพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำของเกษตรกรจังหวัดปทุมธานี



ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการซื้อและความตั้งใจซื้อ จึงมีการกำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เกษตรกรที่ใช้ Facebook ที่อยู่ในกลุ่ม Facebook: กลุ่มซื้อขายพันธุ์ปลาน้ำจืดทุกชนิด กลุ่มคนเลี้ยง และคนรับซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืด

เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) โดยจะมีการแบ่งเป็น 2 วิธี ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้จากการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เคยซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานีเป็นจำนวน 7 รายโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์
2. ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้จากการเก็บข้อมูลจากเกษตรกรที่อยู่ในกลุ่ม Facebook: กลุ่มซื้อขายพันธุ์ปลาน้ำจืดทุกชนิด กลุ่มคนเลี้ยงและคนรับซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืด

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) หมายถึง การเลือกตามวิจารณ์ญาณ โดยมีการใช้คำถามกรองในข้อแรกว่า “ท่านประกอบอาชีพเลี้ยงพันธุ์ปลาน้ำจืดหรือไม่” เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม - มีนาคม พ.ศ. 2564

การทบทวนวรรณกรรม

Schifiman and Kanuk (2000: 7) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะแสวงหา การซื้อ การใช้ การประเมิน หรือ การบริโภคผลิตภัณฑ์บริการซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้อย่างพึงพอใจเป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังซื้อเพื่อบริโภค และ บริการต่างๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไร ที่ไหน และบ่อยครั้งแค่ไหน ส่วน (ชูชัย สมितिไกร, 2554: 6) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

Howard (1994) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจ ที่บ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อตราสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยความตั้งใจซื้อจะเกิดขึ้นมาจากทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคและความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินตราสินค้าที่ผ่านมา

Das (2014) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อเป็นความพยายามในการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค โดยจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ตราสินค้า ผู้จัดจำหน่าย และเวลา การซื้อสินค้าและบริการ



ต่างๆ เป็นประสบการณ์ที่เพลิดเพลิน เช่น ความพึงพอใจ ความตั้งใจซื้อมีผลโดยตรงต่อปริมาณการซื้อสินค้าและบริการจากผู้จัดจำหน่าย โดยความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคมักเกิดขึ้นภายหลังจากที่ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงประโยชน์ใช้สอย และคุณค่าของสินค้าและบริการ นอกจากนี้ความตั้งใจซื้อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อในทางผลลัพธ์ คือ ปริมาณการซื้อ

เยาวลักษณ์ พัดเล็ก (2560) จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้บริการขายปลาน้ำจืดมีการซื้อขายปลาน้ำจืดเศรษฐกิจส่วนใหญ่คือ ปลานิล และมีการใช้บริการ 2-3 ครั้ง/ ปี โดยความต้องการด้านคุณภาพในการให้บริการแก่ปลาน้ำจืดที่ถูกค่าให้ความสำคัญสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ได้แก่ ให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม และมีการประเมินราคาอ้างอิงจากราคาตลาด

ธุรกิจการเกษตรประเภทปลาน้ำจืดมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเกษตรกรผู้เลี้ยงปลาน้ำจืดที่มีการซื้อขายจำนวนมาก ได้แก่ ปลานิล ซึ่งเป็นปลาน้ำจืดมีคุณค่าทางเศรษฐกิจนับตั้งแต่ปี 2508 เป็นต้นมา จากคุณสมบัติของปลานิลซึ่งเลี้ยงง่ายเจริญเติบโตเร็ว และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวไทย ทำให้เกษตรกรหันมานิยมเลี้ยงปลานิลอย่างกว้างขวาง (ณัฐนิชา อ้นเกษม, 2562: 159)

สาวิตรี วรรณกาล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกับพฤติกรรมการบริโภคปลาน้ำจืดของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่มีผลกับการบริโภคปลาน้ำจืดมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสดของปลาน้ำจืด ในที่นี้หมายถึง ปลาน้ำจืดที่ยังมีชีวิตอยู่ สด มีการเก็บรักษาที่ดี ไม่มีร่องรอยการขีดข่วนบนเนื้อปลาผลการ และ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 35 ปี มีสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 4 คน นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 68 มีการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับปลาน้ำจืด และทราบจากโทรทัศน์ ร้อยละ 33 มีอาชีพหลักเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้มีการใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน คือ ประกอบด้วยงานวิจัย 2 รูปแบบคือ งานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิในการวิเคราะห์ ได้จากการเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่เคยซื้อ พันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานีเป็นจำนวน 7 ราย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ 7 คน และได้จากการใช้แบบสอบถามผ่านทาง Google Forms ในเก็บจากตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Try Out ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เมื่อแบบสอบถามสามารถใช้งานได้แล้ว จึงนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 253 ตัวอย่าง โดยมีการดำเนินการวิจัยดังนี้



กำหนดขนาด
$$\frac{z^2(p*q)}{e^2}$$

กำหนดความคลาดเคลื่อน 6%

กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% = 1.96

กำหนดความแปรปรวน 50:50

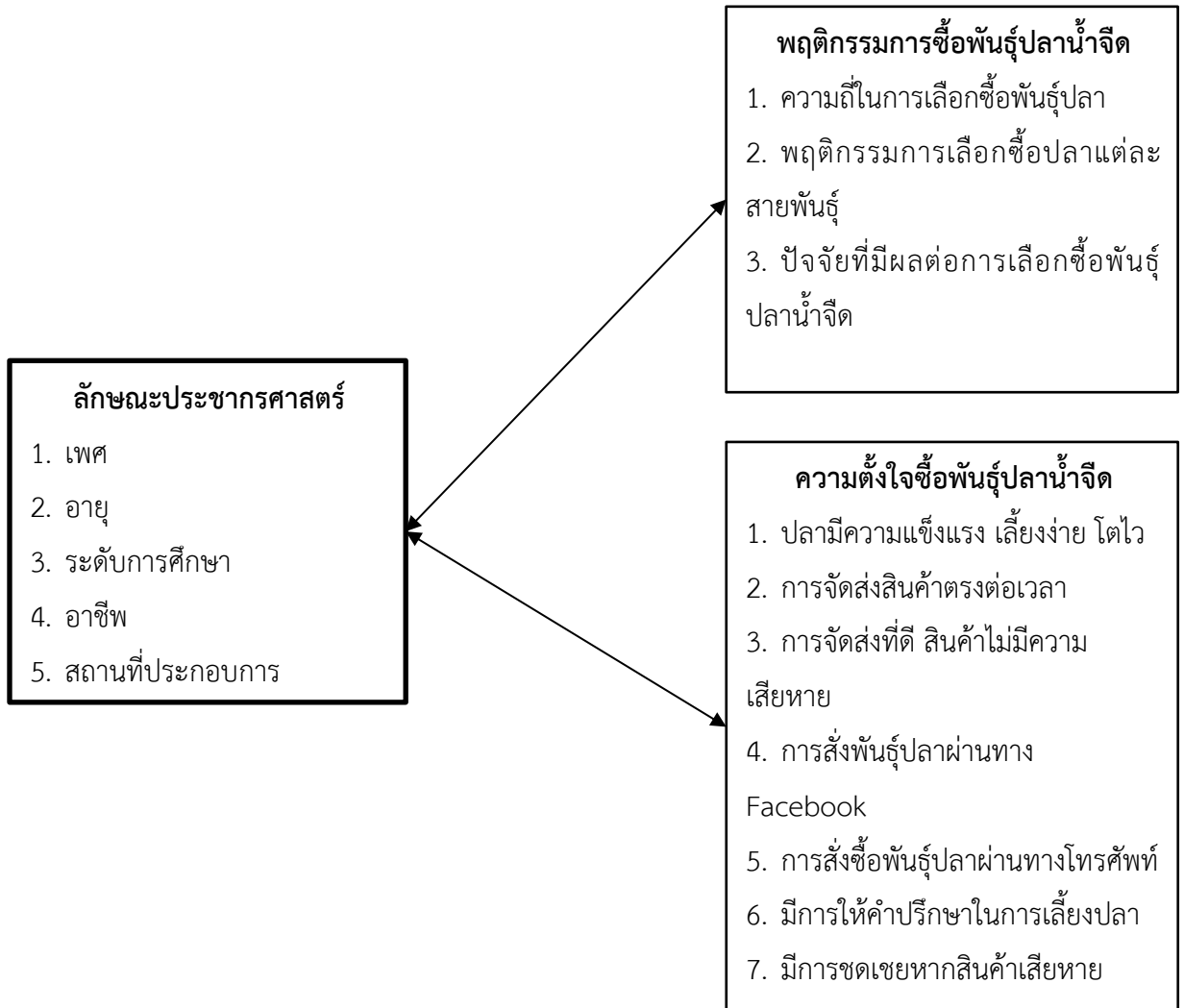
$$\begin{aligned} N &= \frac{z^2(p*q)}{e^2} \\ &= \frac{1.96^2(50*50)}{6^2} \\ &= \frac{3.84(50*50)}{6^2} \\ &= \frac{9,600}{36} \\ &= 266.67 \end{aligned}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 267 ตัวอย่าง แต่เนื่องจากแบบสอบถามที่เก็บมามีความสมบูรณ์ที่สามารถนำมาคำนวณค่าทางสถิติ 253 ชุด จึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 253 ตัวอย่าง โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

การวิจัยแบบผสมผสานเป็นการวิจัยที่เก็บข้อมูลโดยใช้กลยุทธ์รูปแบบ และกระบวนการวิจัยที่หลากหลาย เพื่อให้ได้จุดเด่นที่สนับสนุนกันจากแต่ละวิธี และแก้ปัญหาจุดด้อยของแต่ละวิธีวิจัย หากนักวิจัยสามารถดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยนั้นย่อมมีคุณภาพดีกว่าการวิจัยเพียงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เช่น การเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเข้าใจมุมมองของกลุ่มตัวอย่างรวมเข้าไปกับการวิจัยแบบทดลองซึ่งเป็นเชิงปริมาณทำให้ลดปัญหาความเที่ยงตรงภายนอกของการวิจัยแบบทดลอง ซึ่งเป็นที่ทราบดีว่าเป็นปัญหาสำคัญของการวิจัยแบบทดลองคือผลจากการทดลองอาจไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์จริงได้ เป็นต้น (Ngamvichaikit Anothai, 2015: 4)



กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมดจำนวน 253 คน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	130	51.38
หญิง	123	48.62
อายุ		
กลุ่ม Gen Z (อายุต่ำกว่า 24 ปี)	20	7.91
กลุ่ม Gen Y (อายุ 24-39)	75	29.64
กลุ่ม Gen X (อายุ 40-55)	146	57.70
กลุ่ม Baby Boomer (อายุ 56-74)	12	4.75
ระดับการศึกษา		
มัธยมตอนปลาย/ปวช.	65	25.69
อนุปริญญา/ปวส.	44	17.39
ปริญญาตรี	120	47.43
สูงกว่าปริญญาตรี	24	9.49
อาชีพ		
เกษตรกร	77	30.43
ธุรกิจส่วนตัว	169	66.80
อื่นๆ เช่น พนักงานบริษัท	7	2.77
สถานที่ประกอบการของท่าน		
ปทุมธานี	118	46.64
นครนายก	50	19.76
อื่น ๆ เช่น กรุงเทพมหานคร นครปฐม ปราจีนบุรี และ พระนครศรีอยุธยา	85	33.60



จากตารางที่ 1 ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 253 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 51.38 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 48.62

ด้านอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 40-55 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 57.70 รองลงมาคืออายุ 24-39 ปี มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 29.64 อายุต่ำกว่า 24 ปี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.91 และอายุ 56-74 ปี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 47.43 รองลงมาคือมีการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 25.69 อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 17.39 และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.49 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 169 คิดเป็นร้อยละ 66.80 รองลงมาเป็นเกษตรกร มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 30.43 และพนักงานบริษัท มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.77

ด้านสถานที่ประกอบการพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบกิจการที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 46.64 รองลงมาคืออื่นๆ ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร/นครปฐม/ปราจีนบุรี/พระนครศรีอยุธยา มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 33.60 และจังหวัดนครนายก มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 19.76

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรมและการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดในจังหวัดกรุงเทพและปริมณฑล

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืด	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการเลือกซื้อพันธุ์ปลา		
1-3 ครั้งต่อปี	100	39.53
4-6 ครั้งต่อปี	93	36.76
7-10 ครั้งต่อปี	37	14.62
มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	23	9.09



ตารางที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรมกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดในจังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑล
(ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืด	จำนวน	ร้อยละ
พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อปลาแต่ละสายพันธุ์		
ปลานิล		
ซื้อ	170	67.19
ไม่ซื้อ	83	32.81
ปลาตะเพียน		
ซื้อ	122	48.22
ไม่ซื้อ	131	51.78
ปลายี่สก		
ซื้อ	66	26.09
ไม่ซื้อ	187	73.91
ปลานวลจันทร์		
ซื้อ	50	19.76
ไม่ซื้อ	203	80.24
ปลาสรวย		
ซื้อ	71	28.06
ไม่ซื้อ	182	71.94
ปลาจีน		
ซื้อ	47	18.58
ไม่ซื้อ	206	81.42
ท่านมีฟาร์มปลาที่ซื้อเป็นประจำ		
มี	96	37.94
ไม่มี	157	62.06

จากตารางที่ 2 พฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืด พบว่า จำนวนผู้ประกอบอาชีพเลี้ยงพันธุ์ปลาน้ำจืดมีจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 100



ในส่วนของความถี่ในการเลือกซื้อพันธุ์ปลาพบว่า ส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการเลือกซื้ออยู่ที่ 1-3 ครั้งต่อปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 39.53 รองลงมาอยู่ที่ 4-6 ครั้งต่อปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 36.76 7-10 ครั้งต่อปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.62 และมากกว่า 10 ครั้งต่อปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

พฤติกรรมในการเลือกซื้อปลาแต่ละสายพันธุ์พบว่า ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อปลานิล จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 67.19 รองลงมาคือปลาตะเพียน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 48.22 ปลายี่สก จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 26.09 ปลานวลจันทร์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 19.76 ปลาสรวย จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 28.06 และปราชิน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 18.58

ในส่วนของฟาร์มปลาที่ซื้อเป็นประจำพบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมียุทธศาสตร์ฟาร์มปลาที่ซื้อเป็นประจำมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 37.94 และผู้บริโภครที่ไม่ได้ซื้อฟาร์มปลาเป็นประจำ มีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 62.06

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดเป็นประจำ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืด	จำนวน	ร้อยละ
· ความสะอาด	14	14.58
· มีคุณภาพ	54	56.25
· การบริการ	5	5.21
· ราคา	9	9.38
· กลุ่มอ้างอิง	7	7.29
· อื่น ๆ เช่น ซื้อขายกันมาเป็นเวลานาน เป็นต้น	7	7.29
รวม	96	100.00

จากตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดเป็นประจำพบว่า ส่วนใหญ่เพราะปลา มีคุณภาพ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาอยู่ที่ความสะอาด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.58 ราคา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.38 กลุ่มอ้างอิง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.29 และอื่น ๆ ได้แก่ ซื้อขายกันเป็นเวลานาน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.29

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความตั้งใจและพฤติกรรมในการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี

สมมติฐาน ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรจังหวัดปทุมธานี



ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ อาชีพ) กับพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ โดยใช้สถิติ Pearson Chi - Square

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ท่านมีฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำหรือไม่		Pearson Chi-Square (sig.)	Contingency Coefficient
	มี	ไม่มี		
เพศ				
ชาย	49	81	.007(.932)	-
หญิง	47	76		
อายุ				
Gen Z and Gen Y	27	68	5.859(.015)*	.150
Gen X and Baby Boomer	69	89		
อาชีพ				
เกษตรกร	27	50	.390(.532)	-
ธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่นๆ	69	107		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ มีค่า Pearson Chi square เท่ากับ .007 และค่า sig. เท่ากับ .932 ซึ่งมากกว่าค่า $p - value < .05$ แสดงว่าเพศและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อไม่มีความสัมพันธ์กัน

ในส่วนของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ มีค่า Pearson Chi square เท่ากับ 5.859 และค่า sig. เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่าค่า $p - value < .05$ แสดงว่าอายุและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำจึงมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีระดับความสัมพันธ์เท่ากับ .150 โดยที่ Gen Z และ Gen Y มีแนวโน้มที่มีฟาร์มปลาที่ซื้อเป็นประจำมากกว่า Gen X and Baby Boomer

ในส่วนของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ มีค่า Pearson Chi square เท่ากับ .390 และค่า sig. เท่ากับ .532 ซึ่ง



มากกว่า $p - value < .05$ แสดงว่าอาชีพและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 7 คน พบว่า นอกเหนือจากการวิจัยผู้ให้สัมภาษณ์บางคนให้ความสำคัญในเรื่องของ สีนํ้าในบรรจุภัณฑ์โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะชื่นชอบสีนํ้าในบรรจุภัณฑ์ที่มีสีนํ้าใสมากกว่าสีนํ้าขุ่น

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานีทางด้านสถานที่ประกอบ

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ประกอบการที่จังหวัดปทุมธานี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 46.64 ทางด้านเพศพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 253 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 51.38 ทางด้านอายุพบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 40-55 ปี จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 57.70 ทางด้านระดับการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 47.43 ทางด้านอาชีพพบว่า ส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 169 คิดเป็นร้อยละ 66.80 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (กฤษณพันธ์ โกเมนไพรรินทร์ และ สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล, 2551) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ต้นทุนและผลตอบแทนการเพาะเลี้ยงปลานิลในกระชัง ในแม่น้ำตาปี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 48 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.97 คน ลักษณะการดำเนินธุรกิจเป็นกิจการในครัวเรือน โดยยึดการเพาะเลี้ยงปลานิลในกระชังเป็น อาชีพรอง มีรายได้จากการเพาะเลี้ยงปลานิล 89,433 บาทต่อปี เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีหนี้สิน ใช้เงินทุนของตนเองในการลงทุน แต่ไม่สอดคล้องกับ สาวิตรี วรรณกาล (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคปลาน้ำจืดของประชาชนใน อำเภอหาดใหญ่และอำเภอรัตนภูมิ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 35 ปี แต่สอดคล้องกันในเรื่องของ ระดับการศึกษาที่พบว่า ร้อยละ 68 มีการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานีพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืด

จากการศึกษาพบว่า ความถี่ในการเลือกซื้อพันธุ์ปลา พบว่า ส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการเลือกซื้ออยู่ที่ 1-3 ครั้งต่อปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 39.53 พฤติกรรมการเลือกซื้อปลาแต่ละสายพันธุ์



พบว่า ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อปลานิล จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 67.19 ในส่วนของฟาร์มปลาที่ซื้อเป็นประจำพบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคมียุโรปปลาที่ซื้อเป็นประจำมีจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 37.94 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดพบว่า ส่วนใหญ่เพราะปลาดีคุณภาพ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวลักษณ์ พัดเล็ก (2560) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง แผนธุรกิจแปปลา น้ำจืด ก.กมล พบว่า การขายปลาน้ำจืดในเศรษฐกิจส่วนใหญ่ คือ ปลานิล และมีการใช้บริการ 2-3 ครั้งต่อปี และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวิตรี วรรณกาล (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกับพฤติกรรมการบริโภคปลาน้ำจืดของผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยที่มีผลกับการบริโภคปลาน้ำจืดมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสดของปลาน้ำจืด ในที่นี้หมายถึง ปลาน้ำจืดที่ยังมีชีวิตอยู่ สด มีการเก็บรักษาที่ดี

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับความตั้งใจและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของเกษตรกรในจังหวัดปทุมธานี

จากการศึกษาพบว่า ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ มีค่า Pearson Chi square เท่ากับ .007 และค่า sig. เท่ากับ .932 ซึ่งมากกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก แสดงว่าเพศและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อไม่มีความสัมพันธ์กัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพาดา สิริกุตตา และ จิตติมา สิ่งสม (2013) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อและความตั้งใจซื้อข้าวอะไหล่รถยนต์แท้โดยตัวของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่แท้โดยตัวต่อครั้งแตกต่างกันโดยเพศชายจะมีพฤติกรรมการซื้อมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากผู้บริโภคเพศชายจะมีความรู้ความเข้าใจในด้านอะไหล่มากกว่าเพศหญิงจึงทำให้มีค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่แท้โดยตัวต่อครั้ง มากกว่าเพศหญิง ในส่วนของผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ มีค่า Pearson Chi square เท่ากับ 5.859 และค่า sig. เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 แสดงว่าอายุและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ จึงมีความสัมพันธ์กัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพาดา สิริกุตตา และ จิตติมา สิ่งสม (2013) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อและความตั้งใจซื้อข้าวอะไหล่รถยนต์แท้โดยตัวของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่แท้โดยตัวต่อครั้งแตกต่างกันสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผู้บริโภคที่เริ่มต้นมีใบขับขี่ซึ่งเป็นช่วงที่มีอายุระหว่าง 18-27 ปี ซึ่งเป็นวัยที่กำลังศึกษาเล่าเรียนและเริ่มมีงานทำใหม่ ๆ จึงมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่แท้โดยตัวต่อครั้งน้อยกว่าช่วงอายุ 28-37 ปี ซึ่งเป็นวัยที่มีงานทำมั่นคงแล้วดังนั้นจึงมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออะไหล่รถยนต์แท้โดยตัวต่อครั้งมากกว่าในส่วนของผลการทดสอบความสัมพันธ์



ระหว่างอาชีพและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ มีค่า Pearson Chi square เท่ากับ .390 และค่า sig. เท่ากับ .532 ซึ่งมากกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก แสดงว่าอาชีพและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อไม่มีความสัมพันธ์กัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิริพร พงศ์เวชชัย, 2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านแม่กซ์แวลูของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพ แตกต่างกันไป มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านแม่กซ์แวลู ด้านจำนวนครั้งในการซื้อสินค้าต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

สรุปได้ว่าที่กล่าวมาข้างต้น เพศ อายุ และอาชีพ มีผลต่อการเลือกซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดในจังหวัดปทุมธานีโดยเพศที่ซื้อพันธุ์ปลาส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย และจะซื้อพันธุ์ปลา 1 ถึง 3 ครั้งต่อปี ส่วนอายุจะอยู่ที่ 40 - 55 ปี และอาชีพส่วนใหญ่จะทำอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และจะจบการศึกษาระดับปริญญาตรี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. เพื่อเกิดประโยชน์ในการพัฒนาธุรกิจพันธุ์ปลาน้ำจืด สามารถจำข้อมูลอายุและพฤติกรรมการซื้อพันธุ์ปลาจากฟาร์มปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำ ซึ่งมีความสัมพันธ์กัน ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลในส่วนนี้ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำ หรือเกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจพันธุ์ปลาน้ำจืดในปัจจุบัน

2. ในการที่ผู้ประกอบการรายใหม่หรือรายเดิมนั้นจะประกอบธุรกิจพันธุ์ปลาน้ำจืดควรคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อพันธุ์ปลาน้ำจืดของลูกค้า โดย เพศที่ซื้อพันธุ์ปลาส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย และจะซื้อพันธุ์ปลา 1 ถึง 3 ครั้งต่อปี อายุจะอยู่ที่ 40 - 55 ปี ปลาที่นิยมซื้อเป็นประจำคือปลานิลและส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี เพื่อให้สามารถพัฒนาธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้ทำวิจัยสามารถขยายผลการวิจัยโดยการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพันธุ์ปลาชนิดอื่น ๆ นอกเหนือจากพันธุ์ปลาน้ำจืด เช่น กุ้ง หอย ปู หรือสัตว์น้ำเค็มชนิดอื่น ๆ เพื่อการวิจัยที่กว้างขวางและประโยชน์ต่อสังคมเพิ่มมากขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กฤษณพันธ์ โกเมนไปรินทร์, สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล, (2551). **ต้นทุนและผลตอบแทนการเพาะเลี้ยงปลานิลในกระชังในแม่น้ำตาปี จังหวัดสุราษฎร์ธานี**, ค้นเมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2565, จาก <https://www.fisheries.go.th/sf-satun/images/download/tilapiabudget.pdf>
- กองงานนโยบายและแผน. (2564). **ประมาณการผลผลิตและมูลค่าสัตว์น้ำจากการประมงของประเทศไทย พ.ศ.2564-2566**. กลุ่มสถิติการประมง กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง. ค้นเมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ.2565, จาก https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20210705093649_1_file.pdf
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐนิชา อ้นเกษม. (2562). **การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าปลานิล จังหวัด ฉะเชิงเทรา (Doctoral dissertation)**. ไทยรัฐออนไลน์. (2560). **ปลา น้ำจืดเป็นที่นิยมที่คนไทยนำมาประกอบอาหารหรือแปรรูปเพื่อสะดวกต่อการรับประทานในปัจจุบัน**, ค้นเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/965437>
- เยาวลักษณ์ พัดเล็ก. (2560). **แผนธุรกิจแปปลา น้ำจืด ก.กมล**. ค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2565, จาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/2638>
- ศิริพร พงศ์เวธัชชัย. (2557). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านแม่กซ์แวลูของผู้บริโภคใน เขต กรุงเทพมหานคร**. ปรินญาณิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาวิตรี วรรณกาล. (2553). **พฤติกรรมการบริโภคปลาน้ำจืดของประชาชนในอำเภอหาดใหญ่และอำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา**. สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการธุรกิจเกษตร) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุพาดา สิริกุดตา, จิตติมา สิ่งสม. (2013). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อและความตั้งใจซื้อข้าวอะไหล่รถยนต์แท้โตโยต้าของผู้ใช้ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสาร บริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ, 3(2), 98-111.
- องค์การสะพานปลา. (2560). **ปลาถือเป็นอาหารโปรตีนที่ให้คุณค่าทางโภชนาการที่ดี**. ค้นเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.fishmarket.co.th/>



- Das, G. (2014). *Linkages of retailer personality, perceived quality and purchase intention with retailer loyalty: A study of Indian non-food retailing*. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 21(3): 407-414.
- Howard, J. A. (1994). **Buyer behavior in marketing strategy**. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice Hall.
- Ngamvichaikit Anothai. (201 5). *MIXED METHODS APPROACH QUALITATIVE AND QUANTITATIVE RESEARCH DESIGN* **Journal**, 13(1), 1-12.
- Schifiman, L. & Kanuk, L.L. (2000). **Consumer behaviors**. 7th ed. NJ: Prentice-Hall.
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/391/1/Pratan_kawk.pdf