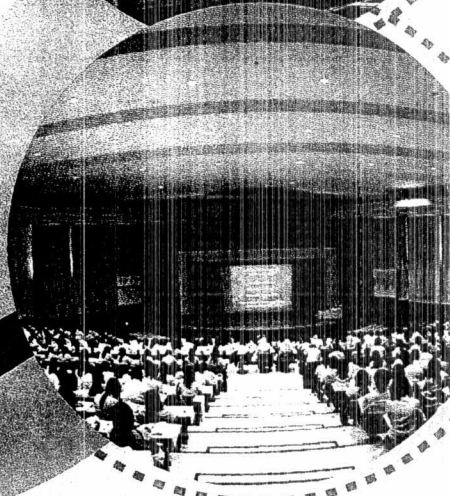




การประชุมวิชาการและแสดงผลงานวิจัย/สร้างสรรค์
ระดับปริญญาตรี ระดับชาติ ประจำปี 2556

วิทยาลัยสงฆ์สาทร นครศรีธรรมราช Prince of Songkla University
NUCM2013 NUCM2013 NUCM2013 NUCM2013 NUCM2013 NUCM2013 NUCM2013 NUCM2013
Trang Campus

66
วิจัยก้าวหน้าใหม่
เพื่อธุรกิจไทย
ยั่งยืน
ครั้งที่ 2



รายนามผู้ทรงคุณวุฒิในการวิพากษ์ผลงานวิจัย/สร้างสรรค์

1. ดร.พรลภัส สุวรรณรัตน์
คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. ดร.วีระศักดิ์ คงฤทธิ์
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
3. ดร.สุวิต ศรีไหม
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
4. ดร.สุมนา ลาภาโรจน์กิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
5. ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบพ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
6. รองศาสตราจารย์มนัส ชัยสวัสดิ์
วิทยาลัยชุมชนภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวิต จันทร์เพชร
คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฬาลักษณ์ พัฒนศักดิ์ภิญโญ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ เปาะทอง
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนา เวทย์ประสิทธิ์
คณะเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The influent factors to decide on consuming seafood of Thai tourisms in Hua- Hin district Prachuap khiri khan

Province

ปรียานุช เทียนประดับ¹ ดวงกมล จันทร์ปลั่ง¹ และ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า²

Preeyanut Thianpradup¹ Duangkamon Chanplang¹ and Manassinee Boonmeesrisa-nga²

คำนำและวัตถุประสงค์

หัวหินเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศเก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย จากเดิมเป็นเพียงหมู่บ้านชาวประมง และได้เปลี่ยนแปลงจนกลายเป็นสถานที่พักผ่อนริมทะเล ดิฉันค้นคว้าความนิยมของนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .2553) มีที่พัก รีสอร์ท และโรงแรมชั้นนำให้เลือกสรรมากมาย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเสน่ห์ของหัวหินยังคงเป็นเอกลักษณ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักผ่อนตลอดทั้งปี รวมถึงเป็นเมืองที่อุดมไปด้วยอาหารการกินมากมาย มีให้เลือกซื้อหารับประทานกันตลอดวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารทะเลนานาชนิด ทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ ดังนั้นเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการค้าอาหารทะเลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถกำหนดกลยุทธ์การตลาดจากส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง และตรงตามผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อประโยชน์ในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการค้าอาหารทะเลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยสำรวจ เชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่เลือกซื้ออาหารทะเล ณ สถานที่ที่มีการจำหน่ายอาหารทะเล ได้แก่ ตลาดนัดบริเวณโรงแรมแกรนด์ ตลาดใต้รุ่งหัวหิน ตลาดนัดไร่ และริมชายหาดหัวหิน เป็นต้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยที่ลักษณะของแบบสอบถาม เป็นแบบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เป็นคำถามแบบปลายเปิด และปลายปิด

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 256 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.0 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 144 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.0 มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มากที่สุด จำนวน 312 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.0 น้อยที่สุดคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็น ร้อยละ 1.0 ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 300 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.0 น้อยที่สุดคือมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0 มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษามากที่สุดจำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.0 น้อยที่สุดคือ อาชีพรับจ้าง / ลูกจ้าง และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 5,001-10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 140 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.0 น้อยที่สุดคือ มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท จำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.0 มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุดจำนวน 120 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 น้อยที่สุดคือ อยู่จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.5

¹ นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

² อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการเลือกบริโภคอาหารทะเลเฉลี่ยต่อเดือน มากที่สุด 1 - 2 ครั้ง มากที่สุด จำนวน 168 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.0 น้อยที่สุดคือ ความถี่ในการเลือกบริโภคอาหารทะเลไม่แน่นอน จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.0 ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกบริโภคอาหารทะเลมากที่สุดในช่วงเวลา 18.00 น. ขึ้นไป จำนวน 164 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.0 น้อยที่สุดคือ ช่วงเวลา 9.00 - 12.00 น. จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0 ผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้ออาหารทะเลโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 501 - 1,000 บาท มากที่สุด จำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.0 และน้อยที่สุดคือ ซื้ออาหารทะเล 2,101 - 2,500 บาท และซื้ออาหารทะเลมากกว่า 2,500 บาท จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0 ซื้ออาหารทะเลในตลาดสดมากที่สุด จำนวน 248 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.0 น้อยที่สุดคือ ซื้ออาหารทะเลตามร้านริมทางหลวง จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากสมมุติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ด้านราคา อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญ ด้านการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

สรุป

ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด ก็คือด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสดของสินค้า ประเภทของสินค้าที่ตรงตามความต้องการ รองลงมาเป็นด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม นักเรียน / นักศึกษาที่มีรายได้ระดับปานกลางไม่เกิน 15,000 บาท และเป็นนักท่องเที่ยวในภูมิภาคใกล้เคียง และมูลค่าการซื้ออาหารทะเลเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 1,000 บาท โดยนิยมรับประทานอาหารตามตลาดสดและร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม ที่จะนำไปใช้วางแผนและกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2547). *กลยุทธ์ทางการตลาด การบริหารการตลาดและกรณีศึกษา*. กรุงเทพมหานคร:

โรงพิมพ์ธรรมสารจำกัด.

สมจิตร ล้วนจำเจริญ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับปรับปรุงปี 2546*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

แบบแสดงหลักฐานการมีส่วนร่วมในผลงานวิชาการ

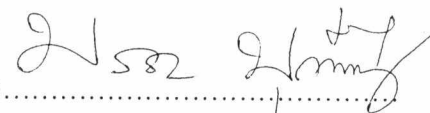
บทความทางวิชาการ ตำรา หนังสือ งานวิจัย ผลงานทางวิชาการในลักษณะอื่น

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, เอกสารการประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัย/สร้างสรรค์ทางการจัดการ ระดับปริญญาตรี ระดับชาติ ครั้งที่ 2 ประจำปี 2556. หน้า 70 -71.

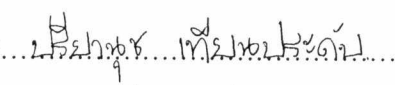
ผู้ร่วมงาน จำนวน 3 คน แต่ละคนมีส่วนร่วมดังนี้

ชื่อผู้ร่วมงาน	ปริมาณงานร้อยละ และหน้าที่ความรับผิดชอบ
1. นางมนัสสินี บุญมีศรีสง่า	50 % วางแผนการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล และเขียนรายงานวิจัย
2. นางสาวดวงกมล จันทร์ปลั่ง	25 % ร่วมวางแผนการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล และเขียนรายงานวิจัย
3. นางสาวปริยานุช เทียนประดับ	25 % ร่วมวางแผนการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูล และเขียนรายงานวิจัย

หมายเหตุ

ลงชื่อ.....
(นางมนัสสินี บุญมีศรีสง่า)

ลงชื่อ.....
(นางสาวดวงกมล จันทร์ปลั่ง)

ลงชื่อ.....
(นางสาวปริยานุช เทียนประดับ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์

