

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปลาน้ำจืด (Freshwater fish) หมายถึง ปลาที่อาศัยอยู่ในเฉพาะแหล่งน้ำที่เป็นน้ำจืด ซึ่งหมายถึง น้ำที่มีปริมาณเกลือ หรือความเค็มละลายน้อยกว่าร้อยละ 0.05 เท่านั้น (ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืดพระนครศรีอยุธยา, 2563) โดยอาศัยอยู่ในแม่น้ำ คลอง พื้นที่ชุ่มน้ำต่าง ๆ ที่เป็นน้ำจืด เช่น ทะเลสาบน้ำจืด บึง หนอง หรือลำธารน้ำตกบนภูเขาหรือในป่าดิบ ได้แก่ ปลาชุก ปลาไน ปลาตะเพียน ปลานวลจันทร์ ปลากระโห้ ปลาจระเม็ด ปลาบึก ปลาสร้อย ปลากด เป็นต้น เนื้อปลา มีโปรตีนและแร่ธาตุในปริมาณที่สูง เราจึงใช้เนื้อปลาเป็นแหล่งอาหารโปรตีน ที่สำคัญ โปรตีนที่ได้จากปลาจะมีกรดอะมิโนที่จำเป็นครบถ้วน และการใช้ประโยชน์ในร่างกายได้ผลดี รองจากไข่และนม อีกทั้งคุณค่าทางโภชนาการของอาหารปลาดีอย่างยิ่ง กล่าวคือ ปลาที่มีปริมาณไขมันต่ำ (ยกเว้นในปลาที่มีไขมันสูงบางชนิดเท่านั้น) และไขมันในปลาส่วนมากเป็นไขมันที่ไม่อิ่มตัว จึงสามารถลดคอเลสเตอรอลในเลือดได้ และปริมาณคอเลสเตอรอลในเนื้อปลามีปริมาณต่ำ จึงนิยมนำไปใช้ในการรักษา และป้องกันโรคไขมันอุดตันในหลอดเลือด (โรงพยาบาลอ่างทอง, 2556: เว็บไซต์)

ปลาน้ำจืด นับว่า มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมากเพราะสามารถทำรายได้ให้กับเกษตรกร และผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เนื่องจากปลาเป็นสัตว์เลี้ยงง่าย ขยายพันธุ์ได้ดี ไม่ต้องลงทุนสูง สภาพภูมิประเทศของประเทศไทยจึงเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการเลี้ยงปลาน้ำจืด เนื่องจากมีแหล่งน้ำอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งแหล่งน้ำธรรมชาติ ลำคลอง หนอง บึง และแหล่งน้ำอื่น ๆ หรือที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น อ่างเก็บน้ำ ฝายกั้นน้ำ บ่อดิน บ่อปูน เป็นต้น นอกจากนี้ ปลาน้ำจืดยังเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญต่อประชากรในประเทศไทยอีกด้วย เนื่องจากปลาน้ำจืดเป็นแหล่งโปรตีนที่มีคุณภาพ สามารถหาได้ง่าย ราคาถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับราคากับสัตว์น้ำเค็มหรือสัตว์บกชนิดอื่น ๆ โดยเฉพาะประชากรในชุมชนที่ได้พึ่งพาแหล่งอาหารโปรตีนราคาถูกจากปลาในธรรมชาติมาช้านาน (ชูไพบดี โต๊ะโมะ และคณะ, 2566: เว็บไซต์)

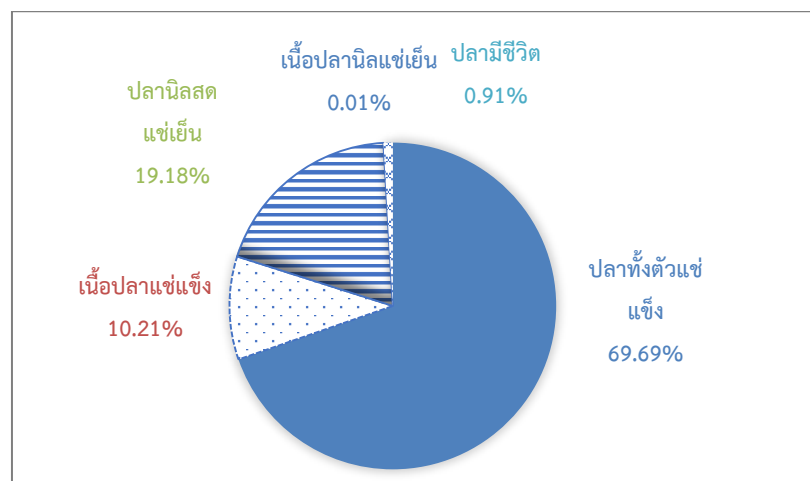
นอกจากนี้ ปลายังเป็นที่ยอดนิยมอย่างแพร่หลายทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ การประมงและการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี ในขณะที่อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนของประชากรไม่สอดคล้องกับปริมาณการเพิ่มขึ้นของอาหาร กล่าวคือการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงขึ้น ในขณะที่ปริมาณอาหารที่อยู่ในธรรมชาติเริ่มลดลง ดังนั้น การประมงและอาชีพการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ จึงเป็นอาชีพที่ตอบสนองความต้องการของปริมาณอาหารได้ใน

ระยะเวลาอันสั้น เนื่องจากการเลี้ยงปลาใช้ระยะเวลาสั้น หากเทียบกับแหล่งอาหารโปรตีนที่ได้จากการเกษตรอื่น ๆ ดังนั้น การจะเพิ่มแหล่งอาหารให้เพียงพอกับความต้องการสำหรับการบริโภคของประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นได้อย่างเหมาะสมนั้น จึงมาจากการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ เมื่อมองในด้านเศรษฐกิจ การประมงน้ำจืดนั้น อาจคิดเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์ต่อมวลรวมภายในประเทศไม่มากนักเมื่อเทียบกับการประมงน้ำเค็ม อย่างไรก็ตามการประมงน้ำจืด กลับมีความผูกพันกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นแหล่งต้นน้ำของ แม่น้ำชี แม่น้ำพอง แม่น้ำสงคราม ห้วยหลวง ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ในกลุ่มจังหวัดที่ประชากรมากกว่า 12 ล้านคน จึงนับได้ว่า การประมงน้ำจืดเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ (กรมประมง, 2566ก: เว็บไซต์)

ด้านการส่งออก พบว่า ปลานิลและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย ในช่วง 3 เดือนแรก ปี 2564 ปริมาณ 1,254.52 ตัน คิดเป็นมูลค่า 42.29 ล้านบาท รูปแบบผลิตภัณฑ์ปลานิลที่ส่งออก คือ ปลานิล ทั้งตัวแช่แข็ง ปลาสดแช่เย็น เนื้อปลาแช่แข็ง เป็นต้น โดยมีตลาดส่งออกหลักของไทย คือ สหรัฐอเมริกา กลุ่มอาเซียน กลุ่มตะวันออกกลาง และกลุ่มสหภาพยุโรป เป็นต้น และตลอดทั้งปีคาดว่า การส่งออกปลานิลน่าจะปรับตัวลดลงตามภาวะเศรษฐกิจของโลก อย่างไรก็ตาม ในส่วนด้านของ โอกาสและจุดได้เปรียบด้านการตลาด คือ ตลาดการบริโภคปลาภายในประเทศมีความต้องการสูง ผู้ประกอบการของไทยสามารถแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย และได้คุณภาพมาตรฐานตามความต้องการของประเทศคู่ค้า ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี และเป็นที่ยอมรับว่า เป็นแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพของโลก มีตลาดผู้บริโภคภายนอกประเทศกว้างขวาง ตลาดการค้ามีหลายระดับ ภาครัฐและภาคเอกชนมีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด รวมถึงการทำประมง หรือการทำ ธุรกิจฟาร์มปลาอยู่คู่กับคนไทยมานาน ดังนั้น จุดเด่นของคนไทย คือ สามารถเลี้ยงปลาได้ตรงตามความต้องการของตลาด แก้ปัญหาความเป็นกรด - ด่าง ของน้ำโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการ ได้เปรียบทางด้านการบริหารจัดการที่นำองค์ความรู้ และความเชี่ยวชาญจากการทำประมงมาต่อยอด และสืบทอดให้ลูกหลานต่อไป นอกจากนี้ ผลผลิตสัตว์น้ำทะเลลดลง เป็นโอกาสเพิ่มผลผลิตจากการเลี้ยงสัตว์น้ำจืด และสามารถนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาผลิตอาหารปลาเพื่อลดต้นทุนได้ (กรมประมง, 2566ก: เว็บไซต์)

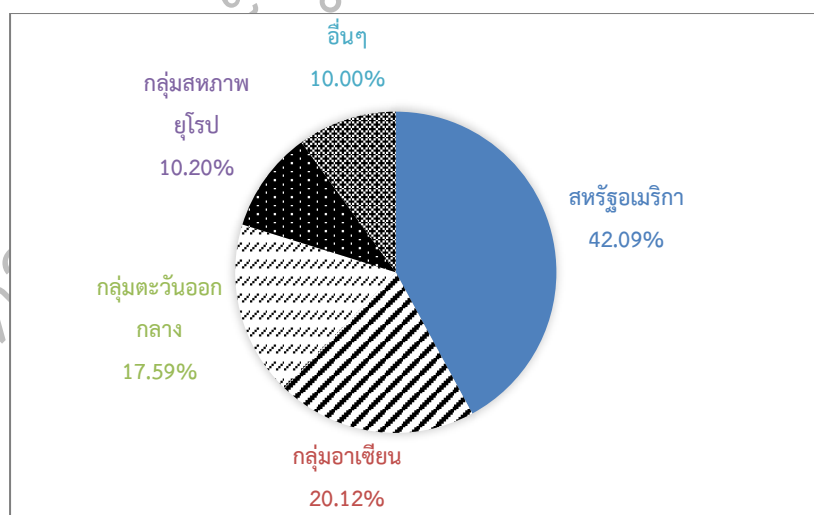
จากความคุ้มค่าทางการลงทุนและโอกาสการเติบโตทางธุรกิจ ทำให้ในปัจจุบันมีคู่แข่งทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้นทั้งรายใหญ่และรายย่อย ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น และความหลากหลายนั้น มีแนวโน้มที่จะขยายจนทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ฟาร์มหลาย ๆ แห่ง ต่างระดมกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดมาจากคู่แข่งให้ได้ และเพื่อที่จะสามารถรับรู้ความต้องการของผู้บริโภค สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ ยังมีการศึกษาในด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งจะเห็นได้ว่าจุดประสงค์ของการนำกลยุทธ์ทาง

การตลาดต่าง ๆ มาปรับใช้ เพื่อให้ผู้บริโภค และกลุ่มตลาดเป้าหมายเกิดความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเสนอผลประโยชน์ให้กับผู้บริโภคเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการมากขึ้นในช่วงเวลานั้น และเพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ



ภาพที่ 1.1 การส่งออกปลานิลและผลิตภัณฑ์ของไทย ปี 2564 (มกราคม-มีนาคม)

ที่มา: กลุ่มวิเคราะห์การค้าสินค้าประมงระหว่างประเทศ, กองนโยบายและแผนพัฒนาการประมง กรมประมง (2564)



ภาพที่ 1.2 การส่งออกปลานิลและผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดที่สำคัญ ปี 2564 (มกราคม-มีนาคม)

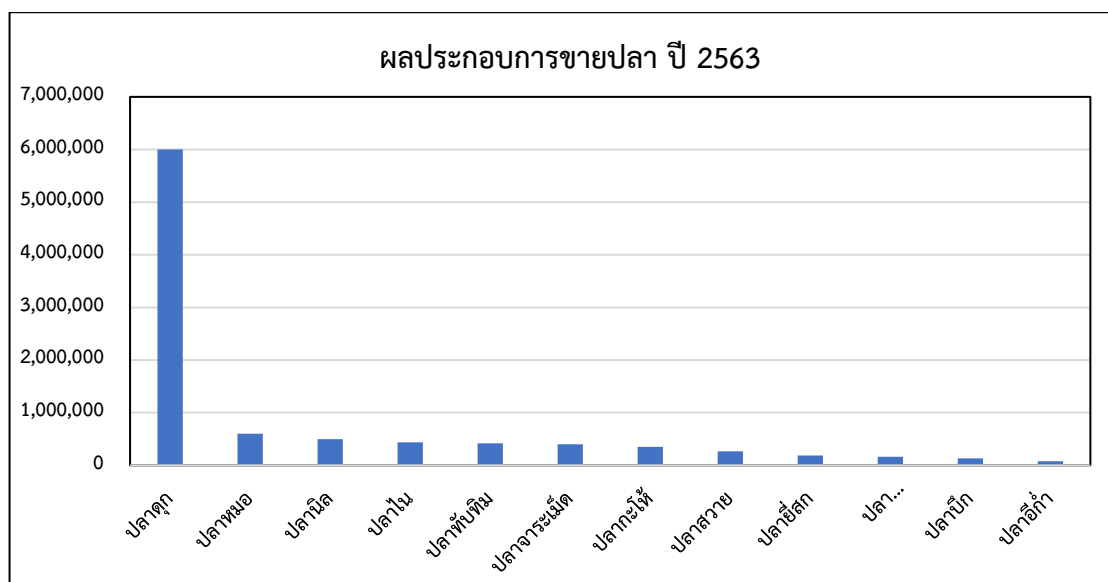
ที่มา: กลุ่มวิเคราะห์การค้าสินค้าประมงระหว่างประเทศ, กองนโยบาย และแผนพัฒนาการประมง กรมประมง (2564)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีเนื้อที่กว้างขวางเมื่อเทียบกับพื้นที่เลี้ยงปลามากที่สุดของประเทศไทย ประมาณ 105.53 ล้านไร่ และประชากรประมาณ 21.95 ล้านคน หรือร้อยละ 33.3 ของประเทศ มีแม่น้ำหลายสายไหลผ่าน โดยเฉพาะ แม่น้ำโขง แม่น้ำสายที่ยาวที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้พื้นที่บริเวณนี้มีความอุดมสมบูรณ์ของปลา และสัตว์น้ำชนิดต่าง ๆ เป็นแหล่งอาหารและรายได้ที่สำคัญของประชาชน การเก็บข้อมูล พบว่า ปริมาณผลผลิตสัตว์น้ำที่เข้าสู่ตลาด สามารถเป็นตัวบ่งชี้ สถานภาพ และแนวโน้มทางการประมงบริเวณนี้ได้ และด้วยลักษณะที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีห้วย อ่างเก็บน้ำ และเขื่อนจำนวนมาก ทำให้แหล่งที่เป็นอ่างกักเก็บน้ำธรรมชาตินั้นมีปลามากมาย หลายชนิด โดยส่วนหนึ่งมีการจัดจำหน่ายปลาน้ำจืดสดโดยตรง อีกส่วนหนึ่งได้นำมาจัดทำผลิตภัณฑ์แปรรูปจากปลาจำนวนมาก ตามพื้นที่บริเวณใกล้แหล่งน้ำสำคัญ เช่น เขื่อนอุบลรัตน์ เขื่อนลำปาว ปากแม่น้ำสงคราม เป็นต้น (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566: เว็บไซต์)

จังหวัดอำนาจเจริญ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่มีสภาพและภูมิประเทศที่เหมาะสมแก่การเลี้ยงปลาน้ำจืด เอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตร ปลูกข้าวและเลี้ยงปลา มีแม่น้ำลำคลอง สะดวก และมีทำเลดี การคมนาคมสะดวก มีผู้คนสัญจรจำนวนมาก และติดแม่น้ำโขง (สำนักงานแรงงานจังหวัดอำนาจเจริญ, 2566: เว็บไซต์) อย่างไรก็ตามในการเลี้ยงปลาเพื่อการบริโภค และเชิงพาณิชย์จะต้องคำนึงถึงการจัดการคุณภาพน้ำ อันได้แก่ อุณหภูมิ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก ต่อปลา หากอุณหภูมิมีการเปลี่ยนแปลงกะทันหันจะทำให้สัตว์น้ำอาจช็อกตายได้ หรืออุณหภูมิที่สูงมากเกินไปจะทำให้ปลากระวนกระวายมีอาการลอยตัวขึ้นมาบริเวณผิวน้ำ อ่อนเพลียจนตายได้ และ มีผลต่อการฟักไข่ของปลา นอกจากนี้ ความเป็นกรดด่าง มีความสำคัญมากเช่นกัน เนื่องจากจะมีความเกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของปลา หรือแม้กระทั่ง ความโปร่งใสของน้ำ ความขุ่นของน้ำ สารอาหารต่าง ๆ ในน้ำมีความสำคัญเช่นกัน (วิภา สร้อยแสง, 2558) องค์ประกอบที่สำคัญของธุรกิจ การเลี้ยงปลา ประกอบด้วย ปัญหาการผลิตปลา อันได้แก่ พื้นที่การเพาะเลี้ยงมีจำกัด ต้นทุนการผลิตที่สูงและขาดแคลน มีปัญหาเรื่องของกลิ่นโคลน คุณภาพผลผลิตปลาไม่ได้มาตรฐานตามที่ตลาดกำหนด ปัญหาด้านการจัดการ ส่วนปัญหาทางด้านตลาด ได้แก่ ราคาสัตว์น้ำมีความผันผวน ขาดอำนาจการต่อรองทางการตลาด รวมทั้งปัญหาด้านการบริหารจัดการ คือ การขาดความรู้ทางวิชาการที่จะใช้ในการบริหารจัดการฟาร์มเพาะเลี้ยง การจัดการระบบแบบครบวงจรโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ระบบการรวมกลุ่มสหกรณ์ภายในจังหวัด ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่สำคัญที่จะส่งผลต่อการทำธุรกิจปลา (เริงชัย ต้นสุชาติ และคณะ, 2556)

ธงชัยฟาร์ม เป็นแหล่งจำหน่ายลูกพันธุ์ปลาขนาดใหญ่ของจังหวัดอำนาจเจริญ รวมถึงการให้คำแนะนำในการเลี้ยงปลาต่าง ๆ อาทิ ปลานิล ปลาจาระเม็ด ปลาสร้อย ปลาหมอ ปลาอีสง และปลาอื่น ๆ ซึ่งผลประกอบการในปี 2563 ธงชัยฟาร์มมีผลประกอบการขายปลาทั้งสิ้น 9,549,000 ตัว เป็นปลาดุกมากที่สุด จำนวน 6,000,000 ตัว รองลงมาปลาหมอ จำนวน 600,000 ตัว ปลานิล จำนวน

500,000 ตัว ปลาไนทอง จำนวน 440,000 ตัว ปลานิลทับทิม 420,000 ตัว ปลาจระเม็ด จำนวน 400,000 ตัว ปลากระโทง จำนวน 350,000 ตัว ปลาสรวย จำนวน 270,000 ตัว ปลายี่สก 189,000 ตัว ปลานวลจันทร์ 165,000 ตัว ปลาบึก 135,000 ตัว ปลาอีร้า จำนวน 80,000 ตัว ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.3 ผลประกอบการขายปลา ปี 2563

ที่มา: ธงชัยฟาร์ม (2564)

ในปัจจุบันธงชัยฟาร์มมียอดขายเริ่มลดน้อยลง มีฟาร์มปลาที่เป็นคู่แข่งทางตรงเกิดขึ้นในพื้นที่มากมาย ส่วนแบ่งทางการตลาดลดลงอย่างเห็นได้ชัด ด้วยสาเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษา: ธงชัยฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ ว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อพันธุ์ปลาอย่างไร และส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างไร เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล พฤติกรรมการใช้บริการ ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ตำบลไค้คำ อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ตำบลไถ่คำ อำเภอมือง จังหวัดอำนาจเจริญ จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการธงชัยฟาร์ม และการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม

1.2.4 เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ตำบลไถ่คำ อำเภอมือง จังหวัดอำนาจเจริญ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มแตกต่างกัน

1.3.2 พฤติกรรมการใช้บริการธงชัยฟาร์มมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม

1.3.3 ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า: กรณีศึกษาธงชัยฟาร์ม อำเภอมือง จังหวัดอำนาจเจริญ ผู้ศึกษาได้สืบค้นเนื้อหาต่าง ๆ ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และข้อมูลบริบทของธงชัยฟาร์ม

1.4.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้มาใช้บริการของธงชัยฟาร์มในปี 2565 จำนวน 450 คน

1.4.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าผู้มาใช้บริการของธงชัยฟาร์ม จำนวน 220 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ ตามแนวทางของ Taro Yamane (1967)

1.4.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

1.4.4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ จำนวนครั้งในการใช้บริการ

2) พฤติกรรมผู้บริโภค 5W1H ประกอบด้วย ซื้ออะไร (What) ซื้อเมื่อไร (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อทำไม (Why) ใครให้ซื้อ (Who) ซื้ออย่างไร (How)

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านการบริการ (Process)

1.4.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

การตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ประกอบด้วย

- 1) การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น
- 2) การแสวงหา
- 3) การประเมินผลทางเลือก
- 4) การตัดสินใจซื้อ
- 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

1.4.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

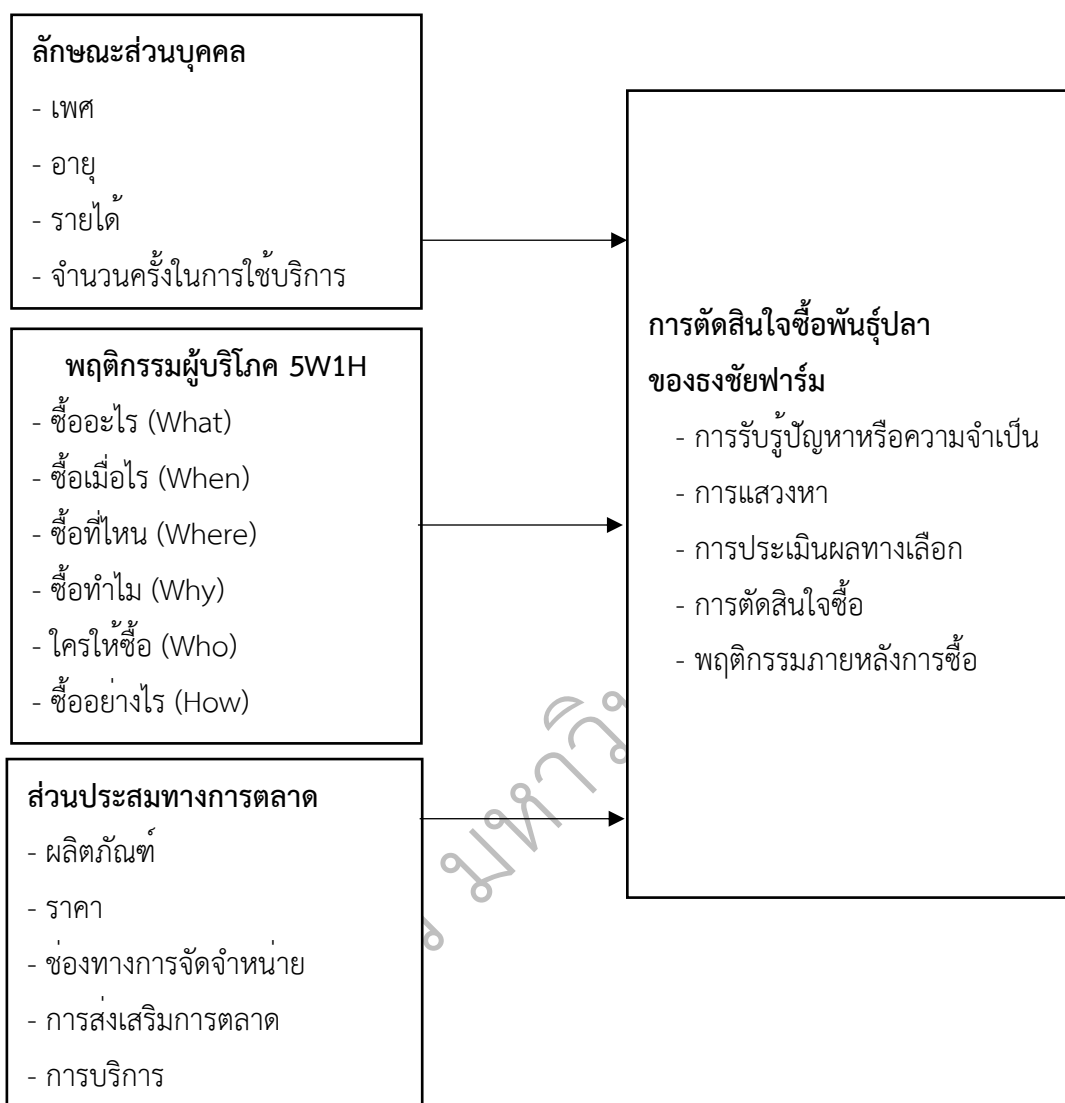
ระยะเวลาที่ทำการวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2564 ถึงเดือน ธันวาคม 2566

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้า เรื่อง พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า: กรณีศึกษาธงชัยฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพที่ 1.4

ตัวแปรต้น (Independent variable)

ตัวแปรตาม (Dependent variable)



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยครั้งนี้ มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับคือ สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการฟาร์มปลาของธงชัยฟาร์มเพื่อใช้ในการวางแผน และพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยครั้งนี้ มีผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะดังนี้

1.7.1 การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เหมาะสมที่สุดจากหลายทางเลือก เพื่อให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และตอบสนองความต้องการของตนเองมากที่สุด ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งจะมี ความสัมพันธ์กับความนึกคิด ความรู้สึก การแสดงออก ในการดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ละคน ซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน ทั้งนี้เพราะแต่ละคนมีทัศนคติ สิ่งจูงใจ ประสบการณ์ การรับรู้หรือสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอกต่างกัน ปัจจัยดังกล่าวจะมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดที่นำไปสู่ กระบวนการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ และการตัดสินใจของผู้ซื้อ

1.7.2 ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะโดยทั่วไปของบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่ปฏิบัติงานกับองค์กร ซึ่งเป็นลักษณะของบุคคลที่มีความแตกต่างกัน และมีพฤติกรรมในการตอบสนองต่อความต้องการ ที่แตกต่างกัน โดยการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ กรณีศึกษา: รัชชัยฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ

1.7.3 พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาปฏิกิริยาในการคิด การเลือก การใช้ การประเมินในสินค้า และบริการ จนสามารถตอบสนองความต้องการได้ ซึ่งธุรกิจจะอยู่รอดได้เพราะผู้บริโภค การที่ข้อมูลของผู้บริโภคมากพอจะสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคได้ มี 6 ประเด็นคือ

1.7.3.1 ใครคือผู้บริโภค

1.7.3.2 ผู้บริโภคซื้ออะไร

1.7.3.3 ผู้บริโภคเลือกอย่างไร

1.7.3.4 ผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์เพราะเหตุใด

1.7.3.5 ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ที่ไหน

1.7.3.6 ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อใด

1.7.4 ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้สำหรับธุรกิจ สินค้าหรือบริการ เพื่อทำให้เกิดการบริหารคุณภาพรวม ที่จะสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึง ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ ประกอบด้วย กลยุทธ์ทางการตลาด 7 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การบริการ บุคลากร การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์เสนอขายสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภค เพื่อให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมายที่เหมาะสมของธุรกิจและตอบสนองความต้องการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้พึงพอใจ

สูงสุด ในงานวิจัยนี้ จะนำมาใช้ 5 ตัว ได้แก่ ผลผลิต ไร่ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และการบริการ เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องกับบริบทของธุรกิจฟาร์ม

1.7.5 ธุรกิจฟาร์ม หมายถึง ธงชัยฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ มีพันธุ์ปลาให้เลือกหลากหลาย อาทิ ปลาดุก ปลานิล ปลาไน ปลาดุกเพี้ยน ปลานิลทับทิม ปลานวลจันทร์ ปลายี่สก ปลาหมอ ปลานิล ปลาสวาย ปลากะโหล่ ปลาจาระเม็ด ปลาอังกาบ เป็นต้น เป็นกิจการคนเดียว จดทะเบียนพาณิชย์ซื้อร้านธงชัยฟาร์ม และเสียภาษีแบบภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีผู้จัดการ 1 คน และพนักงาน 5 คน