

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า: กรณีศึกษา ธงชัยฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 220 คน ผู้ศึกษาได้สรุป อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 การอภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

5.1.1.1 ลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในงานศึกษานี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 40-50 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทขึ้นไป เข้าใช้บริการ 3 ครั้งขึ้นไป

5.1.1.2 พฤติกรรมผู้บริโภค 5W1H

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อปลาตก (ร้อยละ 29.90) ซึ่งมีความถี่ในการซื้อพันธุ์ปลา 2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 43.60) ช่วงเวลาที่ใช้บริการ คือเดือน พฤษภาคม-สิงหาคม (ร้อยละ 62.30) ในการซื้อลูกพันธุ์ปลาแต่ละครั้งจะซื้อมากกว่า 500 ตัว (ร้อยละ 55.90) และในแต่ละครั้งจะซื้อมากกว่า 500 บาท (ร้อยละ 57.30) ซื้อจากฟาร์มฟาร์มโดยตรง (ร้อยละ 67.70) เพื่อไปเลี้ยง (ร้อยละ 67.70) ในการซื้อแต่ละครั้งโดยได้รับคำแนะนำซื้อจากคนในครอบครัว (ร้อยละ 45.90) เลือกซื้อพันธุ์ปลาจากธงชัยฟาร์มปลา เนื่องจากมีความเชื่อว่า เป็นลูกปลาที่มีคุณภาพ มีความแข็งแรง โตไว ทนทานต่อโรค (เป็นร้อยละ 41.40) การชำระเงินส่วนใหญ่ชำระเป็นเงินสด (ร้อยละ 85.50) และสำหรับความรู้ในการเลี้ยงปลาลูกค้าส่วนใหญ่จะเรียนรู้ด้วยตนเอง (ร้อยละ 55.90)

5.1.1.3 ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีระดับความคิดเห็นเป็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ยกเว้น ด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

ได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.84$) รองลงมาคือ ด้านการบริการ ($\bar{X} = 4.82$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.73$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.73$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ สามารถจำแนกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับธงชัยฟาร์ม มีชนิดพันธุ์ปลาให้เลือกหลากหลายชนิด พันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มปลา มีคุณภาพ มีความแข็งแรง โตไว ทนทานต่อโรค และธงชัยฟาร์ม มีการแบ่งหมวดหมู่ของปลาช่วยให้หาปลาได้ง่าย
- 2) ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับธงชัยฟาร์ม มีการควบคุมราคาให้เกิดความเป็นธรรม ราคาพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มปลา เมื่อเปรียบเทียบกับด้านคุณภาพนั้นว่ามีความคุ้มค่า มีราคาให้เลือกหลากหลายตามขนาดของปลา และราคาพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม มีราคาใกล้เคียงกับราคากลางในท้องตลาด
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับมีที่จอดรถกว้างขวาง มีป้ายแสดงชื่อฟาร์มให้เห็นอย่างชัดเจน เวลาเปิด-ปิดฟาร์มปลาสะดวกต่อการมาใช้บริการ สถานที่จัดจำหน่ายพันธุ์ปลามีความสะดวก ใกล้บ้าน และมีการจำหน่ายทั้งหน้าฟาร์มและออนไลน์
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการแถมเมื่อซื้อในปริมาณที่มาก มีการลดราคาให้เมื่อซื้อในปริมาณที่กำหนด และมีบริการจัดส่งพันธุ์ปลาถึงบ้าน
- 5) ด้านการบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ธงชัยฟาร์ม มีบริการอัดก๊าซออกซิเจนให้ลูกค้าอย่างมีมาตรฐาน ธงชัยฟาร์ม มีสถานที่นั่งพักให้ลูกค้าระหว่างรอรับบริการ ให้บริการ และธงชัยฟาร์ม มีบริการน้ำดื่มเย็น ๆ ไว้ให้ลูกค้า

5.1.1.4 การตัดสินใจใช้บริการ

ด้านการตัดสินใจซื้อโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ยกเว้นด้านการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X} = 4.93$) การประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 4.82$, $SD = 0.39$) การตัดสินใจซื้อ ($\bar{X} = 4.73$) การแสวงหาข้อมูล ($\bar{X} = 4.54$) และการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น ($\bar{X} = 4.44$) ตามลำดับ สามารถจำแนกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

- 1) ด้านการรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับหากท่านต้องการจะเลี้ยงปลาเศรษฐกิจ ท่านจะนึกถึงแหล่งจำหน่ายปลาที่เป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงปลาเสมอ หากท่านต้องการจะรับประทานปลาสด ๆ ท่านจะนึกถึงแหล่งจำหน่ายที่เป็นฟาร์มเพาะเลี้ยงปลา และหากท่านต้องการศึกษาเกี่ยวพันธุ์ปลาทั้งหลาย ท่านจะนึกถึงแหล่งเพาะเลี้ยงฟาร์มปลาก่อน

2) ด้านการแสวงหาข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับก่อนซื้อพันธุ์ปลา ท่านสอบถามผู้ที่มีประสบการณ์ในการเลี้ยงมาก่อน ก่อนที่จะซื้อพันธุ์ปลา ท่านได้สอบถามจากญาติ พี่น้อง เพื่อน หรือบุคคลรอบข้าง และก่อนซื้อพันธุ์ปลา ท่านมีการสำรวจ และสอบถามจากพนักงานขายของธงชัยฟาร์มทางโทรศัพท์

3) ด้านการประเมินทางเลือก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับท่านพิจารณาจากระยะทางของการเดินทางมาที่แหล่งจำหน่ายนั้น ๆ ท่านเลือกซื้อพันธุ์ปลาโดยพิจารณาราคาเปรียบเทียบกับฟาร์มปลาอื่น ๆ และท่านพิจารณาจากสิทธิประโยชน์ที่ฟาร์มแห่งนั้น ๆ จะมอบให้

4) ด้านการตัดสินใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับพนักงานกระตุ้นและโน้มน้าวจนท่านตัดสินใจซื้อ ท่านตั้งใจมาซื้อที่ฟาร์มแห่งนี้โดยเฉพาะ และมีผู้นำพาท่านมาซื้อที่ฟาร์มแห่งนี้โดยเฉพาะ

5) ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับในอนาคตท่านจะกลับมาซื้อพันธุ์ปลาจากธงชัยฟาร์มอีกครั้ง ท่านจะแนะนำให้เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดซื้อพันธุ์ปลาจากธงชัยฟาร์มปลาไปเลี้ยง และหากมีผู้ที่เข้าใจเกี่ยวกับธงชัยฟาร์มปลาผิด ท่านจะอธิบายในสิ่งที่ถูกต้องทันที

5.1.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธงชัยฟาร์ม ยกเว้น จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธงชัยฟาร์มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($P < 0.05$)

5.1.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการด้านความถี่ในการซื้อพันธุ์ปลา และการได้รับคำแนะนำในการเลี้ยงปลา มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการของธงชัยฟาร์ม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.1.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของธงชัยฟาร์มอำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

5.2.1.1 เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยภัทร รามมาก และรวิดา วิริยกิจจา (2565); พรพรรณภัทร มะกรุดทอง และยุรพร ศุภรัตน์ (2564) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า เพศไม่ส่งผล

ต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ในปัจจุบัน บทบาทของเพศชายและหญิง มีความเท่าเทียมกันมากขึ้น จึงทำให้ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงมีสิทธิในการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลาเพื่อไปเลี้ยงหรือไปจำหน่ายตามวัตถุประสงค์ของตัวเอง ทำให้เพศที่ต่างกันมีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม เหมือนกัน

5.2.1.2 อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยภัทร รามมาก และรวิดา วิริยกิจจา (2565) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่าอายุไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ลูกค้าแต่ละช่วงอายุต่างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้าแต่ละช่วงอายุมีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพรรณภัทร มะกรุดทอง และยุพร ศุทธธรัตน์ (2564) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ราคาของพันธุ์ปลาไม่แพง ราคามาตรฐานตามท้องตลาด สามารถซื้อตามจำนวนเงินลูกค้าได้ ทำให้ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้น้อยหรือรายได้มากก็สามารถเข้าถึงการใช้บริการของธัชชัยฟาร์มได้เหมือนกัน

5.2.1.4 จำนวนครั้งที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยรรดา จันทรเกษม (2562); วิเชียร โสมวิภาต และมหาวิทยาลัยภาคกลาง (2563) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่าจำนวนครั้งที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อพันธุ์ปลาและการตัดสินใจที่จะใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม แตกต่างกัน ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2.2 พฤติกรรมผู้บริโภค 5W1H

5.2.2.1 ลูกค้าที่เลือกซื้อปลาแตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ บุญมี และวีรศักดิ์ ประเสริฐชูวงศ์ (2566) ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากปลาทุกมีความต้องการมากที่สุดสำหรับลูกค้า เพราะเป็นปลาที่เลี้ยงง่าย โตเร็ว ทนต่อสภาพแวดล้อม สามารถเลี้ยงในบ่อดิน บ่อซีเมนต์ กระชังได้

5.2.2.2 ลูกค้าที่เลือกซื้อปลานิลต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธัชชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร โสมวิภาต และมหาวิทยาลัยภาคกลาง

(2563) โดยภาพรวมของผลการศึกษา ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อลูกปลานิลไม่เหมือนกัน ต่างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้าที่มีการซื้อปลานิลมีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.3 ลูกค้าที่เลือกซื้อปลาไนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร โสมวิภาต และมหาวิทยาลัยภาคกลาง (2563) ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อลูกปลาไนไม่เหมือนกัน ต่างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้าที่มีการซื้อปลาไนมีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.4 ลูกค้าที่เลือกซื้อปลาเพียนต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร โสมวิภาต และมหาวิทยาลัยภาคกลาง (2563) ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อลูกปลาตะเพียนไม่เหมือนกัน ต่างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้าที่มีการซื้อปลาตะเพียนมีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.5 ลูกค้าที่เลือกซื้อปลาหมอต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ บุญมี และวีรศักดิ์ ประเสริฐชูวงศ์ (2566) ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากปลาหมอยังไม่เป็นที่ต้องการของลูกค้า เพราะว่าเป็นปลากินเนื้อ เลี้ยงร่วมกับปลาอื่น ๆ ยาก ส่วนมากลูกค้าชอบเลี้ยงปลาไว้บ่อเดียวกัน จะสอบถามก่อนเสมอว่าเลี้ยงกับปลาอะไรได้บ้าง

5.2.2.6 ลูกค้าที่เลือกซื้อปลาบึกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ บุญมี และวีรศักดิ์ ประเสริฐชูวงศ์ (2566) ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากปลาบึกเป็นปลาที่มีราคาสูง จึงยังไม่ใช่ที่ต้องการของลูกค้า ในการนำไปเลี้ยง

5.2.2.7 ลูกค้าที่เลือกซื้อปลาอื่น ๆ ต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร โสมวิภาต และมหาวิทยาลัยภาคกลาง (2563) ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากลูกค้ามีการตัดสินใจซื้อลูกปลาอื่น ๆ ไม่เหมือนกัน ต่างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้าที่มีการซื้อปลาอื่น ๆ มีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.8 ความถี่ในการซื้อที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อพันธุ์ปลาและการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มของลูกค้าแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยธาดา จันทร์เกษม (2562); วิเชียร โสมวิภาต และมหาวิทยาลัยภาคกลาง (2563) ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2.2.9 ช่วงเวลาในการซื้อต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณภัทร มะกรูดทอง และยุพร ศุภรัตน์ (2564) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ลูกคามีช่วงเวลาในการซื้อพันธุ์ไม่เหมือนกัน ต่างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้าแต่ละช่วงเวลาในการซื้อพันธุ์มีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.10 ค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งในการซื้อพันธุ์ปลาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณภัทร มะกรูดทอง และยุพร ศุภรัตน์ (2564) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ลูกคามีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้ามีค่าใช้จ่ายในการซื้อพันธุ์ปลาแต่ละช่วงมีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.11 ปริมาณการซื้อพันธุ์ปลาในแต่ละครั้งต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริญรดา จันทร์เกษม (2562) ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้เนื่องจากลูกคามีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้ามีปริมาณการซื้อพันธุ์ปลาแต่ละช่วงมีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.12 แหล่งการซื้อพันธุ์ปลาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรรณภัทร มะกรูดทอง และยุพร ศุภรัตน์ (2564) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากลูกคามีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้าที่เคยซื้อพันธุ์ปลาจากแหล่งอื่นมีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.13 วัตถุประสงค์ในการซื้อพันธุ์ปลาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร โสมวิภาต และมหาวิทยาลัยภาคกลาง (2563) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ลูกค้ามีความต้องการในการซื้อพันธุ์ปลาไม่เหมือนกัน ต่างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้าแต่ละวัตถุประสงค์มีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.14 ผู้แนะนำในการซื้อพันธุ์ปลาต่างกันมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อีราวัฒน์ ชมระกา และคณะ (2565) อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ลูกค้ามีผู้แนะนำในการซื้อพันธุ์ไม่เหมือนกัน ต่างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาเช่นเดียวกัน ทำให้ลูกค้าแต่ละผู้แนะนำมีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มเหมือนกัน

5.2.2.21 พฤติกรรมการใช้บริการธงชัยฟาร์มกับการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของ ธงชัยฟาร์มอำนาจเจริญ พบว่า ความถี่ในการซื้อพันธุ์ปลา และได้รับคำแนะนำในการเลี้ยงปลาจาก แหล่งใดมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยรรดา จันทร์เกษม (2562); วิเชียร โสมวิภาต และมหาวิทยาลัยภาคกลาง (2563); ญัฐพงษ์ วิจิตรพิทักษกุล (2561) ในส่วนอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยภัทร รามมาก และรวิดา วิริยกิจจา (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกกุ้งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมศาสตร์ ด้านประเภทของลูกกุ้ง ช่วงเวลาในการซื้อลูกกุ้ง และบุคคลที่มีผลในการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกกุ้งของผู้ประกอบการเลี้ยงกุ้งในจังหวัดสงขลา เนื่องจากลูกกุ้งส่วนใหญ่จะมีประสบการณ์เลี้ยงปลากันมากและมีความคุ้นเคยกับผู้ที่ประสบความสำเร็จในการเลี้ยงปลา ซึ่งสามารถเข้าไปขอคำแนะนำได้

5.2.3 ส่วนประสมทางการตลาด

5.2.3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยภัทร รามมาก และรวิดา วิริยกิจจา (2565) วิเชียร โสมวิภาต (2563); อีราวัฒน์ ชมระกา และคณะ (2565) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่าลูกกุ้งที่มีสภาพแข็งแรงสมบูรณ์ รสชาติของเครื่องต้มแบรินด์ร้านกาแฟ All Café มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พิเศษในช่วงเทศกาล ความสะอาด ปลอดภัย ความสวยงามรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับรสชาติ และด้านความมีชื่อเสียงของลองกองและเป็นผลไม้ประจำจังหวัด ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก มีชนิดพันธุ์ปลาให้เลือกหลากหลายชนิด มีคุณภาพ มีความแข็งแรง โตไว ทนทานต่อโรค ทำให้ลูกค้ามีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มแตกต่างกัน

5.2.3.2 ด้านราคาที่แตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มแตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภณัฐ สุรสกุลวัฒน์ (2562); ศิริกานดา แหยมคง และคณะ (2564); รสสุคนธ์ มียูสามเสน และคณะ (2565) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า ราคาเหมาะสมเหตุผล ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านราคาแสดงให้เห็นว่าหากกลางสาตจะมีราคาที่สูงแต่เมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้าหรือรสชาติที่ได้รับถือว่าคุ้มค่า และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ราคาให้เลือกละเอียดตามขนาดของพันธุ์ปลา และมีราคา ใกล้เคียงกับราคากลางในท้องตลาด มีความคุ้มค่า ทำให้ลูกค้ามีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์มแตกต่างกัน

5.2.3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันส่งผลการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธงชัยฟาร์ม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มานีสา คำวิไล และฉันทนา ปาปัตถา

(2564); อริยรรดา จันทรเกษม (2562); อีราวัฒน์ ชมระกา และคณะ (2565) โดยภาพรวมของ ผลการศึกษา พบว่า มีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย สถานที่จำหน่ายสินค้าสะดวกต่อการซื้อขาย สะอาด บรรยากาศที่ถ่ายเทสะดวก และมีที่จอดรถเพียงพอ ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก การจำหน่ายมีทั้งหน้าฟาร์มและออนไลน์ เวลาเปิด-ปิดฟาร์มปลาสะดวกต่อการมาใช้บริการ มีที่จอดรถกว้างขวาง มีป้ายแสดงชื่อฟาร์มให้เห็นอย่างชัดเจน และสถานที่จัดจำหน่าย พันธุ์ปลามีความสะอาด ใกล้เคียงบ้าน ทำให้ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธชัยฟาร์ม

5.2.3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธชัยฟาร์ม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยภัทร รามมาก และรวิดา วิริยกิจจา (2565); รสสุคนธ์ มียู่สามเสน และคณะ (2565); อริยรรดา จันทรเกษม (2562) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า มีการจัดสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงกุ้งและการเพิ่มผลผลิต การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า การให้ส่วนลดหรือสิ่งพิเศษ นอกเหนือจากสินค้า การแถมเมื่อซื้อในปริมาณที่เยอะ ความชำนาญของผู้ขายในการตัดแต่งสินค้า และการส่งเสริมทางการตลาดในช่วงเทศกาล อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก ลูกค้าแต่ละคนมีความต้องการและความสนใจที่แตกต่างกัน ทำให้ลูกค้ามีความต้องการใช้บริการพันธุ์ปลาของธชัยฟาร์มแตกต่างกัน

5.2.3.5 ด้านการบริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธชัยฟาร์ม แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ หทัยภัทร รามมาก และรวิดา วิริยกิจจา (2565); ณัฐพงษ์ วิจิตรพิทักษกุล (2561); วิเชียร โสมวิภาต และมหาวิทยาลัยภาคกลาง (2563) โดยภาพรวมของผลการศึกษา พบว่า ให้ความสำคัญกับการส่งมอบลูกกุ้งตรงกับจำนวนที่ทำการสั่งซื้อ มีมาตรฐานการให้บริการที่ดีและมีความสม่ำเสมอ การให้บริการที่รวดเร็ว มีการจัดลำดับคิวของลูกค้าที่ถูกต้อง มีความพร้อมในการให้บริการและแก้ไขปัญหาได้ทันทีเมื่อเกิดความผิดพลาด และความรวดเร็ว ถูกต้องในการชำระเงินมีมาตรฐาน ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก การบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากทางฟาร์ม มีบริการน้ำดื่มเย็น ๆ ไว้ให้ลูกค้า มีสถานที่นั่งพักให้ลูกค้าระหว่างรอรับการให้บริการ มีบริการอัดก๊าซออกซิเจนให้ลูกค้าอย่างมีมาตรฐาน ทำให้ปัจจัยด้านการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการพันธุ์ปลาของธชัยฟาร์ม

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า: กรณีศึกษา ธชัยฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปเป็น

แนวทางในการพัฒนาของธงชัยฟาร์ม อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ รวมทั้งผู้ประกอบการฟาร์มปลาอื่น ๆ ที่สนใจจะนำไปพัฒนาต่อยอดต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

5.3.1.1 ด้านการบริการ ธงชัยฟาร์มควรให้ความสำคัญกับระบบการจัดจำหน่ายพันธุ์ปลา และการให้บริการ ที่มีขั้นตอนในการซื้อขายที่ไม่ยุ่งยาก มีความถูกต้อง รวดเร็ว อีกทั้งพนักงานจะต้องมีความกระตือรือร้น และเอาใจใส่ลูกค้า ให้เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้มาซื้อพันธุ์ปลา

5.3.1.2 ด้านผลิตภัณฑ์ ธงชัยฟาร์มควรให้ความสำคัญกับความหลากหลายของพันธุ์ปลา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาซื้อพันธุ์ปลาเนื่องจากบางคนอยากได้พันธุ์ปลาที่แตกต่างกัน ยิ่งถ้าธงชัยฟาร์มมีพันธุ์ปลาให้เลือกหลากหลายตามความต้องการของลูกค้าแล้ว จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการที่นี่ มาซื้อพันธุ์ปลาที่เดียวได้ครบตามความต้องการ และถ้ามีพันธุ์ใหม่ ๆ เข้ามาตลอดจะช่วยกระตุ้นลูกค้าให้เกิดการรับรู้ และตัดสินใจซื้อ รวมถึงการบอกต่อ ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนั้นธงชัยฟาร์มปลาควรมีลูกปลาอุกให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า เพราะเป็นปลาที่ขายดีที่สุด เลี้ยงง่าย โตเร็ว ทนต่อสภาพแวดล้อม เลี้ยงในบ่อดิน บ่อซีเมนต์ และกระชังได้ ซึ่งจะส่งผลให้ธงชัยฟาร์มมีรายได้มากยิ่งขึ้น

5.3.1.3 ด้านด้านราคา ธงชัยฟาร์มควรให้ความสำคัญกับราคาพันธุ์ปลา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาซื้อพันธุ์ปลา เพราะถ้าราคาถูก และมีคุณภาพ จะกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อพันธุ์ปลาได้ง่ายขึ้น และจะเกิดการบอกต่อของลูกค้าในเรื่องราคา

5.3.1.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ธงชัยฟาร์มควรให้ความสำคัญช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกเข้าถึงง่าย มีป้ายชื่อฟาร์มที่ชัดเจน เวลาเปิด-ปิดสะดวกต่อการมาใช้บริการ และมีที่จอดรถกว้างขวางรองรับลูกค้า เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการถ้ามาใช้บริการแล้วอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าจะเกิดความประทับใจอย่างมาก

5.3.1.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด ธงชัยฟาร์มควรมีการแถมเมื่อซื้อในปริมาณที่มาก และมีบริการจัดส่งพันธุ์ปลาถึงบ้าน ซึ่งสามารถทำการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เข้าถึงง่าย เช่น Facebook Line เป็นต้น

5.3.1.6 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค 5W1H ธงชัยฟาร์มควรให้ความสำคัญกับการศึกษา แลกเปลี่ยนความรู้กับผู้เลี้ยงท่านอื่นที่มีความชำนาญ เพื่อเป็นการพัฒนาการเลี้ยงปลาให้มีประสิทธิภาพได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นการสร้างเครือข่าย และเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี อันจะไปการส่งเสริมให้ผู้บริโภคมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 จากการศึกษาพบว่า ยังมีด้านบุคลากร และด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ที่ยังไม่ศึกษา ควรนำมาใช้เพื่อศึกษาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

5.3.2.2 ในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพร่วมด้วย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ ตลอดจนพนักงานภายในฟาร์ม รวมทั้งลูกค้าที่มาใช้บริการทั้งออนไลน์ และออฟไลน์เพื่อใช้ประกอบในการวิเคราะห์เชิงลึกต่อไป

5.3.2.3 ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบจากฟาร์มปลาอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการศึกษาอันจะนำไปสู่การพัฒนาฟาร์มปลาให้มีคุณภาพการให้บริการที่ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี