

การศึกษาความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

A Study of Crayfish's Consumer Demand in Mueang District, Ubon Ratchathani Province

วีระศักดิ์ สิงห์คำ^{*1} และธรรมวิมล สุขเสริม^{**2}

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

E-mail: Veerasak.note@gmail.com

Received: September 8, 2017; Revised: October 11, 2017; Accepted: October 20, 2017

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคทั่วไปในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวนทั้งหมด 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน ส่วนความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านระดับการศึกษาสูงสุดไม่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภคของผู้บริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .01 ตามลำดับส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภคของผู้บริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

คำสำคัญ: ความต้องการบริโภค ส่วนประสมทางการตลาด กุ้งก้ามแดง

Abstract

This study aimed to investigate the consuming demands of crayfish in Mueang district, Ubon Ratchathani province. The samples were 400 consumers in the area of Mueang district, Ubon Ratchathani province. The research instrument was a questionnaire. Data was statistically analyzed by using t-test, F-test, correlation analysis, and multiple regression analysis.

The research findings were as follows: 1) different personal factors, such as age, gender, occupation, monthly income, were significantly affected the consuming demand of crayfish in Mueang district, Ubon Ratchathani province. On the other hand, the differences in education did not contribute to the consuming demand of crayfish at the statistical level .05, 2) the marketing mix factors were significantly correlated on the consuming demand of crayfish in Mueang district, Ubon Ratchathani province at the statistical level .01, 3) price, promotion were significantly affected the demand of crayfish in Mueang district, Ubon Ratchathani province at the statistical level .01, and .01 respectively. On the other hand, product and place did not contribute to the consuming demand of crayfish at the statistical level .05.

Keywords: Consuming Demand, Marketing Mix, Crayfish

บทนำ

ในปัจจุบันการเลี้ยงกุ้งในไทยมีหลายชนิด และหลากหลายสายพันธุ์ อาทิ กุ้งกุลาดำ กุ้งก้ามกราม กุ้งขาว กุ้งมังกร เป็นต้น ซึ่งประเภทในการเลี้ยงมีทั้งเลี้ยงแบบสวยงาม เลี้ยงเพื่อบริโภค รวมถึงการเลี้ยงเพื่อส่งออกและการทำอุตสาหกรรมกุ้ง อุตสาหกรรมกุ้งไทยได้เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้อย่างมั่นคง ประกอบกับความได้เปรียบทางภูมิประเทศและภูมิอากาศ ทำให้ไทยมีศักยภาพในการผลิต และการแปรรูปเพื่อส่งออกสินค้ากุ้ง

ด้วยเหตุนี้ จึงมีการทดลองเลี้ยงกุ้งในไทยหลายสายพันธุ์ หนึ่งในนั้นคือ สายพันธุ์ลือปเตอร์น้ำจืด หรือกุ้งก้ามแดง ซึ่งได้มีการนำมาทดลองเลี้ยงในประเทศไทย โดยพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 ซึ่งทรงทดลองเลี้ยงเพื่อเป็นอาหาร เพราะเป็นกุ้งที่มีการเจริญเติบโตค่อนข้างเร็วและมีขนาดใหญ่ ลักษณะเด่นคือ มีขนาดใหญ่และสีของกุ้งมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งกำลังได้รับความสนใจในฐานะสัตว์เศรษฐกิจตัวใหม่ที่น่าลงทุนอย่างมาก เพราะเลี้ยงง่ายตลาดต้องการและราคาสูง ถือเป็นสัตว์เศรษฐกิจตัวใหม่ที่กำลังมาแรง มีกลุ่มผู้เลี้ยงสนใจเลี้ยงเพื่อเป็นอาชีพเสริม และอาชีพหลักเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน (สมาพันธ์ผู้เพาะเลี้ยงกุ้งก้ามแดงแห่งประเทศไทย 2558)

การบริโภคกุ้งก้ามแดงในไทยนั้น ถือว่าได้รับความนิยมค่อนข้างน้อย เนื่องจากกุ้งก้ามแดงมีราคาที่สูงและหาซื้อได้เฉพาะตามโรงแรม หรือตามภัตตาคารเท่านั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีฐานะและรายได้สูง (สมาพันธ์ผู้เพาะเลี้ยงกุ้งก้ามแดงแห่งประเทศไทย 2558) แต่ในปัจจุบันพบว่าปริมาณการเลี้ยงกุ้งก้ามแดงที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักกุ้งก้ามแดง และตลาดของกุ้งชนิดนี้มากนัก หากกล่าวถึงทิศทางการตลาดของกุ้งก้ามแดงในปัจจุบันนี้ ยังถือว่าไร้ทิศทางเพราะทุกวันนี้ยังเป็นกรณีที่ต่างคนต่างเลี้ยง เลี้ยงพ่อแม่พันธุ์ เลี้ยงลูกกุ้งขาย และเลี้ยงกุ้งเนื้อ ปัจจุบันการเลี้ยงขายแบบที่กล่าวมายังคงเป็นไปได้อย่างต่อเนื่องจากผู้เลี้ยงและสถานที่เพาะพันธุ์กุ้งก้ามแดงยังมีไม่มากนัก แต่เมื่อปริมาณการเลี้ยงกุ้งก้ามแดงเพิ่มมากขึ้น อาจเกิดปัญหาเรื่องของตลาดตามมา คือ เลี้ยงแล้วไม่มีตลาดรองรับสิ่งที่ควรเห็นโอกาสนี้คือ การศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อใช้ในการพัฒนาตลาดกุ้งก้ามแดงให้มีศักยภาพและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง สามารถรองรับการเลี้ยงกุ้งก้ามแดงที่กำลังเติบโตในอนาคตได้ การวิจัยการ

ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องตลาดความต้องการผู้บริโภคกุ้งก้ามแดงจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง

การศึกษาความต้องการในการผลิตและการบริโภค เป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ครบถ้วน และทำให้สินค้าหรือบริการนั้นเกิดอรรถประโยชน์และความพึงพอใจสูงสุด สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (ดำรงชัย ชัยสนธิ 2456) ความต้องการของผู้บริโภคนั้นเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในตัวผู้บริโภค และสิ่งกระตุ้นภายนอก

สิ่งกระตุ้นภายในตัวผู้บริโภคที่เกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ของผู้บริโภคที่ต่างกันย่อมส่งผลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงที่แตกต่างกัน การศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงความต้องการเบื้องต้นของผู้บริโภค กุ้งก้ามแดง

สิ่งกระตุ้นภายนอกผู้บริโภคที่มีผลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดง ผู้วิจัยพิจารณาส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงหรือมีผลต่อความต้องการและการตัดสินใจในการซื้อกุ้งก้ามแดง

จังหวัดอุบลราชธานี เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีการเลี้ยงกุ้งก้ามแดงในปริมาณมากระดับต้นๆ ในประเทศ (คณะกรรมการประมงประจำจังหวัดอุบลราชธานี 2559) และปริมาณการเลี้ยงเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ซึ่งมีปริมาณเพียงพอสำหรับกลุ่มผู้ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในจังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งมีจำนวน กุ้งก้ามแดงในตลาดที่มากพอต่อการบริโภค จึงเป็นเหตุจูงใจในการศึกษาการเติบโตของตลาด กุ้งก้ามแดงในจังหวัดอุบลราชธานี อันจะมีปัจจัยใดบ้างที่จะทำให้ผู้บริโภคทั่วไปมีความสนใจที่จะบริโภคกุ้งก้ามแดง โดยพิจารณาจากพฤติกรรมความต้องการซื้อหรือพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคกุ้งก้ามแดงเป็นหลัก เนื่องจากผู้บริโภคกุ้งก้ามแดงถือเป็นบุคคลสำคัญที่สามารถตอบคำถามของงานวิจัยได้ดีที่สุด

นอกจากนั้น ผู้วิจัยจะศึกษาวิเคราะห์ภายใต้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญที่นักการตลาดมักใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความพอใจ หากผู้เลี้ยงหรือผู้ขายกุ้งก้ามแดงสามารถตอบสนอง

ได้ตามความต้องการของผู้บริโภคทั้งกำแดง จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อทั้งกำแดงมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ จึงต้องการศึกษาความต้องการบริโภคทั้งกำแดง โดยศึกษาจากลักษณะส่วนบุคคล และเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด เพื่อศึกษางานวิจัยที่ส่งผลต่อความต้องการบริโภคทั้งกำแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ทราบส่วนแบ่งทางการตลาดของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ที่มีความต้องการบริโภคทั้งกำแดง และใช้ ผลการศึกษาวิจัยที่ได้มาพัฒนาคุณภาพการเลี้ยง และ กลยุทธ์ทางการตลาดให้สนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความต้องการบริโภคทั้งกำแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความต้องการบริโภคทั้งกำแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความต้องการบริโภคทั้งกำแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างของความต้องการบริโภคทั้งกำแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ระหว่างเพศชายและหญิง

เพศ	N	Mean	S	t	df
หญิง	173	3.85	0.49	2.11*	398
ชาย	227	3.70	0.52		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ตัวอย่างในการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการกำหนดจำนวนตัวอย่าง โดยการคำนวณหาขนาดของตัวอย่างที่จะใช้แทนประชากรทั้งหมด เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบกลุ่มประชากรที่แน่นอน จึงได้ใช้การคำนวณตามแนวทางของ Cochran (1977) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Validity) ได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อคำถามที่ใช้สามารถวัดค่าตัวแปรได้เหมาะสม โดยค่าสถิติที่ได้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.5 จึงจะยอมรับค่าความเที่ยงตรง (Hair et al 2006) และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของคอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ที่คำนวณได้ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างจริงได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2554)

4. สถิติทดสอบสมมติฐาน ด้วยการหาค่าทางสถิติ ได้แก่ การทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

จากตารางที่ 1 เป็นการทดสอบความแตกต่างของความ
ความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่
อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามเพศ พบ

ว่า เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงแตก
ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างของความ
ความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด
อุบลราชธานี ระหว่างอายุที่แตกต่างกัน

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	7.57	5	1.514	6.219**
ภายในกลุ่ม	95.925	394	0.243	
รวม	103.495	399		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 เป็นการทดสอบความแตกต่างของ
ความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่
อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามอายุ พบ

ว่า อายุที่แตกต่างกันนั้นทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการ
บริโภค กุ้งก้ามแดงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความแตกต่างของความ
ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด
อุบลราชธานี ระหว่างระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	0.870	3	0.290	1.119
ภายในกลุ่ม	102.625	396	0.259	
รวม	103.495	399		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 เป็นการทดสอบความแตกต่างของ
ความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่
อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามระดับการ

ศึกษาสูงสุด พบว่า ระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกันนั้น
ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงไม่แตกต่าง
กัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างของความ
ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง
จังหวัดอุบลราชธานี ระหว่างอาชีพที่แตกต่างกัน

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	5.235	5	1.047	4.198**
ภายในกลุ่ม	98.260	394	0.249	
รวม	103.495	399		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4 เป็นการทดสอบความแตกต่างของความ ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามอาชีพ

พบว่า อาชีพที่แตกต่างกันนั้นทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ส่วนตัวต่อเดือนกับความ ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	5.235	5	1.047	4.198**
ภายในกลุ่ม	98.260	394	0.249	
รวม	103.495	399		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5 เป็นการทดสอบความแตกต่างของความ ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยจำแนกตามรายได้ส่วน

ตัวต่อเดือน พบว่า รายได้ส่วนตัวต่อเดือนที่แตกต่างกันนั้นทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Analysis) ของปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด ทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กับความ ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ตัวแปร	Mean	Y	X1	X2	X3	X4
ความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดง (Y)	3.753	1				
1. ผลิตภัณฑ์ (X1)	3.859	0.175**	1			
2. ราคา (X2)	3.866	0.294**	0.402**	1		
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (X3)	3.733	0.312**	0.404**	0.460**	1	
4. การส่งเสริมการตลาด (X4)	3.722	0.365**	0.360**	0.406**	0.560**	1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กับความ ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์กับความ ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เท่ากับ .175 หมายความว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก
2. ด้านราคากับความ ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เท่ากับ .294 หมายความว่า

มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก (Sig. = .000, $P < .01$)

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับความ ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เท่ากับ .312 หมายความว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดกับความ ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์เท่ากับ .365 หมายความว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

ตัวแปร	b	SE b	Beta	t	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.007	0.235		8.550		
ด้านผลิตภัณฑ์	-0.021	0.055	-0.020	-0.378	0.764	1.308
ด้านราคา	0.161	0.059	0.150	2.749**	0.713	1.402
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.097	0.052	0.111	1.875	0.600	1.666
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.226	0.052	0.250	4.374**	0.648	1.544

$R^2 = 0.408$, Adjusted $R^2 = 0.158$, SEE = 0.467, F = 19.703, Sig. = 0.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การทดสอบการถดถอยเชิงพหุคูณของความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า มีปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดอย่างน้อย 1 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากค่า Adjusted R² ซึ่งมีค่าเท่ากับ .158 แสดงว่า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ได้ร้อยละ 15.8 ส่วนอีกร้อยละ 84.2 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น

จากการทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ปัจจัยด้านราคา และการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน มีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีได้ดีที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาด ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเท่ากับ .250, .150, .111, - .020 ตามลำดับ

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภค กุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด พิจารณาจากค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factors (VIF) โดยที่ค่า Tolerance มีค่ามากกว่า .19 และค่า Variance

Inflation Factors (VIF) น้อยกว่า 5.3 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่จะนำมาวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณไม่มีปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (ผ่องศรี เกียรติเลิศสนา 2553) จากการทดสอบพบว่าค่า Tolerance เท่ากับ .764, .713, .648, และ .600 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 1.19 ส่วนค่า Variance Inflation Factors (VIF) เท่ากับ 1.666, 1.544, 1.402, และ 1.308 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5.3 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กันไม่สูงมากเกินไป

สรุปผลการวิจัย

1. จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ระหว่าง 25 - 30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 9,000 บาท

2. จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคารองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยสามารถแบ่งออกเป็นแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า กุ้งก้ามแดง

ต้องยังมีชีวิตอยู่อยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาคือ กุ้งก้ามแดงต้องอยู่ในรูปแบบแช่แข็งพร้อมได้รับการรับรองจาก ออย. และผู้ประกอบการเลี้ยง กุ้งก้ามแดงต้องได้รับการรับรองมาตรฐานการเลี้ยงโดยกรมประมง ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือบรรจุกุ้งก้ามแดงต้องสวยงาม และทันสมัย

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า กรณีสั่งซื้อ กุ้งก้ามแดงเพื่อบริโภคจากร้านค้าหรือฟาร์มเลี้ยง กุ้งก้ามแดง ต้องมีรูปแบบการจ่ายเงินหลากหลายช่องทาง เช่น เงินสด การโอนเงินผ่านธนาคาร E-payment รองลงมาคือ ราคาของกุ้งก้ามแดงมีความเหมาะสมกับปริมาณหรือขนาดกุ้งก้ามแดง และต้องมีการแสดงป้ายราคาของกุ้งก้ามแดงอย่างชัดเจน ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ราคาของกุ้งก้ามแดงเป็นราคาที่ผู้บริโภคทั่วไปสามารถซื้อเพื่อบริโภคได้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า ผลผลิต กุ้งก้ามแดงต้องมีการวางขายทั่วไปตามตลาดสด รองลงมาคือ ด้านกุ้งก้ามแดงที่ยังมีชีวิตอยู่สามารถซื้อได้จากฟาร์มที่เลี้ยงโดยตรง และผลผลิต กุ้งก้ามแดงต้องมีการวางขายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไปตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผลผลิต กุ้งก้ามแดงต้องมีการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ 3 ลำดับแรก พบว่า เมื่อซื้อผลผลิต กุ้งก้ามแดงผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ต้องมีบริการส่งฟรี รองลงมาคือ ผลผลิต กุ้งก้ามแดงต้องมีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โฆษณา และพนักงานขายต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและสุภาพเรียบร้อย ตามลำดับ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ต้องมีพนักงานแนะนำผลผลิต กุ้งก้ามแดง

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จากการศึกษางานวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีที่แตกต่างกัน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้

ได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงไม่แตกต่างกัน ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ มีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ อ้อมดาว พิลาดา (2557) ทศนคติและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ มีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงนุช โกสยรัตน์ (2553) ศึกษาปัจจัยกำหนดความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษและศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในร้านค้าเพื่อสุขภาพ แขวงศิริราช

ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ มีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ อ้อมดาว พิลาดา (2557) ทศนคติและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีแตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ นงนุช โกสยรัตน์ (2553) ศึกษาปัจจัยกำหนดความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษและศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในร้านค้าเพื่อสุขภาพ แขวงศิริราช

ปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา สูงสุดมีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานีไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อ้อมดาว พิลาดา (2557) ทศนคติและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาที่เหมือนกัน คือ ปริญญาตรีขึ้นไป ทำให้มีความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงไม่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด จากการศึกษา งานวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อความ

ต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่ส่งผลกับความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลกับความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร พูนโสภิน (2555) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งห่อฮีชีโก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผลิตภัณฑ์จากกุ้งก้ามแดงยังไม่มี ความโดดเด่นหรือเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค และมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์จากกุ้งชนิดอื่น ดังนั้น ควรมีการพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์จากกุ้งก้ามแดงมีความโดดเด่น สร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

ด้านราคาส่งผลกับความต้องการบริโภค กุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อ้อมดาว พิลาดา (2557) ทศนคติ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในอำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่ส่งผลกับความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร พูนโสภิน (2555) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งห่อฮีชีโก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้บริโภคทั่วไปยังมองว่า ผลิตภัณฑ์จากกุ้งก้ามแดงไม่ได้วางจำหน่ายให้เห็นจำนวนมากเหมือนผลิตภัณฑ์จากกุ้งชนิดอื่น ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะการวางขายทั่วไปตามตลาดสด ชื้อจากฟาร์มที่เลี้ยงโดยตรง การวางขายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป รวมถึงการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ผู้บริโภคทั่วไปมีโอกาสเข้าถึงผลิตภัณฑ์จากกุ้งก้ามแดงได้มากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลกับความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปกรณ์วัจน์ โรจนาริโมกข์ (2554) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการ

ตลาดกับความต้องการบริโภคข้าวสารหนึ่งในห้าตำบลสมัยใหม่เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ได้กล่าวว่า การเน้นการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะบริการจัดส่งฟรี ในกรณีที่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์กุ้งก้ามแดงผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เน้นโฆษณาผลิตภัณฑ์กุ้งก้ามแดงผ่านสื่อสาธารณะต่างๆ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และวิทยุ และพนักงานขายต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สุภาพเรียบร้อย

2. ผู้ประกอบการกุ้งก้ามแดงควรให้ความสำคัญกับด้านราคา โดยเฉพาะการมีช่องทางการชำระเงินหลากหลายช่องทาง เช่น ชำระด้วยเงินสด การโอนเงินผ่านธนาคาร ชำระผ่าน E-payment อีกทั้งควรให้ความสำคัญเรื่องความเหมาะสมของราคา กุ้งก้ามแดงกับปริมาณหรือขนาดกุ้งก้ามแดงที่ผู้บริโภคได้รับ และควรมีการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจน ณ จุดจำหน่ายกุ้งก้ามแดง

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ สำหรับหัวข้อในการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. งานวิจัยนี้ได้ศึกษาเฉพาะตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ดังนั้น ยังมีตัวแปรนอกเหนือจากงานวิจัยนี้ ที่ส่งผลต่อความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เช่น ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น

2. การศึกษาของงานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ การศึกษาทำวิจัยเกี่ยวกับความต้องการบริโภคกุ้งก้ามแดงครั้งต่อไปควรเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ หรืองานวิจัยเชิงผสมผสาน เพื่อให้ได้ผลการศึกษาวิจัยที่เป็นข้อมูลเชิงลึก จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับงานวิจัยมากขึ้น

3. ควรมีการศึกษาในเขตพื้นที่ของจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยว ที่มีผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากการเก็บข้อมูลวิจัยกับผู้บริโภคในพื้นที่ข้างต้น อาจจะทำให้ได้ข้อมูลที่แตกต่างจากเดิม ในการทำนายตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความต้องการบริโภค กุ้งก้ามแดง หมายความว่าผลการวิจัยจะช่วยให้ผู้ประกอบการ จะได้ข้อมูลในการ

ทำการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
แต่งที่หลากหลายมากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิทยานิพนธ์ครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาและความเอาใจใส่เป็นอย่างดีจากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ธรรมวิมล สุขเสริม ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการให้คำแนะนำตลอดจนให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัยเล่มนี้ พร้อมทั้งให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน ช่วยตรวจสอบดูแลแก้ไขในส่วนของการบกพร่องต่างๆ ของงานวิจัยเล่มนี้ ซึ่งช่วยทำให้งานวิจัยเล่มนี้ประสบความสำเร็จและเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณ ดร.จักริน วชิรมะธิน และ ดร.อนิรุทธ สืบสิงห์ คณะกรรมการสอบเค้าโครงและสอบป้องกันการค้นคว้าอิสระที่ได้เสียสละเวลามาเป็นคณะกรรมการสอบป้องกันในครั้งนี้ พร้อมทั้งให้คำแนะนำชี้แนะแนวทางเพื่อที่จะให้งานวิจัยเล่มนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบคุณสำนักงานกรมประมงจังหวัดอุบลราชธานี ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนผู้ประกอบการเพาะเลี้ยงกุ้งก้ามแดง และจำนวนกุ้งก้ามแดงทั้งหมดที่เพาะเลี้ยงในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี และขอขอบคุณผู้บริโภคทั่วไปในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายขอขอบคุณบิดา มารดา และญาติพี่น้องในครอบครัวทุกท่านที่คอยสนับสนุนในด้านต่างๆ และเป็นกำลังใจที่สำคัญให้ข้าพเจ้าตลอดมา รวมถึงเพื่อนๆ พี่ๆ ทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือจนกระทั่งทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มบริหารจัดการด้านการประมง, สำนักงาน. **เอกสารการประชุมคณะกรรมการการประมงประจำจังหวัดอุบลราชธานี**. อุบลราชธานี: กรมประมงจังหวัดอุบลราชธานี, 2559.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. **สถิติสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร, 2554.

กุ้งก้ามแดงชลบุรี. **รับซื้อและจำหน่ายกุ้งก้ามแดงเพื่อนำไปบริโภค**. (ออนไลน์) 2556 (อ้างเมื่อ 4 พฤษภาคม 2560). จาก <http://www.กุ้งก้ามแดง.net>

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ. **เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วังอักษร, 2546.

นงนุช โกสิริคน. **การศึกษาความต้องการบริโภคผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในร้านค้าเพื่อสุขภาพแขวงศิริราช**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2553.

ปกรณวิทย์ ไรจงนาธิมอ. **การสำรวจความต้องการบริโภคข้าวสารหนึ่งในห้างค้าปลีกสมัยใหม่ เขตอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554.

ผ่องศรี เกียรติเลิศนภา. **การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย**. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2553.

ศศิธร พูนโสภณ. **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง ยี่ห้ออีซี่โก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2555.

สมาพันธ์เกษตรกรไทย จำกัด. **สมาพันธ์ผู้เพาะเลี้ยงกุ้งก้ามแดงทั่วประเทศไทย**. (ออนไลน์) 2558 (อ้างเมื่อ 4 ธันวาคม 2559). จาก <https://www.tmfarm.com>

อ้อมดาว พิลาตา. **ทัศนคติและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคสมุนไพรลำปาง ของผู้บริโภคในเขตอำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น**. กรุงเทพฯ: คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2557.

Cochran, W.G. **“Sampling Techniques”**. 3rd ed. New York: John Wiley and Sons Inc, 1977.

Hair, and et al. **“Multivariate data analysis”**. 6th ed. Uppersaddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2006.