

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของลูกพันธุ์กุ้งขาว บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จากเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในเขตจังหวัดตราด สรุป อภิปราย และได้ข้อเสนอแนะผลการศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวของบริษัทเจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้าซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) เขตจังหวัดตราด ในเดือนกันยายน ปี 2555 จำนวน 118 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด นำแบบสอบถามไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง .67 – 1.00 หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ได้ค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .34 - .81 หาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ .96

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการสอบถามกลุ่มประชากรที่กำหนดไว้จำนวน 118 คน และนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้รับแบบสอบถามคืนครบ 118 ฉบับ คิดเป็น 100%

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยมีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ
2. วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด โดยใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด รวม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ โดยใช้การทดสอบค่า t-test จำแนกตาม อายุ และระดับการศึกษา โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (One – Way – ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี LSD

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดของลูกพันธุ์กุ้งขาว บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากประชากร คือ ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด จำนวน 118 คน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ และระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50
2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัด

ตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ อายุ และระดับการศึกษา สรุปได้ดังนี้

3.1 ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมในการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมในการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของลูกพันธุ์กุ้งขาว บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด มีประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมาก 9 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านพอใจกับบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยให้กุ้งปลอดภัย ท่านพอใจกับบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้กับกุ้ง และท่านพอใจกับสภาพความแข็งแรงของลูกกุ้ง อาจเนื่องมาจาก ผลการเลี้ยงกุ้ง ได้อัตรารอดที่ดี และลูกค้าได้กำไรจากการเลี้ยงมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบุษบา ไชยอุปละ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นมของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นม ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก

1.2 ด้านราคา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 4 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านพอใจกับค่าใช้จ่ายในการให้บริการหลังการขาย ท่านพอใจกับราคากุ้งที่เหมาะสมกับสภาพการปลอดโรค และท่านพอใจกับค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงกุ้งเหมาะสมที่สร้างโอกาสในการเลี้ยงกุ้งอัตรารอดสูง อาจเนื่องมาจาก การให้บริการหลังการขาย ความเหมาะสมของราคากุ้ง และค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงกุ้ง เป็นต้นทุนในการเลี้ยงซึ่งจำเป็นต้องควบคุม หากลูกค้าเลี้ยงกุ้งในต้นทุนที่ต่ำ จะทำให้ได้ผลกำไรสูงมากตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนาฏยา พันธเสน (2550 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของลูกค้าน้ำดื่มในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนประสมทางการตลาดรายปัจจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก

1.3 ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมาก

ทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านพึงพอใจกับผู้จัดการโรงเพาะฟักลูกกุ้ง ท่านพึงพอใจกับการรับคำสั่งซื้อจากพนักงานขายอาหารกุ้ง และท่านพึงพอใจกับการติดต่อประสานงานกับพนักงานขายอาหารกุ้ง อาจเนื่องมาจาก ลูกค้าง่ายต่อการเข้าถึงสินค้า และการบริการของพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าด้วยความสุภาพ อ่อนโยน และเต็มใจให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธราธาดาชัยพงษ์. (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวม ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ และระดับปานกลาง 5 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการแถมอาหารกุ้ง ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการชิงรางวัล และท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการแถมลูกกุ้ง อาจเนื่องมาจาก ลูกค้าต้องการส่วนเพิ่มเติมจากการซื้อลูกกุ้งที่สามารถจับต้องได้ เพื่อสร้างความแตกต่างจากฟาร์มอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเอกสิทธิ์ สุนทรนนท์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทซูเปอร์เปอร์เซ็นเตอร์ของประชาชนกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ทักษะการตัดสินใจของต่อซูเปอร์เซ็นเตอร์ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด 4 ด้าน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล อภิปรายผล ดังนี้

2.1 ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีเพศต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยในส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิกรม เสนาทอง (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยทางการตลาดและพฤติกรรมการเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคโทรศัพท์มือถือเลย

2.2 ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีอายุต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของเอกสิทธิ สุนทรนนท์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตของประชาชนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการซื้อสินค้า

2.3 ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกสิทธิ สุนทรนนท์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ประเภทซูเปอร์มาร์เก็ตของประชาชนกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาดของลูกพันธุ์กุ้งขาว บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจากเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในเขตจังหวัดตราด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรปรับปรุงยานพาหนะขนส่งลูกกุ้งอย่างเหมาะสม และตรงต่อเวลาให้มากขึ้น และจัดส่งลูกกุ้งที่มีขนาดความยาวของลูกกุ้งสม่ำเสมอขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากขึ้น
2. ด้านราคา ปรับปรุงการกำหนดราคากุ้งขาวให้เหมาะสม และการเสนอราคากุ้งขาวของฟาร์มควรมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับฟาร์มอื่น เพื่อให้ลูกค้ามีความพอใจเพิ่มมากขึ้น
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ปรับปรุงด้านการหาซื้อให้ลูกค้าสามารถจัดซื้อของได้ง่ายมากขึ้น และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าโดยให้พนักงานขายส่วนกลางสร้างความประทับใจให้ลูกค้ามากขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรปรับปรุงการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการขายควบผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น เวชภัณฑ์ เป็นต้น ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ในการจัดโปรโมชั่นควรจัดประชาสัมพันธ์ผ่านฝ่ายขายส่วนกลาง และพนักงานขายอาหารกึ่ง เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงและรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดโปรโมชั่นอย่างเข้าใจและรวดเร็ว ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด เช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านสังคม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง
2. ควรศึกษาถึงการบริหารจัดการความเสี่ยง เพราะจะเป็นการช่วยในการบริหารจัดการองค์กรที่มองรอบด้าน เช่น ความเสี่ยงจากการทำหน้าที่หรือคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ความเสี่ยงในทางกายภาพ ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงทางด้านสังคม ความเสี่ยงทางด้านจิตใจ และความเสี่ยงทางด้านเวลา ซึ่งจะเป็นการเฝ้าระวังภัยคุกคามทางเศรษฐกิจที่อาจส่งผลเสียให้กับองค์กรได้ และเป็นการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการองค์กร
3. ควรศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และควรเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคในแต่ละเขตพื้นที่ เพื่อที่จะได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น