

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงามีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในเขตจังหวัดพังงา เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในเขตจังหวัดพังงา โดยการวิจัยครั้งนี้ได้มีการศึกษาข้อมูลทั่วไปของร้านอาหารในจังหวัดพังงา พฤติกรรมการซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากร้านอาหารในจังหวัดพังงา จำนวน 105 ร้าน

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามได้นำมาศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ โปรแกรม PLS-Graph 3.0 (Chin, 2001) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ใช้อธิบายเปรียบเทียบข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และพฤติกรรมการซื้ออาหารทะเล ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา และใช้ตัวแบบสมการโครงสร้างในการทดสอบสมมติฐาน

### สรุปผลการวิจัย

#### ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ร้านอาหารในจังหวัดพังงาโดยทั่วไปมีจำนวนที่นั่งอยู่ในช่วง 51-80 ที่นั่ง รองลงมาอยู่ในช่วงไม่เกิน 50 ที่นั่ง และช่วง 81-110 ที่นั่ง ในด้านจำนวนผู้ให้บริการร้านอาหารต่อวันอยู่ในช่วงจำนวนไม่เกิน 50 คน รองลงมาคือ ช่วง 51-80 คน และ 81-110 คน ส่วนในด้านจำนวนยอดขายของ

ร้านอาหารต่อวันอยู่ในช่วงจำนวน 5,001-8,000 บาท รองลงมาคือ ช่วงไม่เกิน 5,000 บาท และมากกว่า 14,000 บาท

### **พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหาร**

จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา พบว่า ประเภทของอาหารทะเลที่ร้านอาหารเลือกซื้อ โดยส่วนใหญ่เป็นปลา ปลาหมึก คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือ ปู คิดเป็นร้อยละ 95.20 หอย คิดเป็นร้อยละ 92.40 กุ้งลาย คิดเป็นร้อยละ 86.70 กุ้งแช่บ๊วย คิดเป็นร้อยละ 84.80 กุ้งมังกร คิดเป็นร้อยละ 70.50 กุ้ง คิดเป็นร้อยละ 50.50 ความถี่ในการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารส่วนใหญ่ซื้อทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 74.30 และซื้ออาหารทะเล 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 39 ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลต่อ 1 ครั้งประมาณ 3,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 67.70 รองลงมา ประมาณ 1,500-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 43.80 สถานที่ที่ร้านอาหารไปเลือกซื้ออาหารทะเลส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายปลีก-ส่งอาหารทะเล คิดเป็นร้อยละ 91.4 รองลงมา ซื้อจากตลาดนัดทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 66.70 และซื้อจากแพปลา คิดเป็นร้อยละ 22.90 การชำระค่าอาหารทะเลของร้านอาหารส่วนใหญ่จ่ายเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 75.20 และจ่ายเป็นเงินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 46.70 การรับอาหารทะเลของร้านอาหารส่วนใหญ่รับด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 83.80 รองลงมา ร้านค้าอาหารทะเลจัดส่ง คิดเป็นร้อยละ 68.60

### **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา**

จากการศึกษาสาเหตุหรือตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา พบว่า

ทัศนคติมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.35 อยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.52 โดยทัศนคติในส่วนของความสะอาดนั้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.93 อยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25

การคล้อยตามคนรอบข้างมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.49 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.76 โดยการคล้อยตามคนรอบข้างหรือกลุ่มอ้างอิงในส่วนของ

ลูกค้าคนอื่น ๆ ที่มาใช้บริการมีอิทธิพลนั้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.49 อยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.83

ความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.95 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.59 โดยความไว้วางใจในส่วนของความเชื่อว่าผู้ขายรายที่ซื้อประจำสม่ำเสมอในเรื่องคุณภาพ เช่น ความสด สะอาด นั้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.13 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.62

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.98 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.51 โดยความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายในส่วนของความซื่อสัตย์ของผู้จำหน่ายอาหารทะเลทำให้ท่านเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นนั้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.18 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53

ความตั้งใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.19 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.54 โดยความตั้งใจในส่วนของความตั้งใจจะผูกพันกับร้านประจำต่อไป นั้นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.22 อยู่ในระดับมากที่สุด มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.65

## อภิปรายผลการวิจัย

### ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีการศึกษาจำนวนที่นั่ง จำนวนผู้ใช้บริการ และยอดขายของร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารในจังหวัดพังงา โดยทั่วไปมีจำนวนที่นั่งอยู่ในช่วง 51- 80 ที่นั่ง อาจเนื่องมาจากร้านอาหารในจังหวัดพังงา จะตั้งใกล้ ๆ กัน จึงมีขนาดร้านอยู่ในขนาดกลางเป็นส่วนใหญ่ จำนวนผู้ใช้บริการต่อวันของร้านอาหารในจังหวัดพังงาโดยทั่วไปมีอยู่ที่ไม่เกิน 50 คน รองลงมาคือ ช่วง 51-80 คน แสดงให้เห็นถึงความต้องการใช้บริการร้านอาหารในจังหวัดพังงามีค่อนข้างมาก ส่งผลให้ร้านอาหารในจังหวัดพังงาโดยทั่วไปมียอดขายต่อวันอยู่ในช่วงจำนวน 5,001- 8,000 บาท แสดงว่าร้านอาหารในจังหวัดพังงามีสภาพคล่องค่อนข้างสูง

### พฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหาร

จากการวิจัยพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา ประเภทของอาหารทะเลที่ร้านอาหารในจังหวัดพังงาส่วนใหญ่เลือกซื้อ คือ ปลา และ ปลาหมึก อาจเป็นเพราะจังหวัดพังงาเป็นจังหวัดที่ติดชายทะเลหาซื้อได้ง่ายสะดวกและ ประกอบกับปลาและปลาหมึกสามารถประกอบอาหารได้หลายประเภท และที่กุ้งมังกร และกั้ง อยู่ในอันดับรองสุดท้ายและสุดท้ายนั้น อาจเพราะว่าสินค้าทั้งสองประเภทราคาสูง และลูกค้าส่วนใหญ่ของร้านอาหารที่นิยมรับประทานรายการอาหารประเภทนี้ก็เป็น ชาวต่างชาติจึงจะมีการซื้อไม่มากนักหรือซื้อเมื่อมีการสั่งมาพิเศษ ส่วนของควมถึในการเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารส่วนใหญ่ซื้อทุกวัน ทั้งนี้อาจเพื่อให้ได้อาหารทะเลที่ดีที่สุด ในการซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารทะเลต่อ 1 ครั้งประมาณ 3,000 บาทขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าร้านอาหารในจังหวัดพังงามีความต้องการอาหารทะเลจำนวนมาก โดยสถานที่ที่ร้านอาหารไปเลือกซื้ออาหารทะเลส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายปลีก-ส่งอาหารทะเล อาจเนื่องมาจากมีอาหารทะเลให้เลือกหลายประเภท และต้องการหาเป็นร้านค้าประจำเพื่อรองรับเมื่อต้องการสินค้าด่วน ทำให้การชำระค่าอาหารทะเลของร้านอาหารส่วนใหญ่จ่ายเป็นเงินสด และไปรับอาหารทะเลด้วยตนเอง อาจเพราะต้องการเห็นสินค้าของจริงและประกอบกับบางร้านไม่มีบริการจัดส่ง

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

จากผลการวิจัยพฤติกรรมกรเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา ประกอบด้วย ทศนคติต่ออาหารทะเล การคล้อยตามคนรอบข้าง ความไว้วางใจ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย และความตั้งใจ

ทศนคติมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อร้านอาหารให้ความสำคัญกับความสะอาดของสินค้า ความเที่ยงตรงของตาชั่ง การมีบริการจัดส่งสินค้าของผู้ขาย ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ดังนั้น หากร้านค้าอาหารทะเลใส่ใจในเรื่องเหล่านี้ก็จะส่งผลให้ร้านอาหารมีทศนคติที่ดีจึงทำให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ Rose (1999) การศึกษาปัจจัยทำนายพฤติกรรมกรบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของวัยรุ่นในสหรัฐอเมริกา พบว่า สตรีวัยรุ่นมีเจตคติที่ดีต่อการบริโภคอาหาร

เพื่อสุขภาพ เนื่องจากขอบรสชาติของอาหาร และเชื่อว่าอาหารเพื่อสุขภาพช่วยให้มีน้ำหนักตัวอยู่ในเกณฑ์ปกติ และมีผลดีต่อสุขภาพ

การคล้อยตามคนรอบข้างมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อทดสอบสมมติฐานกลับไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าการคล้อยตามคนรอบข้างหรือกลุ่มอ้างอิงมีแนวโน้มที่ทำให้เกิดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมต่อร้านอาหารไม่ค่อยจะอยู่ในเกณฑ์ดี อาจเพราะความชำนาญและเชี่ยวชาญของเจ้าของร้านอาหารในการเลือกซื้อสินค้า จึงทำให้อิทธิพลจากคนรอบข้างหรืออ้างอิงไม่ส่งผลต่อร้านอาหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับ Ajzen (1991) ที่กล่าวว่ากลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

ความไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผลของการความไว้วางใจทำให้เจ้าของร้านอาหารมีความตั้งใจเชิงพฤติกรรม โดยเฉพาะเรื่องความสม่ำเสมอในคุณภาพของความสะดวกสบายของสินค้าที่ทำให้ร้านอาหารมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจมากที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าร้านอาหารทะเลมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อร้านค้าอาหารทะเลที่ซื้อประจำ โดยเฉพาะจะคิดว่าความซื่อสัตย์ของผู้จำหน่ายอาหารทะเลทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่น อาจเป็นเพราะมีการซื้อขายกันมานานทำให้มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างร้านอาหารกับร้านค้าอาหารทะเลร้านประจำ

ความตั้งใจมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยแสดงได้ว่าผลจากประสบการณ์ทัศนคติ ที่ผ่านมาของเจ้าของร้านอาหารที่มีต่อการเลือกซื้ออาหารทะเลส่งผลให้ร้านอาหารทะเลยังคงมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมในการตั้งใจจะคงซื้อสินค้าจากร้านค้าอาหารทะเลเจ้าประจำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (Fitzsimons & Morwitz, 1996) ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค โดยที่มีการตั้งคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคพบว่า คำตอบของผู้บริโภคนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์การใช้สินค้าของผู้บริโภคและทัศนคติที่มีต่อตราสินค้า เช่น เมื่อถูกตั้งคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ ผู้บริโภคที่ใช้รถยนต์ตราสินค้าหนึ่งอยู่แล้วมักจะตอบคำถามว่าจะซื้อรถยนต์ตราสินค้าเดิม ซึ่งผู้บริโภคจะมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้านั้นหลังจากใช้สินค้าด้วย ในขณะที่สำหรับผู้บริโภคที่ไม่เคยซื้อรถยนต์จะตอบคำถามว่า มีความตั้งใจซื้อตราสินค้าที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงที่สุดแทน

### ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานในการวิเคราะห์ตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา ซึ่งได้ทำการทดสอบสมมติฐานในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 7 สมมติฐาน และสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ทศนคติมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของร้านอาหารในจังหวัดพังงาได้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.245 สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญ 5%

สมมติฐานที่ 2 การคล้อยตามคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 การคล้อยตามคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของร้านอาหารในจังหวัดพังงาได้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.057 แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ความตั้งใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 การความตั้งใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของร้านอาหารในจังหวัดพังงาได้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.408 สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญ 5%

สมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของร้านอาหารในจังหวัดพังงาได้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.239 สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญ 5%

สมมติฐานที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของร้านอาหารในจังหวัดพังงาได้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.398 สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญ 5%

สมมติฐานที่ 6 ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของร้านอาหารในจังหวัดพังงาได้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.406 สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญ 1%

สมมติฐานที่ 7 ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของร้านอาหารในจังหวัดพังงา

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของร้านอาหารในจังหวัดพังงาได้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.330 สนับสนุนสมมติฐานที่ตั้งไว้ ณ ระดับนัยสำคัญ 5%

## ข้อเสนอแนะ

1. ร้านอาหารทะเลในจังหวัดพังงาส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญด้านทัศนคติต่ออาหารทะเลในเรื่องความสด สะอาด และความเที่ยงตรงของตาชั่งน้ำหนักอยู่ระดับมากที่สุด ดังนั้น ผู้จำหน่ายอาหารทะเลจะต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอันดับต้น ๆ เพราะหากลูกค้าอย่างร้านอาหารได้รับสินค้าที่ไม่มี ความสด สะอาด แล้วนำสินค้านั้นไปประกอบอาหารเพื่อการบริการแก่ลูกค้าคนสุดท้ายสิ่งที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่ร้านอาหารจะไม่กลับมาซื้อสินค้ากับผู้จำหน่ายอาหารทะเลเจ้านี้ อีก แต่ส่งผลกระทบต่อร้านอาหารทะเลด้วยที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจและไม่กลับมาใช้บริการอีก เรื่องความสดสะอาด เป็นเรื่องละเอียดอ่อนมาก ผู้จำหน่ายอาหารทะเลควรต้องมีวิธีการบริหารจัดการสินค้าเข้ามาช่วย ส่วนด้านความเที่ยงตรงของตาชั่งน้ำหนักเป็นเรื่องของความซื่อสัตย์ของผู้จำหน่ายอาหารทะเล ที่จะต้องมีให้กับลูกค้า ซึ่งหากผู้ประกอบการมีความซื่อสัตย์ต่ออาชีพของตนเอง

ไม่เพียงจะเกิดความสบายใจและภาคภูมิใจ แต่ยังถือว่าเป็นการลงทุนที่มีไม่มีค่าใช้จ่ายมีแต่ผลกำไรอย่างเดียว

2. ถึงแม้อิทธิพลของคนรอบข้างไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลของร้านอาหารแต่ในบางข้อคำถาม เช่น การส่งเสริมการขาย และคำแนะนำของลูกค้าที่ใช้บริการ จากการสำรวจคะแนนของส่วนนี้ยังอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้จำหน่ายอาหารทะเลก็ยังคงให้ความสำคัญกับอิทธิพลของคนรอบข้าง ไม่ใช่จะละเลยในส่วนนี้ไป

3. ส่วนเรื่องความไว้วางใจ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขายเกณฑ์ระดับอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าการสร้างความไว้วางใจ ความเชื่อมั่นระหว่างผู้ซื้อผู้ขายเป็นสิ่งที่สำคัญเพราะจะส่งผลให้ผู้ซื้อกลับมาซื้อสินค้าร้านประจำไม่เปลี่ยน ดังนั้น ผู้จำหน่ายควรต้องลงลึกในการใส่ใจลูกค้ายิ่งขึ้นเพื่อการยั่งยืนในการซื้อขายระหว่างกัน

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในส่วนของการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งหากมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถสร้างความมั่งคั่งให้แก่กิจการได้

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องความต้องการอาหารทะเลของร้านอาหารในจังหวัดพังงา โดยศึกษาให้ลึกลงอีกว่าอาหารทะเลประเภทที่ร้านอาหารเลือกซื้อ ประเภทใดพันธุ์อะไร ขนาดใด และในแต่ละประเภทแต่ละพันธุ์ซื้ออย่างน้อยแค่ไหน ความถี่ในการซื้อ และรวมถึงเหตุผลในการซื้อ เพื่อทราบถึงความต้องการของร้านอาหารในจังหวัดพังงา