

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดและกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ของผู้ซื้อ จากม้านิตยฟาร์ม ในจังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากม้านิตยฟาร์ม ในจังหวัดเพชรบุรี 2)ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากม้านิตยฟาร์ม ในจังหวัดเพชรบุรี และ 3)ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ กับกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากม้านิตยฟาร์ม ในจังหวัดเพชรบุรี ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากม้านิตยฟาร์ม ในจังหวัดเพชรบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผลจากการวิจัยสามารถสรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

1.1 ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับรายละเอียดดังนี้

1.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ตราหรือโลโก้ของม้านิตยฟาร์ม รองลงมาคือ ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีคุณภาพ มีการรับประกันสินค้า มาตรฐานของการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความสม่ำเสมอ และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ตามลำดับ



1.1.2 ด้านราคา พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคามีความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ มีการแจ้งราคาให้ทราบล่วงหน้าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ราคาไม่แตกต่างกับผู้ผลิตรายอื่น และมีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก ตามลำดับ

1.1.3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ มีที่จอดรถสะดวก รองลงมาคือ ความสะดวกในการสั่งซื้อ มีบริการส่งถึงที่ ท่าเลที่ตั้งของฟาร์มเดินทางไปได้ และสถานที่ตั้งของฟาร์มห่างไกล ตามลำดับ

1.1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก รองลงมาคือ มีพนักงานคอยให้คำแนะนำแก่ผู้ซื้อ มีการจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้กับผู้ซื้อ การขายโดยใช้พนักงานขาย และข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ

1.1.5 ด้านบุคคล พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลมีความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ความรู้ ความสามารถในการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ รองลงมาคือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และมีความเป็นกันเอง พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและประทับใจ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน และพนักงานให้บริการผู้ซื้อสินค้าอย่างเท่าเทียมกัน ตามลำดับ

1.1.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพมีความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ ชื่อเสียงของฟาร์มเป็นที่ยอมรับ รองลงมาคือ ความไว้วางใจในลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ การจัดตั้งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความสะอาดของสถานที่ และการตกแต่งสถานที่ของฟาร์ม ตามลำดับ

1.1.7 ด้านกระบวนการ พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความคิดเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการมีความสำคัญ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ รองลงมาคือ ความถูกต้องตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ ความรวดเร็วในการทำงาน สินค้าตรงเวลาที่นัดหมาย และ ขั้นตอนในการบริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์กระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

2.1 ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีระดับการปฏิบัติโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การรับรู้ถึงปัญหา ด้านที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก คือ การประเมินทางเลือก รองลงมาคือ ความรู้สึกหลังการซื้อ การตัดสินใจซื้อ และการแสวงหาข้อมูล รายละเอียดดังนี้

2.1.1 การรับรู้ถึงปัญหา พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในการรับรู้ถึงปัญหาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการปฏิบัติในระดับมากที่สุด คือ ท่านต้องการลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่มีคุณภาพ รองลงมาคือ ท่านต้องการมีรายได้ที่สูงขึ้น และท่านต้องการซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศจากฟาร์มที่มีชื่อเสียงและประสบการณ์ในการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศตามลำดับ

2.1.2 การแสวงหาข้อมูล พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในการแสวงหาข้อมูลโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก คือ ก่อนซื้อท่านสอบถามจากคนใกล้ชิด เช่น เพื่อนหรือบุคคลในครอบครัว รองลงมาคือ ก่อนซื้อท่านคำนึงถึงประสบการณ์การซื้อในอดีต ก่อนซื้อท่านสอบถามจากพนักงานขาย และก่อนซื้อท่านหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น วารสาร นิตยสาร ตามลำดับ

2.1.3 การประเมินทางเลือก พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในการประเมินทางเลือกโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก คือ ชื่อเสียงของม้านิตยฟาร์มในการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ รองลงมาคือ ประสบการณ์ของม้านิตยฟาร์มในการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ม้านิตยฟาร์มได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตจากกรมประมง และความเชี่ยวชาญของม้านิตยฟาร์มในการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ตามลำดับ

2.1.4 การตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในการตัดสินใจซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก คือ ท่านตั้งใจจะมาซื้อลูก

พันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่มานิตยฟาร์มอยู่แล้ว รองลงมาคือ ท่านตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศด้วยตนเอง ท่านตัดสินใจซื้อโดยคนใกล้ชิดแนะนำ เช่น เพื่อนหรือบุคคลในครอบครัว และพนักงานขายแนะนำและชักชวนให้ท่านซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ตามลำดับ

2.1.5 ความรู้สึกหลังการซื้อ พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในความรู้สึกหลังการซื้อโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก คือ ท่านจะแนะนำลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่ท่านซื้ออยู่แก่เพื่อนหรือคนใกล้ชิด รองลงมาคือ เมื่อท่านมีปัญหาจากการซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ท่านจะติดต่อกลับมาที่ฟาร์ม แล้วแจ้งถึงปัญหาที่เกิดขึ้น หากท่านไม่พอใจในคุณภาพของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ท่านจะติดต่อขอรับลูกปลาสดเชยจากทางฟาร์ม และหากท่านพึงพอใจในคุณภาพของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ท่านจะกลับไปซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศอีกครั้ง ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศกับกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ กับกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ โดยรวมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในทางบวกอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับสูง คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในด้านความรู้สึกหลังการซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับ .766 รองลงมา คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในด้านความรู้สึกหลังการซื้อ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับ .699 และมีค่าความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในด้านช่องทางจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงปัญหา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับ .144

อภิปรายผล

1. ผลการวิจัยส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จาก มานิตย์ฟาร์ม ใน จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อให้ความสำคัญอันดับแรก ในเรื่อง トラหรือโลโก้ของ มานิตย์ฟาร์ม เนื่องจากผู้ซื้อมีความคิดเห็นว่าตราหรือโลโก้ของมานิตย์ฟาร์มเป็นสิ่งที่รับประกันใน คุณภาพของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ทำให้มั่นใจว่าเมื่อซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศจากมานิตย์ ฟาร์มไปแล้ว จะได้ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่มีคุณภาพ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิดของ สุดาพร ภูษทลบุตร (2549 : 144-145) กล่าวว่า ตราสินค้ามีพื้นฐานจากค่านิยม ความยอมรับ ของผู้บริโภค เช่น ความจงรักภักดีที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า การรับรู้ตราสินค้า การยกย่องในด้าน คุณภาพ รวมถึงสิ่งที่วัดได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น เครื่องหมายการค้า มูลค่าสิทธิบัตร บริษัทที่ สามารถสร้างความแข็งแกร่งให้กับคุณค่าผลิตภัณฑ์ของตนจะได้เปรียบและมีผลต่อการตลาดมาก เนื่องจากผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ที่น่าออกจำหน่าย

ด้านราคา ผู้ซื้อมีความคิดเห็นโดยรวมว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากแต่เมื่อมีการจัด อันดับในแต่ละด้านของส่วนประสมการตลาด พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญในอันดับสุดท้าย เนื่องจาก ราคาของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศของแต่ละฟาร์มที่ผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีราคาไม่แตกต่างกัน มากนัก ดังนั้นผู้ซื้อจึงไม่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องราคา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ซื้อให้ ความสำคัญในเรื่อง ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ราคาไม่แตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่น เนื่องจาก ก่อนที่ผู้ซื้อจะทำการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ผู้ซื้อจะพิจารณาเปรียบเทียบราคา ระหว่างฟาร์มที่ผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในหลายๆฟาร์มด้วยกัน หากผู้ซื้อทราบว่า เป็นลูกพันธุ์ ปลานิลแปลงเพศจากผู้ผลิตที่มีคุณภาพอยู่ในระดับเดียวกัน ราคาก็ไม่ควรแตกต่างกันมาก เพราะถ้า กำหนดราคาให้แตกต่างกันมากก็ไม่มีผู้ซื้อมาซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ แนวความคิดของ อัจจิมา เศรษฐบุตร และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช (2547 : 127) กล่าวว่า วิธี การกำหนดราคาตามคู่แข่งขั้นที่นิยมมากที่สุด คือ การกำหนดราคาในราคาเดียวกันกับบริษัทอื่นๆที่ อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน ผลดีของการตั้งราคาวิธีนี้ คือ ความเห็นของหลายๆบริษัทย่อมเป็น แนวโน้มที่ดี การกำหนดราคาเดียวกันจะช่วยพยุงเสถียรภาพ การกำหนดราคาวิธีนี้จะช่วยกำจัด ปัญหาของการคาดคะเนของผู้แข่งขัน และผู้บริโภค

2. ผลการวิจัยกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากมานิตย์ฟาร์ม ใน จังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีการปฏิบัติมากที่สุดในด้านการรับรู้ถึงปัญหา คือ ต้องการลูกพันธุ์ปลานิล แปลงเพศที่มีคุณภาพ มีความแข็งแรง เมื่อนำไปเลี้ยงแล้วมีการเจริญเติบโตเร็ว มีปริมาณเนื้อมาก เมื่อ ถึงเวลาจับจำหน่ายทำให้ผู้ซื้อมีรายได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเมื่อนำไปเลี้ยงแล้ว

มีการเจริญเติบโตเร็ว จะช่วยทำให้ลดต้นทุนในการเลี้ยง เช่น ลดค่าอาหาร และถ้ามีปริมาณเนื้อมาก เมื่อนำไปขาย ก็จะทำให้มีน้ำหนักดีและราคาดี ทำให้ผู้ซื้อมีกำไรเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พันแสง เรืองธีรเศรษฐ์ (2548 : 78-79) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อปลาสวยงามของร้านค้าปลีกสวยงาม ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบริการด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก ในเรื่องคุณภาพของปลา ที่มีสุขภาพแข็งแรง และลักษณะของสีมีความสวยงาม เช่น ความเข้ม ความอ่อน เพราะผู้บริโภคนำไปเลี้ยงเพื่อความสวยงาม จึงต้องการปลาที่มีสุขภาพแข็งแรง มีความสวยงามเลี้ยงได้ระยะเวลานาน และงานวิจัยของ ธาณี ธารภาค (2550 : 58-60) ได้ทำการศึกษาการดำเนินธุรกิจเพื่อการประกอบอาชีพเพาะเลี้ยงปลาสวยงามเพื่อการส่งออกในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญอย่างมากในเรื่องคุณภาพของปลาที่มีความแข็งแรง มีความสวยงาม และมีปลาหลากหลายสายพันธุ์ที่เป็นที่ต้องการของลูกค้า

ด้านการแสวงหาข้อมูล พบว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีการปฏิบัติโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อมีการจัดอันดับในแต่ละด้านของกระบวนการตัดสินใจซื้อ พบว่า มีระดับการปฏิบัติเป็นอันดับสุดท้าย เนื่องจากผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศส่วนใหญ่ที่มาซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากمانิตซ์ฟาร์ม จะเป็นผู้ที่ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเป็นประจำอยู่แล้ว และซื้อมาเป็นระยะเวลานาน ทำให้ผู้ซื้อที่มีข้อมูลอยู่แล้วว่าลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากมานิตซ์ฟาร์มมีคุณภาพ มีความแข็งแรง มีการเจริญเติบโตเร็ว จึงมีการปฏิบัติในด้านการแสวงหาข้อมูลน้อย สำหรับการแสวงหาข้อมูลของผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีการปฏิบัติ ได้แก่ สอบถามจากคนใกล้ชิด เช่น เพื่อน หรือ บุคคลในครอบครัว เสาะหาจากแหล่งต่างๆ เช่น วารสาร นิตยสาร เกี่ยวกับสัตว์น้ำ เนื่องจากมีข้อมูลที่ให้ความรู้เกี่ยวกับฟาร์มที่ผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเพื่อที่ผู้ซื้อจะนำมาใช้ประกอบในการตัดสินใจซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวความคิดของ อัจจิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนพานิช (2547 : 44) กล่าวว่า แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคใช้ในการแสวงหาข้อมูล ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว ผู้ใกล้ชิด ผู้ที่เคยใช้สินค้าการโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ ความสำคัญของแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันตามชนิดสินค้าและลักษณะของผู้ซื้อ โดยส่วนมากผู้บริโภคจะได้ข้อมูลต่างๆจากการดูโฆษณา แต่บางคนหรือสินค้าบางประเภท อาจจะต้องใช้วิธีหาข้อมูลจากการถามผู้ที่เคยใช้สินค้านั้น

3. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ กับ กระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงอันดับแรก คือ ส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในด้านผลิตภัณฑ์ กับ กระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในด้านความรู้สึกลังการซื้อ เนื่องจากผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

ต้องการลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่มีคุณภาพ นำไปเลี้ยงแล้วมีรายได้ที่สูงขึ้น เมื่อผู้ซื้อมีความพึงพอใจในคุณภาพลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ เลี้ยงแล้วทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ก็จะกลับไปซื้ออีกครั้ง และแนะนำลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศให้แก่เพื่อนหรือคนใกล้ชิด ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2545 : 9) กล่าวว่า การที่ผู้บริโภคได้ประเมินผลการใช้สินค้าแล้วพบว่าให้ผลตามที่คาดไว้หรือเกินกว่าที่คาดไว้ ผู้บริโภคก็จะรู้สึกพึงพอใจในตัวสินค้านั้น ความรู้สึกดังกล่าวจะไปเสริมความเชื่อที่มีต่อคุณลักษณะต่างๆของสินค้าให้มากยิ่งขึ้น เป็นเหตุให้มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้านั้น และเกิดความตั้งใจที่จะซื้อสินค้านั้นอีกในคราวต่อไป เมื่อมีการซื้อซ้ำ ผู้บริโภคจะประเมินการใช้ในทำนองเดียวกัน หากพบว่าสินค้านั้นยังคงให้ผลดีเช่นเดิม ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจะไปเสริมความเชื่อ ทัศนคติและความตั้งใจซื้อให้มั่นคงขึ้นไปอีก เป็นเหตุให้มีความภักดีในตราสินค้าเกิดขึ้นในที่สุด

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในด้านกระบวนการ กับกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในด้านความรู้สึกหลังการซื้อ มีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูงรองลงมา เนื่องจากเมื่อผู้ซื้อไปซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศก็ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ขั้นตอนในการซื้อไม่ยุ่งยากซับซ้อน เนื่องจากลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศเป็นสินค้าที่มีชีวิต ถ้าขั้นตอนในการซื้อมีความยุ่งยากซับซ้อน ใช้เวลานาน ก็จะทำให้ ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศมีความเสียหายได้ ดังนั้นถ้าขั้นตอนการซื้อมีความสะดวกรวดเร็วทำให้ผู้ซื้อพึงพอใจไม่ต้องเสียเวลารอนานก็จะกลับไปซื้ออีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของอดุลย์ จาตุรงคกุล (2546 : 312-314) กล่าวว่า กระบวนการ คือ ขั้นตอนในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการให้บริการให้กับลูกค้า ซึ่งจะต้องถูกต้อง รวดเร็ว เป็นที่พอใจและประทับใจในความรู้สึกของผู้บริโภค มีความยืดหยุ่น สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ กระบวนการมีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างยิ่ง เพราะกระบวนการเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดมาตรฐานแห่งความรวดเร็ว และคุณภาพของกิจการ ดังนั้นกระบวนการจึงสามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบให้กับธุรกิจได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดและกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ของผู้ซื้อ จากม้านิตยฟาร์ม ในจังหวัดเพชรบุรี ทำให้ทราบถึงส่วนประสมการตลาดและกระบวนการตัดสินใจซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ สามารถนำมาปรับปรุง แสวงหาโอกาสทางการตลาด และพัฒนากิจกรรมส่วนประสมทางการตลาดให้ดีขึ้นในโอกาสต่อไป ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตควรมีการพัฒนาคุณภาพของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มคุณภาพของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ จากข้อเสนอแนะจะเห็นได้ว่า ผู้ซื้อต้องการให้ผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่มีความแข็งแรง ด้านทานต่อโรค ดังนั้นถ้าผู้ผลิตสามารถผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ให้ตรงต่อความต้องการของผู้ซื้อได้ ผู้ผลิตก็สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้น เนื่องจากงานวิจัยพบว่าส่วนประสมการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงกับกระบวนการตัดสินใจซื้อด้านความรู้สึกลังการซื้อ เป็นอันดับแรก ดังนั้นเมื่อผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศไปแล้ว มีความพึงพอใจในคุณภาพของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ก็จะกลับไปซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ อีกครั้ง และแนะนำลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศให้แก่เพื่อนหรือคนใกล้ชิด

2. ผู้ผลิตควรสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจให้กับตราหรือโลโก้ของม้านิตยฟาร์มว่าเมื่อผู้ซื้อได้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศไปแล้ว จะได้ลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่มีคุณภาพ เมื่อผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศไปแล้วมีความพึงพอใจในคุณภาพ ผู้ซื้อก็จะจดจำ ตราหรือโลโก้ของม้านิตยฟาร์ม เป็นแนวทางในการซื้อครั้งต่อไป และภักดีในตราสินค้า เนื่องจากคุณภาพและราคาลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศของแต่ละฟาร์มไม่แตกต่างกันมากนัก และจากงานวิจัย พบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องตราหรือโลโก้ของม้านิตยฟาร์มเป็นอันดับแรก และด้านประเมินทางเลือก ผู้ซื้อให้ความสำคัญอันดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของม้านิตยฟาร์มในการผลิตลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรใช้ตราสินค้าเป็นจุดขายในการทำตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ

3. ผู้ผลิตควรมีการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตราหรือโลโก้ของม้านิตยฟาร์มให้ มากขึ้น โดยเน้นเรื่องคุณภาพของลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศที่มีความแข็งแรง จากงานวิจัยพบว่า ผู้ซื้อให้ความสำคัญด้านส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับสุดท้าย เนื่องจาก ส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะได้รับข้อมูลแบบการบอกกล่าวแบบปากต่อปาก การได้รับข้อมูลจากสื่ออื่นๆไม่เพียงพอ เช่น

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรเน้นการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น และ การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคโดยการแจกลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศให้ผู้ซื้อได้ทดลองนำไปเลี้ยง เพราะถ้าผู้ซื้อนำไปเลี้ยงแล้วมีความพึงพอใจในคุณภาพ ก็จะกลับมาซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศในครั้งต่อไปและแนะนำให้แก่เพื่อนหรือคนใกล้ชิดทราบ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อ และความพึงพอใจของผู้ซื้อลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในจังหวัดเพชรบุรี
2. ควรศึกษาถึงการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการทำธุรกิจลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในจังหวัดเพชรบุรี
3. ควรศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการตลาดลูกพันธุ์ปลานิลแปลงเพศ ในจังหวัดเพชรบุรี