BE-11

พฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารทะเลของลูกค้าที่มีต่อร้านอาหารแบบบุฟเฟ่ต์: กรณีศึกษาร้านหมูกระทะบุฟเฟ่ต์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น

The Behavior and needs of seafood consumption to Consumer for Buffet Restaurant: A Case Study of the Korean Pork Roast Restaurant in KhonKaen Province

จตุรพร แก้วเหลือง[1] วันพิชิต เบ็งจีน[2*,] รมิฏาษ์ ปารติณญา[3], และสกุลทิพย์ ศรีกุล [4*]

Jaturaporn Kaewluang[1], Wanpichit Banggeen[2*], Ramita Paratinya[3] and Sakulthip Srikul[4]

[1,2,3,4]*สาขาวิทยาลัยการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน วิทยาลัยการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตขอนแก่น*

[*]*ผู้ประสานงานหลัก อีเมล : wanpichit.ba@spu.ac.th*

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารทะเล ศึกษาปัจจัยความต้องการบริโภคอาหารทะเล และเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการในการตัดสินใจเลือกชนิดอาหารมาบริการลูกค้า กรณีศึกษาร้านหมูกระทะบุฟเฟ่ต์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จากการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านกรณีศึกษา จำนวน 171 คน ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุระหว่าง 21-30 ปี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ที่มาใช้บริการเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน และตั้งใจมารับประทานเพราะรสชาติดี ด้านทัศนคติและความต้องการบริโภคอาหารทะเล พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการให้ร้านจำหน่ายอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ราคา 179 บาท รองลงมาคือแบบชุดราคา 159 บาท ทั้งนี้ผลการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปัจจัยด้านเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือนมีค่าความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคอาหารทะเล ซึ่งแสดงว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์มากที่สุด และปัจจัยด้านพฤติกรรมการเข้าใช้บริการกับความต้องการบริโภคอาหารทะเลมีความสัมพันธ์กัน โดยลูกค้าที่เข้าใช้บริการเนื่องในโอกาสต่างๆ ให้ความสำคัญกับอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ และเพราะราคาคุ้มค่าส่งผลให้ลูกค้าเลือกอาหารทะเลแบบบุฟเฟต์ราคา 179 บาท โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

คำหลัก: แบบสอบถาม, ทาโร ยามาเน, สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

Abstract

The objective of this research was to survey the behavior and needs of seafood consumption.Study the factors of seafood consumption and to be a guideline for entrepreneurs to decide on the type of food to be served to customers A case study of a Korean grilled pork buffet restaurant in KhonKaenWith statistical analysis, such as percentage, average, standard deviation And analyze relationships using correlation Coefficient. From the inquiry of 170 customers who use the service in the case study, most of the customers are female, aged between 21-30 years, with a monthly income of less than 10,000 baht using the average service to 1-2 times per month and intend to eat because of good taste. Regarding the attitudes and needs of seafood consumers, it was found that most customers wanted a buffet seafood shop at 179 Baht per set, followed by a 159 Baht per set. The results of the relationship between sex, age and monthly income are

related to the demand for seafood, it shows that customers who earn 10,000 baht per month focus on seafood buffet as much as possible. And the factors of the usage behavior and the demand for seafood consumption are related. By customers who use the service on various occasions Giving importance to seafood buffet And because of the good value for money, resulting in customers choosing a buffet seafood price of 179 baht, with a significant level of 0.01

Keyword: Questionnaire, Taro Yamane, Correlation Coefficient

บทนำ

อาหารทะเลเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมทั่วไป ไม่ว่าจะเป็น หมึก กุ้ง หอย ปลา ฯลฯ ธุรกิจอาหารทะเลในประเทศไทยเติบโตต่อเนื่องทุกๆ ปี โดยรวมประมาณ 8% และในอนาคตคาดว่าจะเติบโตขึ้นได้ถึง 10-15% เนื่องจากแนวโน้มการบริโภคอาหารทะเลของคนไทยเพิ่มสูงขึ้น โดยปัจจุบันเฉลี่ยอยู่ที่ 28-30 กิโลกรัมต่อคนต่อปี จากการที่ตลาดของอาหารทะเลยังมีการเติบโตขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้อาหารทะเลยังมีความสำคัญต่อร่างกาย เนื่องจากอาหารทะเลนอกจากจะมีโปรตีนจากเนื้อสัตว์แล้ว ยังมีแร่ธาตุไอโอดีนที่ช่วยป้องกันโรค และไขมันในกลุ่มอาหารทะเลยังมีประโยชน์ไม่น้อยไปกว่าไขมันจากอาหารอื่นๆ จึงทำให้อาหารทะเลสามารถอยู่ในกลุ่มของอาหารทะเลเพื่อสุขภาพได้ด้วยเช่นกัน ด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิตของสังคมเมืองที่มีรสนิยมการรับประทานอาหารนอกบ้านและท่องเที่ยวในวันหยุดที่ไม่ไกลจากชุมชนเมืองมากนัก ทำให้ธุรกิจร้านอาหารทะเลเริ่มมีจำนวนสูงขึ้น ผู้ประกอบการต้องมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในเรื่องสุขภาพ ราคาที่ประหยัด และสิ่งที่สำคัญที่ผู้บริโภคต้องการจากอาหารทะเลคือความสะอาดสดใหม่

จากที่กล่าวมาข้างต้นนอกจากอาหารทะเลที่ได้รับความนิยมแล้ว อาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ก็กำลังเป็นที่นิยมมากในสังคมชุมชนเมืองและนอกเมืองเช่นเดียวกัน จนมีผู้คนหันมาสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะร้านอาหารประเภทจิ้มจุ่ม ปิ้งย่าง แบบบุฟเฟ่ต์หรือเหมาจ่าย ทำให้เกิดร้านอาหารประเภทนี้ขึ้นและเปิดแข่งขันกันเป็นจำนวนมาก เนื่องจากอาหารเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตที่ทำให้ร่างกายของมนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้ จากอดีตมนุษย์บริโภคอาหารเพื่อให้มีชีวิตอยู่รอดและมีแรงในหารทำงาน แต่ในปัจจุบันมนุษย์ไม่เพียงแต่บริโภคอาหารเพื่อให้มีชีวิตรอด แต่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วย ในปัจจุบันการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในร้านอาหารที่เป็นแฟรนไชส์และไม่ใช่แฟรนไชส์ อาจเนื่องจากผู้บริโภคคำนึงถึงความคุ้มค่ากับเงิน เพราะการรับประทานอาหารบุฟเฟ่ต์สามารถบริโภคได้อย่างไม่จำกัด ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารทะเลควรหันมาให้บริการอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ ในทางกลับกันผู้ประกอบการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ก็ควรให้ความสนใจในเรื่องของอาหารทะเลเช่นเดียวกันเพื่อดึงดูดลูกค้า และเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดให้ได้มากที่สุดอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจร้านอาหารเช่นกัน เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคไม่ได้เกิดจากการที่ผู้บริโภคมีจำนวนมากขึ้น แต่เกิดจากความหลากหลายของพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการจึงต้องศึกษาถึงความต้องการและรูปแบบการแสดงออกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

ร้านกรณีศึกษาประกอบธุรกิจอาหารบุฟเฟ่ต์หมูกระทะราคา 99 บาทต่อท่าน มีอาหารให้เลือกหลากหลาย ได้แก่ เนื้อหมูหมักชนิดต่างๆ อาหารว่าง และเครื่องดื่ม เนื่องจากร้านบุฟเฟ่ต์อาหารทะเลกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน ร้านกรณีศึกษาได้ตระหนักถึงความสำคัญเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย จึงมีความต้องการเพิ่มประเภทอาหารทะเลในเมนูปิ้งย่าง แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารทะเลของลูกค้าแต่อย่างใด ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงศึกษาพฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารทะเล ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคอาหารทะเลของลูกค้าร้านกรณีศึกษา อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการประยุกต์ไปยังกิจการที่ใกล้เคียง เช่น ร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์อื่นๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารทะเลของลูกค้าของร้านกรณีศึกษา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคอาหารทะเล
3. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการในการตัดสินใจเลือกชนิดอาหารมาบริการลูกค้า

ขอบเขตเรื่อง

1. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
   กลุ่มลูกค้าที่เข้าใช้บริการร้านกรณีศึกษา
2. ด้านเวลา
   ระยะเวลาในศึกษาขั้นตอนและปัญหา ไปจนถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นเวลา 16 สัปดาห์

คำนิยาม

1. บุฟเฟ่ต์ หมายถึง อาหารที่ลูกค้าสามารถเลือกรับประทานได้ตามความต้องการในราคาที่ทางร้านกำหนด
2. ร้านกรณีศึกษา หมายถึง ร้านอาหารกระทะบุฟเฟ่ต์แห่งหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น
3. ลูกค้า หมายถึง กลุ่มคนที่เข้ามารับประทานอาหารร้านกรณีศึกษา

ขั้นตอนการดำเนินงาน

1. ศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารทะเลของลูกค้าร้านกรณีศึกษา มีเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารทะเล เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคอาหารทะเล

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยทำการสร้างแบบสอบถามสำรวจพฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารทะเล ซึ่งมีส่วนประกอบทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการเป็นบริการ โดยใช้คำถามแบบเลือกคำตอบเพื่อเก็บข้อมูลมากหาค่าร้อยละ ส่วนที่ 3 ทัศนคติและความต้องการบริโภคอาหารทะเล โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ย ซึ่งกำหนดระยะห่างของคะแนนจากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน และคะแนนต่ำสุด 1 คะแนน โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ดังนี้ ระดับมากที่สุด 5 คะแนน ระดับมาก 4 คะแนน ระดับปานกลาง 3 คะแนน ระดับน้อย 2 คะแนน และระดับน้อยที่สุด 1 คะแนน

การแปลผลคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณหาอันตรภาคชั้น (Class Interval: I) แบ่งเป็นช่วงคะแนน ดังนี้ 4.21 – 5.00 หมายถึงมากที่สุด 3.41 – 4.20 หมายถึงระดับมาก 2.61 – 3.40 หมายถึงระดับปานกลาง 1.81 – 2.60 หมายถึงระดับน้อย และ 1.00 – 1.80 หมายถึงระดับน้อยที่สุด

3. คณะผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการร้านกรณีศึกษาต่อวัน ประมาณ 250 คน (ข้อมูลบัญชียอดขายของร้านกรณีศึกษา) และกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane) จากสมการที่ 1

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)} \qquad (1)$$

โดยที่ n คือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

และ e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ร้อยละ หรือ เปอร์เซ็นต์) โดยค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05

ซึ่งจากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 171 คน

4. การวิเคราะห์และประมวลผลโดยใช้โปรแกรม Excel ในการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Consistency: IOC) เพื่อหาความเที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์ หรือหาความสอดคล้องระหว่างคำถามรายข้อกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดจากสูตรของโรวิเนลลีและแฮมเบิลตัน โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ซึ่งเป็นอาจารย์จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาขอนแก่น 2 ท่าน และอาจารย์วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุมขอนแก่น 1 ท่าน และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้โปรแกรม SPSS เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการบริโภคอาหารทะเลของกลุ่มลูกค้าร้านกรณีศึกษา

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 102 คน คิดเป็นร้อยละ 59.64 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 40.35 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี 80 คน คิดเป็นร้อยละ 46.78 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ	รายละเอียด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ			**อายุ**			**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน**		
ชาย	69	40.35	ต่ำกว่า 20ปี	38	22.22	ต่ำกว่า 10,000 บาท	110	64.32
หญิง	102	59.64	21 – 30 ปี	80	46.78	10,000 – 20,000 บาท	49	28.65
			31 – 40 ปี	46	26.90			
			40 ปีขึ้นไป	7	4.09	มากกว่า 20,000 บาท	12	7.01

ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการเข้าใช้บริการ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการบ่อยครั้ง เฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน และตั้งใจมารับประทานเพราะมีรสชาติดี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ท่านรับประทานหมูกระทะบุฟเฟ่ต์บ่อยหรือไม่		
บ่อย	100	58.47
ไม่บ่อย	71	41.52

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการเข้าใช้บริการ (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เฉลี่ยกี่ครั้งต่อเดือน		
1 – 2 ครั้งต่อเดือน	81	47.36
3 ครั้งต่อเดือน	43	25.14
4 ครั้งต่อเดือน	25	14.61
มากกว่า 4 ครั้งต่อเดือน	22	12.86
ท่านมักมารับประทานหมูกระทะบุฟเฟ่ต์ในโอกาสใด		
ตั้งใจไปรับประทาน	113	36.21
รอเวลาทำธุระอย่างอื่น	69	22.11
เพื่อพบปะสังสรรค์	66	21.15
รับรองลูกค้า/เพื่อนทางธุรกิจ	31	9.9
เลี้ยงฉลองในโอกาสพิเศษ	33	10.57
เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกรับประทานร้านอาหารหมูกระทะบุฟเฟ่ต์		
รสชาติดี	55	32.16
บริการดี/รวดเร็ว	20	11.69
มีอาหารให้เลือกหลากหลายชนิด	43	25.14
ราคาคุ้มค่า	53	30.99
รวม	**171**	**100**

ผลจากการศึกษาทัศนคติและความต้องการบริโภคอาหารทะเลของลูกค้าร้านกรณีศึกษา พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการบริโภคอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์มากที่สุด ในราคา 179 บาท รองลงมาคือแบบชุด ในราคา 159 บาท ดังตารางที่ 3 ซึ่งได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ไว้ในตารางที่ 4 และ 5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ทัศคติและความต้องการบริโภคอาหารทะเล

ด้านความต้องการบริโภคอาหารทะเล	$\bar{X}$	$S.D.$	การแปลผล
1. หากทางร้านจะ**ขายอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์** ท่านเห็นด้วยในระดับใด	4.45	0.83	มากที่สุด
2. หากทางร้านจะ**ขายอาหารทะเลแบบเป็นชุด** ท่านเห็นด้วยในระดับใด	3.53	0.92	มาก
ด้านราคา			
อาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์			
1. ราคา 129 บาท ประกอบด้วย กุ้ง ปลาหมึก	3.54	0.91	มาก
2. ราคา 159 บาท ประกอบด้วย กุ้ง ปลาหมึก หอยหวาน	3.30	0.90	ปานกลาง
3. ราคา 179 บาท ประกอบด้วย กุ้ง ปลาหมึก ปูม้า หอยหวาน	4.05	0.92	มาก

ตารางที่ 3 ทัศคติและความต้องการบริโภคอาหารทะเล (ต่อ)

ด้านราคา	$\bar{X}$	$S.D.$	การแปลผล
อาหารทะเลแบบเป็นชุด			
1. ราคา 49 บาท ประกอบด้วย กุ้ง	3.39	1.12	ปานกลาง
2. ราคา 89 บาท ประกอบด้วย กุ้ง ปลาหมึก	3.22	0.95	ปานกลาง
3. ราคา 129 บาท ประกอบด้วย กุ้ง ปลาหมึก ปูม้า	3.35	0.97	ปานกลาง
4. ราคา 159 บาท ประกอบด้วย กุ้ง ปลาหมึก ปูม้า หอยหวาน	3.71	1.16	มาก

ตารางที่ 4 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีต่อความต้องการบริโภคอาหารทะเล

ความต้องการ	เพศ		อายุ		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	
	r	P-Value	r	P-Value	r	P-Value
แบบบุฟเฟต์	0.257	0.000	0.777	0.000	0.903	0.000
แบบเป็นชุด	0.366	0.000	0.851	0.000	0.810	0.000
บุฟเฟต์ราคา 129 บาท	0.327	0.000	0.864	0.000	0.774	0.000
บุฟเฟต์ราคา 159 บาท	0.420	0.000	0.838	0.000	0.703	0.000
บุฟเฟ่ต์ราคา 179 บาท	0.364	0.000	0.857	0.000	0.812	0.000
แบบชุดราคา 49 บาท	0.351	0.000	0.896	0.000	0.809	0.000
แบบชุดราคา 89 บาท	0.403	0.000	0.878	0.000	0.763	0.000
แบบชุดราคา 129 บาท	0.351	0.000	0.896	0.000	0.809	0.000
แบบชุดราคา 159 บาท	0.403	0.000	0.878	0.000	0.763	0.000
ค่าความสัมพันธ์โดยรวม	**0.360**	**0.000**	**0.859**	**0.000**	**0.794**	**0.000**

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 *r คือค่าสหสัมพันธ์

จากตารางที่ 4 ด้านข้อมูลทั่วไปมีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคอาหารทะเล กล่าวคือ เพศหญิงต้องการบริโภคอาหารทะเลแบบเป็นชุดราคา (r = 0.366) 89 และ 159 บาท (r = 0.403) ลูกค้าอายุ 21-30 ปี ก็ต้องการบริโภคอาหารทะเลแบบเป็นชุด (0.851) แต่ลูกค้ารายได้ 10,000 บาทต่อเดือนต้องการบริโภคอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ราคา 179 บาทมากกว่า (r = 0.812)

ตารางที่ 5 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเข้าใช้บริการที่มีต่อความต้องการบริโภคอาหารทะเล

ความต้องการ	ความบ่อยในการเข้าใช้บริการ		การใช้บริการในโอกาสต่างๆ		ราคาคุ้มค่า	
	R	P-Value	r	P-Value	r	P-Value
แบบบุฟเฟต์	0.812	0.000	0.761	0.000	0.807	0.000
แบบเป็นชุด	0.852	0.000	0.711	0.000	0.678	0.000
บุฟเฟต์ราคา 129 บาท	0.838	0.000	0.691	0.000	0.845	0.000

ตารางที่ 5 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเข้าใช้บริการที่มีต่อความต้องการบริโภคอาหารทะเล (ต่อ)

ความต้องการ	ความบ่อยในการเข้าใช้บริการ		การใช้บริการในโอกาสต่างๆ		ราคาคุ้มค่า	
	R	P-Value	r	P-Value	r	P-Value
บุฟเฟต์ราคา 159 บาท	0.821	0.000	0.665	0.000	0.853	0.000
บุฟเฟ่ต์ราคา 179 บาท	0.881	0.000	0.736	0.000	0.867	0.000
แบบชุดราคา 49 บาท	0.907	0.000	0.741	0.000	0.886	0.000
แบบชุดราคา 89 บาท	0.856	0.000	0.721	0.000	0.877	0.000
แบบชุดราคา 129 บาท	0.907	0.000	0.741	0.000	0.808	0.000
แบบชุดราคา 159 บาท	0.856	0.000	0.721	0.000	0.878	0.000
ค่าความสัมพันธ์โดยรวม	**0.858**	**0.000**	**0.720**	**0.000**	**0.833**	**0.000**

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 *r คือค่าสหสัมพันธ์

จากตารางที่ 5 พบว่า พฤติกรรมการเข้าใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคอาหารทะเล กล่าวคือ ลูกค้าที่ใช้บริการบ่อยครั้งจะให้ความสำคัญกับอาหารทะเลแบบชุดราคา (r = 0.852) 49 และ 129 บาท (r = 0.907) ลูกค้าที่เข้าใช้บริการในโอกาสต่างๆ ให้ความสำคัญกับอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ราคา 179 บาท (r = 0.736) และลูกค้าเลือกอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ราคา 179 บาทเพราะราคาความคุ้มค่า (r = 0.867)

สรุป

จากการสำรวจพฤติกรรมและความต้องการบริโภคอาหารทะเลของกลุ่มตัวอย่างลูกค้าร้านกรณีศึกษาจำนวน 171 คน โดยคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากทฤษฎีของ ทาโร ยามาเน (Taro Tayamane) หลังจากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลจากการศึกษาด้านพฤติกรรม พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีรายได้ต่อเดือนต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ที่มาใช้บริการเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อเดือน และตั้งใจมารับประทานเพราะรสชาติดี ต่อมาด้านทัศนคติและความต้องการบริโภคอาหารทะเล พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการให้ร้านกรณีศึกษาจำหน่ายอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ในราคา 179 บาท รองลงมาคือแบบราคาชุดละ 159 บาท ผลจากการวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคอาหารทะเล คือ ปัจจัยด้านเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือนมีค่าความสัมพันธ์กับความต้องการบริโภคอาหารทะเล ซึ่งแสดงว่าลูกค้าที่มีรายได้ 10,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์มากที่สุด และปัจจัยด้านพฤติกรรมการเข้าใช้บริการบริโภคอาหารทะเลมีความสัมพันธ์กันโดยลูกค้าที่เข้าใช้บริการเนื่องในโอกาสต่างๆ ให้ความสำคัญกับอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ และเพราะราคาคุ้มค่าส่งผลให้ลูกค้าเลือกอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ราคา 179 บาท โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งคล้ายกับงานวิจัยของ กัญชญานิศ ศรีนุกูล (2558) ให้ค่าความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ข้อเสนอแนะ

1. ในการศึกษาครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความต้องการบริโภคอาหารทะเลของร้านหมูกระทะบุฟเฟ่ต์ ผู้ประกอบการหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องจึงควรศึกษา และนำไปปรับปรุงเพื่อนำไปทำแผนการตลาดเกี่ยวกับอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์อื่นๆ ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้บริโภค เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการได้ดียิ่งขึ้น

2. ในการศึกษาครั้งต่อไป ร้านกรณีศึกษาควรสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากจำหน่ายอาหารทะเลแบบบุฟเฟ่ต์ ในเรื่องความสดของอาหารทะเล ความสะอาด และความรวดเร็วในการให้บริการ

เอกสารอ้างอิง (References)

กนกพร อ่ำคง. (2559). *การศึกษาผู้บริโภคร้านหมูกระทะบุฟเฟต์ในเขตเมืองพิษณุโลก.* (วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรบัณฑิต. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร)

กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์ และคณะ. (2561). การวิเคราะห์องค์ประกอบและปัจจัยในการเลือกซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(27), 58-69.

กรองแก้ว สงวนสิน และปาลิดา คงทน. (2556), แผนธุรกิจร้านอาหารทะเล I SEA U. *วารสารการเงิน การธนาคาร และการลงทุน,* 1(4), 1-14.

กัญชญานิศ ศรีนุกุล. (2558). การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางการจัดตั้งร้าน เอฟ แอนด์ บี มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ บางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา.*วารสารการและวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*, 9(1), 14-21.

คณิต สุขรัตน์ และดุสิต อธินุวัฒน์. (2562). การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติของผู้บริโภคสินค้าอินทรีย์. *บทความวิจัย (Thai Journal of Science and Technology)*, 9(1), 69-76.

ชลดา มงคลวนิช และคณะ. (2562). ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารบุฟเฟ่ต์ในโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *กระแสวัฒนธรรม*, 21(29), 81-95.

ดวงทอง ลาภเจริญทรัพย์ และคณะ. (2560). การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้าน. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 18(2), 37-49.

ทฤษฎีการกำหนดขนาดกลุ่มจำนวนประชากรตัวอย่าง ทาโร ยามาเน (Taro Tayamane). (2561). สืบค้น 25 เมษายน 2563,จาก https://uxlabth.com/2018/11/26/taro-yamane-การกำหนดจำนวน

นพพร บัวอินทร์ และกฤชเชาว์ นันทสุดแสวง. (2562). ส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง, *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 39(6), 73-84.

นารา กิตติเมธีกุล. (2559). พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภครายย่อยชาวลาวในนครหลวงเวียงจันทร์ต่ออาหารทะเลสดในขังหวัดหนองคาย. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 10(19), 44-54.

ประชาชาติธุรกิจ. (2561). *การเติบโตของธุรกิจอาหารทะเล*. สืบค้น 8 พฤษภาคม 2563, จาก https://www.prachachat.net/marketing/news-147318

สุดาภา สุขชูศรี. (2559). *แผนธุรกิจเพื่อสร้างธุรกิจใหม่ร้านอาหารทะเล Sea Street.* สืบค้น 8 พฤษภาคม 2563, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3639/3/sudapa.sukc.pdf

อุบล ชื่นสำราญ และธีรเวท กิจการุณ. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจบริโภคอาหารประเภทอาหารแช่งแข็งสำเร็จรูปในร้านสะดวกซื้อเขตกรุงเทพมหานคร. (2556). *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต*. 9(3), 213-224.