

ทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

Attitude to consuming raw fish of people in Mueng district, Chiang Rai province

วรมธ อุปการ (Woramet Uppakarn)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยในงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึง ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ทัศนคติการบริโภคและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด(4P) ที่มีผลต่อการบริโภคชาซีมิ(ปลาดิบ)ของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายและนำผลการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นแนวทางในการนำข้อมูลไปใช้ประกอบธุรกิจ และการกำหนดกลยุทธ์ในการวางแผนการตลาดของธุรกิจอาหารญี่ปุ่น

โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ประชาชนทั่วไปและผู้บริโภคหรือเคยบริโภคปลาดิบที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามตามแบบมาตรฐาน เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยการใช่โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติประมวลผลเพื่อนำเสนอค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard division) และการสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวแปร สถิติที่ใช้คือ ไค-สแควร์ (Chi-square)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 36-45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาทผู้ตอบแบบสอบถามนิยมบริโภคชาซีมิ แคลมอน มากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกบริโภคชาซีมิ เหตุผลเพราะชอบชื่นชมรสชาติของปลาดิบ ความถี่ในการบริโภคชาซีมิ คือ นาน ๆ ครั้ง ในช่วงเวลาเมื่อเย็น บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการซื้อคือ ครอบครัว โดยจะบริโภคชาซีมิตามร้านอาหารญี่ปุ่น และมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคชาซีมิต่อครั้งโดยประมาณ 501 – 1,000 บาท

ABSTRACT

This study aims to study about the attitude to consuming raw fish of people in Mueng district, Chiang Rai province. This study focused on the consumer's behavior. The attitude to consume a factor about the component of marketing which can affect to the Sashimi (raw fish) consuming of people in Mueng district, Chiang Rai province and use the study's result use as a database to help in business and plan for the marketing strategy for business about Japanese food.

Samples in this study is people and people who eat or has ever eat raw fish in Mueng district, Chiang Rai province about 400 people by using accidental randomizing. The study used the questionnaire with the proportion as a tool to gather information and the information was analyzed by using statistical finished program to represent frequencies, percentage, mean, standard deviation, and the hypothesis was compared differences and relationship between 2 variable. The statistics that has been used is Chi-square.

The research result found, most of the samples are woman, aged 36-45 year, married, has bachelor degree, work as a governing officer, and has income between 20,001 – 30,000 Baht. The samples love to each Sashimi the most. The sample choose to eat Sashimi because they love to taste of raw fish. The frequencies of Sashimi eating is sometimes in the dinner. People who can affect to the decision making to buy Sashimi is family by having Sashimi in Japanese restaurant. Lastly, the expenses for each time is about 501 – 1,000 Baht.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันคนไทยนิยมหันมาบริโภคปลาดิบกันมากขึ้นเนื่องจากกระแสนิยมอาหารญี่ปุ่นที่เข้ามามีบทบาทและเป็นอีกทางเลือกในการบริโภคอาหารจะสังเกตได้จากร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีคนเข้าไปใช้บริการเป็นจำนวนมาก ต้องรอเข้าคิวเพื่อที่จะได้รับประทานอาหารญี่ปุ่น และในเมนูอาหารจะต้องมีเมนูประเภทปลาดิบอยู่เสมอ และคนไทยเริ่มนิยมบริโภคปลาดิบเพิ่มมากขึ้น ซึ่งประเภทของปลาทำให้เลือกบริโภคอย่างหลากหลาย เช่น ปลาแซลมอน ปลาทูน่า ปลากะพงและปลาซาบะ เป็นต้น และปลาดิบที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือปลาแซลมอน และปลาทูน่า โดยส่วนใหญ่นิยมบริโภคแบบดิบ หรือเรียกว่าซาซิมิ และยังนำมาทำเมนูอื่นๆ เช่น ข้าวปั้นญี่ปุ่น เป็นต้น คนที่เลือกบริโภคปลาดิบต่างก็มีความชอบที่แตกต่างกันออกไปอาจจะเลือกบริโภคเพราะความชอบส่วนบุคคลหรือบริโภคเพราะมองเห็นคุณประโยชน์ของปลาดิบ

โดยวัฒนธรรมการกินปลาดิบในเมืองไทยก็เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งสำหรับคนญี่ปุ่น ปลาดิบ ถือว่าเป็นยาอายุวัฒนะของชาวญี่ปุ่น เป็นอาหารประจำชาติ โดยปลาดิบมีคุณประโยชน์คือ ลดคอเลสเตอรอลและไขมันที่สะสมตามผนังหลอดเลือด ชะลอการปวดบวมของอาการกล้ามเนื้ออักเสบและโรครูมาตอยด์ ลดการเสี่ยงเกิดโรคมะเร็งบางชนิด ลดความดันโลหิตช่วยลดอาการซึมเศร้า และช่วยลดอาการเอ็นของมือและเท้า ในผู้ป่วยโรคเรย์นอค เป็นต้น ("ปลาดิบกินอย่างไรให้ได้ประโยชน์",ออนไลน์,2018) และสารอาหารที่ได้จากปลาดิบก็มีมากมายเช่น ไขมันโดยเฉพาะกรดไขมัน (Omega 3) โปรตีน คาร์โบไฮเดรต และเกลือ เป็นต้น ("ประโยชน์จากปลาดิบหรือซาซิมิ",ออนไลน์,2018)

แต่ก็มีคนบางกลุ่มที่ไม่ชอบบริโภคปลาดิบเนื่องจากมองว่าปลาดิบนั้นมีโทษมากกว่าประโยชน์ เช่น กลัวพยาธิ ปลาไม่สดทำให้มีกลิ่นคาว เป็นต้น และมีความเชื่อ ถูกปลุกฝังมาตั้งแต่เด็กว่าการกินของดิบไม่ดี ส่งผลเสียต่อร่างกายและไม่อาจเข้าใจได้เลยว่า การรับประทานปลาที่ไม่ผ่านการปรุงรส ไม่ผ่านความร้อนจะอร่อยได้อย่างไร จึงทำให้คนไม่กล้าที่จะบริโภคปลาดิบ

ดังนั้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นปัญหากับความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องทัศนคติการบริโภคปลาดิบของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะได้เข้าใจถึงปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้จะเป็นแนวทางสำหรับการประกอบธุรกิจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับศึกษา อาชีพ สถานภาพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตทางด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่บริโภคหรือเคยบริโภคปลาดิบในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างประชากรโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

ขอบเขตทางด้านเนื้อหา การศึกษาเรื่อง ทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษามุ่งศึกษาตัวแปร ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับศึกษา อาชีพ สถานภาพ และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตทางด้านระยะเวลา การศึกษาเรื่องทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างในช่วงระยะเวลาเดือนธันวาคม 2561-เดือนมกราคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

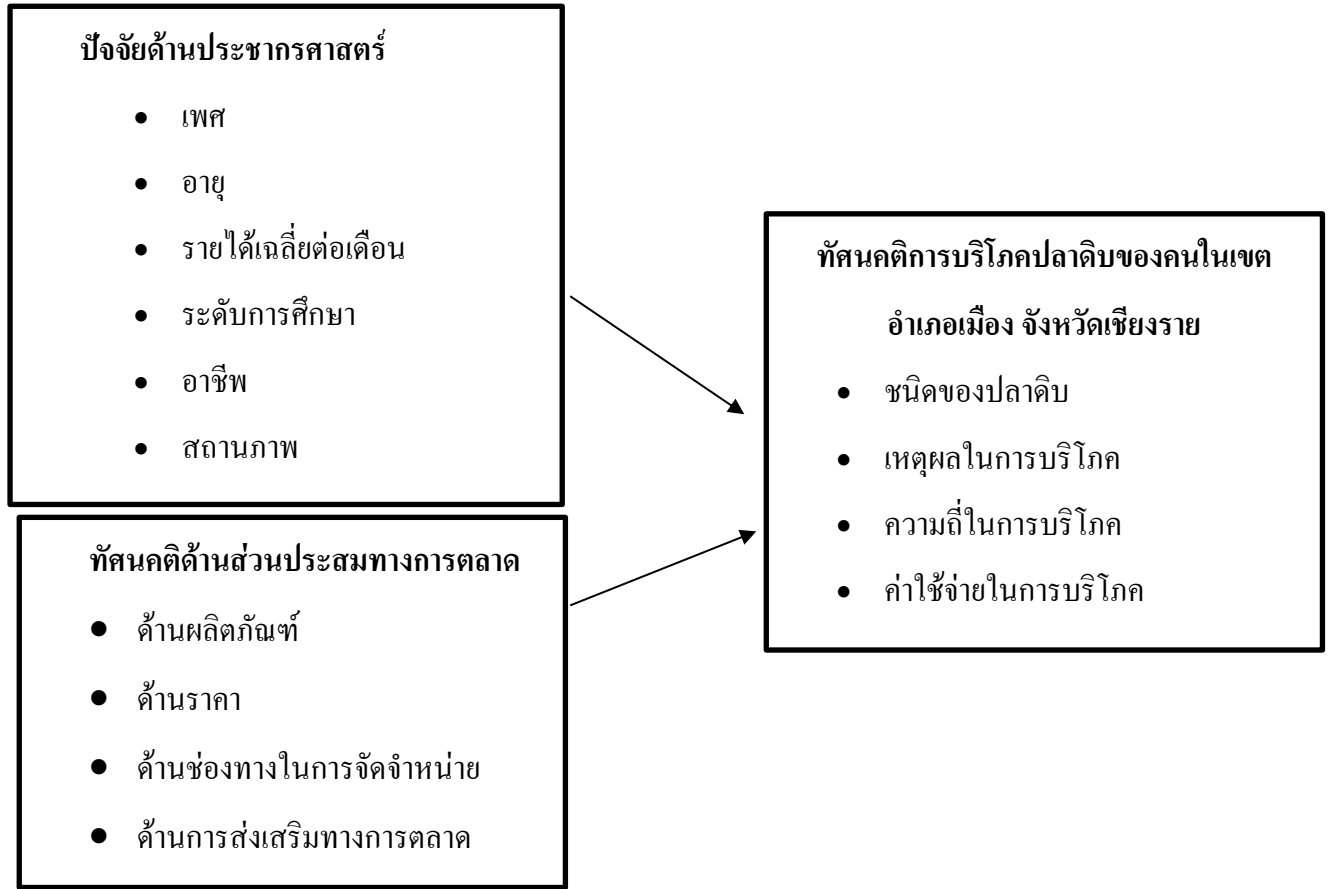
1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
3. ทำให้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย
4. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ศึกษามาเป็นแนวทางในการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อตอบสนองถึงความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์เฉพาะ

ปลาดิบ หมายถึง อาหารของญี่ปุ่นชนิดหนึ่ง ทำด้วยเนื้อปลาทะเลสด แล่เป็นชิ้นบาง ๆ นิยมกินกับวาซาบิ ซึ่อวี่ญี่ปุ่น และหัวไชเท้าขูดฝอย

กรอบแนวคิดการวิจัย
ตัวแปรอิสระ
(Independent Variable)

ตัวแปรตาม
(Dependent Variable)



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปและผู้บริโภคหรือเคยบริโภคปลาดีที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ใช้แบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัย และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ประมวลผลเพื่อนำเสนอค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard division) และการสมมติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวแปร สถิติที่ใช้คือ ไคร้-สแควร์ (Chi-square)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 ที่มีช่วงอายุ 36-45 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 มีอาชีพเป็นข้าราชการ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริโภคอาหารญี่ปุ่น

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริโภคปลาดิบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมบริโภคซาซิมิ(ปลาดิบ) แคลมอน มากที่สุด จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 75.3 เหตุผลที่บริโภคปลาดิบชอบรสชาติของปลาดิบจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ช่วงเวลาบริโภคปลาดิบบ่อย คือ มื้อเย็น จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคปลาดิบต่อครั้ง 501 – 1,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ความถี่ในการบริโภคปลาดิบ คือ นานๆครั้ง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจโดยการบริโภคปลาดิบคือครอบครัว 249 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 โดยจะบริโภคตามร้านอาหารญี่ปุ่นจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคปลาดิบ ของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย แบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้บริโภคซาซิมิ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีระดับความคิดเห็นโดยรวมมากที่สุด ที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.32 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่เห็นด้วยมากที่สุด คือ ชอบรสชาติของปลาดิบ มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือ คิดว่าปลาดิบมีคุณค่าทางด้านโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.49 มั่นใจว่าปลาดิบในห้างฯมีความสด สะอาด กว่าตามตลาดนัด มีค่าเฉลี่ย 4.26 คิดว่าปลาดิบในห้างฯมีคุณภาพที่ดีกว่าตลาดนัดมีค่าเฉลี่ย 4.19 และลำดับสุดท้ายคือมั่นใจในแหล่งที่มาของปลาดิบตามร้านค้าแจ้ง มีค่าเฉลี่ย 4.16

ด้านราคา มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.05 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่าปัจจัยด้านราคา ที่เห็นด้วยมากที่สุดได้แก่ คิดว่าถ้าซื้อปลาดิบมาทำเองที่บ้านจะราคาถูกกว่าไปทานที่ร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.19 คิดว่าราคาอาหารจากปลาดิบมีราคาไม่ต่างกับเมนูอาหารอื่น มีค่าเฉลี่ย 4.13 คิดว่าราคาปลาดิบในร้านอาหารทั่วไปมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.97 และลำดับสุดท้าย คิดว่าปลาดิบในร้านที่ขายตามตลาดนัดมีราคาถูก มีค่าเฉลี่ย 3.92

ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.05 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เห็นด้วยมากที่สุดได้แก่ ตามศูนย์การค้าต่างๆทั่วไปสามารถหารับประทานปลาดิบได้ทุกที่ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ในห้างสรรพสินค้าจะต้องมีร้านอาหารที่ขายปลาดิบอย่างน้อย 1 ร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.16 สามารถหาซื้อปลาดิบมาทานเองได้จากซูเปอร์มาเก็ต มีค่าเฉลี่ย 4.16 และลำดับสุดท้ายหากไปตลาดนัดจะต้องพบเจอกับร้านที่ขายปลาดิบ มีค่าเฉลี่ย 3.70

ด้าน การส่งเสริมการตลาด มีระดับความคิดเห็นมากที่ระดับค่าเฉลี่ย 4.14 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่เห็นด้วยมาก ได้แก่ ป้ายประชาสัมพันธ์เมนูปลาติบจากร้านอาหารญี่ปุ่นแสดงที่หน้าร้าน มีค่าเฉลี่ย 4.28 รองลงมาคือ ร้านที่ขายปลาติบมีการลดราคาเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านเปิดใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.12 และลำดับสุดท้ายคือ เมนูปลาติบที่มีส่วนลดอาจมีการแจ้งข่าวสารผ่านแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ย 4.10 และลำดับสุดท้ายคือ ซุปเปอร์มาเก็ตมักมีการลดราคาพิเศษช่วงก่อนปิดทำการ มีค่าเฉลี่ย 4.06

การทดสอบสมมติฐาน

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคปลาติบของคน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$)

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคปลาติบของคน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวมมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ($p < 0.05$)

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล มีผลต่อผลต่อพฤติกรรมการบริโภคปลาติบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวมมีความแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการบริโภคปลาติบ มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคปลาติบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยรวมแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการบริโภคปลาติบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชนสรณ์ โตรกราน (2552:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่น ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการบริโภคปลาติบของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ในเรื่องของรสชาติของปลาติบ คิดว่าปลาติบมีคุณค่าทางด้านโภชนาการ ผู้ประกอบการร้านอาหารญี่ปุ่นควรรักษามาตรฐาน และใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สดใหม่ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและรักษารฐานลูกค้าที่มีอยู่ไว้ได้
2. ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหาร คิดว่าถ้าซื้อปลาติบมาทำเองที่บ้านจะราคาถูกกว่าไปทานที่ร้าน และคิดว่าราคาอาหารจากปลาติบมีราคาไม่ต่างกับเมนูอาหารอื่น ฉะนั้นทางผู้ประกอบการต้องคำนึงราคาสินค้าเพื่อให้สินค้าและคุณภาพเหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องของสถานที่ตั้งของร้านที่สะดวกต่อการเดินทางตามศูนย์การค้าต่าง ๆ ทั่วไปสามารถหารับประทานปลาติบได้ทุกที่ สามารถหาซื้อปลาติบมาทานเองได้จากซุปเปอร์มาเก็ต ผู้ประกอบการควรเลือกที่ตั้งให้เหมาะสมสามารถเดินทางได้สะดวกกับการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด เช่น มีป้ายประชาสัมพันธ์เมนูปลาดีบจากร้านอาหารญี่ปุ่นแสดงที่หน้าร้าน และร้านที่ขายปลาดีมีการลดราคาเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านเพื่อจูงใจให้ลูกค้ามาใช้บริการ และเกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย เรื่อง “ทัศนคติการบริโภคปลาดีของคนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย” สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ ได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงของอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ และขอขอบพระคุณครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่ส่งเสริมให้การสนับสนุน คอยให้กำลังใจจนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้นำไปใช้ในการศึกษาและค้นคว้าการวิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชนสรณ์ โตกราน.(30-มกราคม-2552).พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารญี่ปุ่นชลบุรี เข้าถึงได้จาก :

<http://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/1296>.

บุญญาพร เชื่อมสมพงษ์ และ สุภาพ ฉัตรภรณ์. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม*

สันทัด เสริมศรี.(2539).*พฤติกรรมทางประชากร ในปรากฏการณ์ทางประชากร*.กรุงเทพฯ ฯ : ชนะพิมพ์

Cosmenet.(19 Jul 2014).ปลาดิบ" กินอย่างไรให้ได้ประโยชน์ เข้าถึงได้จาก:

<https://www.cosmenet.in.th/cosme->

[intrend/19978/%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B9%89%E0%B9%84%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B9%8C](https://www.cosmenet.in.th/cosmetrend/19978/%E0%B8%9B%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B9%84%E0%B8%A3%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B9%89%E0%B9%84%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B9%8C).

Matcha. (2560 กุมภาพันธ์ 21).*ความหมายชาซิมิ ประเภท การรับประทานโกด์ชาซิมิฉบับสมบูรณ์: ชาซิมิแตกต่างกับซูชิยังไง, มีกี่ประเภท, ระดับราคา, วิธีการรับประทาน และอื่นๆ* เข้าถึงได้จาก:<https://matcha-jp.com/th/2950>. :สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2561