

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคในจังหวัด
สมุทรสาคร

FACTORS INFLUENCING DRIED SEAFOOD PURCHASING DECISION OF
CONSUMERS IN SAMUT SAKORN PROVINCE

อุษารัตน์ เอกเลิศ

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

MISS. USARAT EKLOET

E-mail : Usarat92@hotmail.com

Faculty of Business Administration Program in Marketing, Ramkhamhaeng University

Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P'S ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร ประชากรในการวิจัยนี้คือ ผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลตากแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร ใช้การสุ่มแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบบสอบถามจำนวน 323 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และสถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทหรือรับจ้าง จบการศึกษาดำรงปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนเฉลี่ยต่ำกว่า

10,000 บาท และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสมมุติฐาน คือ ปัจจัยประชากรศาสตร์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร

คำสำคัญ: อาหารทะเลตากแห้ง, ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps

ABSTRACT

This research aims to study factors influencing dried seafood purchasing decision of consumers in Samut Sakorn Province. The researcher collected data from 400 questionnaires responded by consumers in Samut Sakorn Province. Statistics used for data analysis were: descriptive statistics including percentage, mean, Standard Deviation; and inferential statistics. This research had a hypothesis on demographic factors (including gender, educational level, occupation, and average monthly income) and marketing mix factors (4P's). The hypothesis of this research was that all factors as mentioned above influencing dried seafood purchasing decision of consumers in Samut Sakorn Province.

The results revealed that most respondents were females working as employees of private companies or working for wages. Their educational level was lower than Bachelor Degree and their average monthly income was lower than 10,000 baht. For marketing mix factors, every factor had Sig. equal to 0.000 that was less than 0.05 ;

therefore, it represented that marketing mix factors influencing dried seafood purchasing decision of consumers in Samut Sakorn Province.

Keywords: dried seafood, marketing mix factors (4Ps)

บทนำ

แหล่งผลิตอาหารทะเลของโลกกระจุกตัวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เนื่องจากมีที่ตั้งเชิงยุทธศาสตร์ด้านทรัพยากรประมงทะเล จึงมีความพร้อมด้านวัตถุดิบ โดยสัตว์น้ำที่จับได้จากธรรมชาติและการเพาะเลี้ยงในเอเชีย มีสัดส่วนสูงถึง 78% ของปริมาณผลผลิตสัตว์น้ำโลกนอกเหนือจากความพร้อมด้านวัตถุดิบ เอเชียยังมีความได้เปรียบด้านแรงงาน ทั้งจำนวน ทักษะฝีมือในการตัดแต่งแปรรูปสัตว์น้ำ และอัตราค่าจ้างที่อยู่ในระดับต่ำกว่าภูมิภาคอื่น ๆ ปัจจัยข้างต้นหนุนให้เอเชียเป็นผู้ส่งออกอาหารทะเลแปรรูปอันดับ 1 ของโลก โดยมีมูลค่าส่งออกเกือบ 40% ของตลาดส่งออกอาหารทะเลแปรรูปทั่วโลกที่มีประมาณ 1.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561(ที่มา:FAO และTrade Map)

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนและปากอ่าวไทย อยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลางตอนล่างของประเทศไทยและเป็นเมืองแห่งเศรษฐกิจที่มีศักยภาพทั้งทางด้านการอุตสาหกรรม การประมง และการ จึงมีการประกอบอาชีพ ทำการประมง และการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเป็นอาชีพหลัก ผลผลิตจากการประมงทะเลส่วนใหญ่ได้รับจากแหล่งน้ำธรรมชาติ ได้แก่ บริเวณอ่าวไทย ทะเลอันดามัน และมหาสมุทรอินเดีย ซึ่งวัตถุดิบที่จับได้จะเป็นปลาชนิดต่าง ๆ เช่น ปลาเก๋า ปลากะพง ปลาหมึก โดยเรือบรรทุก ขนถ่ายสินค้าสัตว์น้ำ (เรือแม่) จะนำสินค้าสัตว์น้ำกลับขึ้นฝั่ง โดยมีท่าเทียบเรือและรถตู้คอนเทนเนอร์ ตลอดจนแพปลาจำนวนมากรองรับด้วยศักยภาพในการทำ การประมงของชาวประมงสมุทรสาครดังกล่าว ส่งผลให้จังหวัดสมุทรสาคร เป็นแหล่ง

ธุรกิจการประมงขนาดใหญ่ครบวงจร ซึ่งมีทั้งการทำประมงทะเล การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ รวมถึง อุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น อุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำ อุตสาหกรรมห้องเย็น อุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำกระป๋อง อุตสาหกรรมแปรรูปสัตว์น้ำพื้นเมือง โรงงาน น้ำแข็ง อุตสาหกรรมผลิตกระป๋อง กล่องกระดาษ พลาสติก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้ง ยังเป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายสินค้าสัตว์น้ำสินค้าประมงทะเลที่สำคัญของประเทศ

จากข้อมูลจะเห็นได้ว่าจังหวัดสมุทรสาครมีศักยภาพในการผลิตอาหารทะเลได้จำนวนมาก และสร้างมูลค่าได้มหาศาลต่อประเทศหรือตัวจังหวัด และในจังหวัดยังเป็นแหล่งที่ตั้งของโรงงานจำนวนมาก ซึ่งชาวสมุทรสาครนิยมประกอบอาชีพเกี่ยวกับอาหารทะเลรูปแบบต่าง ๆ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อกระตุ้นยอดขาย โดยใช้หลัก 4 P's ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และศึกษาการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด 4P'S ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยจะกำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ศึกษาเป็นผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร
2. ข้อมูลประชากรศาสตร์ในจังหวัดสมุทรสาคร มีจำนวนประชากรศาสตร์

3. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ประกอบไปด้วย ตัวแปรอิสระ คือ ประชากรศาสตร์ , ส่วนประสมทางการตลาด และ ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้ง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ประชากรศาสตร์ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
2. ส่วนประสมทางการตลาด 4P's
3. การตัดสินใจซื้อ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาครและสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาธุรกิจต่อไปได้

ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่แล้ว ปัจจัยการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่าผลวิจัยส่วนใหญ่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านพฤติกรรมประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งในจังหวัดสมุทรสาคร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชวลิต โรจนประภาชนต์ และ ชีระศักดิ์ เปี่ยมสุภักพงส์ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาครขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน แต่เพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้

ในการวิจัยเท่ากับ 400 คน โดยเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ของผู้บริโภคที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลในตลาดมหาชัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลในตลาดมหาชัยแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้มีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งสามารถสรุปเป็นขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ในการวิจัยได้ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสาร วารสาร บทความ ทฤษฎี แนวคิด และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้ง เพื่อใช้เป็น แนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ทำการศึกษา
2. นำกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ได้มาศึกษาถึงตัวแปรอิสระ ปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมไปถึง ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน ส่งเสริมการตลาด และศึกษาถึงตัว แปรด้านปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ
3. สรุปนิยามศัพท์เฉพาะในแต่ละตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อให้ ได้ ความหมายที่ชัดเจน และสามารถวัดผลได้
4. นำนิยามศัพท์ที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถาม เพื่อให้ครอบคลุมและมีความสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ในทุก ๆ ตัวแปรที่ใช้ในการวัดผล
5. สร้างแบบสอบถาม ซึ่งจะประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องตอบคำถาม 4 ข้อ คือ ด้านเพศ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ซึ่งมีคำถาม เกี่ยวกับ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมี จำนวน ข้อคำถามทั้งหมด 17 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยในการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้ง ซึ่งเป็นคำถาม เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้ง มีทั้งหมด 5 ข้อคำถาม

6. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นการ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และนำข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษามาทำการ ปรับปรุง แก้ไข เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ และใช้งานได้จริง

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

สรุปผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย ต่ำกว่า 10,000 บาท ลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่ามีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

จากการวิเคราะห์ด้วยสถิติด้วยวิธีการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคใน จังหวัดสมุทรสาคร โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficients) ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภค ในจังหวัดสมุทรสาคร (ค่า Beta = 0.772) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย (ค่า Beta = 0.548) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่า Beta = 0.416) และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (ค่า Beta = 0.311) ตามลำดับ โดยปัจจัยทุกตัวมีค่า Sig ของสถิติ T-test เท่ากับ

0.000 ทุกปัจจัย แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

การอภิปรายผล

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 1 สรุปว่า ประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้ง ขวลิต โรจนประภายนต์ และ ชีระศักดิ์ เปี่ยมสุภักพงค์ (2561) การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาดมหาชัยจังหวัดสมุทรสาคร กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลในตลาดมหาชัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการทดสอบสมมุติฐานที่ 2 สรุปว่า ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร โดยส่วนผสมทางการตลาดที่นำมาใช้คือ 4P's ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยใช้กลยุทธ์ของ 4P's ใช้กระตุ้นยอดขายและเพิ่มกำไร วันชัยทองเขอ่อน (2546) ที่ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป ตามลำดับคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือความสะอาดและความสดใหม่ของอาหาร

ข้อเสนอแนะ

1. แนะนำให้ทำการศึกษาตัวแปรอิสระเพิ่ม ซึ่งตัวแปรอิสระอื่นอาจจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลตากแห้งของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันมีกลยุทธ์มากมายที่ใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการขาย ผู้วิจัยควรจะตามกลยุทธ์ใหม่ๆเสมอเพื่อทำการตลาด

บรรณานุกรม

หนังสือ

กัลยา วานิชย์ปัญญา. (2546). การใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552: 80-81). ให้ความหมายส่วนประสมการตลาด.

กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). ให้ความหมายลักษณะทางประชากรศาสตร์

แลมปี แฮร์ และ แมคดาเนียล. (Lamb, Hair and McDaniel 2000: 44, อ้างถึงใน พิบูล ทีปะปาล 2545: 42). ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาด

Murphy, 2002 (อ้างถึงในสืบชัย อันทะไชย 2552: 18) องค์ประกอบของการตลาด สำหรับห่วงโซ่คุณค่ามี 4 ประการ.

นิตยาพร เสมอใจ. (2550:46) และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541:145) (Kotler, 1997). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

Hanna and Wozniak (2001), Shiffman and Kanuk. (2003). แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ (Demographic)

Kotler. (1997). ตารางกระบวนการการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอนของผู้บริโภค.

วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ และงานค้นคว้าอิสระ

ชวลิต โรจนประภายนต์ และ ชีระศักดิ์ เปี่ยมสุภักพงค์. (2561). ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกซื้ออาหารทะเลของผู้บริโภคในตลาด

มหาชัยจังหวัดสมุทรสาคร. นักวิชาการอิสระ, สาขาวิชาการตลาด คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี

วิสา ปรังเจะ. (2556). สภาพการแข่งขันของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดสงขลา.
(ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา,
คณะบริหารธุรกิจ

จารุภา จันทรินทร์. (2551). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูป
จากซูริมิของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาการตลาด

ชุลีพร มาสเนตร. (2555). ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป
ที่บ้านของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส. (ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยทักษิณ, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

โครงการการถนอมอาหาร. การตากแห้ง. ค้นเมื่อ ตุลาคม พ.ศ.2562

<https://sites.google.com/site/khornnganthnmxahar/kar-thnxm-xahar/kar-tak-haeng>

สำนักงานจังหวัดสมุทรสาครสมุทรสาคร. (2560). ข้อมูลความรู้ทั่วไปในจังหวัด
สมุทรสาคร

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2562). ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับจำนวนโรงงานในจังหวัด
สมุทรสาคร

ชัยวิช โขวเจริญสุข. (2562). อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปของไทยในปี 2562-2564
วิจัยธนาคารกรุงศรี

จักรกฤษณ์ ตำราญใจ. (2544). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย. ค้นเมื่อ
25 ธันวาคม 2551. จาก <https://sites.google.com/site/bb24559r/khnad-khxng-klum-tawxyang-thi-hemaa-sm>

ดร.ฐณัฐ วงศ์สายเชื้อ. (2562). การใช้ SPSS เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล. ค้นเมื่อ ตุลาคม พ.ศ.

2562. จาก <https://www.youtube.com/channel/UCWOcbilxPj27259lZ4tkSFA>
สถิติทางการทะเบียน. (2561). สืบค้นจำนวนประชากรในจังหวัดสมุทรสาคร