

**บทคัดย่อ**  
**ปีการศึกษา 2554**

**ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)** ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ในเขตกรุงเทพมหานคร

**ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ)** Marketing mix factors influencing the purchasing decision of CP frozen foods brand in Bangkok, Thailand

**ชื่อ-สกุล** นางสาวกนกพร ภูมิริน  
นางสาวจิตต์ธิดา ทิพยมงคล  
นางสาวจิระประภา วงษ์เพ็ง

**หลักสูตร** บริหารธุรกิจเกษตร **สาขาวิชา** วิทยาการจัดการ  
**วิทยาลัย** การบริหารและการจัดการ

**ประธานกรรมการปัญหาพิเศษ** รองศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย **16 มีนาคม 2555**

**บทคัดย่อ**

จากสภาพแวดล้อมปัจจุบันทางสังคม และสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย และเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้พฤติกรรมในชีวิตประจำวันของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงพฤติกรรมในการบริโภคอาหารด้วย ผู้บริโภคต้องการบริโภคอาหารที่สามารถนำไปรับประทานได้สะดวกในสถานที่ต่าง ๆ แต่ก็ยังคงคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนและมีความปลอดภัยในด้านคุณภาพ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจึงเข้ามาเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี เป็นผู้นำตลาดอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง มีมูลค่าตลาดร้อยละ 45 จากมูลค่าตลาดทั้งหมด 3,000 ล้านบาท ดังนั้น ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี จึงเป็นที่น่าสนใจและควรทำการศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาแสดงผลในรูปค่าร้อยละ การแจกแจงความถี่ และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติภาคอิงพารามิเตอร์

โดยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุ สามารถนำมาทดสอบในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม เพื่อหาความสัมพันธ์ และทดสอบสมมติฐาน

ผลการศึกษาคูณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 62.5 และเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 37.5 ซึ่งอายุส่วนใหญ่อยู่ที่ 27 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.15 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.5 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา มีอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 24.5 รายได้เฉลี่ยคือ 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ย ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.75 พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการเลือกซื้อจากผู้บริโภค คือ ข้าวกล่อง วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี คือ เพื่อความสะดวก/ประหยัดเวลาในการปรุง เหตุผลสูงสุดต่อการตัดสินใจซื้ออาหารกล่องแช่แข็งสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน คือ หาซื้อง่าย สถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี บ่อยที่สุด คือ CP Fresh Mart ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุดคือ เนื้อปลา ประเภทของผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุด คือ อาหารไทย ช่องทางหลักที่ผู้บริโภคได้รับสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ของตราสินค้าซีพี คือ โทรทัศน์ ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ของผู้บริโภคมากที่สุด คือ ตนเอง

ผลการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปริมาณ ความถี่ และค่าใช้จ่ายในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อปริมาณในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ คุณค่าทางโภชนาการ มีการโฆษณาผ่านสื่อ และมีการเพิ่มรายการอาหารใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ปริมาณในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเชิงบวก ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความถี่ในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ได้แก่ รสชาติของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้ามีชื่อเสียงและมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเชิงบวก ปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาของผลิตภัณฑ์ชัดเจน มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ค่าใช้จ่าย ในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งตราสินค้าซีพี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเชิงบวก

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้ดำเนินธุรกิจ ควรมีการวางแผนปรับปรุงกลยุทธ์ทุกด้านให้เหมาะสม เพื่อตอบสนองและรักษาส่วนแบ่งตลาดจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูง ด้วยวิทยาการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่ผ่านกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานระดับโลก มีการรักษามาตรฐานในการผลิต เน้นความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ และคุณค่าทางโภชนาการเพื่อสุขภาพอนามัยของผู้บริโภค ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนด้านการสื่อสารการตลาด ควรเพิ่มการโฆษณาผลิตภัณฑ์ตราสินค้าซีพีโดยการติดป้ายประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกเขตในกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะพื้นที่ที่มีกลุ่มผู้บริโภคอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการต่อย้ำเตือนความทรงจำของผู้บริโภคให้จดจำผลิตภัณฑ์ในแบรนด์ตราสินค้าซีพีได้