

52602773 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : พฤติกรรม/ การบริโภค/ อาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง

วนิดา จิระไตรพร : พฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของพนักงาน
สุภาพสตรี ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ . อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ :
ผศ.ประสพชัย พสุนนท์. 139 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของพนักงาน
สุภาพสตรี ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการ
บริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัด
จำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง และ 3) เพื่อศึกษา
เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง จำแนกตามลักษณะ
ส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานสุภาพสตรี ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)
ปฏิบัติงานที่อาคารสำนักงานใหญ่ คือ อาคารนานาเหนือ และ อาคารสุขุมวิท จำนวน 375 ราย โดยกำหนดระดับ
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติคือ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสถิติ t และการ
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาสรุปได้ ดังนี้

1. พนักงานสุภาพสตรีส่วนใหญ่ มีสถานภาพโสด อายุอยู่ในช่วง 40-49 ปี การศึกษาระดับปริญญา
ตรี มีรายได้ครอบครัวต่อเดือน 60,001 บาท ขึ้นไป มีรายจ่ายครอบครัวต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป โดยเป็น
รายจ่ายเฉพาะค่าอาหารต่อเดือน 3,000-6,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน ที่พักอาศัยมี
ลักษณะเป็นบ้านเดี่ยวตั้งอยู่ในหมู่บ้านจัดสรร ผู้บริโภคเป็นผู้ดูแลเรื่องการซื้อของใช้ในบ้านและการเลือกซื้อ
อาหาร โดยให้ความสำคัญต่อการบริโภคอาหารเป็นอย่างมาก

2. พฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ความถี่โดยเฉลี่ยในการซื้อ 1-5 ครั้งต่อเดือน เหตุผลที่ซื้อเนื่องจาก
สะดวก ประหยัดเวลาในการปรุง ช่วงเวลาที่นิยมรับประทานคือเวลาอาหารเย็น ชนิดของอาหารที่เลือกซื้อส่วน
ใหญ่ คืออาหารจานด่วนพร้อมรับประทาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อ 200 - 500 บาทต่อเดือน ทราบข้อมูลอาหารสำเร็จรูป
แช่แข็งจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย และสถานที่ซื้อบ่อยที่สุดคือในซูเปอร์มาร์เก็ต ทรานส์ค้ำ
ที่ซื้อบ่อยที่สุด คือ CP Fresh Mart และ ผู้ตัดสินใจในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปโดยส่วนใหญ่คือตนเอง

3. ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง
พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมาก โดยให้ความสำคัญระดับมาก 3 ปัจจัย ได้แก่ปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
ความสำคัญในระดับปานกลาง

4. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง
จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่าอายุที่แตกต่างกัน ปัจจัยการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปโดยรวมต่างกัน
สถานภาพแตกต่างกัน ปัจจัยการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปโดยรวมไม่แตกต่างกัน และ รายได้ครอบครัวต่อเดือน
ต่างกัน ปัจจัยการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวมแตกต่างกัน

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ.....

52602773: MAJOR: ENTREPRENEURSHIP

KEY WORD: FACTORS / BEHAVIOR / FINANCIAL TRANSACTIONS VIA INTERNET BANKING

VANIDA JIRATRIPORN: BEHAVIOR OF FROZEN FOOD CONSUMPTION OF LADY EMPLOYEES IN KRUNG THAI BANK PCL, HEAD OFFICE. INDEPENDENT STUDY ADVISOR: ASST PROF PRASOPCHAI PASUNON. 130 pp.

This independent study aimed to research the behavior of frozen food consumption by focusing on lady employees of Krung Thai Bank PCL, head office. The objectives of this study are 1) to study the personal factors effecting behavior on frozen food consumption 2) to study the behavior of frozen food consumption of lady employees in Krung Thai Bank PCL, head office and 3) to analyze the difference factors which effecting the decision of purchasing frozen food based on personalize of consumers. This independent study collected data from 375 samples of lady employees of Krung Thai Bank PCL, head office who work at head office building one and two. Set level the statistical significance of 0.05. The collected data were analyzed by descriptive statistics method using the frequency statistic, percentage, mean, inferential statistics is used to analyze the relationship.

1. Most respondents were : 40 – 49 years old; single; bachelor degree; average monthly earning income is 60,001 THB onwards; average monthly expenses is 50,001 THB onwards which is about 3,000 – 6,000 THB onwards of food expenses. In addition, there are approximately 4 – 5 members in each family which live in detached house. The respondents, who are regarded as the person that taking care of appliance and food selection, especially food consumption.

2. The research of consumers' behavior mentioned that there are around 1 – 5 times of food purchasing per month. Up to this point, the reason is time saving. Popular meal is dinner. Moreover, quick meal is the most favorite of respondents. Furthermore, the food expenses is about 200 – 500 THB. Additionally, promotion activity is used as an effective device to promote information to consumers. The most favorite of purchasing place is supermarket. CP Fresh Mart is the most famous brand of respondents and respondent is a decision maker of instant meal purchased.

3. According to marketing mix, it plays a crucial role of frozen food selection which respondents concerned in high level which there are three important factors including product, price, selling point, respectively. Lastly, promotion factor is taken place as moderately role.

4. The result of difference factors which has an influence to frozen food selection based on personalize of consumers. Difference ages are be the caused of difference food selection. On the other hand, difference statuses are not be the caused of difference food selection. Finally, difference monthly incomes are the caused of difference food selection.

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010
Student's signature
Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง พฤติกรรมการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของพนักงาน
สุภาพสตรี ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ ครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความกรุณา
จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ผู้ซึ่งให้คำแนะนำ
และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด พร้อมทั้งตรวจแก้ไขข้อบกพร่องจนการ
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่กรุณาได้รับเป็นประธาน
กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ และผู้ช่วยศาสตราจารย์นภนันทน์ หอมสุต ที่กรุณาได้รับเป็นกรรมการ
สอบการค้นคว้าอิสระ โดยให้คำแนะนำ แก้ไข ตรวจสอบการค้นคว้าอิสระจนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ ครอบครัว และเพื่อนนักศึกษาร่วมสถาบันทุกท่านที่ให้การสนับสนุน
ในทุก ๆ ด้าน และเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่ง

ขอขอบพระคุณ ผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชา เพื่อนพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด
(มหาชน) ทุกท่าน และอีกหลายท่านที่มีได้กล่าวนามที่ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจ
ให้อย่างสม่ำเสมอ ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำงานนี้อย่างสมบูรณ์