

พิมพ์รณ กำใจ 2561: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจ การเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก: ผู้ช่วย ศาสตราจารย์วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย, Ph.D. 64 หน้า

ตลาดอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานในประเทศไทยได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าตลาดอาหารแช่แข็งทั้งหมด ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่ต้องการเข้ามาแข่งขัน ในขณะที่ผู้ประกอบการรายเดิมมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์มากขึ้น ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแช่แข็งพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเลือกทำการศึกษาอาหารประเภทข้าวกล่อง โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค จากผู้บริโภคจำนวน 400 ราย และทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) รวมทั้งทำการศึกษาเพื่อแบ่งกลุ่มผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster Analysis)

โดยผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า สามารถสกัดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ 9 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณค่าและความปลอดภัย ปัจจัยด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านรูปปลั๊กชอล์กภายนอก ปัจจัยด้านการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านการรับรู้ โดยปัจจัยทั้ง 9 ปัจจัยสามารถแบ่งกลุ่มผู้บริโภคได้ 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเน้นรูปปลั๊กชอล์กภายนอก กลุ่มรักความสะดวกสบายและเน้นการตลาด กลุ่มคำนึงถึงราคา และกลุ่มใส่ใจสุขภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายไปยังมหาวิทยาลัยหรือหอพัก และมีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ทดลองชิม สะสมแต้ม รวมถึงควรใช้วัตถุดิบที่ดีและมีคุณภาพในการผลิตสินค้า