



250496



การสำรวจวิจัยเพื่อสร้างมาตรฐานราคาของผลิตภัณฑ์อาหาร

โดย

ดารารัตน์ สุขแก้ว

สนับสนุนงบประมาณโดย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ประจำปีงบประมาณ 2553



การสำรวจวิจัยเพื่อสร้างมาตรฐานราคาของผลิตภัณฑ์อาหาร

โดย

ดาร์รัตน์ สุขแก้ว

สนับสนุนงบประมาณโดย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ประจำปีงบประมาณ 2553

A Survey Study of Standardizing the Cost of Products

by

Dararat Sukkaew

Granted by

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

Fiscal year 2010

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. พลศักดิ์ จิระไกรศิริ ที่กรุณาให้แนวคิดและคำแนะนำ ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว อันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยด้วยความเอาใจใส่ด้วยความสนใจสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะผู้บริหาร-เจ้าหน้าที่ของตลาดบางหลวง ที่กรุณาเอื้อเฟื้อและสนับสนุนสถานที่ที่ใช้สำหรับการทดลอง และผู้บริโภคน ผู้ขายสินค้าในตลาดบางหลวง ที่กรุณาให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถามงานวิจัย

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณท่านอธิการบดี และทีมผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้

ดาร์รัตน์ สุขแก้ว

สิงหาคม 2553

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RD 2/010/2553

ชื่อโครงการ : การสำรวจวิจัยเพื่อสร้างมาตรฐานราคาของผลิตภัณฑ์อาหาร

ชื่อนักวิจัย : คารารัตน์ สุขแก้ว

250496

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจวิธีการสร้างมาตรฐานราคาของผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นการวิจัยแบบสำรวจ ประชากรเป็นผู้ขายและผู้บริโภค ในปี พ.ศ. 2553 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 58 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับ .81 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ

ผลการวิจัย พบว่า การกำหนดราคาอาหารของตลาดบางหลวงมีความเป็นมาตรฐาน เนื่องจากผู้บริโภคและผู้ขายมีความพึงพอใจในราคาอาหาร จากการสำรวจรายการอาหาร 5 ชนิด ได้แก่ ชุนเปี้ยะ เป็ดพะโล้ หมูสะเต๊ะ ข้าวเกรียบปากหม้อ และก๋วยจั๊บน้ำใส โดยมีการกำหนดราคาเสนอขายจากโครงการสร้างมาตรฐานราคาผลิตภัณฑ์อาหารต้องประกอบด้วย 1) วัตถุประสงค์ในการตั้งราคาเสนอขายต้องชัดเจน 2) การกำหนดราคาเสนอขายต้องเหมาะสม 3) นโยบายในการกำหนดราคาต้องชัดเจน และ 4) ผู้บริโภคและผู้ขายต้องมีความพึงพอใจในราคาที่เสนอขาย และต้องส่งผลให้เกิดความรู้สึกเข้าใจโดยการวัดค่าออกมาเป็นตัวเลขได้

E-mail Address : samphan.c@rmutr.ac.th

ระยะเวลาโครงการ : ตุลาคม 2552 – กันยายน 2553

Abstract

Code of project : RD 2/006/2010

Project name : A Survey Study of Standardizing the Cost of Food Products

Resercher nam : Dararat Sukkaew

250496

The objective of this research is to survey how to standardize the cost of the food products. The purposive sampling has been used with 8 food sellers and 50 customers who always buy food in Bangluang market, Bangluang subdistrict, Banglane district, Nakhonpathom province.

The research tools used in this research are 1) price fixing information questionnaires 2) questionnaires customer satisfactory on food products .

From the result of the research , it is found that the price fixing of the food products in Banglaung market is standardized because the consumers are satisfied with the prices of the following 5 types of food i.e. Chumpia (Thai Spring roll) , Ped Pa low (pot-stewed duct) , Moo Satay (or Satay pork, grilled pork on stick) , Khaow Kriab Pak Moor (a kind of Thai snack) and Kuy Juub (boiled Chinese pasta square) .The structure of standardization of the food product under the price fixing consists of 1) the clear and concise objective 2) the reasonable price fixing 3) the clear price fixing policy and 4) the consumer satisfaction on the price quoted prices and the consumers' feeling of being cheated which can be seen in the form of figures.

E-mail Address : dsnok@hotmail.com

Period of project: October 2009 – September 2010

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่	
1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	2
ขอบเขตการวิจัย	3
ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ	4
แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	4
สรุป	4
2 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ทฤษฎี และแนวคิด	5
อาหารหลัก 5 หมู่	5
ส่วนประสมทางการตลาด	6
กลยุทธ์การตั้งราคา	10
การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา	10
การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคา	11
การเลือกวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา	19
การคาดคะเนปริมาณความต้องการซื้อสินค้า	21
การคาดคะเนต้นทุน	22
การวิเคราะห์ต้นทุน ราคา และผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง	23

บทที่

การเลือกวิธีการตั้งราคา	24
การกำหนดนโยบายกลยุทธ์ด้านราคา	24
การตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย	54
3 วิธีดำเนินการวิจัย	55
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	55
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	55
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	56
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ	58
การเก็บรวบรวมข้อมูล	59
การวิเคราะห์ผลข้อมูล	59
4 ผลการศึกษา	60
ข้อมูลทั่วไปของผู้ขายอาหารเกี่ยวกับความคิดเห็นของราคาอาหาร	61
ความคิดเห็นของผู้ขายอาหารเกี่ยวกับการกำหนดราคาอาหาร	64
ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร	69
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	69
สรุปผลการวิจัย	73
การอภิปรายผล	74
ข้อเสนอแนะ	75
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	77
ภาคผนวก ก แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดราคา	77
ต่อการกำหนดราคาขาย	
ภาคผนวก ข แบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับราคาอาหารสำหรับผู้ซื้อ	81
ประวัติผู้วิจัย	84

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 การเลือกวัตถุดิบประสงค์ในการตั้งราคา	19
2 จำนวนร้อยละ และรายการผลิตภัณฑ์อาหาร	61
3 จำนวนร้อยละของวัตถุดิบประสงค์ในการขายผลิตภัณฑ์อาหาร	62
4 จำนวนร้อยละ และความสามารถในการพัฒนาอาหาร	62
5 จำนวนร้อยละ และการกำหนดราคาขายสินค้า	63
6 จำนวนร้อยละ และปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคา ที่มีต่อวิศิทัศน์ ด้านการ ใช้งานวิศิทัศน์ (กลุ่มตัวอย่าง)	63
7 ระดับความคิดเห็นของผู้ขายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร (เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร)	64
8 ระดับความคิดเห็นของผู้ขายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร (เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร)	65
9 ระดับความคิดเห็นของผู้ขายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร (เกี่ยวกับวัตถุดิบประสงค์ในการกำหนดราคาอาหาร)	66
10 ระดับความคิดเห็นของผู้ขายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร (เกี่ยวกับราคาที่กำหนดขายมีผลต่อการกำหนดราคาอาหาร)	67
11 ระดับความคิดเห็นของผู้ขายที่มีต่อการกำหนดราคาอาหาร (เกี่ยวกับนโยบายการตั้งราคาอาหาร)	68
12 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร (เกี่ยวกับจำนวนร้อยละ และจำนวนครั้งในการเดินเที่ยวตลาดบางหลวง)	69
13 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร (เกี่ยวกับจำนวนร้อยละ และราคาอาหาร)	69
14 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร (เกี่ยวกับจำนวนร้อยละ และรายการอาหารที่ชอบ)	70
15 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อราคาอาหาร (เกี่ยวกับจำนวนร้อยละ และปัจจัยการเลือกบริโภคอาหาร)	71

สารบัญภาพ

ภาพที่

	หน้า
1 แสดงการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา	10
2 แสดงขั้นตอนการตั้งราคาผลิตภัณฑ์และการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา	11
3 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคา	11
4 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งราคา	13
5 แสดงโครงสร้างการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์	56
6 แสดงขั้นตอนการสร้างมาตรฐานราคาผลิตภัณฑ์อาหาร	72