

เอกสารโครงการนวัตกรรมเครือข่ายพัฒนา ประจำปี 2569 (ปีที่ 22) (ฉบับเต็ม)

ชื่อนวัตกรรม “ KEWPIE Much & More ”

ประเภทนวัตกรรม

- ☐ Product ☐ Production ☐ System & Process ☒ Sales & Marketing
☐ Services & Personality ☐ ESG : Environment, Social & Governance
☐ Petty Award

บริษัทเจ้าของนวัตกรรม คือ บริษัท คิวพี (ประเทศไทย) จำกัด

ผู้สร้างนวัตกรรม

- 1) นางสาวณัฏฐ์พิชญา วีรพลพัฒน์กุล ตำแหน่ง Marketing Officer 2
- 2) นางสาววิสรา ไพบูลย์สมบัติ ตำแหน่ง Marketing Officer

สถานที่ติดต่อ 989 อาคารคิงบริดจ์ ทาวเวอร์ชั้น 26 ถนนพระราม 3

แขวงบางโพงพาง เขตยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

โทรศัพท์ +66 2294 5115 (3216) มือถือ (ต้องระบุ) +83 842 9145, +83 842 9157

E-mail : NutpichayaW@kpthai.com, RawisaraP@kpthai.com

(**ต้องมียาลายเซ็นทุกครั้ง**)

ลงชื่อ..........ผู้อนุมัติ

(.....พรทิพย์ ภูติภัทร์.....)

กรรมการผู้จัดการ หรือ ผู้รับมอบอำนาจ

.....

กรุณาดูตรวจสอบสถานะโครงการนวัตกรรมของท่าน ดังหัวข้อต่อไปนี้

1. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยได้รับ.....

- ☐ สิทธิบัตร เลขที่ ☐ อนุสิทธิบัตร เลขที่
- ☐ รออนุมัติสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร ☒ ยังไม่ได้จดสิทธิบัตร / อนุสิทธิบัตร
- ☐ รางวัลอื่นๆ (ระบุ)

2. นวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวดเคยริเริ่มในบริษัทมาก่อนหรือไม่

- ☒ มีการริเริ่มมาก่อน ☐ ไม่เคยริเริ่มมาก่อน
- ☐ นำมาพัฒนาต่อยอดมาจาก (กรุณาเลือกตอบ)
- ☐ นวัตกรรมเดิมของบริษัทที่เคยคิดค้นด้วยตนเอง (โปรดระบุ)
-
- ☐ นวัตกรรมที่มีการคิดค้นจากภายนอก (โปรดระบุ)
-

3. สถานะของนวัตกรรมที่ส่งเข้าประกวด

- ☐ กำลังทดลองใช้ ☐ ยังไม่วางตลาด
- ☒ นำมาใช้จริง ตั้งแต่ พ.ศ. 2567 ☐ วางตลาด ตั้งแต่

บทคัดย่อ

โครงการนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการพัฒนา Theme Marketing ภายใต้แนวคิด “KEWPIE Much & More” ของบริษัท คิวพี (ประเทศไทย) ซึ่งมุ่งเปลี่ยนการรับรู้ของผู้บริโภคคนไทย ที่ส่วนใหญ่ยังคงมีความเข้าใจ (Perception) ต่อน้ำสลัดและมายองเนสเกี่ยวกับการใช้งานค่อนข้างน้อย คือ “น้ำสลัดต้องรับประทานคู่กับผักคือสลัด และมายองเนสคือซอสแบบสไตล์ยุโรป ซึ่งไม่คุ้นชินกับการรับประทานในทุกๆ วัน” ไปสู่การรับรู้ใหม่ว่า น้ำสลัดและมายองเนส สามารถประยุกต์ใช้ได้หลากหลายเมนูในชีวิตประจำวัน ทั้งเมนูไทยและนานาชาติ ตลอดจนเป็นการส่งเสริมให้คนไทยได้บริโภคอาหารที่ดี มีประโยชน์ตามหลักโภชนาการ ภายใต้พันธกิจ (Mission) ของกลุ่มบริษัท คิวพี คอร์ปอเรชั่น การศึกษานี้ ใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากบริบทตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การระดมความคิดภายในองค์กร การพัฒนาเมนูร่วมกับเชฟ การจัดกิจกรรมประกวดเมนู และการสังเกตเทรนด์ร้านอาหารและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างแนวคิด “Much” (บริโภคในปริมาณมากขึ้น) และ “More” (บริโภคบ่อยขึ้นและหลากหลายเมนูมากขึ้น)

กลยุทธ์ดังกล่าวถูกถ่ายทอดผ่านกิจกรรมการตลาดแบบบูรณาการ ได้แก่ สื่อโฆษณา, โฆษณาสี, สื่อออนไลน์, Influencer / KOL, คอนเทนต์ทำอาหาร และกิจกรรม On-ground ในพื้นที่ศักยภาพ ผลการดำเนินงานสะท้อนความสำเร็จทั้งในเชิงยอดขายและการรับรู้แบรนด์ ตอกย้ำศักยภาพของ Theme Marketing ในการขยายการบริโภคสินค้าและขับเคลื่อนการเติบโตของหมวดหมู่สินค้าในตลาดรวม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การสร้างประสบการณ์การบริโภคใหม่ผ่านแนวคิดที่ชัดเจนและสื่อสารอย่างต่อเนื่อง สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค เพิ่มความถี่ในการใช้สินค้า และเสริมความแข็งแกร่งของแบรนด์ในระยะยาว

บทสรุปผลจากการดำเนินโครงการในปี 2025 พบว่า

1. ยอดขายสินค้า Dressing & Mayonnaise เติบโต 16%
2. ส่วนแบ่งตลาด (Market Share)
 - 2.1 Dressing 50.1% เพิ่มขึ้น 1.7%
 - 2.2 Mayonnaise 35.8% เพิ่มขึ้น 4.6%
3. ขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดรวม 33.7%

KEWPIE สามารถขับเคลื่อนการเติบโตของกลุ่มสินค้า (Category Growth) ได้มากกว่าการเติบโตของตลาด Dressing & Mayonnaise โดยรวม (KEWPIE เติบโต 16%, ตลาด Dressing & Mayonnaise เติบโต 7%) สะท้อนความสำเร็จของ Theme Marketing ที่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคและสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : Theme Marketing, การเปลี่ยนการรับรู้, พฤติกรรมผู้บริโภค, Brand Awareness, การเติบโตของตลาด