

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ น้ำมันพืชของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการ ศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ตามรายละเอียดดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

ส่วนของผลการศึกษสามารถสรุปได้ 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้น้ำมันพืชในการประกอบอาหารภายในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำมันพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชที่เกี่ยวกับระดับ ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อ จำแนกตาม เพศ อายุ และอาชีพ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

5.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช จำแนก

ตามเพศ อายุ และอาชีพ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.75 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ คิดเป็นร้อยละ 42.25 มีการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 33.75 รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ระดับต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 56.00

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้น้ำมันพืชในการประกอบอาหารภายในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้น้ำมันถั่วเหลือง รองลงมาเป็นน้ำมันปาล์ม ในด้านของยี่ห้อน้ำมันพืชที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้ น้ำมันพืชยี่ห้ออรุณ มากที่สุด รองลงมายี่ห้อก๊วก เหตุผลของการเลือกซื้อน้ำมันพืชตามยี่ห้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อน้ำมันพืชจากเหตุผลของการทดลองใช้แล้วพบว่ามีความเหมาะสมมากที่สุด รองลงมาเลือกซื้อจากเหตุผลของการโฆษณา ความเข้าใจในความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืช น้ำมันพืชแต่ละชนิด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจปานกลาง เกี่ยวกับการอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืช ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านระดับปานกลาง ความนิยมซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร เหตุผลการเลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อเพราะสะดวกและคล่องตัวในการใช้ การเลือกซื้อน้ำมันพืชตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันพืชที่บรรจุในขวดพลาสติก เหตุผลการชอบลักษณะของบรรจุภัณฑ์น้ำมันพืช ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชเพราะสะดวกและคล่องตัวในการใช้ เกี่ยวกับความถี่ในการซื้อน้ำมันพืช ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้ง จำนวนการซื้อน้ำมันพืชต่อครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชจำนวน 1 ขวด ในด้านการจัดอันดับน้ำมันพืช ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้น้ำมันถั่วเหลืองเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาน้ำมันทานตะวัน และน้ำมันปาล์ม ตามลำดับ

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันพืช ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อน้ำมันพืชจากปัจจัยด้านคุณภาพมากที่สุด ความเข้าใจถึงความแตกต่างด้านคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าน้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อคุณภาพไม่เหมือนกัน แต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้อใหม่ทดแทน ปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามเปลี่ยนไปซื้อน้ำมันพืชยี่ห้อใหม่เพราะอยากทดลองใช้น้ำมันพืชยี่ห้ออื่นเกี่ยวกับข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันพืช ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันพืชจากสื่อโฆษณามากที่สุด ด้านสื่อโฆษณาน้ำมันพืชโทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็นบ่อยและสามารถจำได้มากที่สุด

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อขายน้ำมันพืชที่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัย

##### ส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวม ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการซื้อขายน้ำมันพืช ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

##### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ได้แก่ มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ คุณภาพของสินค้า และชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของบริษัทผู้ผลิต

##### ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก ได้แก่ ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือซูเปอร์สโตร์ ร้านค้าที่การเดินทางสะดวก และร้านค้าของชำใกล้บ้าน

##### ปัจจัยด้านราคา

จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคา ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมตามคุณภาพและให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ และราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น

##### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ มีการจัดรายการส่งเสริมการขาย และมีการจัดกิจกรรมแบ่งกำไรเพื่อการกุศล

**ส่วนที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
จำแนกตาม เพศ อายุ และอาชีพ**

5.1 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 81 แสดงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	เหตุผลในการเลือกซื้อ	การเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิด	การอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืช ด้านข้างบรรจุภัณฑ์
เพศชาย	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
เพศหญิง	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
อายุไม่เกิน 20 ปี	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
อายุ 21-30 ปี	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
อายุ 31-40 ปี	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
อายุ 41-50 ปี	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
อายุ 51 ปีขึ้นไป	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
อาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
อาชีพประมง/เกษตรกร	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง และไม่อ่านเลย

ตารางที่ 81 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	เหตุผลในการเลือกซื้อ	การเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิด	อ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืช
อาชีพพนักงานบริษัท/ รับจ้างอิสระ	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
อาชีพเจ้าของกิจการ/ ค้าขาย	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านปานกลาง
อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน รับซื้อของเก่า ว่างงาน และนักศึกษา	ทดลองใช้แล้วพบว่า มีคุณภาพ	เข้าใจปานกลาง	อ่านละเอียด และไม่อ่านเลย

ตารางที่ 81 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	การเลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุ	เหตุผลการเลือกซื้อน้ำมันพืชตามขนาดบรรจุ	บรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืชที่ชอบ
เพศชาย	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
เพศหญิง	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อายุไม่เกิน 20 ปี	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อายุ 21-30 ปี	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อายุ 31-40 ปี	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อายุ 41-50 ปี	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อายุ 51 ปีขึ้นไป	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อาชีพประมง/เกษตรกร	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างอิสระ	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก
อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน รับซื้อของเก่า ว่างาน และนักศึกษา	ขนาดบรรจุ 1 ลิตร	สะดวกและคล่องตัวในการใช้	ขวดพลาสติก

ตารางที่ 81 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	เหตุผลที่ขอบรรจุภัณฑ์ ของน้ำมันพืช	ความถี่ในการซื้อ น้ำมันพืช	ปริมาณการซื้อน้ำมันพืช ต่อครั้ง
เพศชาย	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
เพศหญิง	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อายุไม่เกิน 20 ปี	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อายุ 21-30 ปี	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อายุ 31-40 ปี	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อายุ 41-50 ปี	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อายุ 51 ปีขึ้นไป	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สองสัปดาห์ครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อาชีพประมง/เกษตรกร	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อาชีพพนักงานบริษัท/ รับจ้างอิสระ	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อาชีพเจ้าของกิจการ/ ค้าขาย	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สัปดาห์ละครั้ง	จำนวน 1 ขวด
อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน รับซื้อของเก่า ว่างงาน และนักศึกษา	สะดวกและคล่องตัวใน การใช้	สองสัปดาห์ครั้ง	จำนวน 1 ขวด

ตารางที่ 81 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อน้ำมันพืช			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละชนิด	พฤติกรรมการณ์เลือกซื้อน้ำมันพืช	สื่อโฆษณาที่พบบ่อยที่สุด
เพศชาย	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	จำนวน 3 ขวด
เพศหญิง	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	จำนวน 3 ขวด
อายุไม่เกิน 20 ปี	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	อื่น ๆ ได้แก่ 5 ขวด 1 โหล ถึง ปี๊บ วันละถุง และวันละกิโลกรัม
อายุ 21-30 ปี	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	จำนวน 3 ขวด
อายุ 31-40 ปี	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ แต่ถ้ามียี่ห้อใหม่ออกมากก็จะซื้อไปทดลองใช้	จำนวน 3 ขวด และอื่น ๆ ได้แก่ 5 ขวด 1 โหล ถึง ปี๊บ วันละถุง และวันละกิโลกรัม
อายุ 41-50 ปี	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	จำนวน 3 ขวด
อายุ 51 ปีขึ้นไป	เหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ และไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	อื่น ๆ ได้แก่ 5 ขวด 1 โหล ถึง ปี๊บ วันละถุง และวันละกิโลกรัม
อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	จำนวน 3 ขวด



ตารางที่ 81 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช			
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ความเข้าใจถึงคุณภาพของน้ำมันพืชแต่ละชนิด	พฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันพืช	สื่อโฆษณาที่พบบ่อยที่สุด
อาชีพประมง/เกษตรกร	เหมือนกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ และไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	จำนวน 2 ชนิด จำนวน 4 ชนิด และอื่น ๆ ได้แก่ 5 ชนิด 1 โหล ถึง ปี๊บ วันละถุง และวันละกิโลกรัม
อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้างอิสระ	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	จำนวน 3 ชนิด
อาชีพเจ้าของกิจการ/ค้าขาย	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	จำนวน 3 ชนิด
อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน รับซื้อของเก่า ว่างาน และนักศึกษา	ไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้	ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้ออื่นทดแทน	จำนวน 3 ชนิด

ตารางที่ 81 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช	
ผู้ตอบแบบสอบถาม	สื่อโฆษณาที่สามารถจดจำได้มากที่สุด
เพศชาย	โทรทัศน์
เพศหญิง	โทรทัศน์
อายุไม่เกิน 20 ปี	โทรทัศน์
อายุ 21-30 ปี	โทรทัศน์
อายุ 31-40 ปี	โทรทัศน์
อายุ 41-50 ปี	โทรทัศน์
อายุ 51 ปีขึ้นไป	โทรทัศน์
อาชีพรับราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ	โทรทัศน์
อาชีพประมง/เกษตรกร	โทรทัศน์
อาชีพพนักงานบริษัท/ รับจ้างอิสระ	โทรทัศน์
อาชีพเจ้าของกิจการ/ ค้าขาย	โทรทัศน์
อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน รับซื้อของเก่า ว่างงาน และนักศึกษา	โทรทัศน์

5.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ สามารถสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 82 แสดงความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด				
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
เพศชาย	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ	มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์
เพศหญิง	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ	มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์
อายุไม่เกิน 20 ปี	คุณภาพของสินค้า	มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์
อายุ 21-30 ปี	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ	มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์

ตารางที่ 82 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด				
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
อายุ 31-40 ปี	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ	ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์
อายุ 41-50 ปี	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ	ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ	ร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ	ร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ
อายุ 51 ปีขึ้นไป	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ	ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ	ร้านค้าของชำใกล้บ้าน	ร้านค้าของชำใกล้บ้าน
อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ	ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ	ร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์
อาชีพประมง/เกษตรกร	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณค่าทางโภชนาการ	ราคาจำหน่ายต่ำกว่าชื้อที่อื่น และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	ร้านค้าของชำใกล้บ้าน	ร้านค้าของชำใกล้บ้าน

ตารางที่ 82 (ต่อ) แสดงความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืช จำแนกตามเพศ อายุ และอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด				
ผู้ตอบแบบสอบถาม	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
อาชีพพนักงานบริษัท/ รับจ้างอิสระ	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณ ค่า ทางโภชนาการ	ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์
อาชีพเจ้าของกิจการ/ ค้าขาย	มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปีที่ผลิตและหมดอายุ หรือ คุณ ค่า ทางโภชนาการ	ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ	ร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ	ร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ
อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน รับซื้อของเก่า ว่างงาน และนักศึกษา	คุณภาพของสินค้า	ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ และร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ	ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ และร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อขายน้ำมันพืชของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร สามารถสรุปอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อขาย

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อขายน้ำมันพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณภาพดี และการไม่เป็นไขของน้ำมันพืช มีความเข้าใจว่า น้ำมันพืชแต่ละยี่ห้อคุณภาพไม่เหมือนกัน แต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ การซื้อผู้บริโภคจะซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้อใหม่ทดแทน และการที่ผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้อใหม่เพราะอยากทดลองใช้ยี่ห้ออื่น หรือยี่ห้ออื่นราคาถูกกว่า ทั้งนี้แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจจะมาจากโฆษณาและคนในครอบครัว/ญาติพี่น้อง โดยพบเห็นการโฆษณาและจดจำการโฆษณาน้ำมันพืชได้มากที่สุดจากโทรทัศน์ สอดคล้องกับการศึกษาของอรรรถร จตุกุล (2534) พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันพืชคือคุณภาพ รองลงมาคือความปลอดภัย หรือผลที่มีต่อสุขภาพเกี่ยวกับการป้องกันไขมันเพิ่มขึ้นในเส้นเลือด การโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อได้มาก

### ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมซื้อขาย

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อขายน้ำมันพืชของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร มีรายละเอียดดังนี้

### ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ได้แก่ มีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ คุณภาพของสินค้า และชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต สอดคล้องกับการศึกษาของอรรรถร จตุกุล(2534) ที่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือคุณภาพ รองลงมาคือความปลอดภัย หรือผลที่มีต่อสุขภาพเกี่ยวกับการป้องกันไขมันเพิ่มขึ้นในเส้นเลือด

การศึกษาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ยังสอดคล้องกับการศึกษาของชูธรรม ชูสุวรรณ (2534) ที่ศึกษาผลกระทบของนโยบายรัฐที่มีผลต่อการปรับตัวของผู้ผลิตน้ำมันพืชที่มีอุปทานส่วนเกิน จากนโยบายรัฐที่มีการส่งเสริมการปลูกถั่วเหลืองและปาล์มน้ำมัน มีผลทำให้ผู้ผลิตน้ำมันพืชต้องปรับตัว โดยการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของตนด้วยการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เห็น

ความแตกต่างในด้านคุณภาพของสินค้า ทั้งในระดับน้ำมันพืชที่ผลิตจากพืชน้ำมันชนิดเดียวกันและจากพืชน้ำมันต่างชนิดกัน

### ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ ส่วนปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ และราคาจำหน่ายต่ำกว่ายี่ห้ออื่น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรรณิการ์ กิจติตุลา กานนท์ (2541) ที่พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคคิดว่าสินค้ามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพสำคัญกว่าการที่สินค้ามีราคาถูก

การศึกษาปัจจัยด้านราคายังสอดคล้องกับการศึกษาของชูธรรม ชูสุวรรณ(2534) ที่ศึกษาผลกระทบของนโยบายรัฐที่มีผลต่อการปรับตัวของผู้ผลิตน้ำมันพืชที่มีอุปทานส่วนเกิน จากนโยบายรัฐที่มีการส่งเสริมการปลูกถั่วเหลืองและปาล์มน้ำมัน มีผลทำให้ผู้ผลิตน้ำมันพืชต้องปรับตัว โดยการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของตนด้วยการใช้กลยุทธ์ด้านราคา เพื่อให้เห็นความแตกต่างในด้านราคา ทั้งในระดับน้ำมันพืชที่ผลิตจากพืชน้ำมันชนิดเดียวกันและจากพืชน้ำมันต่างชนิดกัน

### ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก ได้แก่ ร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านซูเปอร์สโตร์ ร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถ และร้านค้าของชำใกล้บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกรรณิการ์ กิจติตุลา กานนท์ (2541) ที่พบว่ากรณีสถานที่จำหน่ายที่สะดวก จอดรถง่าย และมีสินค้าอื่นให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้

### ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของอรุณกร จัตุกุล (2534) ที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ มีความเห็นว่าการโฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อได้มาก และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ กรรณิการ์ กิจติตุลา กานนท์ (2541) ที่พบว่า การโฆษณาที่น่าสนใจมีบทบาทสำคัญมากโดยสื่อที่สามารถแพร่ข้อมูลข่าวสารถึงผู้บริโภคได้ดีที่สุดคือโทรทัศน์

### พฤติกรรมการใช้น้ำมันพืชภายในครัวเรือน

จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการใช้น้ำมันพืชภายในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้น้ำมันถั่วเหลืองมากที่สุดรองลงมาเป็นน้ำมันปาล์ม ยี่ห้อยี่ห้ออื่นกับยี่ห้อถูกเป็นยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้มากที่สุดตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอรุณกร จตุกุล (2534) ที่พบว่าน้ำมันพืชที่ผู้บริโภคนิยมใช้มากที่สุดคือตราอรุณ ขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำมันพืชที่นิยมใช้ได้แก่ขนาดบรรจุ 1 ลิตร โดยบรรจุภัณฑ์ที่ชอบคือขวดพลาสติก เพราะสะดวกและคล่องตัวในการใช้ ส่วนการชื้อน้ำมันพืชพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสัปดาห์ละครั้ง ๆ ละ 1 ขวด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจำหน่ายน้ำมันพืชในร้านซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านซูเปอร์สโตร์ ส่วนคุณภาพน้ำมันพืชที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความดีเป็นอันดับหนึ่ง คือ น้ำมันถั่วเหลือง โดยมีความเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างน้ำมันพืชแต่ละชนิดในระดับปานกลาง

### ข้อค้นพบ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้ซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสาคร มีข้อค้นพบสรุปได้ดังนี้

#### ข้อค้นพบเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้้ำมันพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ชนิดของน้ำมันพืชที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ ได้แก่ น้ำมันถั่วเหลือง ส่วนน้ำมันมะกอก ผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้อยที่สุด
2. ผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้ำมันพืชยี่ห้ออรุณ มากที่สุด ส่วนน้ำมันพืชยี่ห้อหยก เป็นยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้อยที่สุด
3. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการของน้ำมันพืชที่ระบุไว้ด้านข้างบรรจุภัณฑ์ และมีส่วนน้อยที่อ่านละเอียดมาก
4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมชื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 1 ลิตร ส่วนขนาดบรรจุ 3 ลิตรขึ้นไป เป็นขนาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่นิยมชื้อ
5. เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกชื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุต่าง ๆ ได้แก่ ความสะดวกคล่องตัวในการใช้ ส่วนขนาดบรรจุสวยงาม เป็นเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อย
6. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้น้ำมันพืชตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวดพลาสติก ส่วนขวดแก้ว มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 1 ราย เท่านั้นที่เลือกใช้
7. ปริมาณการชื้อน้ำมันพืชต่อครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่จะชื้อครั้งละ 1 ขวด ส่วนครั้งละ 6 ขวด หรือ 1 โหล จะชื้อน้อยที่สุด



8. การตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้อน้ำมันพืชเพราะสื่อโฆษณา มาก ที่สุด ส่วนเพื่อนจะมีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

9. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบเห็นการโฆษณาทางโทรทัศน์ ส่วนวิทยุและเอกสาร แผ่นพับของแต่ละยี่ห้อ ผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็นน้อยที่สุด

10. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะจดจำการโฆษณาทางโทรทัศน์ได้มากที่สุด ส่วน หนังสือพิมพ์ จดจำได้น้อยที่สุด

11. ชนิดของน้ำมันพืชที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้คือน้ำมันถั่วเหลือง และยี่ห้อที่ ใช้มากที่สุดคือยี่ห้ออรุณ

12. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายไม่ชอบบรรจุภัณฑ์น้ำมันพืชที่เป็นขวดแก้ว

13. ในการซื้อน้ำมันพืชผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงไม่สนใจความสวยงามของบรรจุภัณฑ์

14. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ไม่เลือกซื้อน้ำมันพืชขนาดบรรจุ 3 ลิตร

15. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายไม่เคยพบเห็นการโฆษณาน้ำมันพืชจากเอกสารแผ่นพับ ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงไม่เคยพบเห็นการโฆษณาน้ำมันพืชจากวิทยุ

16. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ไม่ใช่เหตุผลจากการแนะนำของเพื่อนในการ การเลือกซื้อน้ำมันพืช

17. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามที่การศึกษาสูงกว่าระดับ ปริญญาตรี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพประมง/เกษตรกร พบเห็น การโฆษณาน้ำมันพืชจากโทรทัศน์ร้อยละ 100.00 โดยไม่ได้พบเห็นจากสื่อประเภทอื่น ๆ เลย

18. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ และผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพประมง/เกษตรกร สามารถจำการโฆษณาน้ำมันพืชจากการ โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์เท่านั้น

19. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 40 ปี ให้ความสำคัญต่อการโฆษณาน้ำมันพืชทาง สื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในระดับมาก

ข้อค้นพบเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อ การเลือกซื้อน้ำมันพืชของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ผลิต วัน เดือน ปีที่ผลิต และหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ มากกว่า ปริมาณของการบรรจุ เช่น 0.5 ลิตร 1 ลิตร เป็นต้น
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมงและเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อชนิดของบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวด ถุง กล่อง น้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ
3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือรับจ้างอิสระ ให้ความสำคัญต่อการมีข้อมูลบอกที่บรรจุภัณฑ์ น้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ

#### ด้านราคา

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากกว่าเพศชาย
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้างอิสระ ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้มากกว่าอาชีพอื่น
3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 40 ปีลงมา

#### ด้านช่องทางการจำหน่าย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงนิยมซื้อน้ำมันพืชจากร้านซูเปอร์มาร์เก็ต มากกว่าร้านขายของโชวห่วยในตลาด
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ยังคงให้ความสำคัญต่อการซื้อน้ำมันพืชจากร้านขายของโชวห่วยในตลาด
3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมงและเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อการซื้อจากร้านขายของโชวห่วยในตลาดมากกว่าอาชีพอื่น ๆ และให้ความสำคัญต่อร้านค้าที่มีการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อการมีโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ มากกว่ามีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ชิงโชค เมื่อซื้อสินค้า
2. ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อการมีโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ในระดับเดียวกับมีรายการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม ชิงโชค เมื่อซื้อสินค้า
3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี ชอบให้มีโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ มากกว่าคนอายุ 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป
4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพประมงและเกษตรกร ให้ความสำคัญต่อการมีโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใปปลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ น้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้ น้ำมันพืชของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร สามารถสรุปประเด็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### สำหรับร้านค้า

1. ร้านค้าที่จำหน่ายน้ำมันพืชที่ห้องอุ่นกับยี่ห้ออื่น ๆ จะได้เปรียบกว่าร้านค้าที่จำหน่ายยี่ห้ออื่น ๆ เนื่องจากเป็นยี่ห้อที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุด
2. เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันพืช ร้านจำหน่ายควรนำเสนอให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ เพราะทั้งเพศหญิงและเพศชายนิยมซื้อน้ำมันพืชที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่มีความสะดวกและคล่องตัวต่อการใช้งาน คือ ขวดพลาสติกที่บรรจุ 1 ลิตร

#### สำหรับผู้ผลิต

1. ผู้ผลิตควรมีการสื่อหรือโฆษณาให้ผู้บริโภค มีความเข้าใจในคุณภาพและความแตกต่างของน้ำมันพืชแต่ละชนิด โดยผู้ผลิตควรใช้สื่อหรือโฆษณาทางโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่ผู้บริโภคพบเห็นและสามารถจำได้มากที่สุด เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจและสามารถเลือกตัดสินใจได้

2. ผู้ผลิตต้องระบุข้อมูลรายละเอียดด้านข้างบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ ให้ชัดเจน ขณะเดียวกันผู้ผลิตควรทำให้ข้อมูลดังกล่าวมีจุดเด่นและสังเกตเห็นได้ง่ายเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภค

3. ผู้ผลิตต้องจัดส่งสินค้าให้กับร้านจำหน่ายโดยไม่ให้ขาดสต็อก เพื่อเป็นการไม่ทำให้ผู้บริโภคซื้อน้ำมันพืชยี่ห้ออื่นไปทดแทน

4. ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายน้ำมันพืชต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณา เพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคให้อยากทดลองใช้น้ำมันพืชของตนเองโดยการใช้โทรทัศน์เป็นสื่อกลาง เนื่องจากผู้บริโภคจะเปลี่ยนพฤติกรรมไปใช้น้ำมันพืชยี่ห้ออื่น เพราะอยากทดลองใช้

สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะตามผลที่ได้จากการศึกษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ผลิตและการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค ดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ผลิตน้ำมันพืชควรระบุข้อมูลรายละเอียดวัตถุดิบที่ใช้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิต และหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

2. ผู้ผลิตน้ำมันพืชที่มีขนาดบรรจุ 1 ลิตร มีโอกาสทางการตลาดสูงเนื่องจากตลาดมีความนิยมในขนาดดังกล่าว ส่วนผู้ผลิตน้ำมันพืชที่ยังไม่มีการผลิตขนาด 1 ลิตร ควรเพิ่มขนาดบรรจุดังกล่าว ซึ่งเป็นที่นิยมของผู้บริโภค

3. ผู้ผลิตน้ำมันพืช ควรสร้างตราสินค้าให้ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดีต่อตราของผู้ผลิตน้ำมันพืช เพื่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

4. ผู้ผลิตน้ำมันพืช ควรออกผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ (Product differentiation) เช่น เพิ่มขนาดบรรจุขวดเป็น 1.5 ลิตร สำหรับครอบครัวขนาดใหญ่ที่ทันสมัย

5. ผู้ผลิตน้ำมันพืช ควรสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคว่า น้ำมันพืชของบริษัทมีมาตรฐานความปลอดภัยจากการบริโภคสูง

6. ผู้ผลิตน้ำมันพืชชนิดอื่น ๆ ควรขยายผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันถั่วเหลือง ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

### ด้านราคา

1. การจำหน่ายน้ำมันพืช ผู้ผลิตควรมีส่วนลดจากราคาที่แจ้งไว้ เพื่อเป็นการแข่งขันทางด้านราคา แต่การมีส่วนลดราคา ต้องให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของน้ำมันพืช
2. ราคาจำหน่ายน้ำมันพืชต่ำกว่ายี่ห้ออื่น จะไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้น ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของน้ำมันพืช

### ด้านช่องทางการจำหน่าย

1. ผู้ผลิตน้ำมันพืช ควรหาช่องทางการจำหน่ายให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการซื้อให้มากที่สุด เพราะน้ำมันพืชเป็นสินค้าสะดวกซื้อ
2. ผู้ผลิตน้ำมันพืช นอกจากจะวางจำหน่ายร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือซูเปอร์สโตร์ ซึ่งถือว่าเป็น Modern Trade แล้ว ควรจำหน่ายที่ร้านค้าหรือร้านขายของชำใกล้บ้านด้วย
3. ควรมีการตั้งศูนย์กระจายสินค้า (Distribution) เพื่อกระจายน้ำมันพืชจากผู้ผลิตสู่ผู้ค้าส่ง และค้าปลีก ได้อย่างรวดเร็ว ทั่วถึง
4. ถ้าผู้บริโภคซื้อในปริมาณมาก ๆ ร้านขายของชำใกล้บ้านควรมีบริการส่งถึงบ้าน เพื่อเพิ่มปริมาณการจำหน่ายของร้าน

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ผู้ผลิตควรเพิ่มสื่อการโฆษณาให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจด้านคุณภาพและเข้าใจถึงน้ำมันพืชแต่ละชนิด สื่อที่ควรนำมาใช้มากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์
2. ผู้ผลิตน้ำมันพืชควรมีคู่มือซึ่งโชค เมื่อซื้อสินค้า เพื่อเพิ่มปริมาณการจำหน่าย
3. ผู้ผลิตน้ำมันพืช ควรมีกิจกรรมสนับสนุนช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลกินเจ เพื่อสนับสนุนให้ผู้บริโภคได้บริโภคน้ำมันพืชมากขึ้น
4. ผู้ผลิตน้ำมันพืชรายใหม่ ในฐานะผู้เข้าสู่ตลาดใหม่ (Barrier of new entry) ควรประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักผลิตภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ (Image) โดยอาศัยตรา (Brand) ให้ผู้บริโภคได้รู้จักและรับรู้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท