

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อ

น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น

Marketing Mix Affecting Consumers in Bangkok Towards Purchasing

Virgin Cold-Pressed Coconut Oil

จิตจรรยา หอธรรม* และนิตยา เจริญประเสริฐ**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เป็นผู้ที่เคยซื้อและเคยใช้น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น จำนวน 250 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-35 ปี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี ยี่ห้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นที่ซื้อบ่อยที่สุดคือยี่ห้อไทยเฟี้ยว การพิจารณาลำดับแรกในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นคือ ด้านคุณภาพสินค้า วัตถุประสงค์ในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเพื่อนำไปดูแลสุขภาพภายนอก บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นคือ ตนเอง และซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเมื่อสินค้าใกล้หมด/สินค้าหมด ความถี่ในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นใน 1 เดือนคือ ไม่แน่นอน ขนาดที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ ขนาด 500 มล. ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งคือ ไม่เกิน 500 บาท สถานที่ซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นคือ ร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ แหล่งที่ทราบข้อมูลน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นคือ เพื่อน

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของปัจจัยย่อยในแต่ละด้านดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ปัจจัยด้านราคาในเรื่องราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการให้คำแนะนำของพนักงานขายและปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ตามลำดับ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร จังหวัดสมุทรสาคร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

This independent study is aimed to study the Marketing Mix Affecting Consumers in Bangkok Towards Purchasing Virgin Cold-Pressed Coconut Oil. The data is collected by 250 questionnaires from the population living in Bangkok who have purchased and used virgin cold-pressed coconut oil. The analyzed data from questionnaires are using descriptive statistics include percentage, frequencies and averages, the results as follows.

The result is found that the majority of respondents are women who is around 25–35 years old, single and employees. The average salary is around 15,000–30,000 Baht per month, most of them are bachelor degree or above. The brand of virgin cold-pressed coconut oil which customer purchases most frequently is ThaiPure. The first order of consideration for customer to purchase virgin cold-pressed coconut oil is product quality. The purpose for buying virgin cold-pressed coconut oil is body health care. The main person who makes decision to buy virgin cold-pressed coconut oil is customer themselves. They will buy virgin cold-pressed coconut oil when their product is exhausted. The frequency for buying virgin cold-pressed coconut oil per month is uncertain. Size 500ml is the most frequently purchased. The average cost that they buy is around 500 Baht per time. The healthy shop is the place that they are going to find and buy virgin cold-pressed coconut oil. The channel that they can get virgin cold-pressed coconut oil information is from friend.

Marketing Mix Affecting Consumers in Bangkok Towards Purchasing Virgin Cold-Pressed Coconut Oil found respondents were featured in the overall of product, price, promotion and place (distribution) respectively. The first factor that respondents concern is product certification mark, reasonable price to compare with quality. The promotion factor and product's advice of sales, the factor of place (distribution) and retail location is near home / working place respectively.

บทนำ

มะพร้าวเป็นพืชพื้นเมืองของไทย บรรพบุรุษได้นำมะพร้าวมาใช้ประโยชน์จากการใช้ทุกส่วนของต้นมะพร้าว น้ำมันมะพร้าวเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษได้บริโภคและใช้มานานมีประโยชน์ต่อสุขภาพและความงามของมนุษย์ น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น (Virgin Cold-Pressed Coconut Oil) เป็นน้ำมันมะพร้าวที่สกัดจากเนื้อมะพร้าวสดโดยไม่ผ่านกระบวนการความร้อน ทำให้ได้น้ำมันมะพร้าวที่มีความบริสุทธิ์ สีใสเหมือนน้ำ มีกลิ่นหอมตามธรรมชาติของมะพร้าว ประกอบด้วยกรดไขมันที่อิ่มตัวกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ มีโมเลกุลขนาดกลาง เป็นน้ำมันจากพืชชนิดเดียวในโลกที่มีกรดลอริก อยู่ในปริมาณที่สูงมาก คือ 48–53 เปอร์เซ็นต์ มีกรดคาปริก และคาปรีลิกที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของกรดลอริก นอกจากนั้นยังมีวิตามินอีที่ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระอีกด้วย เมื่อบริโภคน้ำมันมะพร้าวเข้าไปในร่างกาย กรดลอริกจะเปลี่ยนเป็นโมนอกลิเซอไรด์ที่มีชื่อว่าโมนอลอรินซึ่งเป็นสารตัวเดียวกับที่อยู่ในน้ำมันมูรตาที่ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันให้กับทารก ในระยะ 6 เดือนแรกที่ร่างกายยังไม่สร้างระบบภูมิคุ้มกัน ซึ่งเป็นสารปฏิชีวนะตามธรรมชาติ ช่วยฆ่าเชื้อโรคในร่างกายได้

อีกทั้งยังช่วยป้องกันโรคหัวใจ น้ำมันมะพร้าวช่วยลดระดับไขมันช่วยลดคอเลสเตอรอลรวม LDL และเพิ่ม HDL ซึ่งดีกับสุขภาพของหัวใจ และช่วยป้องกันโรคเบาหวาน ช่วยลดระดับน้ำตาลในเส้นเลือดช่วยเพิ่มอัตราการเผาผลาญอาหารให้เป็นพลังงานทำให้ร่างกายไม่สะสมน้ำตาล ซึ่งวงการแพทย์และนักโภชนาการสมัยใหม่ต่างยอมรับแล้วว่าน้ำมันมะพร้าวเป็นน้ำมันที่ปลอดภัยและดีต่อสุขภาพที่สุดในโลก (ณรงค์ โฉมเฉลา, 2549)

ปัจจุบัน ในตลาดมีความนิยมบริโภคน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นกันมาก ข้อมูลจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม (สิงหาคม 2557) พบว่า มีจำนวนผู้ผลิตน้ำมันมะพร้าวที่ จัดทะเบียนไว้ 40 ราย สถาบันอาหารได้สรุปข้อมูลจาก EUROMONITOR, Oils and Fats in Thailand 2011 ได้กล่าวว่า ในประเทศไทยตลาดน้ำมันพืชเพื่อการบริโภคในปี 2554 มีมูลค่า 12,268.3 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่เป็นตลาดของน้ำมันถั่วเหลืองและน้ำมันปาล์ม สำหรับการนำน้ำมันมะพร้าวมาใช้ในการปรุงอาหารนั้นมีน้อยมาก เรียกได้ว่าผู้บริโภคที่ซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นมานั้นใช้เพื่อวัตถุประสงค์ด้านสุขภาพโดยตรง ทั้งนี้มารับประทานแบบผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นำมาผสมในอาหาร และใช้เพื่อทาผิวหรือผม ซึ่งข้อมูลมูลค่าตลาดนั้นยังไม่มีหน่วยงานใดประเมิน แต่หากนำตัวเลขการประเมินของกระทรวงเกษตรแห่งสหรัฐอเมริกาที่ประเมินว่าไทยมีการใช้น้ำมันมะพร้าวเพื่อการบริโภคในประเทศปีละ 38,000 ตัน จากการสำรวจพบว่าราคาน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์อยู่ที่ลิตรละ 350-500 บาท ดังนั้นมูลค่าตลาดในประเทศจึงสูงถึง 1,400-2,000 ล้านบาท (สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตร กรมการค้าภายใน, 2555) โดยน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามประโยชน์ที่นำไปใช้คือ 1) ประเภทที่นำไปใช้บริโภคเพื่อสุขภาพ 2) ประเภทที่นำไปใช้ภายนอกด้านความงามและเป็นส่วนผสมในการทำเครื่องสำอางและธุรกิจสปา การบริโภคน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นกำลังได้รับความนิยมในหมู่ผู้รักสุขภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากมีผลวิจัยระบุถึงประโยชน์ของน้ำมันมะพร้าว และผู้บริโภคมีความตระหนักในผลการวิจัยดังกล่าว โดยผู้บริโภคที่ซื้อน้ำมันมะพร้าวประมาณร้อยละ 70 นำไปบริโภค ร้อยละ 30 เพื่อใช้ภายนอก (สถาบันอาหาร, 2555: ออนไลน์)

จากความนิยมในการบริโภคน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นทำให้มีการแข่งขันด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งแข่งด้วยมาตรฐานในการผลิต เน้นคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ เรื่องความใส กลิ่นหรือความหอมตามธรรมชาติ ความหนืดและอายุการเก็บรักษา ไม่มีกลิ่นเหม็นหืน โดยผ่านการรับรองมาตรฐาน ออย. GMP HACCP ISO 9001:2008 หรือมาตรฐานที่สูงกว่าเพื่อให้เป็นที่ยอมรับและจำหน่ายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น บริษัท น้ำมันมะพร้าวไทย จำกัด จำกัดจำหน่าย แบรินด์ไทยเพียว เนเจอร์มายด์ บริษัท เทพผดุงพรมะพร้าว จำกัด จำกัดจำหน่ายแบรินด์ ชาวเกาะ บริษัท เอิร์ทเบอร์รี่ จำกัด จำกัดจำหน่ายแบรินด์คอกิโอฟี เป็นต้น ซึ่งบริษัทต่างๆเหล่านี้ได้ผ่านการรับรองมาตรฐาน ออย. GMP HACCP ISO 9001: 2008 หรือมาตรฐานที่สูงกว่า ซึ่งผู้ประกอบการต่างแข่งขันกันโดยเน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในขณะที่การผลิตระดับท้องถิ่นได้เฉพาะการรับรองมาตรฐาน ออย.หรือโอท็อปซึ่งด้วยคุณภาพยังไม่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคและไม่ค่อยเป็นที่แพร่หลายนัก จำหน่ายเฉพาะในท้องถิ่นหรือชุมชนนั้น ๆ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงเป็นเมืองที่มีประชากรมากที่สุด เป็นศูนย์กลางการปกครอง ธุรกิจการค้า การพาณิชย์ การเงินการธนาคาร การสื่อสาร การคมนาคมขนส่งและความเจริญของประเทศ เป็นเมืองเศรษฐกิจหลักมีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศร้อยละ 25 (กรุงเทพมหานคร, 2557: ออนไลน์) เป็นกำลังหลักทางการเงินและธุรกิจ สินค้าผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เริ่มจำหน่ายจากกรุงเทพมหานครและถ้าผลิตภัณฑ์เป็นที่นิยมก็จะกระจายตัวไปสู่ต่างจังหวัด

การเผยแพร่ข้อมูลประโยชน์ของน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ผู้ที่สนใจดูแลสุขภาพหันมานิยมบริโภค น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะประชากรในกรุงเทพมหานครที่มักเป็นผู้นำในการดูแลสุขภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงต้องการทราบส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นที่เอาไปใช้สำหรับบริโภค เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินกิจการผลิตและจำหน่ายน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการตลาด

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้านี้ ประกอบด้วยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อ น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น ซึ่งได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2. ขั้นตอนการศึกษา

ในการศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น มีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
2. สร้างแบบสอบถาม
3. เก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล
5. จัดทำและนำเสนอรายงาน

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เป็นผู้ที่เคยซื้อและเคยใช้น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น

ในการศึกษาครั้งนี้ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่ซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นในกรุงเทพมหานคร จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 250 ราย เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคในท้องถิ่นที่ไม่จำแนกกลุ่มย่อยที่จะวิเคราะห์ข้อมูล (Sudman,1976, อ้างถึงในกฤษสิริ รื่นรมย์, 2551: 187)

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจผู้บริโภคที่เคยซื้อและเคยใช้น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม โดยมีสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือ ร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ ร้านขายยาและห้างสรรพสินค้าในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-35 ปี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัท/รับจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท และระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าวัยหัดใช้น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นของผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุดคือ ยี่ห้อไทยเพียว การพิจารณาลำดับแรกในการซื้อเน้นด้านคุณภาพสินค้า วัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อดูแลสุขภาพภายนอก บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเป็นตนเองมากที่สุด การซื้อว่าซื้อเมื่อใดคือ ซื้อเมื่อสินค้าใกล้หมด/สินค้าหมด ความถี่ในการซื้อใน 1 เดือนคือ ไม่แน่นอน ขนาดที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ ขนาด 500 มล. ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง คือ ไม่เกิน 500 บาท สถานที่ซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ แหล่งที่ทราบข้อมูลน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นคือ เพื่อน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น

จากการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น อยู่ในระดับมากทุกปัจจัย สามารถสรุปลำดับการมีผลและปัจจัยย่อยที่มีผลเป็นลำดับแรกได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงลำดับการมีผลของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยรวม	ปัจจัยย่อยที่มีผลเป็นลำดับแรก	ค่าเฉลี่ยปัจจัยย่อย
ด้านผลิตภัณฑ์	4.13 (มาก)	มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	4.50 (มากที่สุด)
ด้านราคา	4.10 (มาก)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	4.29 (มาก)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.87 (มาก)	การให้คำแนะนำของพนักงานขาย	4.11 (มาก)
ด้านการจัดจำหน่าย	3.79 (มาก)	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.10 (มาก)

จากตารางที่ 1 พบว่า ส่วนประสมการตลาดมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย เมื่อจำแนกตามส่วนประสมการตลาดเป็นรายด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นลำดับแรก คือ มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน

ปัจจัยด้านราคามีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นลำดับแรก คือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นลำดับแรก คือ การให้คำแนะนำของพนักงานขาย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นลำดับแรก คือ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น 10 ลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ส่วนประสมการตลาด
1	มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน	4.50 (มากที่สุด)	ด้านผลิตภัณฑ์
2	ระบุวันผลิตวันหมดอายุ	4.44 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
3	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	4.29 (มาก)	ด้านราคา
4	ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นาน	4.28 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
5	ความใสของผลิตภัณฑ์	4.26 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
6	มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	4.19 (มาก)	ด้านราคา

7	รสชาติดีทานง่าย ไม่เหน็ดคอ	4.16 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
8	บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการบริโภค	4.12 (มาก)	ด้านผลิตภัณฑ์
9	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับตราสินค้าอื่น	4.12 (มาก)	ด้านราคา
10	มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ	4.12 (มาก)	ด้านราคา

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยย่อยที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นของผู้ตอบแบบสอบถามลำดับที่ 1 เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ลำดับที่ 2 เป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับการระบุวันผลิตวันหมดอายุและลำดับที่ 3 เป็นปัจจัยด้านราคาเกี่ยวกับราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ แสดงว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นลำดับแรก ๆ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อที่ซื้อบ่อย วัตถุประสงค์ในการซื้อ ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งและสถานที่ซื้อ

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยการเลือกซื้อ

ปัจจัยการเลือกซื้อ		ส่วนประสมการตลาด			
		ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
ยี่ห้อที่ซื้อบ่อย	ไทยเพียว	มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน (4.53)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ (4.39)	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้านที่ทำงาน (4.08)	การให้ส่วนลด (4.22)
	เนเจอร์มายด์	มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน (4.56)	ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ (4.22)	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้านที่ทำงาน (4.05)	การให้คำแนะนำของพนักงานขาย (4.17)

	ชาวเกาะ	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.47)	มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน (4.21)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน (4.03)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (3.82)
	อกริไลฟ์	ระบุวันผลิต/ วันหมดอายุ (4.40)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.27)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน/การจัด วางสินค้า สวยงามน่าสนใจ (4.07)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.27)
	อื่นๆ	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.39)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.33)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน (4.31)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.11)
วัตถุประสงค์ ในการซื้อ	รับประทาน/ นำไปผสม เครื่องดื่ม	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.63)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.34)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน (4.20)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.04)
	ใช้ประกอบ อาหาร	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.60)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.29)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน (4.21)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.09)
	ดูแลสุขภาพ ภายนอก	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.53)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.31)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน (4.01)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.09)
	เพื่อทำ ออยล์พูลลิ่ง	ความใสของ ผลิตภัณฑ์ (4.45)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.43)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน (4.29)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.38)

ค่าใช้จ่าย ในการซื้อ เฉลี่ยต่อ ครั้ง	ไม่เกิน 500 บาท	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.55)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.30)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน (4.06)	มีสินค้าให้ทดลอง/ การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.07)
	500 – 1,000 บาท	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.42)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.24)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน (4.05)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.18)
	1,001 – 1,500 บาท	ความใสของ ผลิตภัณฑ์ (4.54)	มีหลายระดับราคา ให้เลือกซื้อ (4.46)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน (4.31)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.31)
	1,500 บาท ขึ้นไป	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.52)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.33)	สถานที่จำหน่าย มีที่จอดรถ สะดวก (4.43)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.05)
สถานที่ซื้อ	ร้านขายยา	ผลิตภัณฑ์ สามารถเก็บไว้ได้ นาน (4.50)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.50)	การจัดวางสินค้า สวยงามน่าสนใจ (4.06)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.44)
	ร้านสินค้า เพื่อสุขภาพ	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.56)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.37)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน (4.19)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.10)
	ห้าง สรรพสินค้า	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.42)	ราคาเหมาะสมเมื่อ เทียบกับคุณภาพ (4.15)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน (4.05)	การให้ส่วนลด (3.97)
	ซูเปอร์ 마켓	มีเครื่องหมาย รับรองมาตรฐาน (4.60)	มีป้ายแสดงราคา ชัดเจน (4.27)	สถานที่จำหน่าย อยู่ใกล้บ้าน/ ที่ทำงาน (4.12)	การให้คำแนะนำ ของพนักงานขาย (4.13)

	งานแสดงสินค้า	ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นาน/ระบุวันผลิต/วันหมดอายุ (4.33)	มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.33)	การจัดวางสินค้าสวยงามน่าสนใจ (3.90)	มีการออกงานแสดงสินค้า (4.33)
	อื่นๆ	มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน (4.71)	มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ (4.57)	สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.29)	มีสินค้าให้ทดลอง (4.36)

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเป็นลำดับแรก จำแนกตามปัจจัยการเลือกซื้อ ได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ปัจจัยย่อยที่มีผลเป็นลำดับแรกในระดับมากที่สุด คือ มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.50

เมื่อจำแนกตามยี่ห้อที่ซื้อบ่อยพบว่า ทุกกลุ่มยี่ห้อที่ซื้อบ่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อยี่ห้อไทยเพียง เนเจอร์มายด์ ชาวเกาะและยี่ห้ออื่น ๆ มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานและผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อยี่ห้อออริโกลีฟ มีผลเป็นลำดับแรกคือ ระบุวันผลิต/วันหมดอายุ

เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อพบว่า ทุกกลุ่มวัตถุประสงค์ในการซื้อของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่นำไปรับประทาน/นำไปผสมเครื่องดื่มนำไปใช้ประกอบอาหาร เพื่อดูแลสุขภาพภายนอก มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานและผู้ตอบแบบสอบถามที่นำไปเพื่อทำออยล์พูลลิ่ง มีผลเป็นลำดับแรกคือ ความใสของผลิตภัณฑ์

เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งพบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จ่ายไม่เกิน 500 บาท จ่าย 500-1,000 บาท จ่าย 1,500 บาทขึ้นไป มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานและผู้ตอบแบบสอบถามที่จ่าย 1,001 -1,500 บาท มีผลเป็นลำดับแรกคือ ความใสของผลิตภัณฑ์

เมื่อจำแนกตามสถานที่ซื้อพบว่า ทุกกลุ่มสถานที่ซื้อของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และซื้อจากที่อื่น มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากร้านขายยามีผลเป็นลำดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นาน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากงานแสดงสินค้า มีผลเป็นลำดับแรกคือ ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นาน/ระบุวันผลิต/วันหมดอายุ

ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ปัจจัยย่อยที่มีผลเป็นลำดับแรกในระดับมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.29

เมื่อจำแนกตามยี่ห้อที่ซื้อบ่อยพบว่า ทุกกลุ่มยี่ห้อที่ซื้อบ่อยของปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อยี่ห้อไทยเพียง เนเจอร์มายด์ อกริไลฟ์ และยี่ห้ออื่น ๆ มีผลเป็นลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพและผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อยี่ห้อชาวเกาะ มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน

เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อพบว่า ทุกกลุ่มวัตถุประสงค์ในการซื้อของปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่นำไปรับประทาน/นำไปผสมเครื่องดื่ม นำไปใช้ประกอบอาหาร เพื่อดูแลสุขภาพภายนอก เพื่อทำออยล์พูลลิ่ง มีผลเป็นลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ

เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งพบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งของปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จ่ายไม่เกิน 500 บาท จ่าย 500-1,000 บาท จ่าย 1,500 บาทขึ้นไป มีผลเป็นลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ และผู้ตอบแบบสอบถามที่จ่าย 1,001 -1,500 บาท มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ

เมื่อจำแนกตามสถานที่ซื้อพบว่า ทุกกลุ่มสถานที่ซื้อของปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากร้านขายยา ร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ ห้างสรรพสินค้า มีผลเป็นลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต งานแสดงสินค้า มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากที่อื่น มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีหลายระดับราคาให้เลือกซื้อ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 ปัจจัยย่อยที่มีผลเป็นลำดับแรกในระดับมาก คือ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ย 4 .10

เมื่อจำแนกตามยี่ห้อที่ซื้อบ่อยพบว่า ทุกกลุ่มยี่ห้อที่ซื้อบ่อยของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อยี่ห้อไทยเพียง เนเจอร์มายด์ ชาวเกาะและยี่ห้ออื่น ๆ มีผลเป็นลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน และผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อยี่ห้ออกริไลฟ์ มีผลเป็นลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/การจัดวางสินค้าสวยงามน่าสนใจ

เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อพบว่า ทุกกลุ่มวัตถุประสงค์ในการซื้อของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่นำไปรับประทาน/นำไปผสมเครื่องดื่ม นำไปใช้ประกอบอาหาร เพื่อดูแลสุขภาพภายนอกและเพื่อทำออยล์พูลลิ่ง มีผลเป็นลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน

เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งพบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จ่ายไม่เกิน 500 บาท จ่าย 500-1,000 บาท จ่าย 1,001 -1,500 บาท มีผลเป็นลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน และผู้ตอบแบบสอบถามที่จ่าย 1,500 บาทขึ้นไป มีผลเป็นลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายมีที่จอดรถสะดวก

เมื่อจำแนกตามสถานที่ซื้อพบว่า ทุกกลุ่มสถานที่ซื้อของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต

และซื้อจากที่อื่น ๆ มีผลเป็นลำดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากร้านขายยา
งานแสดงสินค้า มีผลเป็นลำดับแรกคือ การจัดวางสินค้าสวยงามน่าสนใจ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ปัจจัยย่อยที่มีผลเป็นลำดับ
แรกในระดับมาก คือ การให้คำแนะนำของพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ย 4 .11

เมื่อจำแนกตามยี่ห้อที่ซื้อบ่อยพบว่า ทุกกลุ่มยี่ห้อที่ซื้อบ่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการซื้อ
น้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อยี่ห้อไทยเพียง มีผลเป็นลำดับแรกคือ การให้
ส่วนลด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อยี่ห้อเนเจอร์มายด์ ชาวเกาะ อกริไลฟ์และยี่ห้ออื่น ๆ มีผลเป็นลำดับแรกคือ การให้
คำแนะนำของพนักงานขาย

เมื่อจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อพบว่า ทุกกลุ่มวัตถุประสงค์ในการซื้อของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมี
ผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่นำไปรับประทาน/นำไปผสม
เครื่องดื่ม นำไปใช้ประกอบอาหาร เพื่อดูแลสุขภาพภายนอก เพื่อทำออยล์พูลลิ่ง มีผลเป็นลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำ
ของพนักงานขาย

เมื่อจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งพบว่า ทุกกลุ่มค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งของปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่จ่ายไม่เกิน
500 บาท มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีสินค้าให้ทดลอง/การให้คำแนะนำของพนักงานขาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่จ่าย 500-
1,000 บาท จ่าย 1,001 -1,500 บาทและจ่าย 1,500 บาทขึ้นไป มีผลเป็นลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำของพนักงานขาย

เมื่อจำแนกตามสถานที่ซื้อพบว่า ทุกกลุ่มสถานที่ซื้อของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการซื้อน้ำมัน
มะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นโดยรวมในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากร้านขายยา ร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ และ
ซูเปอร์มาร์เก็ต มีผลเป็นลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำของพนักงานขาย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากห้างสรรพสินค้า มี
ผลเป็นลำดับแรกคือ การให้ส่วนลด ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากงานแสดงสินค้า มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีการออกงาน
แสดงสินค้าและ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อจากที่อื่น ๆ มีผลเป็นลำดับแรกคือ มีสินค้าให้ทดลอง

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. อยากได้สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานและรักษามาตรฐานให้คงอยู่ตลอดไป เพราะคุณภาพสินค้า คือตัว
ตัดสินใจว่าจะซื้อต่อเนื่องต่อไปหรือไม่
2. สินค้าควรมีหลายขนาดให้เลือกซื้อ
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ มีผลต่อการใช้งาน เช่น ฝาปิดถ้าเป็นสินค้าที่ต้องใช้งานทุกวัน อยากให้มีฝาปิดแบบเปิดปิด
สะดวก น้ำมันมะพร้าวมีความมัน ลื่น ฝาปิดแบบหมุนเปิดทำให้ยากต่อการใช้งาน บรรจุภัณฑ์หีบห่อใช้ยาก ลื่น อยากให้
พัฒนาให้ดีขึ้นค่ะ
4. เคยซื้อใช้แล้ว พอจะใช้จับตัวเป็นไข เป็นก้อนขุ่นๆ อยากให้คงความใสไปตลอด

ด้านราคา

1. ราคาต้องไม่สูงจนเกินไป

ด้านการจัดจำหน่าย

1. สินค้าที่ลูกค้ามีโอกาสเห็นบ่อย หรืออยู่ใกล้ สะดวกในการเลือกซื้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรมีโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสารให้มากขึ้นเพื่อจะได้ขยายกลุ่มลูกค้าและให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง
2. ควรมีสินค้าตัวอย่างแจกเพื่อจะได้ทดลองชิม ทดลองใช้ เพื่อให้ลูกค้าทั่วไปได้ทดลองและเพื่อเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไป เพราะการได้ทดลองใช้สินค้าเป็นเหตุผลในการตัดสินใจและเลือกซื้อ
3. ควรมีการออกงานแสดงสินค้าและจัดงานสาธิตบ่อย ๆ เพราะการได้รับคำแนะนำ เป็นเหตุผลหลักที่มีต่อการซื้อ

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น สามารถอภิปรายผลการศึกษาโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชุตติมา ชุตติกาโม (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่ม Functional Drink ด้านบำรุงสมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ/มาตรฐาน มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ บุตรีชล สุวรรณลพ (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน พบว่าความสะอาดของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมใจ สะลิทร (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าให้ความสำคัญด้านรสชาติและกลิ่นมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารจากงาซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์นมสำหรับทานเล่นและซื้อไปเป็นของฝากที่ต้องการความสดใหม่และความสะอาด ดังนั้น ความสะอาดของผลิตภัณฑ์จึงมีผลเป็นลำดับแรก และการศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพซึ่งเรื่องรสชาติและกลิ่นเป็นตัวเลือกที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการเลือกซื้อไปรับประทาน ดังนั้นด้านรสชาติและกลิ่นจึงมีผลเป็นลำดับแรก

2. ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชุตติมา ชุตติกาโม (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่ม Functional Drink ด้านบำรุงสมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ระดับราคาที่เหมาะสมมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับผล

การศึกษาของสมใจ สะลิทร (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูปไก่สกัดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ให้ความสำคัญด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุตรีชล สุวรรณลพ (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน พบว่าให้ความสำคัญมีป้ายราคาชัดเจนมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารจากงาซึ่งเป็นอาหารประเภทขนมสำหรับทานเล่นและซื้อไปเป็นของฝาก ดังนั้นการมีป้ายราคาชัดเจนจึงมีผลเป็นลำดับแรก

3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรกคือ การให้คำแนะนำของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของบุตรีชล สุวรรณลพ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน พบว่าให้ความสำคัญอรรถประโยชน์ของพนักงานขายมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของชุตติมา ชุตติกาโม (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่ม Functional Drink ด้านบำรุงสมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านโทรทัศน์มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสมใจ สะลิทร (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูปไก่สกัดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ให้ความสำคัญด้านการลดราคามีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม Functional Drink ด้านบำรุงสมอง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องให้ความรู้ว่าเมื่อดื่มแล้วจะเป็นประโยชน์ต่อร่างกายหรือสุขภาพอย่างไร และคนที่เป็นฟรีเซนเตอร์ก็มีผลต่อการสร้างกระแสทางการตลาด เพื่อเป็นการสร้างความอยากให้คนดื่มเพื่อที่จะได้เหมือนหรือเป็นแบบฟรีเซนเตอร์คนนั้น ดังนั้นการโฆษณาผ่านโทรทัศน์ จึงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่มเป็นลำดับแรก และเป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมซูปไก่สกัดซึ่งมีราคาแพง ดังนั้นการลดราคาจึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นลำดับแรก

4. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยย่อยลำดับแรก สถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมใจ สะลิทร (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูปไก่สกัดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่าสถานที่จัดจำหน่ายหาซื้อง่ายและสะดวกมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของชุตติมา ชุตติกาโม (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่ม Functional Drink ด้านบำรุงสมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าความสะดวกในการซื้อมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของบุตรีชล สุวรรณลพ (2551) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน พบว่าให้ความสำคัญความสะดวกภายในร้านมีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ซึ่งความไม่สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจเนื่องมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการศึกษาผลิตภัณฑ์อาหารจากงา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ขนมสำหรับทานเล่น และซื้อไปเป็นของฝากที่ต้องการความความสะดวกใหม่และความสะดวก ดังนั้น ให้ความสำคัญความสะดวกภายในร้านจึงมีผลเป็นลำดับแรก

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. เนื่องจากการมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานมีผลต่อการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายจึงควรให้ความสำคัญในกระบวนการผลิตที่จะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานต่าง ๆ จากหน่วยงานหรือองค์กรที่มีมาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้ามีคุณภาพ มีความสะอาด และปลอดภัยต่อผู้บริโภค

2. ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นควรระบุวันผลิตและวันหมดอายุบนฉลากสินค้าอย่างชัดเจนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าว่าสินค้ายังอยู่ในสภาพดีไม่ผลิตนานจนเกินไป

3. ผู้ผลิตน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นควรจะเน้นเรื่องกระบวนการผลิตที่ทำให้สินค้ามีความใส สินค้ามีคุณภาพสามารถเก็บไว้ได้นานเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ใสสะอาดและสามารถเก็บไว้ได้นาน

ปัจจัยด้านราคา

1. ในการตั้งราคาขายสินค้าน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรตั้งราคาขายให้เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ไม่ควรตั้งราคาต่ำเกินไปเพราะอาจทำให้ผู้บริโภคไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้าว่าดีจริงหรือเปล่าและไม่ควรตั้งราคาสูงจนเกินไปเพราะจะทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ที่สำคัญคือทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ดีด้วย

2. ควรติดป้ายแสดงราคาบนฉลากอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคาาก่อนที่จะตัดสินใจซื้อว่าจะซื้อแบรนด์ใด ทำให้สามารถนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

1. ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นควรหาช่องทางการจัดจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ ตามแหล่งชุมชนไม่ควรถือเป็นร้านสินค้าเพื่อสุขภาพหรือร้านสะดวกซื้อเพื่อให้ลูกค้าหาซื้อได้ง่าย

2. ควรเลือกสถานที่จำหน่ายที่มีทำเลที่จอดรถสะดวกสบาย เพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

3. การจัดวางสินค้าในการขายทั้งการออกงานแสดงสินค้าหรือร้านต่าง ๆ ควรมีการจัดวางให้สวยงามน่าสนใจเพื่อที่จะดึงดูดลูกค้าให้สนใจสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นควรเน้น การอบรมพนักงานขายเพื่อให้คำแนะนำแก่ลูกค้า เพราะน้ำมันมะพร้าวยังเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนัก ดังนั้นผู้ผลิตและผู้จำหน่ายควรฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ที่สินค้าสามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้ทั้งภายนอกร่างกายและดูแลสุขภาพร่างกาย เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและกระตุ้นการรับรู้ซึ่งอาจนำไปถึงขั้นทดลองซื้อไปใช้แล้วมีการกลับมาซื้อซ้ำ

2. ควรมีการออกงานแสดงสินค้าและควรมีสินค้าให้ทดลอง เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงประโยชน์ของน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นว่าสามารถนำไปใช้ทำอะไรได้บ้าง เพราะบางคนไม่เคยใช้ หากมีการได้ทดลองใช้สินค้าทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการซื้อได้ง่ายขึ้นและมีทัศนคติที่ดีต่อตัวสินค้า

3. หากมีการวางขายในห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่ขายระดับบนควรมีการให้ส่วนลดกับลูกค้า เพื่อเป็นการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการปกครอง. (2557). *ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับประชากร*. ค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2557, จาก

http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_m.php.

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2557). *ผลิตน้ำมันมะพร้าว*. ค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.diw.go.th>

กรมส่งเสริมการส่งออก. (2554). *จับกระแสตลาดผลิตภัณฑ์จากมะพร้าวในสหรัฐอเมริกา*. ค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2557, จาก <http://www.ryt9.com/s/expd/1078297>

กรุงเทพมหานคร. (2557). ค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2557, จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/กรุงเทพมหานครคุณชลิ>

รินรัมย์. (2551). *การวิจัยการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชุดิมา ชุดิภาโม. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกดื่ม Functional Drink ด้านบำรุงสมองของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (ปริญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

ณรงค์ โฉมเฉลา. (2549). *บทบาทของน้ำมันมะพร้าวต่อสุขภาพและความงาม*. กรุงเทพฯ: เครือข่ายพีชปลูกพื้นเมืองไทย.

บุตรีชล สุวรรณภพ. (2551). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารจากงาของผู้บริโภคในอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).

วิหวัศ รุ่งเรืองผล. (2552). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มาร์เก็ตติ้งมูฟ.

สถาบันอาหาร. (2555). *สถานการณ์น้ำมันมะพร้าวโลก*. ค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2557, จาก

http://fic.nfi.or.th/food/upload/doc/17_1580.doc

สถาบันอาหาร. (2555). *สถานการณ์อุตสาหกรรมน้ำมันมะพร้าวไทย*. ค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2557, จาก

http://fic.nfi.or.th/food/upload/doc/17_1578.doc

สมใจ สะลิทร. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมซูเปอร์ฟู้ดของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).