

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อ น้ำมันพืชของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะ กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อน้ำมันพืชเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือนเท่านั้น ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบ สอบถาม จาก 18 ตำบล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ในการวิเคราะห์ ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางร้อยละ ความถี่ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือรับจ้างอิสระ การศึกษาคต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้น้ำมันถั่วเหลือง ยี่ห้อ อุ่นเป็นยี่ห้อที่นิยมใช้มากที่สุด เหตุผลการเลือกซื้อเพราะทดลองใช้แล้วพบว่ามีคุณภาพ มีความเข้าใจในความแตกต่างของน้ำมันพืชแต่ละชนิดและอ่านรายละเอียดด้านโภชนาการในระดับปานกลาง ขนาดบรรจุ 1 ลิตร เป็นขนาดบรรจุที่นิยมใช้และเป็นบรรจุภัณฑ์ขวดพลาสติก เพราะมีความคล่องตัวในการใช้ ช่วงเวลาซื้อน้ำมันพืชสัปดาห์ละครั้ง ส่วนใหญ่ซื้อครั้งละ 1 ขวด ในการจัดอันดับ ด้านคุณภาพของน้ำมันพืช ส่วนใหญ่ให้น้ำมันถั่วเหลืองมีคุณภาพเป็นอันดับหนึ่ง

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม การซื้อน้ำมันพืชมาจากปัจจัยด้านคุณภาพมากที่สุด ส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าน้ำมันพืชแต่ละชนิดมีคุณภาพไม่เหมือนกันแต่สามารถใช้ทดแทนกันได้ การซื้อส่วนใหญ่จะซื้อน้ำมันพืชยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ถ้าไม่มียี่ห้อเดิมจะซื้อยี่ห้อใหม่ทดแทน

จะเปลี่ยนไปใช้น้ำมันพืชี่ห่อใหม่เพราะอยากทดลอง การโฆษณาเป็นข้อมูลที่ใช้มากที่สุดในการตัดสินใจซื้อ โทรทัศน์เป็นสื่อโฆษณาที่พบเห็นบ่อยและจำได้มากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผู้บริโภคโดยรวมให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของน้ำมันพืชในระดับมาก เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยของแต่ละปัจจัยดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภค มากที่สุด คือ มีข้อมูลรายละเอียดบอกที่บรรจุภัณฑ์ เช่น วัตถุประสงค์ที่ใช้ วัน เดือน ปี ที่ผลิตและหมดอายุ หรือคุณค่าทางโภชนาการ เป็นต้น

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภคมากที่สุด คือ ราคาเหมาะสมตามคุณภาพ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภคมากที่สุด คือ ร้านซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านซูเปอร์สโตร์

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำมันพืชของผู้บริโภคมากที่สุด คือ มีการโฆษณาทางสื่อต่าง ๆ เช่น ใบบลิว หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น