

บทที่ 4

ลักษณะของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง

ในบทนี้นำเสนอองค์ประกอบของผลการศึกษาที่ได้จากการสำรวจผู้บริโภคตัวอย่างในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ลักษณะสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคตัวอย่าง และส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวด ผลการศึกษามีรายละเอียด ดังนี้

4.1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลจากการสำรวจตัวอย่างผู้บริโภคที่ใช้้ำมันปาล์มบรรจุขวดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 200 ราย โดยข้อมูลส่วนใหญ่มาจากผู้ใช้น้ำมันปาล์มที่เป็นเพศหญิง จำนวน 128 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 64 ของตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อหลักในครอบครัว ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 36 เป็นผู้บริโภคเพศชาย (ตารางที่ 4.1) และกลุ่มผู้บริโภคยังเป็นกลุ่มวัยกลางคน โดยมีอายุตั้งแต่ 31- 50 ปี กว่าร้อยละ 58 ของบริโภคน้ำมันปาล์มทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ ช่วงอายุ 20 - 30 และช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 15 และร้อยละ 14.50 ตามลำดับ

นอกจากนี้กลุ่มบริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวดยังเป็นกลุ่มแม่บ้าน คือมีสถานภาพสมรสมากถึงร้อยละ 63 ของผู้บริโภคตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่มีสถานะภาพโสดอีกร้อยละ 24 หย่าร้าง และเป็นหม้ายอีกร้อยละ 18 และร้อยละ 8 ตามลำดับ และเป็นกลุ่มได้รับการศึกษาค่อนข้างน้อย โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษามากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 31 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา ร้อยละ 28.50 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และร้อยละ 19.50 มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีเพียงร้อยละ 1 และร้อยละ 0.50 ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาโทและไม่ได้รับการศึกษา เมื่อพิจารณาถึงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างบริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 27.50 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา ได้แก่ แม่บ้าน และนักเรียน นักศึกษา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20 และร้อยละ 14 ของตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มบริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวดเป็นกลุ่มแม่บ้านซึ่งมีหน้าที่หลักในการจัดซื้ออาหารในครอบครัว นอกจากนี้ยังพบว่าเป็นกลุ่มวัยกลางคนและได้รับการศึกษาค่อนข้างน้อย

เมื่อพิจารณาข้อมูลด้านเศรษฐกิจของผู้บริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวด ซึ่งเป็นกลุ่มแม่บ้าน และมีการศึกษาก่อนข้างน้อย ทำให้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างต่ำ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 ถึง 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมา มีรายได้ 10,001 ถึง 15,000 บาท (ร้อยละ 23.50) และต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 22) ตามลำดับ มีเพียงร้อยละ 7 ของผู้บริโภค น้ำมันปาล์มบรรจุขวดทั้งหมดที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป และเมื่อพิจารณาจำนวนสมาชิกในครัวเรือนผู้บริโภคตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นครอบครัวขนาดปานกลาง คือ 3 - 5 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา มีสมาชิกในครัวเรือน 1 ถึง 2 คน (ร้อยละ 18) และ 6 ถึง 10 คน (ร้อยละ 8) ตามลำดับ มีเพียงร้อยละ 0.5 เท่านั้นที่มีสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า 10 คนขึ้นไป

ตารางที่ 4.1 คุณลักษณะของผู้บริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	128	64.00
ชาย	72	36.00
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	29	14.50
20 - 30 ปี	30	15.00
31 - 40 ปี	39	19.50
41 - 50 ปี	78	39.00
51 - 60 ปี	24	12.00
สถานภาพ		
สมรส	126	63.00
โสด	48	24.00
หย่าร้าง	18	9.00
หม้าย	8	4.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	62	31.00
ปริญญาตรี	57	28.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย	39	19.50
ปวช. ปวส.	20	10.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	19	9.50
ปริญญาโท	2	1.00
ไม่ได้เข้าโรงเรียน	1	0.50
อาชีพ		
พนักงานเอกชน	55	27.50
แม่บ้าน	40	20.00
นักเรียน นักศึกษา	28	14.00
เกษตรกร	21	10.50
ผู้ประกอบการร้านอาหาร	19	9.50
รับจ้าง	13	6.50
ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	4.50
ธุรกิจส่วนตัว	9	4.50
ค้าขาย	6	3.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5,001 - 10,000 บาท	69	34.50
10,001 - 15,000 บาท	47	23.50
ต่ำกว่า 5,000 บาท	44	22.00
15,001 - 20,000 บาท	19	9.50
20,001 - 25,000 บาท	14	7.00
มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	4	2.00
25,001 - 30,000 บาท	3	1.50

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
3 - 5 คน	147	73.50
1 - 2 คน	36	18.00
6 - 10 คน	16	8.00
มากกว่า 10 คนขึ้นไป	1	0.50

หมายเหตุ: ร้อยละของจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 200 ตัวอย่าง

ที่มา: จากการสำรวจ

จากข้อมูลลักษณะตัวอย่างผู้บริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวดในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ข้างต้น พบว่า ในการศึกษาครั้งนี้จะแสดงถึงตัวแทนของผู้บริโภคใน 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน ที่รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และอาศัยอยู่ในครอบครัวที่มีสมาชิกครัวเรือน 3 – 5 คน นั่นเอง

4.2 พฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง

พฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่แสดงถึงลักษณะหรือทิศทางที่บ่งบอกถึงพฤติกรรมการซื้อซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ในการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด จำนวนที่ซื้อต่อครั้ง และความถี่ในการซื้อ เป็นต้น นำมาสู่การเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภค รายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคน้ำมันปาล์มมีดังนี้

1) วัตถุประสงค์ในการซื้อ

วัตถุประสงค์ในการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่จะนำไปปรุงอาหารสำหรับทอดและผัด คิดเป็นร้อยละ 47 ของจำนวนตัวอย่าง ผู้บริโภคทั้งหมด รองลงมา นำไปปรุงอาหารสำหรับทอดเป็นหลัก (ร้อยละ 40) และปรุงอาหารสำหรับผัดเป็นหลักอีกร้อยละ 13 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 วัตถุประสงค์ในการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ปรุงอาหารสำหรับทอดและผัด	94	47.00
ปรุงอาหารสำหรับทอด	80	40.00
ปรุงอาหารสำหรับผัด	26	13.00
รวม	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

2) ราคาสินค้า ขนาดบรรจุและจำนวนการซื้อ

เมื่อพิจารณาราคาสินค้าและขนาดบรรจุภัณฑ์น้ำมันปาล์มบรรจุขวดที่ผู้บริโภคตัวอย่างซื้อ พบว่า ราคาสินค้าหรือยี่ห้อของน้ำมันปาล์มบรรจุขวดที่นิยมซื้อมากที่สุด คือ มรกต มีสัดส่วนการซื้อร้อยละ 44 ของการซื้อน้ำมันปาล์มทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ หยก (ร้อยละ 17) และแวง (ร้อยละ 12.50) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาถึงขนาดบรรจุของน้ำมันปาล์มบรรจุขวดที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดขนาด 1 ลิตรมากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 60 ของผู้บริโภคทั้งหมด รองลงมา นิยมซื้อน้ำมันปาล์มขนาด 0.5 ลิตร และขนาด 0.25 ลิตร ตามลำดับ (ร้อยละ 24 และร้อยละ 8 ตามลำดับ) มีผู้บริโภคเพียงร้อยละ 2 ที่นิยมซื้อน้ำมันปาล์มขนาด 5 ลิตร เพื่อนำไปบริโภค (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 ราคาสินค้าและขนาดบรรจุของน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคนิยมซื้อ

ขนาดบรรจุของ น้ำมันปาล์ม	น้ำมันปาล์มที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ						รวม
	มรกต	หยก	พาโมตา	โอลีน	รีโอ	แวง	
1 ลิตร	57 (64.77)	20 (58.82)	14 (70.00)	10 (62.50)	14 (82.35)	5 (20.00)	120 (60.00)
0.5 ลิตร	15 (17.05)	11 (32.35)	6 (30.00)	5 (31.25)	1 (5.88)	10 (40.00)	48 (24.00)
0.25 ลิตร	12 (13.64)	3 (8.82)	0 (0.00)	1 (6.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	16 (8.00)
2 ลิตร	4 (4.55)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (11.76)	6 (24.00)	12 (6.00)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ขนาดบรรจุของ น้ำมันปาล์ม	น้ำมันปาล์มที่ผู้บริโภคนิยมซื้อ						รวม
	มรกต	หยก	พามอลตา	โอลีน	รีโอ	แวง	
5 ลิตร	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (16.00)	4 (2.00)
รวม	88 (100.00)	34 (100.00)	20 (100.00)	16 (100.00)	17 (100.00)	25 (100.00)	200 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : ตัวเลขใน () คือ ค่าร้อยละของคอลัมน์

ส่วนลักษณะการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมซื้อน้ำมันปาล์มครั้งละ 1 ขวด หรือคิดเป็นร้อยละ 40 ของผู้บริโภคทั้งหมด รองลงมา นิยมซื้อครั้งละ 2 ขวด (ร้อยละ 33.50) และครั้งละ 3 ขวด (ร้อยละ 18.50) ตามลำดับ มีผู้บริโภคเพียงร้อยละ 2 ที่นิยมซื้อน้ำมันปาล์มครั้งละ 5 ขวดขึ้นไป (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 จำนวนซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดต่อครั้งของผู้บริโภคตัวอย่าง

จำนวนซื้อน้ำมันปาล์มต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 ขวด	80	40.00
2 ขวด	67	33.50
3 ขวด	37	18.50
4 ขวด	12	6.00
5 ขวด	2	1.00
มากกว่า 5 ขวดขึ้นไป	2	1.00
รวม	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

นอกจากผู้บริโภคส่วนใหญ่จะนิยมซื้อน้ำมันปาล์มครั้งละ 1 ขวดแล้ว ยังพบว่า ผู้บริโภค น้ำมันปาล์มบรรจุขวดยังซื้อน้ำมันปาล์มเพียงเดือนละ 1 ครั้งเท่านั้น หรือคิดเป็นร้อยละ 64 ของ ความถี่ในการซื้อน้ำมันปาล์มทั้งหมด รองลงมา จะซื้อน้ำมันปาล์มเพียงสัปดาห์ละครั้ง (ร้อยละ

16.50) และซื้อ 2 เดือนต่อครั้ง (ร้อยละ 10.50) ตามลำดับ มีผู้บริโภคน้ำมันปาล์มเพียงร้อยละ 4.50 ที่ซื้อน้ำมันปาล์มมากกว่า 2 เดือนต่อครั้ง รายละเอียดความถี่ในการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 4.5)

ข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีการบริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวดปริมาณ 1 ลิตร ต่อเดือน ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการซื้อผู้บริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวดขนาด 1 ลิตร และมีความถี่ในการซื้อเดือนละครั้ง ดังนั้นขนาดบรรจุที่ผู้ผลิตควรผลิตเป็นหลักคือ ขนาด 1 ลิตรและกำหนดปริมาณการผลิตให้สอดคล้องกับปริมาณการบริโภคของผู้บริโภคคือ ปริมาณ 1 ลิตรต่อเดือนต่อครอบครัว

ตารางที่ 4.5 ความถี่ในการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง

ความถี่ในการซื้อน้ำมันปาล์ม	จำนวน	ร้อยละ
เดือนละครั้ง	128	64.00
สัปดาห์ละครั้ง	33	16.50
2 เดือนต่อครั้ง	21	10.50
มากกว่า 2 เดือนต่อครั้ง	9	4.50
เดือนละ 2 ครั้ง	7	3.50
สัปดาห์ละ 2 ครั้ง	2	1.00
รวม	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคตัวอย่างส่วนใหญ่ มักซื้อน้ำมันปาล์มในวันเสาร์-อาทิตย์ ในช่วงเวลา 16.30 น. ถึง 21.30 น. มากที่สุด (ร้อยละ 35) รองลงมา ซื้อในวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 10.30 น. ถึง 16.30 น. และวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลา 16.30 น. ถึง 21.30 น. ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24 ของจำนวนผู้บริโภคน้ำมันปาล์มตัวอย่างทั้งหมดและร้อยละ 16.50 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคน้ำมันปาล์มในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ส่วนใหญ่เลือกที่จะซื้อในช่วงเวลาที่ไม่ใช่ช่วงเวลาที่ทำงานนั่นเอง

เมื่อพิจารณาถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีความสะดวกที่จะซื้อมากที่สุดคือ ซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้า (ร้อยละ 43) รองลงมา สะดวกซื้อในร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น ร้าน 7-11 (ร้อยละ 32.50) ของจำนวนผู้บริโภค

ตัวอย่างทั้งหมด) และร้านค้าปลีกทั่วไป (ร้อยละ 24.50) ตามลำดับ รายละเอียดสถานที่และช่วงเวลา สะดวกซื้อน้ำมันปาล์มของผู้บริโภค (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 สถานที่และช่วงเวลาที่สะดวกซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคตัวอย่าง

ช่วงเวลาที่สะดวกซื้อ น้ำมันปาล์ม	สถานที่ที่สะดวกในการซื้อ			รวม
	ซูเปอร์มาร์เก็ต ในห้าง สรรพสินค้า	ร้านค้าสะดวก ซื้อ	ร้านค้าปลีก	
เสาร์ - อาทิตย์ / 16.30 – 21.30 น.	31 (36.05)	27 (41.54)	12 (24.49)	70 (35.00)
เสาร์ - อาทิตย์ / 10.30 – 16.30 น.	24 (27.91)	9 (13.85)	15 (30.61)	48 (24.00)
จันทร์ - ศุกร์ / 16.30 – 21.30 น.	12 (13.95)	10 (15.38)	11 (22.45)	33 (16.50)
จันทร์ - ศุกร์ / 05.00 – 10.30 น.	7 (8.14)	5 (7.69)	2 (4.08)	14 (7.00)
จันทร์ - ศุกร์ / 10.30 – 16.30 น.	9 (10.47)	3 (4.62)	2 (4.08)	14 (7.00)
ไม่แน่นอนสะดวกเมื่อไหร่ก็ซื้อ	1 (1.16)	5 (7.69)	6 (12.24)	12 (6.00)
เสาร์ - อาทิตย์ / 05.00 – 10.30 น.	2 (2.33)	6 (9.23)	1 (2.04)	9 (4.50)
รวม	86 (100.00)	65 (100.00)	49 (100.00)	200 (100.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ค่าใน () คือ ค่าร้อยละของคอลัมน์

ประเภทของสื่อที่ส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายน้ำมันปาล์มบรรจุขวดไปยังผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด คือ โทรทัศน์ คิดเป็นสัดส่วนมากถึงร้อยละ

48.50 ของสื่อทั้งหมดที่ผู้บริโภครับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย รองลงมา ได้แก่ โบว์ชัวร์หรือแผ่นพับ (ร้อยละ 32.50) และหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 19) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 ประเภทสื่อที่ผู้บริโภครับข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายน้ำมันปาล์ม
บรรจขวด

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	97	48.50
โบว์ชัวร์/แผ่นพับ	65	32.50
หนังสือพิมพ์	38	19.00
รวม	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ข้อมูลพฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภคน้ำมันปาล์มบรรจขวดในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ พบว่า บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อน้ำมันปาล์มมากที่สุด คือ คู่สมรส (ร้อยละ 34.50) ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 63) มีสถานะภาพสมรส บุคคลที่มีส่วนร่วมรองลงมา ได้แก่ ญาติพี่น้อง (ร้อยละ 26) และบุตร (ร้อยละ 24.50) ตามลำดับ ในขณะที่บิดา มารดา และเพื่อมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในสัดส่วนร้อยละ 15 เท่านั้น (ตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8 บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภครูปแบบ

บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
คู่สมรส	69	34.50
ญาติพี่น้อง	52	26.00
บุตร	49	24.50
บิดามารดา/เพื่อน	30	15.00
รวม	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดด้วยเหตุผล คือ หาซื้อง่ายมากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 32 ของเหตุผลทั้งหมดในการเลือกซื้อ รองลงมา ได้แก่ ราคาที่มีความเหมาะสม (ร้อยละ 27.50) และมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของน้ำมันปาล์ม (ร้อยละ 22) ตามลำดับ โดยผู้บริโภคเลือกซื้อด้วยเหตุผลเกี่ยวกับความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ และชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิตน้อยมาก (ร้อยละ 1 เท่ากัน) และไม่เลือกซื้อน้ำมันปาล์มด้วยเหตุผลความชอบในรสชาติเลย เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ดังตารางที่ 4.9)

ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคตัวอย่างนิยมซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดในช่วงเวลาที่หลังเลิกงาน และวันหยุดจากการทำงาน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการใช้เวลาจับจ่ายใช้สอยอาหารและของใช้ในครัวเรือน นอกจากนี้ยังพบว่า การโฆษณาทางทีวี และโบว์ชัวร์ รวมถึงคู่สมรส มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดของผู้บริโภค การส่งเสริมการตลาดน้ำมันปาล์มบรรจุขวดควรเน้นการ โฆษณาทางทีวีและ โบว์ชัวร์ รวมถึงการผลิตสินค้าให้ดึงดูดใจทั้งแม่บ้านและพ่อบ้านด้วย

ตารางที่ 4.9 เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด

เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำมันปาล์ม	จำนวน	ร้อยละ
หาซื้อง่าย	64	32.00
ราคาเหมาะสม	55	27.50
มั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย	44	22.00
มีตรารับรองมาตรฐานการผลิต	19	9.50
มีสื่อให้เลือกหลากหลาย	7	3.50
มั่นใจในตราชื่อ	7	3.50
บรรจุภัณฑ์น่าสนใจ สวยงาม สะดวกใช้	2	1.00
ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต	2	1.00
ชอบในรสชาติ	0	0.00
รวม	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ในกรณีที่ไม่มีน้ำมันปาล์มบรรจุขวดจำหน่ายหรือน้ำมันปาล์มขาดแคลน ผู้บริโภคที่เคยใช้น้ำมันปาล์มบรรจุขวดจะเลือกใช้น้ำมันถั่วเหลืองแทนน้ำมันปาล์มมากที่สุด (ร้อยละ 73.50 ของคำตอบทั้งหมด) รองลงมา เลือกใช้น้ำมันเมล็ดดอกทานตะวัน (ร้อยละ 9.50) และน้ำมันหมู (ร้อยละ 7) ตามลำดับ โดยผู้บริโภคเลือกใช้น้ำมันมะกอกเพื่อทดแทนน้ำมันปาล์มน้อยที่สุด (ร้อยละ 2) (ตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10 ชนิดของน้ำมันที่จะเลือกใช้แทนน้ำมันปาล์มบรรจุขวด

น้ำมันที่จะเลือกใช้แทนน้ำมันปาล์ม	จำนวน	ร้อยละ
น้ำมันถั่วเหลือง	147	73.50
น้ำมันเมล็ดดอกทานตะวัน	19	9.50
น้ำมันหมู	14	7.00
น้ำมันรำข้าว	11	5.50
น้ำมันงา	5	2.50
น้ำมันมะกอก	4	2.00
รวม	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ในกรณีที่ไม่มีน้ำมันปาล์มหรือขาดแคลนน้ำมันปาล์มผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ร้อยละ 73.50) เลือกใช้น้ำมันถั่วเหลืองเพื่อทดแทนการใช้น้ำมันปาล์ม โดยผู้บริโภคตัวอย่างให้เหตุผลหลักในการเลือกใช้น้ำมันดังกล่าว คือ มีความมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย (ร้อยละ 21.63) มีราคาที่เหมาะสม (ร้อยละ 14.88) และชอบในรสชาติจากการใช้น้ำมันดังกล่าวปรุงอาหาร (ร้อยละ 13.96) ในขณะที่เหตุผลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของน้ำมันที่ใช้ทดแทนน้ำมันปาล์มและชื่อเสียงของบริษัทที่ผลิตน้ำมันที่ใช้ทดแทนน้ำมันปาล์มเป็นเหตุผลที่ผู้บริโภคเลือกตอบในสัดส่วนที่น้อย (ร้อยละ 8.28 และร้อยละ 2.91 ตามลำดับ) (ตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11 เหตุผลในการเลือกใช้น้ำมันชนิดอื่นแทนน้ำมันปาล์มในกรณีไม่มีน้ำมันปาล์ม

เหตุผลในการเลือกใช้น้ำมันชนิดอื่นแทนน้ำมันปาล์ม	จำนวน	ร้อยละ
มั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย	141	21.63
ราคาเหมาะสม	97	14.88
ชอบในรสชาติจากการใช้น้ำมันดังกล่าวปรุงอาหาร	91	13.96
มิตรารับรองมาตรฐานการผลิตของน้ำมันดังกล่าว	86	13.19
หาซื้อง่าย	73	11.20
มั่นใจในตราหือ	57	8.74
บรรจุภัณฑ์น่าสนใจ สวยงาม สะดวกใช้	54	8.28
มีหือให้เลือกหลากหลาย	34	5.21
ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต	19	2.91
รวม	652	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ถึงแม้ว่าผู้บริโภคที่ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้จะใช้น้ำมันปาล์มในการประกอบอาหารอยู่ในปัจจุบัน แต่เมื่อสอบถามถึงความเหมาะสมของราคาน้ำมันปาล์มบรรจุขวดที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน กลับพบว่า ร้อยละ 63.50 ของผู้บริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวดตัวอย่างในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีความคิดเห็นว่าราน้ำมันปาล์มบรรจุขวดในปัจจุบันมีราคาแพงเกินไป (ตารางที่ 4.12) และมีผู้บริโภคเพียงร้อยละ 36.50 ที่มีความคิดเห็นว่าราน้ำมันปาล์มบรรจุขวดในปัจจุบันมีราคาเหมาะสมแล้ว และไม่พบว่ามีผู้บริโภครายใดเลยที่มีความคิดเห็นว่าราน้ำมันปาล์มบรรจุขวดในปัจจุบันมีราคาถูกลงไป ซึ่งพบว่าราคาซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวด (1 ลิตร) ของผู้บริโภคอยู่ที่ 47.43 บาท และพบว่าผู้บริโภคซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดในราคาสูงสุดที่ 68 บาทต่อลิตร และราคาซื้อต่ำสุดที่ 30 บาทต่อลิตร โดยผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าราน้ำมันปาล์มบรรจุขวด (1 ลิตร) ที่มีราคาที่เหมาะสมควรมีราคาอยู่ระหว่าง 38 - 40 บาท

จากข้อมูลข้างต้น แสดงให้เห็นว่าเหตุผลสำคัญที่ผู้บริโภคตัวอย่างเลือกบริโภคน้ำมันปาล์มบรรจุขวดเนื่องจากหาซื้อได้ง่าย ราคาเหมาะสม และมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย และหากไม่สามารถหาซื้อน้ำมันปาล์มบรรจุขวดได้ ผู้บริโภคยินดีจะเลือกซื้อน้ำมันถั่วเหลืองแทน เนื่องจากมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัย และราคามีความเหมาะสม แสดงให้เห็นว่า การบริโภคน้ำมัน

ในการประกอบอาหารของผู้บริโภคคำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัย และราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพเป็นหลัก

ตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของราคาน้ำมันปาล์มบรรจุขวด

ความเหมาะสมของราคาน้ำมันปาล์มบรรจุขวดในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ราคาแพงเกินไป	127	63.50
ราคาเหมาะสมแล้ว	73	36.50
รวม	200	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved