

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
ในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น

ผู้เขียน นางสาวจิตจรรยา หอธรรม

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. นิตยา 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 ยี่ห้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นที่ซื้อบ่อยที่สุดคือยี่ห้อไทยเพียว การพิจารณาลำดับแรกในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นคือ ด้านคุณภาพสินค้า วัตถุประสงค์ในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเพื่อนำไปดูแลสุขภาพภายนอก บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นคือ ตนเอง และซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นเมื่อสินค้าใกล้หมด/สินค้าหมด ความถี่ในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นใน 1 เดือนคือ ไม่นานจน ขนาดที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ ขนาด 500 มล. ค่าใช้จ่ายในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งคือไม่เกิน 500 บาทสถานที่ซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นคือ ร้านสินค้าเพื่อสุขภาพ แหล่งที่ทราบข้อมูลน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็นคือ เพื่อน

ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครในการซื้อน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์สกัดเย็น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ผู้ตอบ

แบบสอบถาม ให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกของปัจจัยย่อยในแต่ละด้านดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
ในเรื่องมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ปัจจัยด้านราคาในเรื่องราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการให้คำแนะนำของพนักงานขายและปัจจัยด้านการจัด
จำหน่ายในเรื่องสถานที่จำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Marketing Mix Affecting Consumers in Bangkok Towards Purchasing Virgin Cold-Pressed Coconut Oil

Author Miss Jitjariya Hortham

Degree Master of Business Administration

Advisor Associate Professor Dr. Nittaya Jariangprasert

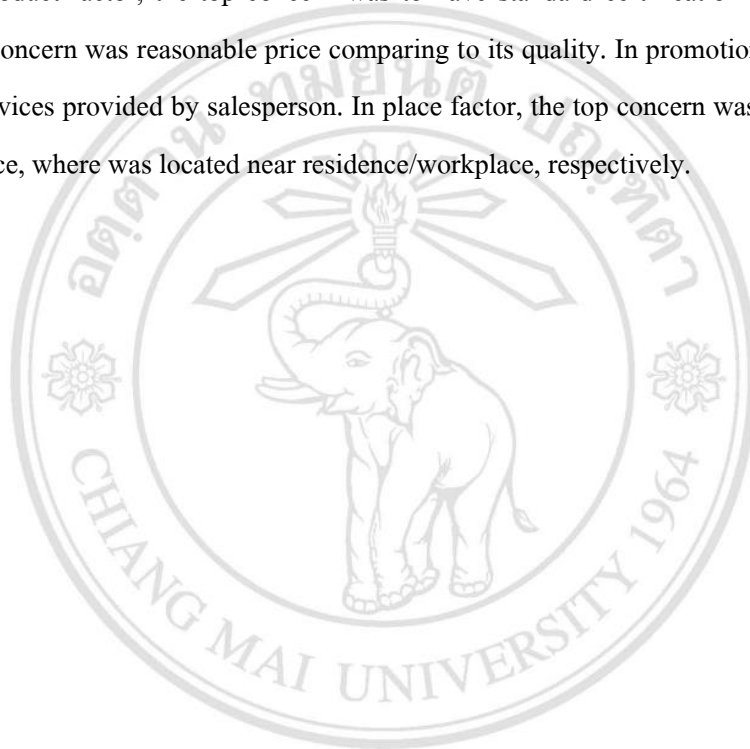
ABSTRACT

This independent study aimed to study marketing mix affecting consumers in Bangkok towards purchasing virgin cold-pressed coconut oil. Data were collected by the distribution of questionnaires to 250 samples who were population resided in Bangkok, purchased, and used virgin cold-pressed coconut oil. Data obtained were analyzed by descriptive statistics, consisting of frequency, percentage and means. Summary of the studied results was presented as follows.

The findings presented that the majority of respondents were female in the age of 25-35 years old, single, worked as company officers/employees, averagely earned monthly income at 15,000-30,000 Baht, and graduated in Bachelor's degree or higher. The brand of virgin cold-pressed coconut oil that they mostly and frequently purchased was Thai Pure. The first concern that they considered before purchasing virgin cold-pressed coconut oil was given to product quality approach. Purpose of purchasing virgin cold-pressed coconut oil was to nourish the outside health. Person participating in purchasing decision making of the virgin cold-pressed coconut oil was the respondents themselves. They usually purchased the virgin cold-pressed coconut oil when the product was almost finished / finished. In a month, the frequency of purchasing the virgin cold-pressed coconut oil was uncertain. They often purchased the studied product contained in 500 ml. package. In each time of purchase, they spent not over than 500

Baht. Place where they purchased the virgin cold-pressed coconut oil was health-care shops. They learned about the virgin cold-pressed coconut oil from friend.

Regarding the study on marketing mix affecting consumers in Bangkok towards purchasing virgin cold-pressed coconut oil, the findings showed that in an overview, the respondents paid high level of concerns to factors namely product, price, promotion, and place, in orderly. The top element of each factor that they paid the highest level of concern on was listed hereafter. In product factor, the top concern was to have standard certification marks. In price factor, the top concern was reasonable price comparing to its quality. In promotion factor, the top concern was advices provided by salesperson. In place factor, the top concern was the location of distribution place, where was located near residence/workplace, respectively.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved