

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อต้นไม้ดอกไม้ประดับจากร้านค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นายธีระรัฐ ชัยชนะ
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ธีรศักดิ์ สัจจะวาที
วันที่อนุมัติผลงาน	: พฤษภาคม 2554
จำนวนหน้า	: 65 หน้า
คำสำคัญ	: พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อต้นไม้ดอกไม้ประดับ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อต้นไม้ดอกไม้ประดับจากร้านค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อต้นไม้ดอกไม้ประดับจากร้านค้าต้นไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อต้นไม้ดอกไม้ประดับจากร้านค้าต้นไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อต้นไม้ดอกไม้ประดับจากร้านค้าต้นไม้ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

การศึกษานี้มีรูปแบบเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร หรือประชากรที่ไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite Population) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 246 ราย การสุ่มตัวอย่าง (Random Sampling) แบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ผลการศึกษาโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติ t-test

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพหลัก คือ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ ไม่เกิน 10,000 บาท พักอาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และอยู่ในเขตอำเภอเมือง พฤติกรรมผู้เลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับจากร้านค้าในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่พบว่า โดยส่วนใหญ่เลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับประเภทไม้ล้มลุก เพื่อใช้ในการประดับตกแต่งอาคาร/ ที่อยู่อาศัย โดยเลือกซื้อในวันหยุดประจำสัปดาห์ ช่วงเวลาตอนเย็น ตลาดต้นไม้คำเที่ยงเป็นแหล่งที่สำคัญในการเลือกซื้อไม้ดอกไม้ประดับ ตัวผู้เลือกซื้อเองที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด โดยการเลือกซื้อในแต่ละครั้งน้อยกว่า 10 ต้น มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแต่ละครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท มีการทำการศึกษาข้อมูลมาก่อนการเลือกซื้อ มีการสอบถามข้อมูลก่อนการไปเลือกซื้อ ได้มีการเปรียบเทียบคุณสมบัติตัวสินค้าและราคาก่อนตัดสินใจซื้อ โดยก่อนตัดสินใจซื้อได้มีการวางแผนล่วงหน้า ได้เคยเลือกซื้อสินค้าและเกิดความประทับใจในสินค้าจึงเกิดการซื้อซ้ำ จึงได้มีการแนะนำให้ผู้อื่นมาเลือกซื้อ

ผลการวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อเลือกซื้อต้นไม้ดอกไม้ประดับจากร้านค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ประเภทไม้ล้มลุกไม้ใหญ่หรือไม้ยืนต้น ไม้พุ่ม และไม้เถาหรือ ไม้เลื้อย ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมาก ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อต้นไม้ดอกไม้ประดับจากร้านค้าในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ประเภทไม้ล้มลุก ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ให้ระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสูงกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย ในด้านผลิตภัณฑ์ประเภทไม้พุ่ม ไม้เถาหรือไม้เลื้อย และ ไม้ใหญ่หรือ ไม้ยืนต้น ไม่มีความแตกต่างกันจำแนกตามเพศ