

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมัน หอมระเหยของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาว อลิสา สวงวนศรี
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ผศ. จิระ บุรีคำ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: มิถุนายน 2546
จำนวนหน้า	: 46 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันหอมระเหยของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จำนวน 150 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non - Probability Sampling) และใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 - 10,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมและการซื้อน้ำมันหอมระเหย พบว่า มีน้ำมันหอมระเหยที่มีใช้ประจำในกิจการส่วนใหญ่เป็นกลิ่นมะลิ กลิ่นน้ำมันหอมระเหยที่ใช้มากที่สุด คือกลิ่นตะไคร้หอม สรรพคุณของน้ำมันหอมระเหยที่ให้ความสำคัญส่วนใหญ่ด้านสร้างความสดชื่น ช่วยให้มีความสุข เหตุผลในการสั่งซื้อส่วนใหญ่เป็นไปตามความจำเป็นในการใช้ สิ่งที่น่าสังเกตในการสั่งซื้อส่วนใหญ่คือกลิ่น ปริมาณที่นิยมซื้ออยู่ที่ 51 ซี.ซี. - 500 ซี.ซี. ความถี่ในการสั่งซื้อส่วนใหญ่ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ช่วงเดือนที่ขายดีส่วนใหญ่คือช่วง ต.ค. - ม.ค. เหตุผลในการเลือกร้านส่วนใหญ่อยู่ที่การเดินทางไปมาสะดวก และการรู้จักร้านขายน้ำมันหอมระเหยส่วนใหญ่รู้จักจากเพื่อน

ทางด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันหอมระเหย พบว่าปัจจัยทางด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมาก และสำหรับปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์
ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำแนกตาม
ประเภทธุรกิจ ส่วนปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด มีความไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
จำแนกตามประเภทธุรกิจแต่อย่างใด

PAYAP UNIVERSITY