

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านดอกไม้ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวตรีญาดา พรหมเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ทวีวรรณ ธารพิพัฒน์
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2547
จำนวนหน้า	: 58 หน้า

การศึกษารั้ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อดอกไม้ของผู้บริโภค และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านดอกไม้ของผู้บริโภคในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้สนใจ และผู้ประกอบการธุรกิจร้านดอกไม้ในการวางแผนทางการตลาด ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ธุรกิจบริการประเภท โรงแรมที่มีมาตรฐานระดับ 3 ดาวขึ้นไป โรงพยาบาล ธนาคาร บริษัทประกันชีวิต และสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ที่ประกอบการในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 127 แห่ง ธุรกิจบริการส่วนใหญ่ดำเนินกิจการมาเป็นเวลานาน ผู้มีหน้าที่ในการเลือกซื้อดอกไม้ส่วนใหญ่ มีตำแหน่งเป็นพนักงานบริษัท โดยมีผู้จัดการเป็นผู้มีส่วนร่วมในการเลือกซื้อดอกไม้

พฤติกรรมการซื้อดอกไม้ในองค์กรของธุรกิจบริการ พบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อแจกันพร้อมดอกไม้ กระเช้าพร้อมดอกไม้ และพวงหรีด แบบจัดสำเร็จ งบประมาณอยู่ระหว่าง 301-600 บาท ส่วนช่อดอกไม้ แบบจัดสำเร็จ งบประมาณอยู่ระหว่าง 100-300 บาท มีร้านประจำในการซื้อดอกไม้คือร้านดอกไม้ในตลาดดอกไม้สด ได้แก่ ตลาดต้นลำไย และตลาดสมเพชร โดยให้เหตุผลที่ซื้อดอกไม้จากร้านค้าดังกล่าวคือ มีบริการที่ดี และมีความสนิทสนมคุ้นเคยกับเจ้าของร้าน สั่งซื้อดอกไม้ทางโทรศัพท์ และให้ร้านดอกไม้บริการจัดส่ง ชำระด้วยเงินสด

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้ของธุรกิจบริการ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยที่มีความสำคัญระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

PAYAP UNIVERSITY