

ชื่อเรื่อง การตัดสินใจซื้อต้นไม้และอุปกรณ์การเกษตรจากร้านจำหน่าย
ต้นไม้ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน นายจุลทัศน์ จุลศรีไกวัด
ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ชื่อประธานกรรมการที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.อายุส หยูเย็น

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อต้นไม้และอุปกรณ์การเกษตรจากร้านจำหน่ายต้นไม้ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะของการที่มีซื้อต้นไม้และอุปกรณ์การเกษตรจากร้านจำหน่ายต้นไม้ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้ได้สำรวจจากจำนวนผู้ซื้อต้นไม้และอุปกรณ์การเกษตรแต่ละวันและวันหยุดราชการจากตลาดค้าพืช ผัก ตลาดประจวบฯ ตลาดรวมโชคโดยสุ่มตัวอย่างประชากร จำนวน 400 ราย ที่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 – 29 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท ลักษณะที่พักอาศัยอยู่บ้านเดี่ยว มีอาชีพเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ วัตถุประสงค์ของการซื้อต้นไม้และอุปกรณ์การเกษตรเพื่อใช้ตกแต่งบ้าน

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อต้นไม้และอุปกรณ์การเกษตร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ควรมีความหลากหลายให้เลือก มีพันธุ์ไม้ครบทุกประเภท ผลิตภัณฑ์มีหลายระดับราคาให้เลือก และมีราคาถูกกว่าที่อื่น ด้านการจัดจำหน่าย สถานที่ตั้งของร้านควรมีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จำหน่ายตกแต่งสวยงาม มีการจัดผลิตภัณฑ์เป็นหมวดหมู่สะดวกในการเลือกซื้อ ด้านการส่งเสริมการตลาด พนักงานควรมีความสามารถให้คำแนะนำ มีความสุภาพ และให้ความช่วยเหลือในการค้นหาสินค้า

ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดจากการเลือกซื้อจากร้านจำหน่ายต้นไม้และอุปกรณ์การเกษตร ได้แก่ ต้นไม้และอุปกรณ์การเกษตรมีให้เลือกน้อย และมีไม่ครบ ราคาไม่ชัดเจน และเปลี่ยนแปลงบ่อย ที่จอดรถมีน้อย ไม่มีสถานที่พักผ่อนไว้บริการ พนักงานไม่มีความรู้เรื่องต้นไม้ และไม่ค่อยให้บริการแก่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ควรมีบริการรับออกแบบพร้อมจัดสวน มีบริการจัดส่งของให้ถึงที่ มีต้นไม้และอุปกรณ์การเกษตรให้ครบ และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ควรมีป้ายบอกราคาไว้อย่างชัดเจน และมีการจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ การจัดการตลาด ควรมีห้องน้ำ ร้านอาหาร สถานที่จอดรถ และสถานที่พักผ่อนไว้บริการ ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นประจำทุกเดือน และให้พนักงานได้รับการอบรมความรู้เกี่ยวกับต้นไม้ และอุปกรณ์การเกษตรเพิ่มเติม และใส่ใจให้ในการบริการแก่ลูกค้า

Title	Decision of Customers for Buying Plants and Materials from Plant stores in Muang District, Chiang Mai Province
Author	Mr.Julathat Julsrigival
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr.Ayooth Yooyen

ABSTRACT

The objectives of this study were to explore: 1) marketing factors effecting customer decision to buy plants and materials from plant stores in Muang district, Chiang Mai province, 2) problems encountered and suggestions on plants and materials buying in Muang district, Chiang Mai province. A set of questionnaires was used to collect data and distributed to 400 customers who bought plants and materials at Kumtieng, Pratu Haiya and Ruamchoke markets. The collected data were analyzed by using the Statistical Package.

The results found that most of the respondents were female, single, aged between 20 – 30 years and bachelor's degree holders. They lived in their single house and worked for the government sector and state enterprise. They had an income of 5,000 – 10,000 baht per month. The main purpose of plants and materials buying were to decorate their houses.

The marketing factors which effected the respondents buying decision included various kinds of plants and materials, and its price is cheaper than that of other markets. Besides, the markets were convenient to be accessed with parking areas. Stores in the markets were nicely decorated together with grouping and arranging prominently products on shelves. Marketing promotion, assistance and recommendation given by polite shop keepers were also needed by the respondents.

Problems and obstacles associated with the decision to buy plants and materials of the respondents were few products, non-specific and unstable prices, few parking areas, no rest area, little knowledge of products and a moderate level of services of shop keepers.

For suggestions, the stores should provide home garden designs, product delivery, more products supply, good quality, clearly specific prices and tidy shelf-arrangement. For market place management, toilet, food shop, parking and rest areas should be available for customers as well. According to the market promotion, promotion activities should be exhibited monthly, the store keepers should truly have knowledge related to plants and materials. Service minds should be trained for the store keepers.