

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกซื้อไม้ตัดดอก ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการเลือกซื้อไม้ตัดดอกของผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการค้าปลีกดอกไม้สดในตลาดวโรรส จำนวน 136 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อไม้ตัดดอกของผู้ประกอบการค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 46 - 50 ปี ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ 11 - 15 ปี มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท เป็นกิจการประเภทเจ้าของคนเดียว และมีจำนวนพนักงานในร้าน 1 คน

การเลือกซื้อไม้ตัดดอกของผู้ประกอบการค้าปลีก พบว่า ผู้ประกอบการเลือกซื้อไม้ตัดดอกด้วยตนเอง นิยมซื้อทั้งดอกและกิ่งพันธุ์ จากแหล่งจำหน่ายที่เชื่อถือได้ และเป็นบุคคลที่รู้จักคุ้นเคย โดยเลือกซื้อไม้ตัดดอกในปริมาณมากในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ มีการวางแผนการสั่งซื้อทุกวัน และสั่งซื้อในช่วงเวลา 03.00 - 08.00 น.

ปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อไม้ตัดดอกของผู้ประกอบการค้าปลีก พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในการเลือกซื้อในระดับมากที่สุด ในปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

ปัญหาและอุปสรรคในการเลือกซื้อไม้ตัดดอกของผู้ประกอบการค้าปลีก พบว่า ผู้ให้ข้อมูลประสบปัญหาในการเลือกซื้อไม้ตัดดอกด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่อง สินค้าเกิดความเสียหายในระหว่างการขนส่งสูง และด้านการจัดจำหน่ายในเรื่องส่งสินค้าไม่ถูกต้องตามปริมาณที่ตั้ง

The objectives of this study were to investigate behavior on the selection of cut flowers purchasing and problems encountered of retailers in Moeng district, Chiang Mai province. Respondents in this study consisted of 136 florists in Warorot market. A set of questionnaires was used for data collection and analyzed by using the Statistical Package.

Findings showed that all of the respondents were female. Their age range fell into the age bracket of 46-50 years. They had an experience in their occupation for 11-15 years with an average monthly income of 20,001-30,000 baht. They owned their business and they had only one employee. The respondents stated that they bought cut flowers by themselves. They preferred to buy both cut flowers and twig varieties from reliable sources or acquaintances. The respondents usually bought cut flowers during important festivals and they had a plan to buy cut flowers every day. They bought cut flowers during 03.00-08.00 a.m. For market factor on the selection of cut flower purchasing of the respondents, it was found that they had a highest level of the importance in the selection of cut flower purchasing on price ( $\bar{X} = 4.57$ )

For problems encountered, the following were found: 1) cut flowers had a high tendency to be damaged during transportation; 2) an amount of cut flowers which was ordered was not corresponding to what the respondents obtained.