

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.4 แผนการดำเนินการ ขอบเขตการศึกษา	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง	7
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	17
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	18
3.4 วิธีการศึกษา	20

บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ซื้อดอกไม้สด	22
4.2 พฤติกรรมของการซื้อดอกไม้สด	25
4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สด	46
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	66
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	73
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	73
เอกสารอ้างอิง	74
ภาคผนวก	75
ประวัติผู้เขียน	80

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	เนื้อหาการปลูกไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญของไทย ปี 2548	2
1.2	ประมาณการพื้นที่ผลิตไม้ดอกไม้ประดับ(ไร่)ของภาคเหนือปี 2545 – 2548	3
1.3	แสดงข้อมูลการผลิตไม้ตัดดอกในจังหวัดเชียงใหม่	5
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ซื้อดอกไม้สด	23
4.2	ความถี่ในการซื้อดอกไม้สดของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกัน	25
4.3	ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการซื้อดอกไม้สดของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกัน	26
4.4	วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อดอกไม้สดของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกัน	27
4.5	ประเภทของสินค้าที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกัน	28
4.6	ประเภทของดอกไม้ที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกัน	29
4.7	ชนิดของดอกไม้ที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกัน	30
4.8	ความถี่ในการซื้อดอกไม้สดของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน	31
4.9	ค่าใช้จ่ายในการซื้อดอกไม้สดต่อครั้งของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน	32
4.10	วัตถุประสงค์ของการซื้อดอกไม้สดของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน	33
4.11	ประเภทของสินค้าที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน	34
4.12	ประเภทของดอกไม้ที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน	35
4.13	ชนิดของดอกไม้ที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน	36
4.14	ความถี่ในการซื้อดอกไม้สดของกลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพต่างกัน	37
4.15	ค่าใช้จ่ายในการซื้อดอกไม้สดต่อครั้งของกลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพต่างกัน	38
4.16	วัตถุประสงค์ของการซื้อดอกไม้สดต่อครั้งของกลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพต่างกัน	39
4.17	ประเภทของสินค้าที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพต่างกัน	40
4.18	ประเภทของดอกไม้ที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน	41
4.19	ชนิดของดอกไม้ที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพต่างกัน	42
4.20	สรุปพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกันในช่วงปกติและช่วงเทศกาล	43
4.21	สรุปพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกันในช่วงปกติและช่วงเทศกาล	44
4.22	สรุปพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพต่างกันในช่วงปกติและช่วงเทศกาล	45

4.23	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน	46
4.24	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน	47
4.25	ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน	48
4.26	ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน	49
4.27	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน	50
4.28	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน	51
4.29	ลำดับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน	52
4.30	ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน	53
4.31	ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน	54
4.32	ลำดับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน	55
4.33	ลำดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน	56
4.34	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน	57
4.35	ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน	58
4.36	ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน	59
4.37	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อดอกไม้สดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน	60
4.38	สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 ลำดับแรกของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกัน	62
4.39	สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน	63
4.40	สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพต่างกัน	64

4.41	สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ซื้อที่มี เพศ รายได้ อาชีพ ต่างกัน	65
5.1	สรุปพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกันในช่วงปกติและช่วงเทศกาล	67
5.2	สรุปพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน ในช่วงปกติและช่วงเทศกาล	68
5.3	เปรียบเทียบพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพต่างกันในช่วงปกติและช่วงเทศกาล	69
5.4	สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 ลำดับแรกของกลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกัน	70
5.5	สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ซื้อที่มีรายได้ต่างกัน	71
5.6	สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ซื้อที่มีอาชีพต่างกัน	72
5.7	สรุปความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้ซื้อที่มี เพศ รายได้ อาชีพ ต่างกัน	73

สารบัญภาพ

รูป

หน้า

1

แสดงสัดส่วนเนื้อที่การปลูกไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญของไทย ปี 2548

2



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved