

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการศึกษาพฤติกรรมผู้ซื้อ และปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้ซื้อไม้ตัดดอกครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อไม้ตัดดอก และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อไม้ตัดดอกในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อให้เป็นประโยชน์และแนวทางในการปรับปรุง พัฒนาร้านค้า โดยแบ่งการนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ซื้อ ไม้ตัดดอก
- พฤติกรรมของการซื้อ ไม้ตัดดอก
- ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ ไม้ตัดดอก

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ซื้อไม้ตัดดอก

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ซื้อไม้ตัดดอกประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะทางการเดินทางมีรายละเอียดดังนี้

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกจำนวน 200 รายพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16 ของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีอายุระหว่าง 31 – 50 คิดเป็นร้อยละ 34 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสดมากกว่าสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 22 ของกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีระดับรายได้เฉลี่ย 5,001-10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 29 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีระยะทางการเดินทางต่ำกว่า 3 กิโลเมตรคิดเป็นร้อยละ 42 ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ซื้อไม้ตัดดอก

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก	ข้อมูล	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	84	42
หญิง	116	58
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 30 ปี	69	34.5
ระหว่าง 31-50 ปี	83	41.5
มากกว่า 50 ปี	48	24
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	122	61
สมรส	78	39
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษา	32	16
อนุปริญญา	15	7.5
ปริญญาตรี	134	67
สูงกว่าปริญญาตรี	19	9.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>รายได้เฉลี่ย</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	102	51
10,001-15,000 บาท	61	30.5
15,001-20,000 บาท	14	7
มากกว่า 20,001 บาท	23	11.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก	ข้อมูล	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/นักศึกษา	12	6
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	47	23.5
พนักงานเอกชน	58	29
เจ้าของกิจการ	56	28
รับจ้าง/อาชีพอิสระ	27	13.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>ระยะในการเดินทาง</b>		
ต่ำกว่า 3 กิโลเมตร	84	42
3 – 6 กิโลเมตร	75	37.5
มากกว่า 6 กิโลเมตร	41	20.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>

ที่มา: การศึกษา

## 4.2 พฤติกรรมการซื้อไม้ตัดดอก

### 4.2.1 ความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกจำนวน 200 รายพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอก อันดับ 1 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน

เมื่อจำแนกความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกที่เป็นเพศชายมีความถี่ในการซื้ออันดับ 1 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกที่เป็นเพศหญิงมีความถี่ในการซื้ออันดับ 1 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการซื้อ	เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
ซื้อ 1 ครั้ง	8	5	5	5	12	5
ซื้อ 2 ครั้ง	28	1	36	2	64	2
ซื้อ 3 ครั้ง	26	2	50	1	76	1
ซื้อ 4 ครั้ง	14	3	10	3	24	3
ซื้อ 5 ครั้ง	9	4	9	4	18	4
ซื้อมากกว่า 5 ครั้ง	2	6	3	6	6	6
$\chi^2 = 13.26$ , $df = 2$ , (sig = 0.003)						

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.2 ค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกจำนวน 200 รายพบว่า ช่วงปกติกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอก ต่อครั้ง อันดับ 1 คือน้อยกว่า 50 บาท อันดับ 2 คือ 51-100 บาท ในขณะที่ช่วงเทศกาลกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ มีค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกต่อครั้ง อันดับ 1 คือ 51-100 บาท อันดับ 2 คือน้อยกว่า 50 บาท

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกต่อครั้งตามเพศของกลุ่มตัวอย่างในช่วงเทศกาลพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ที่เป็นเพศชายมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อันดับ 1 คือน้อยกว่า 50 บาท อันดับ 2 คือ 51 – 100 บาท ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกที่เป็นเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อันดับ 1 คือ 51 – 100 บาท อันดับ 2 คือน้อยกว่า 50 บาท ในขณะที่ช่วงปกติพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ที่เป็นเพศชายมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อันดับ 1 คือน้อยกว่า 50 บาท อันดับ 2 คือ 51 – 100 บาท ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกที่เป็นเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง อันดับ 1 คือ 51 – 100 บาท อันดับ 2 คือน้อยกว่า 50 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าใช้จ่ายในการซื้อ (บาท)	ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
	เพศชาย		เพศหญิง		รวม		เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
น้อยกว่า 50	35	1	49	1	65	2	37	1	35	2	76	1
51 – 100	27	2	38	2	84	1	29	2	47	1	72	2
101 – 150	8	4	13	3	21	4	9	3	10	4	19	4
151-200	12	3	10	4	22	3	7	4	23	3	30	3
201 ขึ้นไป	2	5	6	5	8	5	2	5	1	5	3	5
$\chi^2 = 6.26$ , $df = 3$ , $(sig = 0.069)$												

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.3 วัตถุประสงค์ในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกจำนวน 200 รายพบว่า ทั้งช่วงปกติและช่วงเทศกาลกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกในการเลือกซื้อไม้ตัดดอก อันดับ 1 คือเพื่อใช้งานทางศาสนา อันดับ 2 คือ ใช้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์

เมื่อจำแนกวัตถุประสงค์ในการซื้อไม้ตัดดอกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่าทั้งช่วงปกติและช่วงเทศกาล กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งเพศชายและเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อไม้ตัดดอก อันดับ 1 คือเพื่อใช้งานทางศาสนา อันดับ 2 คือ ใช้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 วัตถุประสงค์ในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
	เพศชาย		เพศหญิง		รวม		เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
ใช้ในทางพิธีการ	14	3	12	3	26	3	20	3	12	4	32	3
ใช้งานทางศาสนา	66	1	79	1	145	1	77	1	67	1	144	1
ใช้ตกแต่งบ้านเรือน	2	5	3	5	5	5	2	5	5	5	7	5
ใช้แสดงความยินดี	12	4	10	4	22	4	10	4	11	3	21	4
ใช้บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์	21	2	26	2	47	2	33	2	23	2	56	2

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.4 ประเภทของสินค้าที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกจำนวน 200 รายพบว่า ทั้งช่วงปกติและช่วงเทศกาลกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีประเภทของสินค้าที่ซื้อ อันดับ 1 คือไม้ตัดดอกเป็นกำ อันดับ 2 คือไม้ตัดดอกเป็นดอก

เมื่อจำแนกประเภทของสินค้าที่ซื้อตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทั้งช่วงปกติและช่วงเทศกาล กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งเพศชายและเพศหญิงมีประเภทของสินค้าที่ซื้ออันดับ 1 คือไม้ตัดดอกเป็นกำ อันดับ 2 คือไม้ตัดดอกเป็นดอก ดังแสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 ประเภทของสินค้าที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของ สินค้าที่ซื้อ	ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
	เพศชาย		เพศหญิง		รวม		เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
จัดซื้อ ไม้ตัดดอก	3	5	5	5	8	5	7	4	6	4	14	3
ไม้ตัดดอก เป็นกำ	67	1	101	1	168	1	92	1	86	1	178	1
พวงมาลัย / พวงหรีด	8	3	7	4	16	3	9	3	4	5	13	4
จัดแจกัน / จัดกระเช้า	4	4	9	3	12	4	3	5	8	3	10	5
ไม้ตัดดอก เป็นดอก	14	2	11	2	25	2	21	2	13	2	34	2

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.5 ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกจำนวน 200 รายพบว่า ทั้งช่วงปกติและช่วงเทศกาลกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกที่ซื้อ อันดับ 1 คือซื้อไม้ตัดดอกที่มีสีส้มสวยงาม อันดับ 2 คือไม้ดอกกลิ่นหอม

เมื่อจำแนกประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทั้งช่วงปกติและช่วงเทศกาล กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อทั้งเพศชายและเพศหญิงไม้ตัดดอกที่ซื้อ อันดับ 1 คือไม้ตัดดอกที่มีสีส้มสวยงาม อันดับ 2 คือไม้ดอกกลิ่นหอม ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
	เพศชาย		เพศหญิง		รวม		เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
ไม้ดอกสีส้มสวยงาม	88	1	72	1	163	1	73	1	87	1	73	1
ไม้ดอกกลิ่นหอม	69	2	50	2	119	2	52	2	70	2	52	2
ไม้ดอกทรงทน	33	3	17	3	47	3	31	3	23	3	31	3
ไม้ใบประดับ	4	4	12	4	16	4	12	4	11	4	12	4

ที่มา: การศึกษา



#### 4.2.6 ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกจำนวน 200 รายพบว่า ทั้งช่วงปกติและช่วงเทศกาลกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ อันดับ 1 คือดอกบัว อันดับ 2 คือ ชื่อดอกมะลิ

เมื่อจำแนกชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ช่วงเทศกาลกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เป็นเพศชายมีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ อันดับ 1 คือดอกบัว อันดับ 2 คือ ไม้ดอกเมืองหนาว ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ อันดับ 1 คือ ดอกมะลิ อันดับ 2 คือ ไม้ดอกเมืองหนาว สำหรับช่วงปกติกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เป็นเพศชายมีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ อันดับ 1 คือดอกบัว อันดับ 2 คือ ดอกมะลิในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงมีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ อันดับ 1 คือ ไม้ดอกเมืองหนาว อันดับ 2 คือดอกบัว ในขณะที่ช่วงปกติ ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ชนิดของ ไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
	เพศชาย		เพศหญิง		รวม		เพศชาย		เพศหญิง		รวม	
	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ	จำนวน	อันดับ
กล้วยไม้	24	5	35	5	58	5	22	5	12	6	33	6
กุหลาบ	37	4	41	4	78	4	42	3	56	3	98	4
มะลิ	38	3	74	1	112	2	57	2	51	4	108	2
บัว	102	1	53	3	155	1	65	1	62	2	127	1
ดาวเรือง	22	6	20	6	43	6	20	6	18	5	39	5
ไม้ดอกเมือง หนาว	39	2	56	2	95	3	32	4	70	1	102	3

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.7 ความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อจำแนกความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ความถี่ในการซื้ออันดับ 1 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีรายได้ 10,001- 15,000 บาท มีความถี่ในการซื้ออันดับ 1 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีรายได้ 15,001- 20,000 บาท มีความถี่ในการซื้ออันดับ 1 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน และกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีรายได้มากกว่า 20,001 ขึ้นไป มีความถี่ในการซื้ออันดับ 1 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการซื้อต่อเดือน	ระดับรายได้				รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001	
ซื้อ 1 ครั้ง	4	3	3	2	12
อันดับ	6	5	2	3	5
ซื้อ 2 ครั้ง	31	28	2	3	64
อันดับ	2	1	3	2	2
ซื้อ 3 ครั้ง	36	20	6	14	76
อันดับ	1	2	1	1	1
ซื้อ 4 ครั้ง	16	6	1	1	24
อันดับ	3	3	4	4	3
ซื้อ 5 ครั้ง	10	4	1	3	18
อันดับ	4	4	4	2	4
ซื้อมากกว่า 5 ครั้ง	5	0	1	0	6
อันดับ	5	6	4	5	6
$\chi^2 = 14.61$ , $df = 6$ , $(sig = 0.006)$					

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.8 ค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกต่อครั้งของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าช่วงเทศกาลเกือบทุกกลุ่มรายได้มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งความคล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือ 51 – 100 บาท อันดับ 2 คือ น้อยกว่า 50 บาท ยกเว้นเพียงกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ 10,001- 15,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งอันดับ 1 คือน้อยกว่า 50 บาท อันดับ 2 คือ 51 – 100 บาท ในขณะที่ช่วงปกติ พบว่า เกือบทุกกลุ่มรายได้มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งความคล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือน้อยกว่า 50 บาท อันดับ 2 คือ 51 – 100 บาท ยกเว้นเพียงกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งอันดับ 1 คือ 151- 200 บาท อันดับ 2 คือ น้อยกว่า 50 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกต่อครั้งของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง (บาท)		ช่วงเทศกาล					ช่วงปกติ				
		ระดับรายได้				รวม	ระดับรายได้				รวม
		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001	
น้อยกว่า 50	จำนวน	41	22	4	4	65	39	28	7	7	76
	อันดับ	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1
51 – 100	จำนวน	30	28	7	14	84	34	24	4	5	72
	อันดับ	2	1	1	1	1	2	2	2	3	2
101-150	จำนวน	11	4	3	3	21	11	4	2	2	19
	อันดับ	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4
151-200	จำนวน	16	5	0	1	22	16	4	1	9	30
	อันดับ	3	3	5	4	3	3	3	4	1	3
มากกว่า 201	จำนวน	4	2	1	1	8	2	1	0	0	3
	อันดับ	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5

$$\chi^2 = 6.55, df = 4, (sig = 0.082)$$

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.9 วัตถุประสงค์ของการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

เมื่อจำแนกวัตถุประสงค์ในการซื้อไม้ตัดดอกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าทั้งช่วงเทศกาลและช่วงปกติกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทุกกลุ่มรายได้มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเหมือนกันคือ อันดับ 1 เพื่อใช้งานในทางศาสนา อันดับ 2 คือใช้ในการบูชาสังคัลลิต์ห์ ดังแสดงในตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 วัตถุประสงค์ของการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ของการซื้อ		ช่วงเทศกาล					ช่วงปกติ				
		ระดับรายได้				รวม	ระดับรายได้				รวม
		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001	
ใช้ในงานทางพิธีการ	จำนวน	12	9	2	3	26	11	5	8	8	32
	อันดับ	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
ใช้ในงานทางศาสนา	จำนวน	75	38	13	19	145	72	44	18	10	144
	อันดับ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ใช้ตกแต่งในบ้านเรือน	จำนวน	0	2	1	2	5	0	2	2	3	7
	อันดับ	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
ใช้แสดงความยินดี	จำนวน	7	6	6	3	22	5	6	4	6	21
	อันดับ	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
ใช้บูชาสังคัลลิต์ห์	จำนวน	15	12	11	9	47	19	14	13	10	56
	อันดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.10 ประเภทของสินค้าที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อจำแนกประเภทของสินค้าที่ซื้อตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าทั้งช่วงเทศกาล และช่วงปกติกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทุกกลุ่มรายได้มีประเภทของสินค้าที่ซื้อมีคล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือไม้ตัดดอกเป็นกำ อันดับ 2 คือไม้ตัดดอกเป็นดอก ยกเว้นกลุ่มผู้มียาได้ 10,001-15,000 อันดับ 2 คือซื้อพวงมาลัยกับพวงหรีดดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ประเภทของสินค้าที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของ สินค้าที่ซื้อ		ช่วงเทศกาล					ช่วงปกติ				
		ระดับรายได้				รวม	ระดับรายได้				รวม
		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001	
จัดซื้อ ไม้ตัดดอก	จำนวน	2	3	3	0	8	2	6	4	2	14
	อันดับ	4	4	4	4	5	4	3	3	5	3
ไม้ตัดดอก เป็นกำ	จำนวน	88	51	12	17	168	92	58	11	17	178
	อันดับ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
พวงมาลัย / พวงหรีด	จำนวน	3	6	4	3	16	3	4	3	3	13
	อันดับ	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4
จัดแจกัน / จัดกระเช้า	จำนวน	3	4	2	3	12	0	4	2	4	10
	อันดับ	3	3	5	3	4	5	4	5	3	5
ไม้ตัดดอก เป็นดอก	จำนวน	6	4	9	6	25	13	9	7	5	34
	อันดับ	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.11 ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อจำแนกประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าทั้งช่วงเทศกาลและช่วงปกติกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทุกกลุ่มรายได้มีประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อเหมือนกันคือ อันดับ 1 นิยมซื้อไม้ดอกที่มีสีส้มสวยงาม อันดับ 2 คือไม้ดอกที่มีกลิ่นหอม ดังแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของ ไม้ตัดดอกที่ซื้อ		ช่วงเทศกาล					ช่วงปกติ				
		ระดับรายได้				รวม	ระดับรายได้				รวม
		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001	
ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	จำนวน	77	54	14	18	163	70	55	12	23	160
	อันดับ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ไม้ดอก กลิ่นหอม	จำนวน	64	34	11	10	119	50	45	11	16	122
	อันดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ไม้ดอกทรงกลม	จำนวน	20	12	7	8	47	22	12	9	11	54
	อันดับ	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
ไม้ใบประดับ	จำนวน	4	6	3	3	16	8	6	7	2	23
	อันดับ	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.12 ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อจำแนกชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าช่วงเทศกาลกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทุกกลุ่มรายได้มีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อคล้ายกัน อันดับ 1 คือดอกบัว อันดับ 2 คือ ดอกมะลิ ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้ 15,001- 20,000 บาทมีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ อันดับ 1 คือ ดอกดาวเรือง อันดับ 2 คือดอกบัว ในขณะที่ช่วงเทศกาลทุกกลุ่มรายได้มีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อคล้ายกันคืออันดับ 1 นิยมซื้อดอกบัว อันดับ 2 คือ ดอกมะลิ และ ไม้ดอกเมืองหนาว ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้ 15,001- 20,000 บาทมีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ อันดับ 1 คือ ดอกกุหลาบ อันดับ 2 คือดอกบัว ดังแสดงในตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ชนิดของ ไม้ตัดดอกที่ซื้อ		ช่วงเทศกาล					ช่วงปกติ				
		ระดับรายได้				รวม	ระดับรายได้				รวม
		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001		ต่ำกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001	
กล้วยไม้	จำนวน	18	14	11	15	58	11	10	7	5	33
	อันดับ	5	5	3	3	5	5	6	6	4	6
กุหลาบ	จำนวน	31	25	11	11	78	48	32	14	4	98
	อันดับ	4	4	3	5	4	3	2	1	5	4
มะลิ	จำนวน	45	39	11	17	112	52	31	11	12	108
	อันดับ	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2
บัว	จำนวน	68	52	12	23	155	59	43	12	15	127
	อันดับ	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
ดาวเรือง	จำนวน	10	14	13	8	43	14	11	9	5	39
	อันดับ	6	5	1	6	6	4	5	4	4	5
ไม้ดอกเมือง หนาว	จำนวน	40	29	10	14	95	52	28	8	13	102
	อันดับ	3	3	4	4	3	2	4	5	2	3

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.13 ความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อจำแนกความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีความถี่ในการซื้อต่อเดือนอันดับ 1 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความถี่ในการซื้อต่อเดือน อันดับ 1 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีอาชีพพนักงานเอกชนมีความถี่ในการซื้อต่อเดือนอันดับ 1 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือนอันดับ 2 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระมีความถี่ในการซื้อต่อเดือน อันดับ 1 คือซื้อ 2 ครั้งต่อเดือน อันดับ 2 คือซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความถี่ในการซื้อต่อเดือนอันดับ 1 คือความถี่ในการซื้อ 3 ครั้งต่อเดือนอันดับ 2 คือซื้อ 4 ครั้งต่อเดือน ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ความถี่ในการซื้อ	อาชีพ					รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง/อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	
ซื้อ 1 ครั้ง	2	3	1	2	3	12
อันดับ	3	5	5	5	3	5
ซื้อ 2 ครั้ง	3	15	21	22	1	64
อันดับ	2	1	2	2	5	2
ซื้อ 3 ครั้ง	4	14	23	24	15	76
อันดับ	1	2	1	1	1	1
ซื้อ 4 ครั้ง	1	7	8	4	4	24
อันดับ	4	3	3	4	2	3
ซื้อ 5 ครั้ง	2	4	5	5	2	18
อันดับ	3	4	4	3	4	4
ซื้อมากกว่า 5 ครั้ง	1	4	0	1	0	6
อันดับ	4	4	6	6	6	6

$$\chi^2 = 13.31, df = 5, (sig = 0.021)$$

ที่มา: การศึกษา



#### 4.2.14 ค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกต่อครั้งของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

เมื่อจำแนกค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกต่อครั้งตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าช่วงเทศกาลทุกกลุ่มอาชีพมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งเหมือนกัน อันดับ 1 คือ 51-100 บาท อันดับ 2 คือค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งน้อยกว่า 50 บาท ในขณะที่ช่วงปกติทุกกลุ่มอาชีพมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งที่คล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือน้อยกว่า 50 บาท อันดับ 2 คือ 51 – 100 บาท ยกเว้นกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งอันดับ 1 คือ 51 – 100 บาท อันดับ 2 คือ น้อยกว่า 50 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15 ค่าใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกต่อครั้งของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าใช้จ่ายในการซื้อ (บาท)		ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
		อาชีพ						อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง/อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้างอาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม
น้อยกว่า 50	จำนวน	4	15	19	20	7	65	4	12	24	23	11	76
	อันดับ	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1
51- 100	จำนวน	6	21	27	22	10	84	3	19	22	22	9	72
	อันดับ	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2
101- 151	จำนวน	1	6	5	6	3	21	2	6	4	5	2	19
	อันดับ	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
151- 200	จำนวน	1	3	6	5	8	22	3	9	8	6	3	30
	อันดับ	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3
มากกว่า 201	จำนวน	0	2	1	3	1	8	0	1	0	0	2	3
	อันดับ	4	5	5	6	5	5	4	5	5	5	4	5

$$\chi^2 = 11.28, df = 7, (sig = 0.094)$$

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.15 วัตถุประสงค์ของการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

เมื่อจำแนกวัตถุประสงค์ในการซื้อไม้ตัดดอกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทั้งช่วงเทศกาลและช่วงปกติ ทุกกลุ่มอาชีพมีวัตถุประสงค์ในการซื้อที่คล้ายคลึงกันคือ อันดับ 1 เพื่อใช้งานในทางศาสนา อันดับ 2 คือใช้ในการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ยกเว้นกลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษาที่ อันดับ 2 คือ ใช้งานพิธีการ ดังแสดงในตารางที่ 4.16

#### ตารางที่ 4.16 วัตถุประสงค์ของการซื้อไม้ตัดดอกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

วัตถุประสงค์ของการเลือกซื้อ		ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
		อาชีพ						อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้างอาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้างอาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม
ใช้ในพิธีการ	จำนวน	4	6	5	6	5	26	3	4	8	8	9	32
	อันดับ	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
ใช้ทางศาสนา	จำนวน	11	37	41	35	21	145	6	35	41	33	29	144
	อันดับ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ตกแต่งบ้าน	จำนวน	0	1	2	1	1	5	1	2	2	1	1	7
	อันดับ	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
แสดงความยินดี	จำนวน	2	7	5	5	3	22	2	4	7	5	3	21
	อันดับ	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
บูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์	จำนวน	3	8	9	11	16	47	11	14	12	9	10	56
	อันดับ	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.16 ประเภทของสินค้าที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อจำแนกประเภทของสินค้าที่ซื้อตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทั้งช่วงเทศกาล และช่วงปกติ ทุกกลุ่มอาชีพมีประเภทของสินค้าที่ซื้อคล้ายคลึงกันคืออันดับ 1 คือไม้ตัดดอก เป็นกำ อันดับ 2 คือไม้ตัดดอกเป็นดอก ยกเว้นกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน ที่มีประเภทของสินค้าที่ซื้ออันดับ 2 คือพวงมาลัย / พวงหรีดดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ประเภทของสินค้าที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของ สินค้าที่ซื้อ		ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
		อาชีพ						อาชีพ					
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง /อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง /อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม
จัดซื้อไม้ตัด ดอก	จำนวน	2	3	3	0	0	8	3	3	5	2	1	14
	อันดับ	3	4	4	4	5	5	3	3	3	4	4	3
ไม้ตัดดอก เป็นกำ	จำนวน	12	41	44	48	23	168	8	46	47	55	22	178
	อันดับ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
พวงมาลัย / พวงหรีด	จำนวน	2	3	6	4	1	16	0	4	3	3	3	13
	อันดับ	3	4	2	2	4	3	4	4	4	3	3	4
จัดแจกัน / จัดกระเช้า	จำนวน	0	4	3	3	2	12	0	3	5	1	1	10
	อันดับ	4	3	4	3	3	4	4	3	3	5	4	5
ไม้ตัดดอก เป็นดอก	จำนวน	8	4	5	4	4	25	7	9	6	8	4	34
	อันดับ	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.17 ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อจำแนกประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ทั้งช่วงเทศกาลและช่วงปกติ ทุกกลุ่มอาชีพมีประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อเหมือนกันอันดับ 1 คือ ไม้ดอกที่มีสีส้มสวยงาม อันดับ 2 คือ ไม้ดอกที่มีกลิ่นหอม ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อ		ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
		อาชีพ						อาชีพ					
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง/อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง/อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม
ไม้ดอกสีส้มสวยงาม	จำนวน	12	36	42	44	29	168	10	34	41	46	29	160
	อันดับ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ไม้ดอกกลิ่นหอม	จำนวน	5	28	33	36	17	119	8	24	31	34	25	122
	อันดับ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ไม้ดอกกลิ่นหอม	จำนวน	2	11	12	9	13	47	3	8	14	12	17	54
	อันดับ	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
ไม้ใบประดับ	จำนวน	1	4	6	3	2	16	5	4	5	3	6	23
	อันดับ	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.18 ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อจำแนกชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าในช่วงเทศกาล ทุกกลุ่มอาชีพมีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อคล้ายคลึงกัน อันดับ 1 คือนิยมซื้อดอกบัว อันดับ 2 คือ ดอกมะลิ ยกเว้นกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจที่มีชนิดของไม้ตัดดอก อันดับ 2 คือนิยมซื้อ ไม้ดอกเมืองหนาว ในขณะที่ช่วงปกติกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทุกกลุ่มอาชีพมีชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อคล้ายคลึงกันคืออันดับ 1 นิยมซื้อดอกบัว ยกเว้นกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน อันดับ 1 คือ ดอกมะลิ อันดับ 2 คือ ไม้ดอกเมืองหนาว ยกเว้นกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อันดับ 2 คือดอกมะลิ และกลุ่มอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระ กับธุรกิจส่วนตัวอันดับ 2 คือ ดอกกุหลาบ ดังแสดงในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ชนิดของไม้ ตัดดอกที่ซื้อ		ช่วงเทศกาล						ช่วงปกติ					
		อาชีพ						อาชีพ					
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง /อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง /อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	รวม
กล้วยไม้	จำนวน	7	11	8	17	15	58	6	5	7	9	6	33
	อันดับ	4	5	6	4	4	5	3	6	4	6	6	6
กุหลาบ	จำนวน	4	17	19	16	22	78	6	20	19	31	21	98
	อันดับ	9.1	6	4	5	3	4	3	4	5	2	2	4
มะลิ	จำนวน	11	21	25	30	25	112	6	28	31	25	18	108
	อันดับ	2	3	2	2	2	2	3	2	1	4	3	2
บัว	จำนวน	12	32	34	41	37	155	10	33	24	36	25	127
	อันดับ	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1
ดาวเรือง	จำนวน	2	12	9	11	9	43	5	9	7	10	8	39
	อันดับ	5	4	5	6	6	6	4	5	4	5	5	5
ไม้เมือง หนาว	จำนวน	8	30	22	20	14	95	8	22	29	30	13	102
	อันดับ	3	2	3	3	5	3	2	3	2	3	4	3

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.19 สรุปพฤติกรรมการซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม

##### เพศของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ ไม้ตัดดอก ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการซื้อคล้ายคลึงกัน ทั้งในช่วงปกติ และช่วงเทศกาล ยกเว้นเพียงพฤติกรรมค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งเพียงอย่างเดียวที่มีความแตกต่างกันคือ ช่วงปกติมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 50 บาท แต่ในช่วงเทศกาลมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 51 – 100 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.20

#### ตารางที่ 4.20 สรุปพฤติกรรมการซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม

##### เพศของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการซื้อ		เพศ	
		ชาย	หญิง
ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง	ช่วงปกติ	น้อยกว่า 50 บาท	น้อยกว่า 50 บาท
	ช่วงเทศกาล	51 – 100 บาท	51 – 100 บาท
วัตถุประสงค์ของการซื้อ	ช่วงปกติ	ใช้งานทางศาสนา	ใช้งานทางศาสนา
	ช่วงเทศกาล	ใช้งานทางศาสนา	ใช้งานทางศาสนา
ประเภทของสินค้าที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ
	ช่วงเทศกาล	ไม้ตัดดอกเป็นกำ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ
ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ไม้ดอกสีสันสวยงาม	ไม้ดอกสีสันสวยงาม
	ช่วงเทศกาล	ไม้ดอกสีสันสวยงาม	ไม้ดอกสีสันสวยงาม
ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ดอกบัว	ดอกบัว
	ช่วงเทศกาล	ดอกบัว	ดอกบัว

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.20 สรุปพฤติกรรมการซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม

##### รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทุกกลุ่มรายได้มีพฤติกรรมในการซื้อคล้ายคลึงกันทั้งในช่วงปกติ และช่วงเทศกาล มีเพียงผู้ที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,000 – 15,000 บาท ซึ่งในช่วงปกติมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 50 บาท แต่ในช่วงเทศกาลมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 51 – 100 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ซึ่งในช่วงปกตินิยมซื้อดอกมะลิแต่ในช่วงเทศกาลนิยมซื้อดอกบัว ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 สรุปพฤติกรรมการซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมในการซื้อ		รายได้			
		น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001
ค่าใช้จ่ายในการซื้อ	ช่วงปกติ	น้อยกว่า 50 บาท	น้อยกว่า 50 บาท	51 – 100 บาท	51 – 100 บาท
	ช่วงเทศกาล	51 – 100 บาท	51 – 100 บาท	51 – 100 บาท	51 – 100 บาท
วัตถุประสงค์ของการซื้อ	ช่วงปกติ	ใช้งานทางศาสนา	ใช้งานทางศาสนา	ใช้งานทางศาสนา	ใช้งานทางศาสนา
	ช่วงเทศกาล	ใช้งานทางศาสนา	ใช้งานทางศาสนา	ใช้งานทางศาสนา	ใช้งานทางศาสนา
ประเภทของสินค้าที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ
	ช่วงเทศกาล	ไม้ตัดดอกเป็นกำ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ	ไม้ตัดดอกเป็นกำ
ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม
	ช่วงเทศกาล	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม
ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกมะลิ
	ช่วงเทศกาล	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว

ที่มา: การศึกษา

#### 4.2.21 สรุปพฤติกรรมการณ์ซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม

##### อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกทุกกลุ่มทุกอาชีพ มีพฤติกรรมในการซื้อที่คล้ายคลึงกันทั้งในช่วงปกติ และช่วงเทศกาล ยกเว้นกลุ่มผู้มีอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระ และ กลุ่มผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ซึ่งในช่วงปกติมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 50 บาท แต่ในช่วงเทศกาลมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 51 – 100 บาท ดังแสดงในตารางที่ 4.22

#### ตารางที่ 4.22 สรุปพฤติกรรมการณ์ซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม

##### อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมในการซื้อ		อาชีพ				
		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง/อาชีพ อิสระ	ธุรกิจส่วนตัว
ค่าใช้จ่ายใน การซื้อ	ช่วงปกติ	น้อยกว่า 50 บาท	51 – 100 บาท	51 – 100 บาท	น้อยกว่า 50 บาท	น้อยกว่า 50 บาท
	ช่วงเทศกาล	น้อยกว่า 50 บาท	51 – 100 บาท	51 – 100 บาท	51 – 100 บาท	51 – 100 บาท
วัตถุประสงค์ ของการซื้อ	ช่วงปกติ	ใช้ในทาง ศาสนา	ใช้ในทาง ศาสนา	ใช้ในทาง ศาสนา	ใช้ในทาง ศาสนา	ใช้ในทาง ศาสนา
	ช่วงเทศกาล	ใช้ในทาง ศาสนา	ใช้ในทาง ศาสนา	ใช้ในทาง ศาสนา	ใช้ในทาง ศาสนา	ใช้ในทาง ศาสนา
ประเภทของ สินค้าที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ
	ช่วงเทศกาล	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ
ประเภทของ ไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม
	ช่วงเทศกาล	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม
ชนิดของ ไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกมะลิ	ดอกบัว	ดอกบัว
	ช่วงเทศกาล	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว

ที่มา: การศึกษา



### 4.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอก

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มโดยที่กลุ่มที่ 1 คือ ปัจจัยที่ควบคุมได้ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านระดับราคา ปัจจัยทางด้านสถานที่ และปัจจัยทางการส่งเสริมการขาย กลุ่มที่ 2 คือปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยทางด้านบุคคล

#### กลุ่มที่ 1 ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้

##### 4.3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 รายพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองเพศมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อเหมือนกัน อันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา ดังแสดงในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ		เพศ		เฉลี่ย
		ชาย	หญิง	
ด้านผลิตภัณฑ์	คะแนน	182	237	209.5
	อันดับ	1	1	1
ด้านราคา	คะแนน	168	186	177
	อันดับ	2	2	2
ด้านสถานที่	คะแนน	74	142	108
	อันดับ	4	3	4
ด้านส่งเสริมการขาย	คะแนน	100	131	115.5
	อันดับ	3	4	3

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.2 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 รายพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของกลุ่มผู้ซื้อทั้งเพศชายและเพศหญิงมีเหมือนกันโดยปัจจัยอันดับ 1 คือ ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก ปัจจัยอันดับ 2 คือไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้ยาวนานดังแสดงในตารางที่ 4.24

#### ตารางที่ 4.24 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		เพศ	
		ชาย	หญิง
ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	คะแนน	212	325
	อันดับ	1	1
ความหลากหลายของไม้ตัดดอก	คะแนน	96	65
	อันดับ	3	4
ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้ยาวนาน	คะแนน	114	194
	อันดับ	2	2
ความหลากหลายของคุณภาพ	คะแนน	82	112
	อันดับ	4	3

ที่มา: การศึกษา

### 4.3.3 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่ม

#### ตัวอย่าง

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 รายพบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อของกลุ่มผู้ซื้อทั้งเพศชายและเพศหญิงมีเหมือนกัน โดยปัจจัยอันดับ 1 คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ ปัจจัยอันดับ 2 คือราคาสามารถต่อรองได้ ดังแสดงในตารางที่ 4.25

#### ตารางที่ 4.25 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

ปัจจัยด้านราคา		เพศ	
		ชาย	หญิง
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และคุณภาพ	คะแนน	164	254
	อันดับ	1	1
ราคาสามารถต่อรองได้	คะแนน	142	203
	อันดับ	2	2
ราคาถูกลงกว่าร้านอื่น	คะแนน	121	105
	อันดับ	3	4
มีหลากหลายระดับราคา	คะแนน	77	134
	อันดับ	4	3

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.4 ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 รายพบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อของกลุ่มผู้ซื้อทั้งเพศชายและเพศหญิงมีเหมือนกัน โดยปัจจัยอันดับ 1 คือ มีที่จอดรถเพียงพอ อันดับ 2 คือที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงานดังแสดงในตารางที่ 4.26

#### ตารางที่ 4.26 ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

ปัจจัยด้านสถานที่		เพศ	
		ชาย	หญิง
ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	คะแนน	133	164
	อันดับ	2	2
การจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม	คะแนน	102	121
	อันดับ	3	3
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่	คะแนน	61	102
	อันดับ	5	4
สถานที่สะอาด	คะแนน	34	88
	อันดับ	4	5
มีที่จอดรถเพียงพอ	คะแนน	174	221
	อันดับ	1	1

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.5 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 รายพบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อของทั้งเพศชายและเพศหญิงมีเหมือนกัน โดยปัจจัยอันดับ 1 คือ จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ ปัจจัยอันดับ 2 คือการมีส่วนลด ดังแสดงในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย		เพศ	
		ชาย	หญิง
การมีส่วนลด	คะแนน	134	197
	อันดับ	2	2
การให้ของแถม	คะแนน	112	166
	อันดับ	3	3
มีบริการจัดส่ง	คะแนน	103	122
	อันดับ	4	4
จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	คะแนน	155	211
	อันดับ	1	1

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.6. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษาและธุรกิจส่วนตัว ความสำคัญเป็นอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านราคา อันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน รับจ้าง/อาชีพอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเป็นอันดับ 1 คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อันดับ 2 คือ ปัจจัยด้านราคา ดังแสดงในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ		อาชีพ					เฉลี่ย
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้างอาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว	
ด้านผลิตภัณฑ์	คะแนน	19	96	121	127	37	80
	อันดับ	2	1	1	1	2	1
ด้านราคา	คะแนน	30	76	101	98	71	75.2
	อันดับ	1	2	2	2	1	2
ด้านสถานที่	คะแนน	4	51	82	71	28	47.2
	อันดับ	4	4	3	3	3	3
ด้านส่งเสริมการขาย	คะแนน	17	59	44	40	26	37.2
	อันดับ	3	3	4	4	4	4

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.7 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อทุกกลุ่มอาชีพมีความคล้ายคลึงกันโดยอันดับ 1 คือ ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก อันดับ 2 คือ ไม้ตัดดอกที่สามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน ยกเว้นกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชนอันดับ 2 คือความหลากหลายของไม้ตัดดอก ดังแสดงในตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		อาชีพ				
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง/อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว
ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	คะแนน	22	97	112	123	57
	อันดับ	1	1	1	1	1
ความหลากหลายของไม้ตัดดอก	คะแนน	17	32	91	84	38
	อันดับ	3	4	2	3	3
ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน	คะแนน	20	81	82	96	43
	อันดับ	2	2	3	2	2
ความหลากหลายของคุณภาพ	คะแนน	13	72	63	33	24
	อันดับ	4	3	4	4	4

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.8 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อของทุกกลุ่มอาชีพมีความคล้ายคลึงกัน โดยอันดับ 1 คือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ ส่วนอันดับ 2 กลุ่มอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน กลุ่มอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระ คือ ราคาสามารถต่อรองได้ ในขณะที่กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว คือความหลากหลายระดับราคา ดังแสดงในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านราคา		อาชีพ				
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว
ราคาเหมาะสมกับปริมาณ และคุณภาพ	คะแนน	26	84	112	98	62
	อันดับ	1	1	1	1	1
ราคาสามารถ ต่อรองได้	คะแนน	21	60	91	89	18
	อันดับ	2	3	2	2	4
ราคาถูกกว่าร้านอื่น	คะแนน	18	59	84	71	34
	อันดับ	3	4	3	4	3
มีหลากหลาย ระดับราคา	คะแนน	7	79	61	78	48
	อันดับ	4	2	4	3	2

ที่มา: การศึกษา



### 4.3.9 ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพของกลุ่ม

#### ตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้ออันดับ 1 กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน กลุ่มอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับ มีที่จอดรถเพียงพอในขณะที่กลุ่มอาชีพนักเรียนนักศึกษาให้ความสำคัญกับ ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน ส่วนกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับ สถานที่สะอาด ส่วนอันดับ 2 กลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน และกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับ ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน ในขณะที่กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและกลุ่มอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับ การจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม ส่วนกลุ่มอาชีพ นักเรียน/นักศึกษาให้ความสำคัญกับการมีที่จอดรถเพียงพอ ดังแสดงในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพของกลุ่ม

#### ตัวอย่าง

ปัจจัยด้านสถานที่		อาชีพ				
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง/อาชีพ อิสระ	ธุรกิจส่วนตัว
ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	คะแนน	21	30	84	86	43
	อันดับ	1	5	2	3	2
การจัดตกแต่งร้าน ที่สวยงาม	คะแนน	15	71	52	90	15
	อันดับ	3	2	4	2	5
จัดเรียงสินค้าเป็น หมวดหมู่	คะแนน	7	32	31	41	28
	อันดับ	5	4	5	5	3
สถานที่สะอาด	คะแนน	11	61	78	22	59
	อันดับ	4	3	3	4	1
มีที่จอดรถ เพียงพอ	คะแนน	18	88	103	97	17
	อันดับ	2	1	1	1	4

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.10 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้ออันดับ 1 กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน ให้ความสำคัญกับการจัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ ในขณะที่กลุ่มอาชีพ รับจ้าง/อาชีพอิสระและกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับการให้ของแถม อันดับ 2 กลุ่มอาชีพ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจกับกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ในขณะที่กลุ่มอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา กับกลุ่มอาชีพพนักงานเอกชน ให้ความสำคัญกับ การให้ของแถม ส่วนกลุ่มอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระให้ความสำคัญกับ การจัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ ดังแสดงในตารางที่ 4.32

**ตารางที่ 4.32** ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย		อาชีพ				
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้างอาชีพ อิสระ	ธุรกิจส่วนตัว
การมีส่วนร่วม	คะแนน	16	83	77	86	45
	อันดับ	3	2	4	3	2
การให้ของแถม	คะแนน	19	64	91	101	58
	อันดับ	2	3	2	1	1
มีบริการจัดส่ง	คะแนน	15	44	84	51	30
	อันดับ	4	4	3	4	3
จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	คะแนน	22	91	96	98	29
	อันดับ	1	1	1	2	4

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.11 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญอันดับ 1 คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญอันดับ 2 คือปัจจัยราคา ดังแสดงในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีอิทธิพล		รายได้				เฉลี่ย
		น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001	
ด้านผลิตภัณฑ์	คะแนน	258	131	38	56	120.8
	อันดับ	1	1	1	1	1
ด้านราคา	คะแนน	167	109	23	38	84.3
	อันดับ	2	2	2	2	2
ด้านสถานที่	คะแนน	85	42	14	28	42.3
	อันดับ	4	4	3	3	4
ด้านส่งเสริมการขาย	คะแนน	102	84	9	16	52.8
	อันดับ	3	3	4	4	3

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.12 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อทุกช่วงรายได้มีความคล้ายคลึงกัน โดยอันดับ 1 คือ ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก ส่วนอันดับ 2 กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 กลุ่มรายได้ 10,001- 15,000 และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 ให้ความสำคัญกับ ไม้ตัดดอกที่สามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน ขณะที่กลุ่มรายได้ 15,001- 20,000 ให้ความสำคัญกับ ความหลากหลายของไม้ตัดดอก ดังแสดงในตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์		รายได้			
		น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001
ความสดใหม่ของไม้ ตัดดอก	คะแนน	178	107	27	45
	อันดับ	1	1	1	1
ความหลากหลาย ของไม้ตัดดอก	คะแนน	162	94	23	30
	อันดับ	4	4	2	3
ไม้ตัดดอกสามารถ เก็บไว้ใช้ได้นาน	คะแนน	158	91	19	34
	อันดับ	2	2	3	2
ความหลากหลาย ของคุณภาพ	คะแนน	114	74	15	29
	อันดับ	3	3	4	4

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.13 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อทุกช่วงรายได้มีความคล้ายคลึงกัน โดยอันดับ 1 ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญกับ ราคาเหมาะกับปริมาณและคุณภาพ ส่วนอันดับ 2 ทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญกับ ราคาสามารถต่อรองได้ ยกเว้นกลุ่มรายได้ มากกว่า 20,000 ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของระดับราคา ดังแสดงในตารางที่ 4.35

ตารางที่ 4.35 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

ปัจจัยด้านราคา		รายได้			
		น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001
ราคาเหมาะกับปริมาณและ คุณภาพ	คะแนน	213	104	29	41
	อันดับ	1	1	1	1
ราคาสามารถต่อรองได้	คะแนน	181	96	26	36
	อันดับ	2	2	2	3
ราคาถูกกว่าร้านอื่น	คะแนน	76	82	18	22
	อันดับ	4	4	3	4
มีหลากหลายระดับราคา	คะแนน	146	84	11	39
	อันดับ	3	3	4	2

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.14 ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่ม

##### ตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อทุกช่วงรายได้มีความคล้ายคลึงกัน โดยอันดับ 1 ทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญกับ การมีที่จอดรถเพียงพอ ส่วนอันดับ 2 ทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญกับ ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน ยกเว้นกลุ่มรายได้ มากกว่า 20,000 ให้ความสำคัญกับ สถานที่สะอาด ดังแสดงในตารางที่ 4.36

ตารางที่ 4.36 ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านสถานที่		รายได้			
		น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001
ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	คะแนน	154	88	24	35
	อันดับ	2	2	2	3
การจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม	คะแนน	78	57	5	22
	อันดับ	4	4	5	4
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่	คะแนน	58	51	8	16
	อันดับ	5	5	4	5
สถานที่สะอาด	คะแนน	126	76	21	26
	อันดับ	3	3	3	2
มีที่จอดรถเพียงพอ	คะแนน	196	94	26	39
	อันดับ	1	1	1	1

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.15 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ราย พบว่าปัจจัยด้านส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อทุกช่วงรายได้มีความคล้ายคลึงกัน โดยอันดับ 1 ทุกช่วงรายได้ให้ความสำคัญกับการจัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ ส่วนอันดับ 2 ทุกกลุ่มรายได้ให้ความสำคัญกับการให้ของแถม ยกเว้นกลุ่มรายได้ 15,001- 20,000 ให้ความสำคัญกับการมีส่วนลด ดังแสดงในตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอกจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย		รายได้			
		น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001
การมีส่วนลด	คะแนน	134	98	10	27
	อันดับ	3	2	4	4
การให้ของแถม	คะแนน	165	62	23	34
	อันดับ	2	4	2	2
มีบริการจัดส่ง	คะแนน	128	85	21	31
	อันดับ	4	3	3	3
จัดหาไม้ตัดดอกให้ ตามต้องการ	คะแนน	185	121	30	46
	อันดับ	1	1	1	1

ที่มา: การศึกษา

## กลุ่มที่ 2 ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

### 4.3.16 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของกลุ่มผู้ซื้อกับความถี่ในการซื้อและค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง

ผลการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.8 พบว่าค่า  $\chi^2$  จากการศึกษาคือ 13.26 นั้นมีค่ามากกว่า ค่า  $\chi^2$  ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ที่ค่า  $df = 2$  คือ 5.991 นั้น สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกันมีความถี่ในการซื้อไม่ตัดดอกต่างกัน

ผลการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.9 พบว่าค่า  $\chi^2$  จากการศึกษาคือ 13.26 นั้นมีค่ามากกว่า ค่า  $\chi^2$  ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ที่ค่า  $df = 3$  คือ 7.815 นั้น สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อไม่ตัดดอกไม่ต่างกัน

### 4.3.17 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของกลุ่มผู้ซื้อกับความถี่การซื้อและค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง

ผลการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.14 พบว่าค่า  $\chi^2$  จากการศึกษาคือ 14.61 นั้นมีค่ามากกว่า ค่า  $\chi^2$  ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ที่ค่า  $df = 6$  คือ 12.569 นั้น สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกันมีความถี่ในการซื้อไม่ตัดดอกต่างกัน

ผลการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.15 พบว่าค่า  $\chi^2$  จากการศึกษาคือ 6.55 นั้นมีค่ามากกว่า ค่า  $\chi^2$  ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ที่ค่า  $df = 4$  คือ 7.314 นั้น สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกันมีค่าใช้จ่ายในการซื้อไม่ตัดดอกไม่ต่างกัน

### 4.3.18 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของกลุ่มผู้ซื้อกับความถี่การซื้อและค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง

ผลการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.20 พบว่าค่า  $\chi^2$  จากการศึกษาคือ 13.31 นั้นมีค่ามากกว่า ค่า  $\chi^2$  ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ที่ค่า  $df = 5$  คือ 11.469 นั้น สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกันมีความถี่ในการซื้อไม่ตัดดอกต่างกัน



ผลการทดสอบไคสแควร์ (chi-square test) จากตารางที่ 4.21 พบว่าค่า  $\chi^2$  จากการศึกษาคือ 11.28 นั้นมีค่ามากกว่า ค่า  $\chi^2$  ที่สามารถเปิดได้จากตารางที่ระดับนัยยะสำคัญ 0.05 ที่ค่า df = 7 คือ 15.507 นั้นสรุปได้ว่า กลุ่มผู้ซื้อที่มีเพศต่างกันมีใช้จ่ายในการซื้อไม้ตัดดอกไม่ต่างกัน

#### 4.3.19 สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกเหมือนกันในทุกปัจจัยดังแสดงในตารางที่ 4.38

ตารางที่ 4.38 สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ		เพศ	
		ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	อันดับ 1	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก
	อันดับ 2	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ได้นาน	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ได้นาน
ด้านราคา	อันดับ 1	ราคาเหมาะกับปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะกับปริมาณและคุณภาพ
	อันดับ 2	ราคาสามารถต่อรองได้	ราคาสามารถต่อรองได้
ด้านสถานที่	อันดับ 1	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ
	อันดับ 2	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน
การส่งเสริมการขาย	อันดับ 1	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ
	อันดับ 2	การมีส่วนลด	การมีส่วนลด

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.20 สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทุกช่วงกลุ่มรายได้มีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกนั้น เหมือนกันในทุกปัจจัย มีเพียงผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท ในปัจจัยด้านสถานที่ในอันดับ 2 ให้ความสำคัญกับ ความสะอาดของสถานที่ ในขณะที่ช่วงรายได้อื่นให้ความสำคัญกับ สถานที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน ดังแสดงในตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39 สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ		รายได้			
		น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001
ด้านผลิตภัณฑ์	อันดับ 1	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก
	อันดับ 2	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน	ความหลากหลายของไม้ตัดดอก	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน
ด้านราคา	อันดับ 1	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ
	อันดับ 2	ราคาสามารถต่อรองได้	ราคาสามารถต่อรองได้	ราคาสามารถต่อรองได้	มีหลากหลายระดับราคา
ด้านสถานที่	อันดับ 1	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ
	อันดับ 2	ที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	ที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	ที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	ความสะอาด
การส่งเสริมการขาย	อันดับ 1	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ
	อันดับ 2	การให้ของแถม	การมีส่วนลด	การให้ของแถม	การให้ของแถม

ที่มา: การศึกษา

#### 4.3.21 สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ซื้อไม้ตัดดอก ในทุกกลุ่มอาชีพมีปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกนั้น เหมือนกันในทุกปัจจัย ยกเว้น ผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระ และธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญอันดับ 1 ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายคือ การให้ของแถม ในขณะที่อันดับ 2 ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลดดังแสดงในตารางที่ 4.40

#### ตารางที่ 4.40 สรุปปัจจัยที่ควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ		อาชีพ				
		นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	รับจ้าง/อาชีพอิสระ	ธุรกิจส่วนตัว
ด้านผลิตภัณฑ์	อันดับ 1	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก
	อันดับ 2	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน	ความหลากหลายของไม้ตัดดอก	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ใช้ได้นาน
ด้านราคา	อันดับ 1	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ
	อันดับ 2	ราคาสามารถต่อรองได้	มีหลากหลายระดับราคา	ราคาสามารถต่อรองได้	ราคาสามารถต่อรองได้	มีหลากหลายระดับราคา
ด้านสถานที่	อันดับ 1	ที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ	สถานที่สะอาด
	อันดับ 2	มีที่จอดรถเพียงพอ	การจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม	ที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	การจัดตกแต่งร้านที่สวยงาม	ที่ตั้งใกล้บ้านหรือที่ทำงาน
การส่งเสริมการขาย	อันดับ 1	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	การให้ของแถม	การให้ของแถม
	อันดับ 2	การให้ของแถม	การมีส่วนลด	การให้ของแถม	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	การมีส่วนลด

ที่มา: การศึกษา

4.3.22 สรุปปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม เพศ รายได้ และอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่า เพศ รายได้ และอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอก แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งของการซื้อไม้ตัดดอก ดังแสดงในตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 สรุปปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม เพศ รายได้ และอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่มีอิทธิพล	ข้อมูลทั่วไป		
	เพศ	รายได้	อาชีพ
ความถี่ในการซื้อ	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์
ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง	ไม่มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา: การศึกษา