

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการไม้ตัดดอกในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการศึกษานี้มี 2 วัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อไม้ตัดดอกในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อไม้ตัดดอกในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้มาจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก จำนวน 200 ตัวอย่าง ซึ่งเลือกมาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ ซึ่งผลจากการศึกษาครั้งนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้คือ

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกจำนวน 200 รายพบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อที่เป็นเพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีอายุระหว่าง 31 – 50 คิดเป็นร้อยละ 34 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อเป็นผู้ที่มีสถานภาพโสด มากกว่าสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 22 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 67 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีระดับรายได้เฉลี่ย 5,001-10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 29 กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อมีระยะทางในการเดินทางต่ำกว่า 3 กิโลเมตรคิดเป็นร้อยละ 42

ผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อไม้ตัดดอก โดยแยกการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนคือ พฤติกรรมการซื้อในช่วงเทศกาล และพฤติกรรมการซื้อในช่วงปกติ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการซื้อดังนี้ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ 3 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง ในช่วงปกติ ต่ำกว่า 50 บาท และช่วงเทศกาลมีค่าใช้จ่าย 51-100 บาท วัตถุประสงค์ของการซื้อ ทั้ง 2 ช่วงมีวัตถุประสงค์เหมือนกันคือ เพื่อใช้งานทางศาสนา ประเภทของสินค้าที่ซื้อทั้ง 2 ช่วงมีประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อเหมือนกัน คือซื้อไม้ตัดดอกเป็นกำ ประเภทของไม้ตัดดอกที่ซื้อทั้ง 2 ช่วงเหมือนกันคือซื้อไม้ดอกที่มีสีส้มสวยงาม ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ ทั้ง 2 ช่วงเหมือนกันคือนิยมซื้อดอกบัว

### 5.1.1 สรุปพฤติกรรมการซื้อขายในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อ

#### 1. สรุปพฤติกรรมการซื้อขายในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม

##### เพศของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมในการซื้อคล้ายคลึงกัน ทั้งในช่วงปกติ และช่วงเทศกาล ยกเว้นเพียง พฤติกรรมค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งเพียงอย่างเดียวที่มีความแตกต่างกันคือ ช่วงปกติมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 50 บาท แต่ในช่วงเทศกาลมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 51 – 100 บาท ดังแสดงในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปพฤติกรรมการซื้อขายในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการซื้อขาย		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	ไม้ดอกสีส้มสวยงาม	ไม้ดอกสีส้มสวยงาม
	ช่วงเทศกาล	ไม้ดอกสีส้มสวยงาม	ไม้ดอกสีส้มสวยงาม
ชนิดของไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ดอกบัว	ดอกบัว
	ช่วงเทศกาล	ดอกบัว	ดอกบัว

ที่มา: การศึกษา

## 2. สรุปพฤติกรรมการซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม

### รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทุกกลุ่มรายได้มีพฤติกรรมในการซื้อคล้ายคลึงกันทั้งในช่วงปกติ และช่วงเทศกาล ยกเว้นเพียงกลุ่มผู้มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท และ 10,000 – 15,000 บาท ซึ่งในช่วงปกติมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 50 บาท แต่ในช่วงเทศกาลมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 51 – 100 บาท และกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ซึ่งในช่วงปกตินิยมซื้อดอกมะลิแต่ในช่วงเทศกาลนิยมซื้อดอกบัว ดังแสดงในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 สรุปพฤติกรรมการซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการซื้อ		รายได้			
		น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001
ค่าใช้จ่าย ในการซื้อ	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
วัตถุประสงค์ ของการซื้อ	ช่วงปกติ	ใช้งานทาง ศาสนา	ใช้งานทาง ศาสนา	ใช้งานทาง ศาสนา	ใช้งานทาง ศาสนา
	ช่วงเทศกาล	ใช้งานทาง ศาสนา	ใช้งานทาง ศาสนา	ใช้งานทาง ศาสนา	ใช้งานทาง ศาสนา
ประเภทของ สินค้าที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ
	ช่วงเทศกาล	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ	ไม้ตัดดอก เป็นกำ
ประเภทของ ไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม
	ช่วงเทศกาล	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม	ไม้ดอกสีส้ม สวยงาม
ชนิดของ ไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกมะลิ
	ช่วงเทศกาล	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว

ที่มา: การศึกษา

### 3. สรุปพฤติกรรมการซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม

#### อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกทุกกลุ่มทุกอาชีพพบว่า มีพฤติกรรมในการซื้อที่คล้ายคลึงกันทั้งในช่วงปกติ และช่วงเทศกาล ยกเว้นเพียงกลุ่มผู้มีอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระ และ กลุ่มผู้มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ซึ่งในช่วงปกติมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า 50 บาท แต่ในช่วงเทศกาลมีค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้ง 51 – 100 บาท ดังแสดงในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 สรุปพฤติกรรมการซื้อในช่วงปกติและช่วงเทศกาลของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตาม

#### อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการซื้อ		อาชีพ				
		นักเรียน / นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจ ส่วนตัว
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 ของกาซื้อ	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	ไม้ดอกสี สวยงาม	ไม้ดอกสี สวยงาม	ไม้ดอกสี สวยงาม	ไม้ดอกสี สวยงาม	ไม้ดอกสี สวยงาม
	ช่วงเทศกาล	ไม้ดอกสี สวยงาม	ไม้ดอกสี สวยงาม	ไม้ดอกสี สวยงาม	ไม้ดอกสี สวยงาม	ไม้ดอกสี สวยงาม
ชนิดของ ไม้ตัดดอกที่ซื้อ	ช่วงปกติ	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกมะลิ	ดอกบัว	ดอกบัว
	ช่วงเทศกาล	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว	ดอกบัว

ที่มา: การศึกษา

### 5.1.2 สรุปปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรก

#### 1. สรุปปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของกลุ่ม ผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทั้งเพศชายและเพศหญิงมีปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกมีความเหมือนกันในทุกปัจจัยดังแสดงในตารางที่ 5.4

ตารางที่ 5.4 สรุปปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของกลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้		เพศ	
		ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	อันดับที่ 1	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ของไม้ตัดดอก
	อันดับที่ 2	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ได้นาน	ไม้ตัดดอกสามารถเก็บไว้ได้นาน
ด้านราคา	อันดับที่ 1	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ
	อันดับที่ 2	ราคาสามารถต่อรองได้	ราคาสามารถต่อรองได้
ด้านสถานที่	อันดับที่ 1	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ
	อันดับที่ 2	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน
การส่งเสริมการขาย	อันดับที่ 1	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอกให้ตามต้องการ
	อันดับที่ 2	การมีส่วนลด	การมีส่วนลด

ที่มา: การศึกษา

2. สรุปปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของ  
กลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ซื้อไม้ตัดดอก ทุกกลุ่มระดับรายได้มีปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกนั้น มีความคล้ายคลึงกันในทุกปัจจัย ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้มากกว่า 20,001 บาท ในปัจจัยด้านสถานที่ในอันดับที่ 2 ให้ความสำคัญกับ ความสะอาดของสถานที่ ในขณะที่ช่วงรายได้อื่นให้ความสำคัญกับ สถานที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน ดังแสดงในตารางที่ 5.5

ตารางที่ 5.5 สรุปปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของ  
กลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่สามารถควบคุม ได้		รายได้			
		น้อยกว่า 10,000	10,001- 15,000	15,001- 20,000	มากกว่า 20,001
ด้านผลิตภัณฑ์	อันดับที่ 1	ความสดใหม่ ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ ของไม้ตัดดอก
	อันดับที่ 2	ไม้ตัดดอกสามารถ เก็บไว้ใช้ได้นาน	ไม้ตัดดอกสามารถ เก็บไว้ใช้ได้นาน	ความหลากหลาย ของไม้ตัดดอก	ไม้ตัดดอกสามารถ เก็บไว้ใช้ได้นาน
ด้านราคา	อันดับที่ 1	ราคาเหมาะสมกับ ปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับ ปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับ ปริมาณและคุณภาพ	ราคาเหมาะสมกับ ปริมาณและคุณภาพ
	อันดับที่ 2	ราคาสามารถ ต่อรองได้	ราคาสามารถ ต่อรองได้	ราคาสามารถ ต่อรองได้	มีหลากหลาย ระดับราคา
ด้านสถานที่	อันดับที่ 1	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ	มีที่จอดรถเพียงพอ
	อันดับที่ 2	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	ความสะอาด
การส่งเสริม การขาย	อันดับที่ 1	จัดหาไม้ตัดดอก ให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอก ให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอก ให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอก ให้ตามต้องการ
	อันดับที่ 2	การให้ของแถม	การมีส่วนลด	การให้ของแถม	การให้ของแถม

ที่มา: การศึกษา



### 3. สรุปปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของ กลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ซื้อไม้ตัดดอก ในทุกกลุ่มอาชีพมีปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกนั้น มีความคล้ายคลึงกันในทุกปัจจัย ยกเว้นกลุ่มผู้มีอาชีพรับจ้าง/อาชีพอิสระ และธุรกิจส่วนตัวที่ให้ความสำคัญอันดับ 1 ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายคือการให้ของแถมในขณะที่อันดับที่ 2 ให้ความสำคัญกับการให้ส่วนลด ดังแสดงในตารางที่ 5.6

ตารางที่ 5.6 สรุปปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด 2 อันดับแรกของ  
กลุ่มผู้ซื้อจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่สามารถ ควบคุมได้		อาชีพ				
		นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน เอกชน	รับจ้าง/ อาชีพอิสระ	ธุรกิจ ส่วนตัว
ด้าน ผลิตภัณฑ์	อันดับที่ 1	ความสดใหม่ ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ ของไม้ตัดดอก	ความสดใหม่ ของไม้ตัดดอก
	อันดับที่ 2	ไม้ตัดดอก สามารถเก็บไว้ ใช้ได้นาน	ไม้ตัดดอก สามารถเก็บไว้ ใช้ได้นาน	ความหลากหลาย ของไม้ตัดดอก	ไม้ตัดดอก สามารถเก็บไว้ ใช้ได้นาน	ไม้ตัดดอก สามารถเก็บไว้ ใช้ได้นาน
ด้านราคา	อันดับที่ 1	ราคาเหมาะกับ ปริมาณและ คุณภาพ	ราคาเหมาะกับ ปริมาณและ คุณภาพ	ราคาเหมาะกับ ปริมาณและ คุณภาพ	ราคาเหมาะกับ ปริมาณและ คุณภาพ	ราคาเหมาะกับ ปริมาณและ คุณภาพ
	อันดับที่ 2	ราคาสามารถ ต่อรองได้	มีหลากหลาย ระดับราคา	ราคาสามารถ ต่อรองได้	ราคาสามารถ ต่อรองได้	มีหลากหลาย ระดับราคา
ด้าน สถานที่	อันดับที่ 1	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	มีที่จอดรถ เพียงพอ	มีที่จอดรถ เพียงพอ	มีที่จอดรถ เพียงพอ	สถานที่สะอาด
	อันดับที่ 2	มีที่จอดรถ เพียงพอ	การจัดตกแต่ง ร้านที่สวยงาม	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน	การจัดตกแต่ง ร้านที่สวยงาม	ที่ตั้งใกล้บ้าน หรือที่ทำงาน
การ ส่งเสริม การขาย	อันดับที่ 1	จัดหาไม้ตัดดอก ให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอก ให้ตามต้องการ	จัดหาไม้ตัดดอก ให้ตามต้องการ	การให้ของแถม	การให้ของแถม
	อันดับที่ 2	การให้ของแถม	การมีส่วนลด	การให้ของแถม	จัดหาไม้ตัดดอก ให้ตามต้องการ	การมีส่วนลด

ที่มา: การศึกษา

#### 4. สรุปปัจจัยที่ไม่สามารถสามารถควบคุมได้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกลุ่มผู้ซื้อ ที่มี เพศ รายได้ และอาชีพต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า เพศ รายได้ และอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อไม้ตัดดอก แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งของการซื้อไม้ตัดดอก ดังแสดงในตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 สรุปปัจจัยที่ไม่สามารถสามารถควบคุมได้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกลุ่มผู้ซื้อ  
จำแนกตามเพศ รายได้ และอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยที่ไม่สามารถ สามารถควบคุมได้	ข้อมูลทั่วไป		
	เพศ	รายได้	อาชีพ
ความถี่ในการซื้อ	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์	มีความสัมพันธ์
ค่าใช้จ่ายในการ ซื้อแต่ละครั้ง	ไม่มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์	ไม่มีความสัมพันธ์

ที่มา: การศึกษา

#### 5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อไม้ตัดดอก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จะถูกพิจารณาเป็นอันดับแรก ดังนั้นในการขายไม้ตัดดอกจึงควรเลือกจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพดี มีความสดใหม่เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า เป็นการดึงดูดใจให้กลับมาซื้อใหม่ ในด้านระดับราคา ต้องมีความเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ และควรมีส่วนลดหรือของแถม เมื่อซื้อเป็นจำนวนมาก พนักงานขายต้องมีความสุภาพ อธิบายดี และเป็นมิตร

#### 5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้มีการแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ช่วง คือช่วงปกติและช่วงเทศกาล แต่ช่วงที่เก็บแบบสอบถามนั้น ช่วงเวลาดังกล่าวมีความใกล้เคียงกันทำให้ไม่สามารถเห็นความแตกต่างของพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อไม้ตัดดอกได้มากนัก ดังนั้นจึงควรเปลี่ยนการสอบถามเป็นพฤติกรรมการซื้อในช่วงฤดูที่แตกต่างกันเนื่องจากว่าฤดูที่แตกต่างกันผลผลิตในตลาดไม้ตัดดอกนั้นจะมีความแตกต่างกัน เช่นฤดูร้อนเปรียบเทียบกับฤดูหนาว หรือเปรียบเทียบกันทั้ง 3 ฤดู