

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นายวีรเชษฐ์ จันทร์วรเชษฐ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รวิพร คุเจริญไพศาล	ประธานกรรมการ
อาจารย์สุจรรย์พันธ์ สุวรรณพันธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารารัตน์ บุญเฉลียว	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเน้นการศึกษาส่วนประสมการค้าปลีกและกระบวนการตัดสินใจซื้อ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปตามแหล่งร้านค้าปลีกทั่วไปและตลาดสด ร้านค้าสมัยใหม่ และกลุ่มคลินิกที่รักษาสัตว์จำนวน 150 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาด้วยวิธีทางสถิติ ประกอบด้วย ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้างธุรกิจเอกชน ปัจจุบันมีสุนัขซึ่งเลี้ยงไว้เป็นเพื่อนเล่นจำนวน 1 ตัว และให้อาหารสุนัขสำเร็จรูปแก่สุนัขที่เลี้ยง

ส่วนประสมการค้าปลีกมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้ซื้อในระดับมาก ทุกปัจจัย เรียงตามลำดับ คือ บุคลากรหรือพนักงาน กระบวนการให้บริการ สถานที่จัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพ ในขณะที่ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการตลาดมีอิทธิพลในระดับปานกลางทุกปัจจัย เรียงตามลำดับคือ ตัวแปรด้านวัฒนธรรม ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และตัวแปรด้านสังคม

สำหรับกระบวนการตัดสินใจซื้อและการตอบสนองของผู้ซื้อสินค้าอาหารสุนัขสำเร็จรูป ปรากฏว่า ผู้ซื้อมักได้รับข้อมูลของผลิตภัณฑ์จากสื่อโทรทัศน์และการแนะนำของพนักงานแนะนำสินค้า ส่วนการซื้อสินค้าจะพิจารณาซื้อหัตมีชื่อเสียง และจะซื้อจากร้านที่มีพนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารสุนัขสำเร็จรูปและสามารถแนะนำให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดีโดยจะซื้อทันที เมื่อต้องการไม่เกิน 1 สัปดาห์และจะเลือกซื้อยี่ห้อที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย คือ Pedigree โดยมีความพึงพอใจหลังการซื้อในระดับมากถึงมากที่สุดและจะใช้อาหารสุนัขสำเร็จรูปต่อไปรวมทั้งจะแนะนำสินค้าให้แก่บุคคลอื่นด้วย

Independent Study Title	Buying Behavior for Processed Dog Food in Chiang Mai Municipal Area, Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai	
Author	Mr. Weerachet Chanworachet	
M.B.A.		
Examining Committee	Asst.Prof.Dr. Rawiporn Koojaroenpaisan	Chairman
	Lect. Suchanpin Suwanapan	Member
	Asst.Prof. Dararatana Boonchaliew	Member

ABSTRACT

The purpose of this study was to study buying behavior for processed dog food in Chiang Mai Municipal area, Amphoe Mueang, Changwat Chiang Mai, focused on retailing mix and buying decision process. Data was collected by questionnaire from samples who bought processed dog food at general merchandize stores, fresh produce markets, modern stores, and animal clinics. One hundred and fifty samples were collected by purposive sampling, and data was analyzed by descriptive statistics: frequency, percentage, and mean.

The results of this study revealed that most buyers were female, between 20-30 years old, educated with a bachelor degree, salary of less than 10,000 baht and work as private employees. Each subject had a dog as their pet and feed her with processed dog food.

All retailing mix factors effected buyer decision ranked at a high level. The factors arranged from the highest influence were people, process, place, product, price, promotion, and physical evidence, respectively. Environmental factors effected buyer behavior at moderate level were cultural factors, current economic situation, and social factor, respectively.

With respect to buying decision process and buyer response to the processed dog food, it was shown that the buyers often receive product information from television media and sales person. Products were bought by well-known brand name and from a store that sales person

have good knowledge about processed dog food. Buying time was no longer than 1 week, and the most general well-known brand name was Pedigree. Post purchase satisfaction was ranked at a high level to a highest level. Furthermore, buyers would continue to use processed dog food and would recommend the products to others.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University