

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัขในเขต อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวสุดาวรรณ แซ่มะ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร. พิชากพ พันธุ์แพ
วันอนุมัติผลงาน	
จำนวนหน้า	
คำสำคัญ	พฤติกรรม และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เครื่องแต่งกายสำหรับสุนัข ผู้บริโภค

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัขในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัขของผู้เลี้ยงสุนัขในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัขในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามลักษณะรายได้ของผู้บริโภคโดยศึกษาจากผู้ซื้อเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัขในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัขในเขต อำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ นำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยการทดสอบเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ตามสมมติฐาน ได้แก่ ลักษณะรายได้และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัข สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (F-test) การ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) และการ วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Pearson (Pearson's product moment correlation

coefficient) ค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอผลการ วิเคราะห์ข้อมูลแบบบรรยาย ประกอบกับการ นำเสนอเป็นตาราง

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสำหรับสุนัข ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงกลุ่มอายุ 21 - 30 ปี มากที่สุด ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท

ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ คุณภาพของสินค้า และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่าง จะให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทาง และ ในด้านทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พักอาศัย ในด้าน การส่งเสริมการตลาดกลุ่มตัวอย่างจะสนใจความมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีของพนักงานขาย และสุดท้าย ด้านราคาในเรื่องของความเหมาะสมของราคาสินค้ากับตัวสินค้าที่จัดจำหน่ายให้มากที่สุด