

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: พฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวอภิญญา กันธิยะ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ผศ. จิระ นูรีคำ
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กันยายน 2548
จำนวนหน้า	: 74 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “พฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมวมารวมถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมว ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยจะศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่าง โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบบังเอิญจากผู้ที่เดินทางมาเลือกซื้อสุนัขและแมวที่ตลาดประจวบวิทยุและตลาดนัด เจเจ และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยคนโสด : คนหนุ่มสาวโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท ส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัข 1 ตัว สุนัขที่เลี้ยงส่วนมากเป็นพันธุ์ชิทซ์สุสำหรับจำนวนแมวที่เลี้ยงในปัจจุบันส่วนใหญ่เลี้ยงแมว 1 ตัว ส่วนมากเป็นแมวไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการเลี้ยงสุนัขหรือแมวเพื่อเป็นเพื่อน

ทางด้านพฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัขและแมวพบว่า ส่วนใหญ่นิยมซื้ออาหารสำเร็จรูปแบบเม็ด และเมื่อพิจารณาความภักดีในตราสินค้าโดยดูจากพฤติกรรมการซื้อในอดีตและปัจจุบันพบว่ามีความภักดีในตราสินค้าสูง โดยมีเหตุผลส่วนใหญ่งที่ทำให้เลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมวคือ สามารถหาซื้อได้ง่าย ส่วนความพึงพอใจต่อคุณภาพของอาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและ

แมวนั้นอยู่ในระดับพอใจมาก โดยส่วนใหญ่หาซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมวจากร้านขายอาหารสัตว์ทั่วไป โดยรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์ มีวิธีการเลือกร้านที่ขายอาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมวคือ อยู่ใกล้ที่พักอาศัย รองลงมาคือ มีที่จอดรถเพียงพอ ตามลำดับ และนอกจากซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมวแล้วยังซื้อ ของใช้ เช่น แปรง หวี เครื่องประดับ เช่น สายจูงอาหารเสริม เช่น กระดูกเทียม เป็นต้น และหากในอนาคตมีขี้อใหม่ออกมาขายส่วนใหญ่จะทำการทดลองซื้อ เพราะอยากทดลองขี้อใหม่ รองลงมาคือ มีสารอาหารครบถ้วนมากกว่าขี้อเดิมตามลำดับ และเมื่อทดลองขี้อใหม่แล้วส่วนมากจะเลิกซื้อขี้อเดิม แล้วเปลี่ยนมาใช้ขี้อใหม่ และในอนาคตจะแนะนำให้คนที่รู้จักใช้อย่างแน่นอน

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมว จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยทางด้านสถานที่จัดจำหน่าย และ ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยทางด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

การทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมว ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตาม อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ปัจจัยด้าน อายุ สถานภาพสมรส และระดับการศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสำหรับสุนัขและแมว มีความแตกต่างกัน โดยผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยทางด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำแนกตามอายุ ส่วนปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำแนกตามสถานภาพสมรส และปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจำแนกตามระดับการศึกษา