

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ	นางสาวกรทิพย์ นาคสุวรรณ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมพ์ หิรัญกิตติ
วิชาเอก	การจัดการทั่วไป
ปีการศึกษา	2549

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้เลี้ยงสุนัข และเป็นผู้ซื้ออาหารสำเร็จรูปสุนัข ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป โดยอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และแจกแบบสอบถาม ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยที่มีสองกลุ่มมาเปรียบเทียบกัน (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) กับกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่ม หากพบว่ามี ความแตกต่างกันจะทดสอบด้วย Least Significant Difference (LSD) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 26-35 ปี สถานภาพโสด มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10.0001-20.000 บาท และมีวัตถุประสงค์ในการเลี้ยงสุนัขเพื่อเป็นเพื่อนเล่น โดยส่วนใหญ่จะเลี้ยงสุนัขพันธุ์ผสม เพศผู้ อายุของสุนัขที่นิยมเลี้ยงต่ำกว่า หรือเท่ากับ 2 ปี จำนวนที่เลี้ยงอยู่ที่ 1-2 ตัว และให้อาหารสำเร็จรูปยี่ห้อเพดดิกรี นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ รายได้ และสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพฤติกรรมในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปสุนัข ด้านความถี่ และปริมาณแตกต่างกัน

Independent Study Title	Marketing Factors Attesting Dog Ready food Buying Decision in Bangkok Metropolis
Name	Miss Konthip Naksuwan
Advisor	Assistant Professor Phimma Hirankitti
Major	General Management
Academic year	2006

ABSTRACT

The objective of the study was to investigate the marketing factors attesting dog ready food buying decision in Bangkok Metropolis. The 400 people in Bangkok Metropolis, 15 years of age and up, feeding the dog and buying the dog ready food were the dog ready food were the sample of the study. The percentage, mean, standard deviation, t-test, one way analysis of variance, Least Significant Difference (LSD) and Pearson Product Moment Correlation Coefficient were used as the statistical analysis by the statistical package of the computer.

The result of the study found that majority of respondents were female, 26-35 years of age, single, and has income 10,001 – 20,000 baht/month. The objective of feeding the dog was accompany as the friend: Majority of the respondents fended the mixed varieties, male, 2 years old and lower, 1-2 dogs as the animal feeding and feeding dog ready food as Pedigree. The hypothesis testing found that there were differed in sex, age, income and marital status of the respondents, then there were differed in dog ready food buying decision concerning the frequency and the quantity.