

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา	2
1.4 นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ทฤษฎี และแนวคิด	4
2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	13
3.1 ขอบเขตของการศึกษา	13
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์	13
3.3 กลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	14
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	14
3.5 ระยะเวลาในการศึกษา	15
บทที่ 4 ผลการศึกษา	16
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	19
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	29
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับผลกระทบจากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัข สำเร็จรูป	84

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	139
5.1 สรุปผลการศึกษา	139
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	153
5.3 ข้อค้นพบ	154
5.4 ข้อเสนอแนะ	157
บรรณานุกรม	159
ภาคผนวก	160
แบบสอบถาม	161
ประวัติผู้เขียน	172

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	16
4.2	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	17
4.3	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา	17
4.4	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
4.5	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	18
4.6	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเลี้ยงสุนัข	19
4.7	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของอาหารที่ให้สุนัขในปัจจุบัน	19
4.8	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป	20
4.9	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป	20
4.10	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป	21
4.11	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป	22
4.12	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามยี่ห้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปที่เลือกซื้อ	23
4.13	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะร้านค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป	24
4.14	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ซื้อหลังจากตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป	25
4.15	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพอใจในผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปที่ซื้อ	25
4.16	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปในอนาคต	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.17	จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการตัดสินใจ แนะนำบุคคลอื่นให้ใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูป	27
4.18	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	29
4.19	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	31
4.20	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มี ผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	32
4.21	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	33
4.22	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในอำเภอ เมือง จังหวัดเชียงใหม่	34
4.23	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	35
4.24	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	37
4.25	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มี ผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	38
4.26	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	39
4.27	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.28	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	42
4.29	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	45
4.30	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	47
4.31	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	49
4.32	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	51
4.33	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามวุฒิการศึกษา	53
4.34	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามวุฒิการศึกษา	56
4.35	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามวุฒิการศึกษา	58
4.36	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามวุฒิการศึกษา	60
4.37	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	62
4.38	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	64
4.39	ค่าเฉลี่ย และแปรผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.40	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	69
4.41	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	71
4.42	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	73
4.43	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	75
4.44	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	77
4.45	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	78
4.46	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	80
4.47	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	82
4.48	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	84
4.49	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	86
4.50	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.51	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป	88
4.52	ค่าเฉลี่ย และแปลผลระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	89
4.53	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	90
4.54	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	92
4.55	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	93
4.56	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามเพศ	94
4.57	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ	96
4.58	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	97
4.59	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	100
4.60	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	102
4.61	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอายุ	104

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.62	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ	106
4.63	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามวุฒิการศึกษา	108
4.64	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามวุฒิการศึกษา	111
4.65	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามวุฒิการศึกษา	113
4.66	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามวุฒิการศึกษา	115
4.67	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา	117
4.68	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	119
4.69	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	122
4.70	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	124
4.71	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามอาชีพ	126
4.72	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ	128
4.73	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	130

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.74	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	132
4.75	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	133
4.76	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูป จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	135
4.77	ระดับผลกระทบจากปัญหาของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	137