



พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดอร์มของผู้บริโภค

ในเขตกรุงเทพมหานคร

Purchasing Behavior of Consumers in Bangkok Metropolis Area

Shopping for Avorderm Dog Food

รัตนา อ่วมแย้ม

Ratana Auamyaem

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันราชภัฏภาคใต้

ปีการศึกษา 2557

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ

พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดิร์มของ  
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

รัตนา อ่วมแย้ม

หลักสูตร


บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการ)

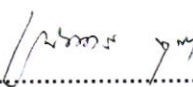
อาจารย์ที่ปรึกษา

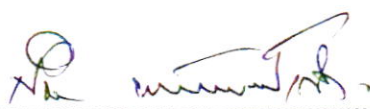
ดร.ชนินทร์ วิชชุลดา

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2557

.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์สุขจิตต์ ณ นคร)

.....กรรมการ / อาจารย์ที่ปรึกษา  
( ดร. ชนินทร์ วิชชุลดา)

.....ผู้อำนวยการหลักสูตร  
(ดร. พิชัย ทรัพย์เกิด)

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ

พฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดิร์มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

รัตนา อ่วมแย้ม

---

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดิร์มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของผู้ซื้อและพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดิร์มในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของผู้ซื้อสินค้าอาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดิร์มและพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดิร์มในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยชุดโปรแกรมสถิติเพื่อสังเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าไค-สแควร์

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปและผู้ซื้ออาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดิร์มส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนจะมีมากที่สุด โดยมีรายได้ตั้งแต่ 10,001-20,000 บาท 2) พฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัขมีผู้ที่ไม่เคยซื้ออาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดิร์มร้อยละ 38 โดยเหตุผลที่ไม่ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพราะไม่รู้จัก หาซื้อยาก สำหรับยี่ห้อที่นิยมเลือกซื้อ คือ ยี่ห้อเพตติกรี ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัข ได้แก่ ความสะดวก สถานที่จำหน่ายที่นิยมไปเลือกซื้อ ได้แก่ ร้านขายอาหารสัตว์เลี้ยง โดยนิยมซื้อครั้งละ 300-500 บาท ซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปครั้งละ 1-2 ถังต่อเดือน 3) ลักษณะผู้ซื้อส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัขยี่ห้อเอโวเดิร์ม

**Title** Purchasing Behavior of Consumers in Bangkok Metropolis Area  
Shopping for Avoderm Dog Food

**By** Ratana Auamyam

---

### **Abstract**

The objectives of this research were to study 1) personal factors of consumers in Bangkok Metropolis shopping for Avoderm dog food , who were target population under study 2) their purchasing behavior 3) the relationship between personal factors of population and their purchasing behavior . Samples included 250 dog food shoppers . Questionnaire was used to collect the data . A statistical software package was used to perform the analysis. Statistics used in this study included both descriptive statistics(percentage , mean , standard deviation) and inferential statistics( Chi-square test).

Outcome of the study revealed that the majority of respondents were female, single , 20-30 years of age , bachelor degree graduates , working for private firms with monthly income between 10,001-20,000 baht. Study of their purchasing behavior revealed that 38 percent of them never purchased Avoderm dog food. The reason given was that they did not know the product . Another reason given was the difficulty to acquire such product. Their most preferred product was "Pedigree" . Factors influential to their decision to purchase dog food were convenience of shopping . Pet food store was their most favorite place to shop for dog food. They normally paid 300-500 baht for each purchase and their monthly usage was between 1-2 bags . Hypothesis test showed that personal factors of consumers were correlated to their purchasing behavior of Avoderm dog food.