

ปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน
ของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

THE MARKETING MIX FACTORS AFFECTING CAT BREEDERS PURCHASE
DECISION OF ROYAL CANIN CAT FOOD IN
MUANG DISTRICT, CHACHOENGSAO PROVINCE

พีรพัฒน์ ปิยะจันทร์

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Peraphat Piyajan

Faculty of Business Administration Program in Marketing, Ramkhamhaeng University

Corresponding author: peraphat33@gmail.com

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันปัญหาของมนุษย์มีความเครียดเพิ่มสูงขึ้น อาจเกิดจากปัญหาต่าง ๆ เช่น โรค Covid-19 พฤติกรรมการทำงาน Work From Home มากขึ้น จึงทำให้มีภาวะเครียดมากขึ้น และครอบครัวในปัจจุบันเป็นครอบครัวขนาดเล็กลง บางครอบครัวไม่มีบุตร การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงในปัจจุบันจึงเพิ่มสูงขึ้น และมีการเลี้ยงเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว โดยเฉพาะแมว การเลี้ยงแมวให้ตรงตามช่วงวัยเพื่อให้แมวมีสุขภาพที่ดี อาหารแมวเป็นหนึ่งใน การช่วยให้แมวมีโภชนาการที่ดีและเติบโตอย่างเหมาะสมตามช่วงวัย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ที่ตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมของการตลาด และการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมของการตลาดของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน (4) เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน (5) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา (6) เพื่อศึกษารับรู้ถึงปัญหาการตัดสินใจซื้อ ในด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ของอาหารแมว โรยัลคานินของผู้

เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา การค้นคว้าอิสระครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างประชากร คือ ผู้เลี้ยงแมว ใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 400 คน ผลการค้นคว้าอิสระสรุปได้ดังนี้ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 โดยส่วนใหญ่ มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อยู่อาศัยบ้านเดี่ยว ปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมว โรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนด้านที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลิก ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ; การตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ABSTRACT

The purposes of this study were; (1) to survey the demographics of people to cat breeders purchase decision of Royal Canin cat food in Muang district, Chachoengsao province (2) to study the marketing mix factors cat breeders purchase decision of Royal Canin cat food in Muang district, Chachoengsao province (3) to study the marketing mix factors affecting cat breeders in Muang District Chachoengsao Province with different demographics (4) to study the cat breeders purchase decision of Royal Canin cat food in Muang district, Chachoengsao province (5) to study the level of opinions in marketing mix cat breeders purchase decision of Royal Canin cat food in Muang district, Chachoengsao province (6) to study and recognize the problem of purchasing decision in terms of awareness of problems and needs information search alternative assessment cat breeders purchase decision of Royal Canin cat food in Muang district, Chachoengsao province. This Independent Study use 400 people of cat breeders in Muang district, Chachoengsao province area to have questionnaires for data.

The results of this study could be summarized as follows:

The results showed that the respondents who used Royal Canin cat food in Muang district Chachoengsao province area most of them are female, 225 people, representing 56.25%, mostly earn 20,001 - 30,000 baht, have a bachelor's degree, have a career as an employee of a private company, live in a single house

According to the cat breeders questionnaires has been revealed that the factor of product distribution is the highest opinion, and the factor of product is followed as the second, and the factor of physical appearance, the factor of person, the factor of price, and the factor of process are followed in order.

Keywords: The market mix factors; purchase decision of Royal Canin cat food of in Muang district, Chachoengsao province

บทนำ

จากสถานการณ์โรค Covid-19 ในปัจจุบัน ส่งผลให้พฤติกรรมของมนุษย์เปลี่ยนไป นักเรียน นักศึกษามีการเรียนออนไลน์ พนักงานเริ่มทำงานแบบ Work Form Home มากยิ่งขึ้น มีการเข้าสังคมน้อยลง มีกิจกรรมน้อยลง ส่งผลให้เกิดความเครียดมากขึ้น สถานการณ์ครอบครัวในปัจจุบันมีขนาดเล็กลง มีบุตรน้อยลง ผู้คนส่วนใหญ่หันมาสนใจสัตว์เลี้ยงมากขึ้น โดยเฉพาะแมว จึงทำให้การจัดงานใหญ่อย่าง Pet Expo ที่มีการจัดขึ้นทุกปี มีความสนใจมากยิ่งขึ้น ส่วนแบ่งการตลาดเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น มีการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการมากขึ้นโดยเฉพาะโซนแมว มีการพัฒนาอาหารแมวมากยิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองต่อโจทย์ผู้เลี้ยงแมวในทุกๆช่วงวัย โดยหวังว่าสัตว์เลี้ยงของเรามีโภชนาการที่ดี ได้รับอาหารที่มีประโยชน์ช่วยลดการเกิดโรคต่อแมวได้ดี โดยเฉพาะอาหารแมวโรยัลคานิน จะแบ่งอาหารแมวออกเป็น 2 หมวดหลัก ได้แก่ อาหารแมวสำหรับการรักษาที่อยู่ในคลินิก ในการดูแลของสัตวแพทย์ และอาหารแมวสำหรับร้านอาหารสัตว์เลี้ยงทั่วไป

วัตถุประสงค์ของการค้นคว้าอิสระ

เพื่อสำรวจลักษณะประชากรศาสตร์ ระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการศึกษาปัจจัยส่วนประสมของการตลาด และการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันและเพื่อศึกษารับรู้ถึงปัญหาการตัดสินใจซื้อ ในด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ของอาหารแมว โรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ตัวแปรศึกษาในการค้นคว้าอิสระ

ตัวแปรอิสระ ประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และปัจจัยส่วนประสมของการตลาด 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

ตัวแปรตามได้แก่ การตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

สมมติฐานของการค้นคว้าอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ขอบเขตของการค้นคว้าอิสระ

ในการศึกษาการค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมของการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหาร แมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา มีขอบเขตการค้นคว้าอิสระดังนี้

- 1.ขอบเขตด้านเนื้อหาแบ่งออกเป็น ตัวแปรอิสระ ที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมของการตลาด และตัวแปรตาม คือการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน
- 2.ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระ คือ ผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมืองจังหวัดฉะเชิงเทราที่เคยใช้อาหารแมวโรยัลคานิน ที่มีประสบการณ์ใช้อาหารแมวโรยัลคานิน
- 3.ขอบเขตด้านระยะเวลา การค้นคว้าอิสระครั้งนี้จะทำการค้นคว้าอิสระ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน – สิงหาคม 2566

ประโยชน์ที่ได้รับจากการค้นคว้าอิสระ

ทราบถึงปัจจัยประชากรศาสตร์ รวมไปถึงปัจจัยส่วนประสมของการตลาดที่มีผลต่อผู้ที่ตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าอิสระ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการของบริษัทโรยัลคานิน รวมถึงผู้ประกอบการขายอาหารแมวยี่ห้ออื่นๆ เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารแมวของผู้เลี้ยงแมว ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคสูงสุด

ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

Kotler (1997, p. 92) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมทางการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมามีการ คิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาด สมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจ ทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสม ทางการตลาดแบบ 7Ps

สุดาตวง เรื่องรุจิระ (2543, หน้า29) ได้กล่าวไว้ว่า สำหรับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานทางด้านการตลาด เป็นปัจจัยที่สามารถทำการควบคุม ได้โดยพื้นฐาน จะประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลักอันได้แก่ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้าน

ราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งทั้งหมดจะเรียกรวมกันกว่า 4Ps แต่สำหรับธุรกิจบริการจะมีปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เพิ่มอีก 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) รวมเรียกได้ว่าเป็น 7Ps

Kotler & Keller, (2012) พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง ประสบการณ์การเรียนรู้ การเลือก การใช้และการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) หมายถึง การรับรู้ถึงความต้องการ หรือ การรับรู้ปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ

2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) หมายถึง การค้นหาข้อมูลก่อนซื้อ เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อแล้ว จะเริ่มค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการโดยแหล่งข้อมูลอาจมาจากญาติมิตรคนรู้จัก บริษัท ทั้งข้อมูลในอินเทอร์เน็ต หรือจากประสบการณ์ของผู้เคยใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ

3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หมายถึง การประเมิน ทางเลือก หลังจากที่ผู้บริโภครวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆแล้ว ผู้บริโภคประเมินทางเลือกโดยพิจารณาผลประโยชน์และผลเสียในด้านต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หมายถึง พฤติกรรมการซื้อเมื่อผู้บริโภคประเมินทางเลือกจากข้อมูลต่างๆแล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการเป็นครั้งแรก อาจมี แรงจูงใจให้ตัดสินใจซื้อเร็วยิ่งขึ้นได้ เช่น โปรโมชั่น

5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หมายถึง การประเมินการซื้อ ภายหลังจากการซื้อ ผู้บริโภคประเมินสินค้าหรือบริการนั้น โดยจะมีผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ของการ ประเมิน 3 ประการ คือเกินความคาดหวังซึ่งนำไปสู่ความพอใจ อาจทำให้เกิดการซื้อซ้ำ ต่ำกว่า ความคิดหวังนำไปสู่ความรู้สึกไม่พอใจ ซึ่งอาจส่งผลต่อการเปลี่ยนตราสินค้าและไม่ซื้อซ้ำ สอดคล้องกับความคาดหวังนำไปสู่ความรู้สึกเป็นกลาง ทั้งนี้ผู้บริโภคมีแนวโน้มบอกต่อถึงประสบการณ์ ความรู้สึกจากการใช้งานสินค้าหรือบริการของตนเองผ่านกลุ่มสังคมของตนเอง และกลุ่มอื่นๆเช่นทาง เว็บบอร์ด อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพชร เทียนธาดา (2563) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูป สำหรับแมวในเขตกรุงเทพมหานคร การค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นการค้นคว้าอิสระเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการสำรวจ (Survey Research) มี วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารสัตว์ เลี้ยงสำเร็จรูปสำหรับแมวในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อ

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรศาสตร์กับแนวคิดส่วน ประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูปสำหรับแมวในกรุงเทพมหานคร

ปาณิสรา ตั้งวิเศษจิต (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑล การศึกษาการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารแมวสำเร็จรูป เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพและปริมณฑลกับกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารแมวสำเร็จรูป และเพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการ การตัดสินใจซื้ออาหารแมวสำเร็จรูป

เอมอร หมั่นเขตกรณ์ (2565) การศึกษาการค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเม็ดของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานีโดยมีวัตถุประสงค์ของการค้นคว้าอิสระ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่เลี้ยงแมวในจังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเม็ดของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี 3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเม็ดของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี

วิธีการดำเนินการค้นคว้าอิสระ

วิธีการเก็บข้อมูล

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นการค้นคว้าอิสระที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการค้นคว้าอิสระเชิงปริมาณ โดยมีแหล่งที่มา ข้อมูล 2 แหล่ง คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) และ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source)

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary source) ใช้แบบสอบถามในการศึกษาจากผู้เลี้ยงแมวที่ซื้ออาหารแมว โรยัลคานิน ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary source) เป็นการศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่มีผู้ศึกษาและเก็บรวบรวมเอกสารทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ รายงานการค้นคว้าอิสระ หนังสือ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น

โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลดังนี้

เก็บข้อมูลโดยใช้ฟอร์มแบบสอบถามจากเว็บไซต์ออนไลน์ส่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้เลี้ยงแมว ในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ที่มีประสบการณ์ใช้อาหารแมวโรยัลคานิน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ค้นคว้าอิสระทำการประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ดังนี้ แบบสอบถามตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ผู้ค้นคว้าอิสระต้องนำข้อมูลในส่วนนี้ไปวิเคราะห์แจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ โดยจำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ แบบสอบถามตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา แบบสอบถามตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถอธิบายได้ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ คือ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา คือ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการนำสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวใน อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยผู้ค้นคว้าอิสระใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติโดยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) และการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสัมประสิทธิ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าที่ได้เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ปกติจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00

ผลการค้นคว้าอิสระ

การสรุปผลการค้นคว้าอิสระสามารถนำเสนอได้ 2 ส่วนดังนี้

1.การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีผลการวิเคราะห์ดังนี้

1.1 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง

1.2 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี และน้อยที่สุด อายุ 40 ปีขึ้นไป

1.3 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท รองลงมาคือ รายได้ 12,001 – 20,000 บาท และน้อยที่สุด รายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป

1.4 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 275 คน รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญา และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษาและน้อยที่สุดคือ รับจ้าง/อาชีพอิสระ

1.6 ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่อาศัยบ้านเดี่ยวส่วนตัว รองลงมาคือ อาคารพาณิชย์ ทาวน์เฮ้าส์และน้อยที่สุดคือ บ้านเช่า

1.7 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ข้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือ อาหารแมวโรยัลคานินซื้อได้ในคลินิกสัตวแพทย์ คลินิกสัตวแพทย์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ข้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือสูตรอาหารมีความหลากหลายเหมาะสมกับในแต่ละช่วงวัยของแมว ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพข้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือมีการตกแต่งแบนเนอร์ ตามแอปพลิเคชันบนโซเชียลมีเดีย ตามเว็บไซต์ต่างๆ ปัจจัยด้านบุคคลข้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ ปัจจัยด้านราคาข้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือมีช่องทางในการชำระเงินที่หลากหลาย ปัจจัยด้านกระบวนการซื้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดคือลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีในการซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน

1.8 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับ การตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินโดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ ข้อคำถามที่มีความคิดเห็นระดับมากที่สุด คืออาหารแมวโรยัลคานินมีรูปแบบอาหารสำหรับแมวที่ป่วยที่หลากหลาย ด้านการค้นหาข้อมูล ข้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด คือผู้เลี้ยงแมวที่รู้จัก สามารถรู้จักและแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลอาหารแมวโรยัลคานินได้ ด้านการประเมินทางเลือก ข้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด คือ เปรียบเทียบการซื้ออาหารแมวเกี่ยวกับด้านคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่กำหนด ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อข้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด คือมีการวางแผนซื้ออาหารแมวยี่ห้อโรยัลคานินล่วงหน้าก่อนทำการสั่งซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ ข้อคำถามที่มีระดับความคิดเห็น ระดับมากที่สุด คือ รู้สึกดีต่อแบรนด์ และบอกต่อเกี่ยวกับอาหารแมวโรยัลคานินกับผู้เลี้ยงแมวคนอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา และการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการค้นคว้าอิสระโดยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .706 โดยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ปัจจัยด้าน ราคา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .777 โดยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .684 โดยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ปัจจัยด้านบุคคลมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .685 โดยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ปัจจัยด้านกระบวนการมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .837 โดยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .844 โดยมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทราในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ 0.905 และสามารถอธิบายความผันแปรของปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ได้ร้อยละ 81.9 ($R^2 = 0.819$) โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6$$

$$\text{Decision} = .424 + .104aa + .151bb + .068cc + .058dd + .196ee + .326ff$$

$$(3.504) \quad (4.704) \quad (2.029) \quad (2.022) \quad (5.127) \quad (9.817)$$

จากสมการ พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้ดีที่สุดคือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพรองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและอันดับสุดท้าย คือปัจจัยด้านบุคคล

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผลการค้นคว้าอิสระ

การค้นคว้าอิสระ เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามผ่านคำถามคัดกรองทั้งหมด จำนวน 400 คน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 คนตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00, อายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50, อายุ 40 ปี ขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมาคือ รายได้ 12,001 – 20,000 บาทจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.75, รายได้ไม่เกิน 12,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75, รายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญา จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50, สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00, พนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50, ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75, รับจ้าง/อาชีพอิสระจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่อาศัยบ้านเดี่ยวส่วนตัวจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาคือ อาคารพาณิชย์ ทาวน์เฮ้าส์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00, คอนโดมิเนียม จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00, เกสต์เฮาส์หรืออพาร์ทเมนต์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25, บ้านเช่า 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมว โรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมว โรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนด้านที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการ ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์การตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

การตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินโดยรวมอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงปัญหาและความต้องการ ด้านที่มีระดับความคิดเห็นระดับมาก คือ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 – 6 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมของการตลาด สนับสนุนทุกสมมติฐาน คือ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 2) ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 4) ปัจจัยด้านบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 5) ปัจจัยด้านกระบวนการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา 6) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา และพบว่ามีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ .000 และสามารถอ่านผลได้ดังนี้

1. สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
4. สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านบุคคล มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
5. สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านกระบวนการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา
6. สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

ข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมของการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานินของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการค้นคว้าอิสระเพียงเฉพาะในเรื่องของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มี ปัจจัยเพียงแค่ 6 ปัจจัยเท่านั้น โดยความเป็นจริงแล้ว ยังมีปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน อีกหลายปัจจัย ผู้ค้นคว้าอิสระยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการค้นคว้าอิสระในครั้งต่อไป ดังนี้

1. การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้มีขอบเขตระยะเวลาแค่ช่วง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2566 ถึง เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2566 เท่านั้น กรณีวันเวลาผ่านไป อาจทำให้เกิดปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผล ต่อการตัดสินใจเพิ่มขึ้น ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาและทำการค้นคว้าอิสระปัจจัยด้านอื่นๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเพิ่มเติมได้

2. การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้กำหนดปัจจัยที่ส่งผลเพียง 6 ด้านเท่านั้นได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคคล และ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ยังมีปัจจัยด้านอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารแมวโรยัลคานิน ของผู้เลี้ยงแมวในอำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา เช่น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อิทธิพลของ อินฟลูเอนเซอร์ (influencer) ในสื่อโซเชียลมีเดีย เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

เพชร เทียนธาดา. (2563). ศึกษาเรื่องการศึกษพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสัตว์เลี้ยงสำเร็จรูป สำหรับแมวกรุงเทพฯ:(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต),มหาวิทยาลัยรามคำแหง,คณะบริหารธุรกิจ.

ปานิสรา ตั้งวิเศษจิต. (2564). ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปของผู้บริโภค.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต),มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

เอมอร หมั่นเขตกรณ์(2565). การศึกษาการค้นคว้าอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปชนิดเม็ดของผู้บริโภค.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต),มหาวิทยาลัยรามคำแหงสุดาตวง เรื่องรุจระ. (2543). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ : ปรกษาพริก

Garvey, MS. Hohenhaus, AE. Houpt, KA. Pinckney, JE. Wallace, MS and Randolph,E. 1999. The Veterinarians' Guild to Your Cat's Symptoms. Villard Books. New York. 175 pp.

Siegal, M and Richards, JR. 1997. The Cornell Book of Cats. 2 "Ed. Villard Books. NewYork. 465 pp.

Fort Dooge Animal Health. 2000. The American Association of Feline Practitioners.

Cooper, B and lane, D.R.. 2003. Veterinary Nursing. 3 " Ed. Butterworth-Heinemann. UK 787 pp.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Marketing management (14th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). Principles of marketing (17th ed.). New Jersey: Prentice Hall.