

# การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปของตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานคร

## A Study of Characteristics Factors and Marketing Mix Factors Affecting Consumer Buying Decision on Complete Cat Food in Chatuchak Weekend Market, Bangkok Metropolis

รพีพรรณ ฉัตรเลิศยศ<sup>1</sup> สุทธิภาสร์ พงศ์เจริญวานิช<sup>2</sup> บังลังก์ จงวัฒนานุกูล<sup>3</sup>

Received: 15.02.2023, Revised: 10.03.2023, Accepted: 25.03.2023

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปของตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานคร และศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปของตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคที่ซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปในตลาดนัดจตุจักร จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การเปรียบเทียบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปของตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และรายได้ 15,001 -25,000 บาท การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปของตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระดับรายได้ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปของตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานคร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารแมวสำเร็จรูปของตลาดนัดจตุจักร กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ:** ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, พฤติกรรมการเลือกซื้อ, อาหารแมวสำเร็จรูป, ตลาดนัดจตุจักร

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการเงินและการลงทุน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

อีเมลล์: rapeephantchart@gmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์สาขาวิชา การเงินและการลงทุน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

อีเมลล์: Suttiphat\_pon@vu.ac.th

<sup>3</sup> อาจารย์สาขาวิชาการเงินและการลงทุน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

อีเมลล์: banlang\_jon@vu.ac.th

# A Study of Characteristics Factors and Marketing Mix Factors Affecting Consumer Buying Decision on Complete Cat Food in Chatuchak Weekend Market, Bangkok Metropolis

Rapeephant Chartlertyo<sup>1</sup> Sutti<sup>2</sup>phat Pongcharoenwanich<sup>2</sup> Banlang Jonwattananukul<sup>3</sup>  
Received: 15.02.2023, Revised: 10.03.2023, Accepted: 25.03.2023

## ABSTRACT

The objectives of this study were to study the comparisons of characteristics factors affecting consumer buying decision on complete cat food in Chatuchak Weekend Market, Bangkok Metropolis, and study marketing mix factors affecting consumer buying decision on complete cat food in Chatuchak Weekend Market, Bangkok Metropolis. The sample was 400 consumers, who have bought cat food in Chatuchak Weekend Market. The convenient sampling and the questionnaire set were used to collect data. The descriptive statistics, which was used to analyze, consisted of percentage, mean, and standard deviation. The inferential statistics, which was used to analyze, consisted of t-Test, One-Way ANOVA, and multiple regression analysis at the 0.05 significance level.

The results found that the majority of samples, who bought cat food in Chatuchak Weekend Market, was females, age between 21-30 years, single, bachelor level, and income between 15,001-25,000 Baht. The comparisons of characteristics factors affecting consumer buying decision on complete cat food in Chatuchak Weekend Market, Bangkok Metropolis, found no difference in terms of gender, age, status, educational level, and income, respectively. The marketing mix, which was composed of product, price, place, and promotion, affected consumer buying decision on complete cat food in Chatuchak Weekend Market, Bangkok Metropolis at the 0.05 significance level.

**Keywords:** Characteristics Factors, Marketing Mix Factors, Consumer Buying Decision, Complete Cat Food, Chatuchak Weekend Market

---

<sup>1</sup>Assistant Professor, Finance and Investment Department, Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University.

Email: [rapeephantchart@gmail.com](mailto:rapeephantchart@gmail.com)

<sup>2</sup>Lecture, Finance and Investment Department, Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University.

Email: [sutti<sup>2</sup>phat\\_pon@vu.ac.th](mailto:sutti<sup>2</sup>phat_pon@vu.ac.th)

<sup>3</sup>Lecture, Finance and Investment Department, Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University.

Email: [Banlang\\_Jon@vu.ac.th](mailto:Banlang_Jon@vu.ac.th)