

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

พฤติกรรมการซื้อสุนัขในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาววรัทยา พวงจิตต์

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์

### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการซื้อสุนัขในอำเภอเมืองเชียงใหม่ การศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากผู้ที่เคยซื้อและเลี้ยงสุนัขในปัจจุบันในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด จำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท ลักษณะของที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว ส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขทั้งหมด 1 ตัว เลี้ยงสุนัขพันธุ์แท้โดยเลี้ยงสุนัขพันธุ์เล็ก เลี้ยงสุนัขด้วยอาหารสำเร็จรูปชนิดเม็ด มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนสำหรับสุนัข 1 ตัว 501-1,000 บาท และพาสุนัขไปหาสัตวแพทย์เพื่อฉีดวัคซีนป้องกันโรคมามากที่สุด

ส่วนพฤติกรรมการซื้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสุนัขมาเลี้ยงเพื่อเป็นเพื่อนเล่น โดยซื้อสุนัขพันธุ์เล็ก ซึ่งส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อพันธุ์สุนัขเพราะชอบลักษณะรูปร่างของสุนัข โดยซื้อสุนัขในราคามากกว่า 5,000 บาท ทั้งนี้มีคนในครอบครัวร่วมกันตัดสินใจในการซื้อสุนัข นอกจากนี้ยังพบว่าส่วนใหญ่จะซื้อสุนัขเมื่ออยากได้เพื่อนให้กับสุนัขตัวที่เลี้ยงอยู่ โดยซื้อสุนัขในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าซื้อสุนัขนอกจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายสุนัขในจังหวัดเชียงใหม่และซื้อสุนัขมาจากผู้ขายตามบ้านที่มีลูกสุนัข เพราะมีสุนัขพันธุ์ที่ต้องการ การหาข้อมูลก่อนการซื้อสุนัขพบว่าหาข้อมูลทางสื่อมากที่สุดโดยหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อสุนัขทันทีเมื่อตัดสินใจโดยชำระเงินสดครั้งเดียว ส่วนใหญ่พอใจมากที่สุดกับสุนัขที่ซื้อ โดยจะแนะนำให้กับบุคคลอื่นซื้อสุนัขจากแหล่งที่ซื้อและแนะนำให้กับบุคคลอื่นซื้อพันธุ์สุนัขที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อสุนัข พบว่าปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคือ ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านสถานที่จัดจำหน่าย ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title** Dog Buying Behavior in Mueang Chiang Mai District

**Author** Ms. Waratthaya Pongjit

**Degree** Master of Business Administration

**Independent Study Advisor** Associate Professor Orachorn Maneesong

### **ABSTRACT**

The objective of this study was to examine consumer behavior of buying a dog in Mueang Chiang Mai District. The data was collected from questionnaires received from 200 customers, who bought and have raised dogs in Mueang Chiang Mai District. The analysis of data was performed by descriptive statistics and inferential statistics.

The results of the study shown that most of respondents were single females aged between 21-30 years old. They were company employees with a bachelor's degree and approximate monthly income of 10,001-20,000 baht that live in a single house. They raised only one small pure breed dog feeding it dry dog food. The monthly expense for raising one dog was 501-1,000 baht. Annual vaccination by a veterinarian was the most popular method to protect dogs against diseases.

'Desire for companionship' was a main purpose of buying a dog. Most of them bought a small breed dog paying more than 5,000 baht. 'Physically characteristics of a dog' was a major factor for choosing a dog. Family members also got involved helping in decision to buy it. They also bought a new dog so that a new dog can be a companion with their former dog. They bought dogs sold in Chiang Mai, rather than outside Chiang Mai, via professional puppy shops and amateur local breeders who have puppies they prefer. Internet was the most popular channel to seek information before buying. They bought a dog in cash instantly after they found a dog they liked. They were fully satisfied with the dogs they bought and recommend others buy the same kind of dogs they have and to buy at the same place they purchased.

The most important determination factor of dog buying is 'product' (high level) while 'price', 'promotion', and 'place' are respectively less important (medium level).



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved