

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎี	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	12
ขอบเขตการศึกษา	12
วิธีการศึกษา	13
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
การวิเคราะห์ข้อมูล	13
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	15
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	26
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	45
ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน	51

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	80
สรุปผลการศึกษา	80
อภิปรายผลการศึกษา	91
ข้อค้นพบ	93
ข้อเสนอแนะ	94
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	100
ประวัติผู้เขียน	110

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	16
2	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	16
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	17
4	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	17
5	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	18
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสุนัขที่เลี้ยงในปัจจุบัน	18
7	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของสุนัขที่เลี้ยง	19
8	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์สุนัขที่เลี้ยง	19
9	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพันธุ์สุนัขที่เลี้ยง	20
10	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเลี้ยงสุนัข	21
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการที่ได้รับสุนัขมาเลี้ยง	22
12	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามทำงานอดิเรกหรือกิจกรรมยามว่าง	22
13	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเว็บไซต์ที่ใช้เป็นประจำ	24
14	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการพาสุนัขเข้าประกวดตามงานต่างๆ	25
15	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกการไปที่ชมรมงานสุนัข	25
16	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	26
17	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ จำนวนครั้งต่อเดือน	28
18	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อครั้ง	32

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	35
20	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	35
21	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผู้ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขด้วย	36
22	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ไปซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	36
23	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	37
24	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	37
25	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	38
26	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามโอกาสในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	39
27	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	39
28	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อโฆษณาที่ทำให้รู้จักผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	40
29	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	40
30	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการชำระเงินในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	41
31	แสดงแสดงค่าเฉลี่ย และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	41

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
32	แสดงจำนวน และร้อยละความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	42
33	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการซื้อผลิตภัณฑ์ สำหรับสุนัขในอนาคตข้างหน้า	44
34	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	45
35	ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	46
36	ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	47
37	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข	49
38	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข จำแนกตามเพศ	51
39	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข จำแนกตามเพศ	53
40	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข จำแนกตามเพศ	54
41	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข จำแนกตามเพศ	56
42	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข จำแนกตามอายุ	58
43	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข จำแนกตามอายุ	61
44	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัขจำแนกตามอายุ	63
45	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข จำแนกตามอายุ	65
46	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข จำแนกตามรายได้	69

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
47	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค จำแนกตามรายได้	71
48	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค จำแนกตามรายได้	74
49	แสดงค่าเฉลี่ย และระดับของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริม การตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภค จำแนกตามรายได้	77