

ชื่อเรื่อง	กลยุทธ์การตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาววัลลชนาภักดิ์ ศรีนวลไชย
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.อายุส หยุ่น

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดและปัญหาอุปสรรคของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 14 แห่ง และข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามผู้ใช้บริการจำนวน 400 ราย แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติสำเร็จรูป สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลจากการศึกษาพบว่าสถานพยาบาลสัตว์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยและคลินิกสัตว์แบบไม่มีที่พักสัตว์ป่วย ทำการเปิดให้บริการในเวลา 09.00 น. และปิดให้บริการในเวลา 20.00 น. มีผู้มาใช้บริการต่อวัน 0-30 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,000-500,000 บาท และผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุเฉลี่ย 40 ปี สถานภาพสมรส จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีสัตวแพทยศาสตร์ โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ประเภทสัตว์ที่นิยมนำมารับบริการคือสุนัข รายการมาใช้บริการคือการตรวจรักษาโรคทั่วไป ช่วงเวลาที่มาใช้บริการเป็นประจำคือ 16.01-21.00 น. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการมาใช้บริการต่อครั้ง 101-500 บาท ความถี่ในการมาใช้บริการอยู่ที่ 1 ครั้งต่อเดือน สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์คือ สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัยและสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้จักหรือทราบข้อมูลจากคนรู้จักแนะนำมาโดยวิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก

เมื่อเปรียบเทียบระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับข้อเสนอแนะกลยุทธ์การตลาดในการศึกษาวิจัยมีดังนี้ สถานพยาบาลสัตว์ควรมีการนำกลยุทธ์สร้างความแตกต่างมาใช้ โดยอันดับแรกที่สถานพยาบาลสัตว์ให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ควรมีความครบครันและมีความพร้อมในตัวผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการและช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้

ส่วนปัจจัยด้านราคา ควรมีการกำหนดราคาโดยพิจารณาต้นทุน คู่แข่งขันและความสมเหตุสมผล ปัจจัยด้านสถานที่ ทำเลที่ตั้งควรอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สามารถมองเห็นได้ง่ายและสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการของผู้ใช้บริการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ควรให้ความสำคัญกับการบริการที่มีคุณภาพโดยใช้สื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงโดยเฉพาะวิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก ปัจจัยด้านบุคลากร ควรคำนึงถึงการมีสัถยแพทย์ประจำที่มีชื่อเสียง มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการรักษาโรคเฉพาะทาง และบุคลากรรักในการให้บริการและมีจิตใจที่รักสัตว์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ควรมีสัถยแพทย์ประจำตลอดเวลา 24 ชั่วโมงและกระบวนการให้บริการมีความสะดวกรวดเร็วและถูกต้องชัดเจน ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ควรมีการปรับปรุงพัฒนาสถานพยาบาลสัตว์ให้เป็นโรงพยาบาลสัตว์ขนาดใหญ่และมีการจัดการสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้มีคุณภาพและความเหมาะสม เพื่อรองรับการมาใช้บริการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ให้บริการมากที่สุด

Title	Marketing Strategies of Animal Nursing Homes in Muang District, Chiang Mai Province
Author	Miss Warulchanapat Sreanouchai
Degree of	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Dr. Ayooth Yooyen

ABSTRACT

This objectives of this study were to investigate marketing strategies and problems encountered of animal nursing homes in Muang district, Chiang Mai province. Interview schedule were used as tool for data collection from 14 animal nursing homes and the data of customers were collected from 400 samples by using questionnaires. The obtained data were analyzed by using the Statistical Package for finding frequency, percentage, mean, and standard deviation. The analyzed result of the study had revealed the following:

Finding of the study revealed that most of animal nursing homes were the hospital with accommodation and clinic with no accommodation. Most of them opened at 09.00 a.m. and closed at 08.00 p.m. Averagely, most of them had 0-30 customers per day. Their average monthly income was 100,000-500,000 baht. Majority of animal nursing home owners were males, an average age of 40 years old and held bachelor's degree in Veterinary Science. Regarding customers, results of the study showed that majority of the customers were single, female, 20-30 years old, holding bachelor's degree, and being employed. The incomes of these customers were 5,000-10,000 baht per month. Most pets brought to animal nursing homes were dogs in which the popular services were treatments of common diseases. Customers usually used the services of animal nursing homes around 04.01-09.00 p.m. The average service charge per 1 visit was about 101-500 baht. Customers preferred to select the animal nursing homes that were located near their houses. The source where they knew or obtained information about the animal nursing homes was from acquaintances.

It was found that animal nursing home owners and customers placed the importance of marketing mix factor at a high level. Problem on services affected the respondents at a moderate level. For suggestions, the animal nursing home owners should use different

strategies in the marketing mix to make customers recognize the value and distinction of their services. Various products and services should be done as a priority that can create confidence and cope with needs of customers. In the case of price, the animal nursing home owners should set service rates based on cost, competition and reasonable price. For locality, the animal nursing home owners should choose to stay in bustling business area with easy to be found. For market promotion, the animal nursing home owners should place the importance of quality services to impress customers, resulting in words of mouth. For personal factor, the animal nursing home owners should have full time well-known veterinarian who are very competent in medical treatment. As a whole, they must have service mind and love animals. For the service process, the animal nursing home owners should provide 24 hours services with quick, accurate and clear steps. For physical evidence, the animal nursing home owners should develop their business to be an animal hospital that provide good quality services and greatest satisfaction to most customers.