

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันคนส่วนมากได้ให้ความสนใจกับการเลี้ยงสัตว์ประเภทสุนัขและแมวมากขึ้น เพราะการดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่มีรายได้ทางเศรษฐกิจดี และมีกำลังซื้อสูง การเลี้ยงสัตว์นอกจากจะเลี้ยงไว้เฝ้าบ้านแล้วยังนิยมเลี้ยงไว้เป็นเพื่อนหรือเป็นสมาชิกของครอบครัว ทำให้สัตว์เลี้ยงได้รับการเอาใจใส่และมีความสำคัญมากขึ้น จึงก่อให้เกิดธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงสุนัขและแมวมากมาย เพื่อให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของสัตว์เลี้ยง ทั้งบริการอาบน้ำ ตัดแต่งขน กำจัดเห็บหมัด ทำสั ไฮไลต์ขน ตลอดจนดูแลในเรื่องของที่พัก รับฝากเลี้ยง โรงพยาบาล และคลินิกสัตวแพทย์ รวมไปถึงการรับประทานอาหาร ขนมของว่างของสุนัขและแมว โรงเรียนฝึกสุนัข บางธุรกิจเป็นลักษณะของธุรกิจแบบครบวงจร ซึ่งก็ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก

ผลสำรวจของสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมสูงสุดมาตลอดจนถึงปัจจุบันยังคงเป็นตำแหน่งของสุนัข เพราะมีความน่ารัก ฉลาดแสนรู้ มีนิสัยซื่อสัตย์รักเจ้าของ ส่งผลให้พฤติกรรมการเลี้ยงสุนัขของผู้รักสุนัขเปลี่ยนไปมาก จากสัตว์คู่กาย ขามล่าสัตว์เปลี่ยนเป็นขามเฝ้าบ้าน กลายเป็นเพื่อนรัก และเข้าสู่การเป็นส่วนหนึ่งในครอบครัว จนมีการขยายพันธุ์เข้าสู่สถานะสัตว์เลี้ยงในเชิงพาณิชย์ โดยปัจจุบันหากไม่นับรวมสุนัขบ้านที่มีการเพาะพันธุ์จำหน่าย พบข้อมูลว่าทั่วประเทศมีฟาร์มสุนัขกว่า 500 ฟาร์ม จำนวนสุนัขที่มีเจ้าของทั่วประเทศมีราว 5 ล้านตัว รองลงมาเป็นแมว 1.5 ล้านตัวทั่วประเทศ (บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2552)

ปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าตลาดประมาณ 10,500 ล้านบาท โดยตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงกินส่วนแบ่งตลาดใหญ่ที่สุด 47% ตามมาด้วยโรงพยาบาล 29% เวชภัณฑ์ 10% และสุดท้ายคือ บริการด้านสัตว์เลี้ยง ซึ่งกินส่วนแบ่ง 14% ของตลาด (หรือเท่ากับราว 1,400-1,500 ล้านบาท) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552)

เมืองพัทยา นับได้ว่าเป็นเมืองที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มีความแตกต่างไปจากเมืองอื่น ๆ ในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งถือเสมือนเป็นข้อได้เปรียบของเมืองท่องเที่ยว ในอันที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา ตลาดธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง ในเมืองพัทยา จ. ชลบุรี เนื่องจากมีจำนวนผู้พักอาศัยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสนใจเข้ามาท่องเที่ยว พักอาศัย รวมถึงมีการดำเนินธุรกิจในเมืองพัทยา เป็นจำนวนมากขึ้นทุกปี นอกจากการเข้ามาของ

นักท่องเที่ยวต่างชาติแล้ว ยังมีการนำสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขและแมวสายพันธุ์ต่างประเทศ เข้ามาเป็นจำนวนมากอีกด้วย จึงเป็นสาเหตุหนึ่งของจำนวนประชากรสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขและแมวเพิ่มสูงขึ้นจากเดิม ซึ่งตรงข้ามกับการขยายธุรกิจบริการดูแลสัตว์เลี้ยงที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในการดูแลรักษาโรคอย่างถูกวิธีของผู้เชี่ยวชาญหรือ สัตวแพทย์สำเร็จการศึกษาใหม่ ๆ ในปัจจุบัน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจ โรงพยาบาลสัตว์ที่เพิ่งเริ่มดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ ต่าง ๆ แล้ว นับว่าบุคลากรที่มีวิชาชีพเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการรักษาสัตว์เลี้ยงอย่างถูกต้องตามจรรยาบรรณวิชาชีพ สัตวแพทย์มีน้อยกว่าผู้ที่นึกถึงผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง เนื่องจากการเสียชีวิตของสัตว์ป่วยหลังการรักษาของสัตวแพทย์ตามสถานบริการต่าง ๆ ยังไม่มีกฎหมายหรือข้อบังคับใด ๆ ออกมาควบคุม ดังนั้น จึงมีอัตราการเสียชีวิตของสัตว์ป่วยที่ไม่ได้รับการรักษาอย่างถูกต้องตามโรคที่สัตว์เป็น มีจำนวนสูงขึ้นเรื่อย ๆ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัย ซึ่งเล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหา จึงดำเนินการวิจัยการศึกษาโอกาสและแนวทาง การพัฒนาตลาดธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง ในเมืองพัทยา จ. ชลบุรี เพื่อนำปัญหาจากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงฯ และศึกษาพฤติกรรมความคิดเห็นเลือกใช้บริการ รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง และผู้เลี้ยงสัตว์ประเภทสุนัขและแมว เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับ มาพัฒนาการศึกษาโอกาส และแนวทาง การพัฒนาตลาดธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง ในเมืองพัทยา จ. ชลบุรี เพื่อดำเนินธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงที่มีคุณภาพมีมาตรฐานป็นที่ยอมรับในระดับสากล ต่อไปในอนาคต

ความสำคัญของปัญหา

1. ปัจจุบันมีการขยายตัวของสัตว์เลี้ยงเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมีผู้นิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงสายพันธุ์ต่างประเทศมากขึ้น ย่อมมีการแพร่ขยายของเชื้อโรคชนิดต่าง ๆ มากขึ้น จึงต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษจากผู้ที่มีความรู้ความชำนาญ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านสัตวแพทย์โดยตรงมากกว่าสายพันธุ์ไทยเดิม
2. ธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงที่มีการรักษาและขายสินค้าประเภทต่าง ๆ ที่ให้บริการอยู่ในพื้นที่เมืองพัทยา ยังไม่มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์มากพอ เป็นที่รู้จักได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพน่าเชื่อถือเพียงพอ หรือมีสินค้าและการให้บริการ ไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการของเจ้าของที่พาสัตว์เลี้ยงมารับบริการ
3. พนักงานในการให้บริการด้อยความรู้ สัตว์แพทย์ ไม่สามารถวินิจฉัยหรือรักษาโรคที่เกิดกับสัตว์เลี้ยงอย่างแม่นยำได้ ซึ่งอาจทำให้เกิดการเสียชีวิตของสัตว์เลี้ยงมากขึ้น และได้รับความเชื่อมั่นในการนำสัตว์เลี้ยงเข้ารักษาครั้งต่อไปลดลง

4. เนื่องจากเมืองพัทยามีปัญหาด้านการอพยพโยกย้ายของประชากรเข้ามาประกอบอาชีพ โดยไม่ได้มีการย้ายทะเบียนเข้ามาอย่างถูกต้องเป็นจำนวนมากถึง 3 - 4 เท่า ของจำนวนประชากรที่มีอยู่จริงตามทะเบียนราษฎร และไม่มีการขึ้นทะเบียนผู้มีสัตว์เลี้ยงในครอบครองจึงทำให้สัดส่วนจำนวนสัตว์เลี้ยง พยาบาล และสถานพยาบาลธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงไม่สอดคล้องกับจำนวนประชากรที่มีอยู่จริงในเมืองพัทยา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการในพื้นที่ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความสนใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ให้ผู้ที่ได้ศึกษาโอกาสและแนวทางความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. ให้ผู้ที่ได้ศึกษาได้นำเอาการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้บริโภคในพื้นที่ เมืองพัทยา ไปประยุกต์ใช้ในดำเนินกิจการ
3. ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง ในพื้นที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ ซึ่งมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.ขอบเขตของประชากร

1.1 ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เมืองพัทยาจำนวน 108,804 คน

1.2 กลุ่มที่ทำการศึกษา คือ กลุ่มตัวอย่างสำหรับการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เมืองพัทยาจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1970 :25) ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง (sampling error) ในครั้งนี้กำหนดเท่ากับ ± 0.05 ภายใต้ความเชื่อมั่น 95%

2.ขอบเขตในด้านเนื้อหาของการศึกษา

การวิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการพัฒนาตลาดธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง การศึกษานี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตลาดธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง โดยมุ่งเน้นศึกษาการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 8 ด้านได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านบริการ 3) ด้านราคา 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 5) ด้านส่งเสริมการตลาด 6) ด้านบุคลากร 7) ด้านกระบวนการบริการ และ 8) ด้านลักษณะทางกายภาพ

3.ขอบเขตของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางท่องเที่ยว จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ระดับการศึกษา

3.1.2 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ในพื้นที่เมืองพัทยา

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาตลาดธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง 8 ด้าน ได้แก่
1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านบริการ 3) ด้านราคา 4) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 5) ด้านส่งเสริม
การตลาด 6) ด้านบุคลากร 7) ด้านกระบวนการบริการ และ 8) ด้านลักษณะทางกายภาพ

นิยามศัพท์เฉพาะ

ธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง หมายถึง ธุรกิจให้บริการสัตว์เลี้ยงด้านการรักษาและการป้องกันโรคต่าง ๆ ของสัตว์เลี้ยง เช่น โรงพยาบาลสัตว์ คลินิกรักษาสัตว์ ร้านอาหารและอุปกรณ์ต่าง ๆ ของสัตว์เลี้ยงทั้งในด้านความจำเป็น ความสวยงาม และความบันเทิง มีสินค้า อาทิเช่น อุปกรณ์ต่าง ๆ จำพวกกรงสัตว์ แผ่นรองฉี่ ของเล่นสัตว์เลี้ยง อุปกรณ์ออกกำลังกายสัตว์เลี้ยง ปลอกคอ สายจูง หมวก แหวน ขวดนม เป็นต้น อาหารสัตว์ วิตามินต่าง ๆ อาหารเสริมของสัตว์เลี้ยง นมของสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

ประสบการณ์ หมายถึง ความรู้ความเชี่ยวชาญ ความชำนาญเฉพาะด้าน ตลอดจนชื่อเสียงในการดำเนินงานธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง คือ กู โฮม ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งดำเนินธุรกิจ

พนักงานบริการสัตว์เลี้ยง หมายถึง บุคลากรที่ให้บริการดูแลสัตว์เลี้ยง ที่ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ เช่น สัตวแพทย์ ผู้ช่วยสัตวแพทย์ พนักงานดูแลสัตว์เลี้ยง พนักงานขาย ตลอดจนอาจรวมถึงเจ้าของธุรกิจ

สายพันธุ์ต่างประเทศ หมายถึง สัตว์เลี้ยงที่มีถิ่นกำเนิดสายพันธุ์อยู่ต่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น สันนิษฐานว่าสุนัขพันธุ์ชิทซ์มีถิ่นกำเนิดในประเทศจีน, สุนัขพันธุ์ ชิวาว่า (Chihuahua) มีถิ่นกำเนิดในดินแดนที่เป็นประเทศเม็กซิโก หรือแมวเปอร์เซียที่มีถิ่นกำเนิดอยู่ในประเทศยุโรป เป็นต้น

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(8ps)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของ บริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอ บริการ (Channels)

ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการ ติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและ พฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การ ฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็น ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมึ ความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการ แก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้ง ทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่ง กายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์ อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติใน ด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อบริการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ