

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ ความต้องการบริการดูแลสุขภาพสุนัขที่บ้านในอำเภอเมือง
เชียงใหม่

ผู้เขียน นายพาทิ ศรีสวัสดิ์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิ ลังกานี ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้าคว่ำอิสระนี้ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการบริการดูแลสุขภาพสุนัขที่บ้าน
ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้เลี้ยงสุนัขที่นำ
สุนัขมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์เลี้ยงชั้น 1 ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยใช้
การเก็บตัวอย่างแบบตามสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีการศึกษาระดับ
ปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว
10,001 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขเพียง 1 ตัว และเป็นพันธุ์ผสมมากที่สุด ส่วนใหญ่มี
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการป้องกันและรักษาโรค หรือส่งเสริมสุขภาพ สำหรับสุนัข 1 ตัว 201 – 500 บาท
ต่อครั้ง

จากการศึกษา พบว่า ความต้องการดูแลสุขภาพสุนัขที่บ้านในปัจจุบันส่วนประสมการตลาด
บริการ ในระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ปัจจัยด้านบุคลากร รองลงมาคือ ปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ปัจจัยด้าน
การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย

Independent Study Title Needs for Dog Home Health Care Services in Mueang
Chiang Mai District

Author Mr. Patee Srisawat

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dr.Ravi Lonkani

Chairperson

Assistant Professor Piyaphan Klunklin

Member

ABSTRACT

This independent study is aimed at surveying the needs for dog health care services in Mueang Chiang Mai District. The information had been collected by the questionnaires distributed to 200 dog owners who were served in first class pet health care service. The data was then analyzed by using descriptive statistics which are frequency, percentage and an average.

Most questionnaire respondents are women, aged between 21 - 30, who graduated a bachelor degree and their work is private companies workers. Their average income was 10,001 – 20,000 Baht per month. Most of them have only one dog and prefer mixed-blood dogs. Most paid about 500 Baht per treatment for their dogs, for prevention and medication.

The study shows that the service marketing mix factors affecting the needs in highest level for dog healthcare services range with declining proportions are as follows : people, product, process, price, physical evidence, promotion and place.