

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายป้องกันโรคพยาธิ
หนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขในกรุงเทพมหานคร มีผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสุนัขที่เลี้ยงและการดูแลสุขภาพอนามัยสุนัข
- ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายป้องกันโรคพยาธิ
หนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขในกรุงเทพมหานคร

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 20-25 ปี มีอาชีพ
เป็นเจ้าของกิจการ ในด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถาน มีรายได้เฉลี่ย
ของครอบครัวประมาณ 10,000-20,000 บาทต่อเดือน

5.1.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสุนัขที่เลี้ยงและการดูแลสุขภาพอนามัยสุนัข

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัข 1-2 ตัว เลี้ยงสุนัขพันธุ์ต่างประเทศ เลี้ยงสุนัข
ไว้เป็นเพื่อนเล่นหรือคลายเหงา ดูแลสุขภาพด้วยการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ส่วนใหญ่รู้จัก
โรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขจากนายสัตวแพทย์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบว่ายุงเป็นพาหะ
นำโรคพยาธิหนอนหัวใจในสุนัข โดยมีนายสัตวแพทย์เป็นผู้แนะนำการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจ
ในสุนัข เจ้าของสุนัขที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจให้สุนัขด้วยยาฉีด
มากที่สุด ปัญหาที่พบจากวิธีและการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจในสุนัขที่ใช้ยุงในปัจจุบันคือ
ปัญหาจากการลืมหาสุนัขไปพบสัตวแพทย์ในการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจในสุนัขจะใช้
บริการที่คลินิกรักษา การซื้อยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจในสุนัขส่วนมากซื้อจากคลินิกรักษา
สัตว์หรือจากโรงพยาบาลสัตว์สาเหตุที่ทำให้มีการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขไม่สม่ำเสมอ
เนื่องมาจากการลืมป้องกัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจยาป้องกันโรคพยาธิหนอน
หัวใจสุนัขชนิดใหม่แบบฉีด 1 ครั้งต่อปี ด้วยเหตุผลที่ช่วยแก้ปัญหาจากการลืมให้ยาป้องกันโรค
พยาธิหนอนหัวใจสุนัข ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่สนใจยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข

ชนิดใหม่แบบฉีด 1 ครั้งต่อปี เพราะเหตุผลที่ไม่เคยมีสุนัขป่วยด้วยโรคพยาธิหนอนหัวใจ สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่แน่ใจต่อยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขชนิดใหม่แบบฉีด 1 ครั้งต่อปี เพราะยังไม่ทราบข้อมูลของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขชนิดใหม่แบบฉีด 1 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จ่ายเงินในการเลี้ยงสุนัขเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 2,000 บาท ขึ้นไป

5.1.3 ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขในกรุงเทพมหานคร

ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากเรียงตามระดับความสำคัญคือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel /Place)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยให้ความสำคัญปัจจัยย่อยลำดับแรก ในความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.32

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้จ่ายป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากกับผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง มีค่าเฉลี่ยผลต่อการเลือกใช้ 3.68 และ 3.96 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกในเพศชายคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือ ใกล้ที่ทำงานและปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกในเพศหญิงคือ ความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มสถานภาพโสด กลุ่มที่มีสถานภาพสมรสแล้วและ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยผลต่อการเลือกใช้ 3.91, 3.84 และ 4.45 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดคือ ความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงานและบริษัทที่ผลิตยามีความน่าเชื่อถือ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงานและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกเหมือนกันหลายปัจจัยย่อยคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้าน

หรือใกล้ที่ทำงาน บริษัทที่ผลิตยามีความน่าเชื่อถือ แหล่งผลิตยาเช่น ยาผลิตภายในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ การมียา/เวชภัณฑ์หรือสินค้าอื่นตั้งแสดงเป็นจำนวนมาก และการที่สถานที่ขายหรือให้บริการสะอาดเรียบร้อย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมมีผลต่อการเลือกใช้โดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเดือนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในทุกช่วงของรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาขายในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท, 40,001-50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท, 30,001- 40,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย

ปัจจัยด้านราคา (Price)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยลำดับแรกในการมีป้ายแสดงราคาขายหรือราคาการรักษาที่ชัดเจน ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.06

เมื่อจำแนกตามเพศพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากกับผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงมีค่าเฉลี่ยผลต่อการเลือกใช้ 3.78 และ 3.85 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยย่อยให้ความสำคัญในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกเหมือนกันในเพศชายและหญิงคือ การมีป้ายแสดงราคาขาย หรือราคาการรักษาที่ชัดเจน

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มสถานภาพโสด กลุ่มที่มีสถานภาพสมรสแล้วและ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากต่อปัจจัยด้านราคาขายมีค่าเฉลี่ยผลต่อการเลือกใช้ 3.84, 3.85 และ 4.20 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายคือ ด้านราคาของยาแต่ละชนิด (ชนิดหยด, ยาฉีด, ยากินชนิดเม็ด) เหมือนกัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาของสินค้าหรือยาที่มีส่วนผสมพิเศษ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสแล้วให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการมีป้ายแสดงราคาขาย หรือ ราคาการรักษาที่ชัดเจน

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกช่วงของรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาขายในระดับมากมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยโดยรวมที่มีผลต่อการเลือกใช้เท่ากับ 3.83 โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท, 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยย่อยที่สำคัญลำดับแรกเหมือนกันคือ การมีป้ายแสดงราคาขายหรือราคาการศึกษาที่ชัดเจน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ ด้านราคาของยาแต่ละชนิด (ชนิดหยด, ยาฉีด, ยากินชนิดเม็ด) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมต่อปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ การที่มีราคาใกล้เคียงกับยี่ห้อเดิมที่เคยใช้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 โดยให้ความสำคัญปัจจัยย่อยลำดับแรกด้านการมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำมีค่าเฉลี่ย 4.55

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากกับผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิง มีค่าเฉลี่ยผลต่อการเลือกใช้ 3.64 และ 3.73 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกเหมือนกันในผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงคือ การมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำหรือวิธีการใช้ยา โดยเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากและหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มที่มีสถานภาพโสด กลุ่มที่มีสถานภาพสมรสแล้วและ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้าย ให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยผลต่อการเลือกใช้ 3.78, 3.60 และ 4.33 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกเหมือนกันในผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพคือ ด้านการมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำหรือวิธีการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกอีกหลายปัจจัยคือ ปัจจัยย่อยด้านการมีพนักงานคอยให้คำแนะนำหรือวิธีการใช้ยา และการมีโฆษณาในสื่อต่างๆอีกด้วย

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเดือนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในทุกช่วงของรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยโดยรวมที่มีผลต่อการเลือกใช้เท่ากับ 3.71 โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกเหมือนกันในผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนในทุกช่วงของรายได้ต่อเดือนคือ ด้านการมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำหรือวิธีการใช้ยา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 โดยให้ความสำคัญปัจจัยย่อยลำดับแรกด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขในระดับมาก

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขให้ความสำคัญโดยรวมในระดับมากกับผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและหญิง มีค่าเฉลี่ยผลต่อการเลือกใช้ 3.70 และ 3.69 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกในเพศชายให้ความสำคัญในลำดับแรกเท่ากับ 2 ปัจจัยย่อย คือ ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข และการมีคุณสมบัติในการป้องกันโรคได้นาน ส่วนปัจจัยย่อยอันดับแรกที่มีผลต่อเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจ

เมื่อจำแนกตามสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า กลุ่มที่มีสถานภาพโสด กลุ่มที่มีสถานภาพสมรสแล้ว และกลุ่มที่มีสถานภาพหม้าย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยรวมที่มีผลต่อการเลือกใช้ 3.80, 3.57 และ 4.20 ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกเหมือนกันคือ ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้าง-แยกกันอยู่ และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสแล้ว ให้ความสำคัญใน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านคุณภาพยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขในระดับมากที่สุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ให้ความสำคัญกับตัวยาที่มีความปลอดภัยสูงสำคัญมากเป็นอันดับแรกด้วย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยหลายปัจจัยคือ ความสะดวกในการใช้ยา คุณสมบัติในการป้องกันโรคได้นาน ส่วนผสมของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข และการที่เป็นยาที่ผลิตจากยาตัวใหม่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกด้วย

เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกช่วงของรายได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยโดยรวมที่มีผลต่อการเลือกใช้เท่ากับ 3.69 โดยปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญลำดับแรกพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญอันดับแรกคือ การมีคุณสมบัติในการป้องกันโรคได้นาน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญโดยรวมกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001-40,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญโดยรวมกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกเหมือนกันคือ การที่ตัวยามีความปลอดภัยสูง

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้อายป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขในกรุงเทพมหานครพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้อายป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ทุกปัจจัย โดยเรียงตามระดับความสำคัญดังนี้ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งมีผลสอดคล้องกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2540: 69-70)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกใช้อายป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87) และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยที่มีผลมาก พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้อายป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขโดยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับคือ ความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.32) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เลิศศักดิ์ คุ้มรัตน์ (2545) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งยาด้านโรคอ้วนที่แพทย์ให้ความสำคัญมากในด้านผู้จัดจำหน่ายเป็นที่เชื่อถือของลูกค้า

ส่วนปัจจัยย่อยคลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน (ค่าเฉลี่ย 4.30) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วีรเชษฐ์ จันทร์วรเชษฐ์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายมีประเด็นย่อยที่มีอิทธิพลเฉลี่ยในระดับมากคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ไม่ไกลจากบ้านของผู้ซื้อสินค้า

ส่วนปัจจัยย่อยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกใช้ที่ค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมากอื่นๆ ได้แก่ บริษัทที่ผลิตยาที่มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.18) สถานที่ขายหรือให้บริการ สะอาดเรียบร้อย (ค่าเฉลี่ย 4.17) การมีที่จอดรถสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.89) เวลาปิด-เปิดของคลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) การจัดเรียงยาหรือสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.79) แหล่งผลิตยาเช่น ยาผลิตภายในหรือนำเข้าจากต่างประเทศ (มีค่าเฉลี่ย 3.61) คลินิกสัตว์หรือร้านตั้งอยู่ในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.56) และคลินิกสัตว์หรือสถานที่ให้บริการมีขนาดใหญ่ (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ปัจจัยด้านราคา มีผลต่อการเลือกใช้อายุป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83) ซึ่งมีผลสอดคล้องกับการศึกษาของ เลิศศักดิ์ ภูยิรัตน์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการส่งยาต้านโรคอ้วนในผู้ป่วยโรคอ้วนของแพทย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แพทย์ให้ความสำคัญในเรื่องปัจจัยด้านราคาในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พุทธศรี สุภาวรรณ (2542) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ออร์โธปิดิกส์ในการส่งจ่ายยาต้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ชนิดรับประทานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญในระดับมากคือ ปัจจัยด้านราคา

เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยที่มีผลมาก พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้ที่ค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก เรียงตามลำดับ คือ การมีป้ายแสดงราคาขายหรือราคารักษาที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.06) ราคาของยาแต่ละชนิดเช่น ชนิดหยด, ชนิดยาฉีด, ยากินชนิดเม็ด (ค่าเฉลี่ย 3.97) ราคาของสินค้าหรือยาที่มีส่วนผสมพิเศษ (ค่าเฉลี่ย 3.72) ราคาใกล้เคียงกับยี่ห้อเดิมที่เคยใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และราคาของยาแต่ละยี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 3.69) แต่จากข้อมูลของ สุมิตา จิราธิพร (2546: 10-17.) ได้อธิบายเกี่ยวกับสิ่งที่ควรคำนึงถึงของนายสัตวแพทย์ใช้เป็นข้อมูลในการแนะนำวิธีที่เหมาะสมกับความต้องการของเจ้าของสุนัขและสัตว์แต่ละตัว เมื่อต้องตัดสินใจที่จะเริ่มโปรแกรมการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขที่เหมาะสมรวมถึงความสามารถในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละวิธี ของเจ้าของสุนัข

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้อายุป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้ที่ค่าเฉลี่ยระดับมาก เรียงตามลำดับคือ การมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำ (ค่าเฉลี่ย 4.55) การมีพนักงาน คอยให้คำแนะนำและการใช้ยา (ค่าเฉลี่ย 4.30) การมีโปสเตอร์อธิบายหรือแนะนำวิธีการใช้ยาอยู่ในร้านหรือ คลินิก (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีเอกสารหรือแผ่นพับ สำหรับอธิบายวิธีการใช้ยาแจก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และบริการโทรเตือนฟรี เมื่อครบกำหนดที่ต้องให้ยาป้องกันซ้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ส่วนปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยโดยรวมในระดับน้อยคือ การมีลงโฆษณาในสื่อต่างๆ การให้ส่วนลดเมื่อซื้อมูลค่าสินค้าครบตามจำนวนที่ระบุไว้ การมีบริการแถมมีผลิตภัณฑ์แถมหรือของที่ระลึกร่วมรายการและ การมีรายการสินค้าสะสมแต้มเพื่อรับรางวัลหรือแลกซื้อ ซึ่งต่างจากผลการศึกษาของ วีรเชษฐ จันทร์วณิช (2546) ที่พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลเฉลี่ยในระดับมากต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปเรียงตามลำดับคือ มีส่วนลดให้เมื่อซื้อสินค้าตามปริมาณที่กำหนด มีส่วนลดพิเศษให้แก่ลูกค้าที่ซื้อเป็นประจำ มีการแจกเอกสารแนะนำคุณสมบัติของสินค้า มีของแถมเมื่อซื้อสินค้าครบตามปริมาณที่กำหนด การแลกซื้อสินค้าอื่นได้เมื่อซื้อครบตามปริมาณที่กำหนด และการมีของแถมมากับสินค้าหรืออาหารสุนัข

จากทฤษฎีซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2540: 69-70) อธิบายว่า การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ เป็นการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อส่งเสริมและสร้างทัศนคติ พฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสาร ซึ่งอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-Personal Selling) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อสินค้าและเป็นกุญแจสำคัญของสายสัมพันธ์ของการตลาดสายสัมพันธ์ เครื่องมือสำคัญของการสื่อสารการตลาด ซึ่งสนับสนุนผลจากการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญค่าเฉลี่ยระดับมาก กับการมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำเรื่องโรคหรือการรักษา ป้องกันต่างๆ รวมถึงการมีพนักงาน คอยให้คำแนะนำยาและการใช้ยา เป็นการติดต่อสื่อสาร โดยบุคคลทำการขาย (Personal Selling) การมีโปสเตอร์อธิบายหรือแนะนำวิธีการใช้ยาอยู่ในร้านหรือคลินิก การมีเอกสารหรือแผ่นพับ สำหรับอธิบายวิธีการใช้ยาแจกและบริการโทรเตือนฟรี เมื่อครบกำหนดที่ต้องให้ยาป้องกันซ้ำ ซึ่งทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกในการบริโภคสินค้า บริการและ สะดวกในการติดต่อสื่อสาร

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขโดยรวมในระดับมาก(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69) และเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยที่มีผลมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) ด้านตัวยามีความปลอดภัยสูง (ค่าเฉลี่ย 4.41) การมีคุณสมบัติในการป้องกันโรคได้นาน (ค่าเฉลี่ย 4.35) การมีระบุนวันหมดอายุบนกล่องหรือแผงบรรจุ (ค่าเฉลี่ย 4.14) และความสะดวกในการใช้ยา (ค่าเฉลี่ย 4.08) ซึ่งมีผลต่างจากการศึกษาของ เอกรัฐ วิทิตกพัทธ์ (2543) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ขาดใจมั่นในเลือดของแพทย์ประจำโรงพยาบาลที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลโดยรวมในระดับมากเช่นกันได้แก่ ความสะดวกในการใช้ยา (ค่าเฉลี่ย 4.08) ซึ่งสุมิตา จิราธิพร (2546 10-17.) ได้มีการอธิบายเกี่ยวกับสิ่งที่ควรคำนึงถึงเมื่อต้องตัดสินใจที่จะเริ่มโปรแกรมการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขที่เหมาะสมว่า นายสัตวแพทย์ควรที่จะซักถามความสะดวกของเจ้าของและสุนัขว่า วิธีใดในการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจที่จะอำนวยความสะดวกแก่เจ้าของมากที่สุด ซึ่งสิ่งที่นายสัตวแพทย์ควรคำนึงถึงเช่น ขนาดของสุนัข และความยาก-ง่ายในการป้อนยา

5.3 ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 ราย

พบว่า ผู้เลี้ยงสุนัขที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยเพียงร้อยละ 17.5 และ ผู้ที่เลี้ยงสุนัขจำนวนตั้งแต่ 3 ตัวขึ้นไปก็มีเพียงร้อยละ 35.5 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลี้ยงสุนัขพันธุ์ไทยน้อยกว่าพันธุ์ต่างประเทศ และมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 6 ราย ที่ยังไม่เคยฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้าและวัคซีนรวมให้สุนัขของตน แหล่งข้อมูลหรือสื่อที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขแก่เจ้าของสุนัขซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามได้รับทราบ หรือรู้จัก จากสื่อเหล่านี้ในปริมาณที่ยังน้อยอยู่ได้แก่ รายการวิทยุจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.5 จากประสบการณ์ของคนที่เคยมีสุนัขป่วยด้วยโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2 ทราบข้อมูลจากเว็บไซต์จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.5 ทราบข้อมูลจากการเรียนจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.5 และทราบข้อมูลจากรายการโทรทัศน์จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.5 มีผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 26 ที่ยังไม่ทราบว่ายังเป็นพาหะนำโรคพยาธิหนอนหัวใจในสุนัข โดยมีปัญหาหลักเนื่องจากการลืมพาสุนัขไปพบสัตวแพทย์จำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.5

เจ้าของสุนัขส่วนใหญ่มีการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขไม่สม่ำเสมอนอกจากสาเหตุที่ลืมป้องกันจำนวน 81 ราย และการที่ไม่เคยมีสุนัขป่วยด้วยโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขจำนวน 34 ราย นอกจากนี้ยังมีสาเหตุอื่นที่น่าสนใจอีก เช่น การไม่ทราบข้อมูลเรื่องโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขว่าก่อให้เกิดอันตรายร้ายแรงแก่สุนัขจำนวน 25 ราย การไม่ให้ความสำคัญในการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข 18 ราย การมีวิธีป้องกันยุ่งยากหรือไม่สะดวกในการป้องกันจำนวน 17 ราย และผู้ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าค่าใช้จ่ายในการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขสูงจำนวน 15 ราย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจใน
สุนัขของเจ้าของสุนัขมีดังนี้

ตารางที่ 41 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขที่มีผลต่อการเลือกใช้
ของเจ้าของสุนัข จำแนกตามเพศ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนของผู้
ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรก

จำแนกตาม	ปัจจัยย่อยด้านปัจจัยส่วนการตลาดที่สำคัญอันดับแรก			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ช่องทาง การจัดจำหน่าย	การส่งเสริม การขาย
1. เพศ - เพศชาย (61)	- คุณภาพของยาป้องกัน โรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข - คุณสมบัติในการป้องกัน โรคได้นาน	- การมีป้ายแสดงราคาขาย หรือ ราคารักษาที่ชัดเจน	- ด้านคลินิกสัตว์ หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	- ด้านมีนายสัตวแพทย์ ประจำสถานพยาบาล คอยให้คำแนะนำ
- เพศหญิง (139)	- ด้านคุณภาพของยาป้องกัน โรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข	- การมีป้ายแสดงราคาขาย หรือ ราคารักษาที่ชัดเจน	- ด้านความน่าเชื่อถือของสถาน พยาบาลสัตว์/สถานที่จำหน่าย	- ด้านมีนายสัตวแพทย์ ประจำสถานพยาบาล คอยให้คำแนะนำ
2. สถานภาพ - โสด (117)	- ด้านคุณภาพของยาป้องกัน โรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข	- ด้านราคาของยาแต่ละชนิด (ชนิดหยด, ยาฉีด, ยากิน ชนิดเม็ด)	- ด้านความน่าเชื่อถือ ของสถานพยาบาลสัตว์/ สถานที่จำหน่าย	- ด้านมีนายสัตวแพทย์ ประจำสถานพยาบาล คอยให้คำแนะนำ
- หย่าร้าง/ แยกกันอยู่(6)	- ด้านคุณภาพของยาป้องกัน โรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข - ตัวยามีความปลอดภัย กัญสูง	- ด้านราคาของ สินค้าหรือยาที่มี ส่วนผสมพิเศษ	- ด้านคลินิกสัตว์/สถานที่จำหน่าย ยาอยู่ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน - บริษัทผลิตยามีความน่าเชื่อถือ	- ด้านมีนายสัตวแพทย์ ประจำสถานพยาบาล คอยให้คำแนะนำ
- สมรส (75)	- ด้านคุณภาพ ของยาป้องกัน โรคพยาธิ หนอนหัวใจสุนัข	- ด้านมีป้ายแสดงราคาขาย หรือ ราคารักษาที่ชัดเจน	- ด้านคลินิกสัตว์หรือสถานที่ จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือ ใกล้ ที่ทำงาน	- ด้านมีนาย สัตวแพทย์ ประจำสถานพยาบาล คอยให้คำแนะนำ
- หม้าย (2)	- ด้านคุณภาพของยาป้องกัน โรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข - ความสะดวกในการใช้จ่าย - คุณสมบัติในการป้องกัน โรคได้นาน - ส่วนผสมของยาป้องกัน โรคพยาธิหนอนหัวใจ - ยาที่ผลิตจากยาตัวใหม่ - ตัวยามีความปลอดภัยสูง	- ด้านราคาของยาแต่ละชนิด (ชนิดหยด, ยาฉีด, ยากิน ชนิดเม็ด)	- ด้านคลินิกสัตว์/สถานที่ จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือ ใกล้ที่ ทำงาน - บริษัทผลิตยามีความน่าเชื่อถือ - แหล่งผลิตยาเช่น ผลิตใน ประเทศ-ต่างประเทศ - มียาเวชภัณฑ์/สินค้าอื่น ตั้ง แสดงจำนวนมาก - สถานที่ขายหรือให้บริการ สะอาดเรียบร้อย	- มีนายสัตวแพทย์ประจำ สถานพยาบาลคอยให้คำ แนะนำ - การมีพนักงานคอยให้ คำแนะนำและการใช้จ่าย - มีการลงโฆษณาใน สื่อต่างๆ

จำแนกตาม	ปัจจัยย่อยด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญอันดับแรก			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ช่องทาง การจัดจำหน่าย	การส่งเสริม การขาย
3. รายได้เฉลี่ย ครอบครัวต่อเดือน - น้อยกว่า 10,000 บาท (38)	- ด้านคุณสมบัติในการป้องกันโรคได้นาน	- ด้านมีป้ายแสดงราคาขายหรือราคารักษาที่ชัดเจน	- ด้านคลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	- ด้านมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำ
- 10,000-20,000 บาท (61)	- ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข	- ด้านราคาของยาแต่ละชนิด (ชนิดหยด, ยาฉีด, ยากินชนิดเม็ด)	- ด้านความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย	- มีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำ
- 20,001-30,000 บาท (24)	- ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข	- ด้านมีป้ายแสดงราคาขายหรือราคารักษาที่ชัดเจน	- ด้านความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย	- มีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำ
- 30,001-40,000 บาท (26)	- ตัวยามีความปลอดภัยสูง	- ด้านมีป้ายแสดงราคาขายหรือราคารักษาที่ชัดเจน	- ด้านความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย	- มีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำ
- 40,001-50,000 บาท (22)	- ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข	- ราคาใกล้เคียงกับยี่ห้อเดิมที่เคยใช้	- ด้านคลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน	- มีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำ
- มากกว่า 50,000 (29)	- ตัวยามีความปลอดภัยสูง	- ด้านมีป้ายแสดงราคาขายหรือราคารักษาที่ชัดเจน	- ด้านคลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน - ด้านความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย	- มีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำ

จากตารางที่ 41 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขที่มีผลต่อการเลือกใช้ของเจ้าของสุนัข จำแนกตามเพศ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจำแนกตามปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกด้านต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรก ที่มีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขเพศชายให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข และการมีคุณสมบัติในการป้องกันโรคได้นาน ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญอันดับแรกคือ ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขเมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรก คือ ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข เหมือนกัน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ให้ความสำคัญกับตัวยามีความปลอดภัยสูงสำคัญมากเป็นอันดับแรกด้วย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายให้ความสำคัญกับความสะดวกในการใช้ยา คุณสมบัติในการป้องกันโรคได้นาน ส่วนผสมของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข และการที่เป็นยาที่ผลิตจากยาตัวใหม่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกเพิ่มขึ้น เมื่อพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ การมีคุณสมบัติในการป้องกันโรคได้นาน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท 20,001-30,000 บาท และ 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ ด้านคุณภาพของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 30,001-40,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกเหมือนกันคือ การที่ตัวยามีความปลอดภัยสูง

ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกเหมือนกันคือ ด้านมีป้ายแสดงราคาขายหรือราคารักษาที่ชัดเจน เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามตามสถานภาพ โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกคือ ด้านราคาของยาแต่ละชนิด(ชนิดหยด, ยาฉีด, ยากินชนิดเม็ด) เหมือนกัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ให้ความสำคัญกับ ปัจจัยย่อยด้านราคาของสินค้าหรือยาที่มีส่วนผสมพิเศษ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีป้ายแสดงราคาขาย หรือ ราคารักษาที่ชัดเจน เมื่อพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท, 20,001-30,000 บาท, 30,001-40,000 บาท และ มากกว่า

50,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ การมีป้ายแสดงราคาขายหรือราคารักษาที่ชัดเจน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ ด้านราคาของยาแต่ละชนิด (ชนิดหยด, ยาฉีด, ยากินชนิดเม็ด) และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ การที่มีราคาใกล้เคียงกับยี่ห้อเดิมที่เคยใช้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขเพศชายให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหย่าร้างหรือแยกกันอยู่ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงานและบริษัทที่ผลิตยามีความน่าเชื่อถือ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกเหมือนกันหลายปัจจัยย่อยคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน บริษัทที่ผลิตยามีความน่าเชื่อถือ แหล่งผลิตยาเช่น ยาผลิตภายในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศ การมียา/เวชภัณฑ์หรือสินค้าอื่นตั้งแสดงเป็นจำนวนมาก และการที่สถานที่ขายหรือให้บริการสะอาดเรียบร้อย เมื่อพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง ต่ำกว่า 10,000 บาท, 40,001-50,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ คลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายยาอยู่ใกล้บ้านหรือใกล้ที่ทำงาน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท, 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือของสถานพยาบาลสัตว์หรือสถานที่จำหน่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกที่มีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกเหมือนกันคือ การมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำยาหรือวิธีการใช้ยา เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามโดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพให้

ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกคือ ด้านการมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำหรือวิธีการใช้ยา ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพหม้ายให้ความสำคัญปัจจัยย่อยสำคัญอันดับแรกเพิ่มในส่วนปัจจัยย่อยด้านการมีพนักงานคอยให้คำแนะนำหรือวิธีการใช้ยาและการมีลงโฆษณาในสื่อต่างๆอีกด้วย ซึ่งเมื่อพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนในทุกช่วงรายได้ต่อเดือน ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยที่สำคัญอันดับแรกเหมือนกันคือ ด้านการมีนายสัตวแพทย์ประจำสถานพยาบาลคอยให้คำแนะนำหรือวิธีการใช้ยา

ผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อจำแนกตามเพศ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยที่สำคัญลำดับแรกเหมือนกัน

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขของเจ้าของสุนัขในกรุงเทพมหานครมีข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปพัฒนากลยุทธ์การตลาดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขนอกจากการมีประสิทธิภาพดี คุณภาพดี และมีความปลอดภัยสูงแล้ว ควรมีคุณสมบัติในการป้องกันโรคได้นาน ยาที่เหลือจากการใช้ในแต่ละครั้งสามารถเก็บรักษาได้สะดวกและที่บรรจุภัณฑ์ควรมีการระบุวันหมดอายุอย่างชัดเจน ถ้าเป็นยาที่เจ้าของสุนัขสามารถใช้เองได้ควรมีรายละเอียดระบุวิธีการใช้ ขนาดที่ใช้ได้ชัดเจน ถ้าเป็นยาที่มีข้อควรระวังในการใช้ควรมีการระบุวิธีการใช้ เงื่อนไขข้อหลีกเลี่ยงการใช้และควรมีสัญญลักษณ์ที่ทำให้สังเกตเห็นได้ง่าย ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละตัวต้องมีความแตกต่างทั้งตัวผลิตภัณฑ์และตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน และลูกค้าหรือเจ้าของสุนัขสามารถแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และเกิดการรับรู้ในภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้

ปัจจัยด้านราคายาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข ควรมีป้ายแสดงราคาขายหรือป้ายแสดงราคารักษา ราคาของยาแต่ละชนิดควรมีการควบคุมราคาขายให้ใกล้เคียงกันหรือควรแตกต่างกันไม่มากนัก การกำหนดราคาสินค้าใหม่ที่จะออกสู่ตลาดซึ่งจะแตกต่างกันตามนโยบายของแต่ละบริษัทเช่น การกำหนดราคาโดยหลักต้นทุน การกำหนดราคาโดยหลักคุณค่า การกำหนดราคาแบบมุ่งเน้นกำไร การตั้งราคาค้าส่ง-ค้าปลีก การตั้งราคาแบบมุ่งเน้นภาพลักษณ์ของสินค้าหรือภาพลักษณ์บริษัทผู้ผลิต การใช้กลยุทธ์ราคาต่ำ การหนดราคาตามปริมาณยาที่ใช้ในการป้องกัน และอื่นๆ ซึ่งแต่ละแบบควรมีการเปรียบเทียบราคากับคุณค่าของสินค้า วิธีการใช้ยา ความสะดวก กล

ยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ตามตำแหน่งผลิตภัณฑ์และราคาสินค้าของกลุ่มที่มีอยู่ในตลาด ว่ามีความได้เปรียบในการวางกลยุทธ์ด้านราคากับยี่ห้ออื่นอย่างไร และต้นทุนที่เกิดขึ้นของเจ้าของสุนัขเมื่อเปรียบเทียบกับความคุ้มค่าของประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นๆ เพื่อทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ เกิดการซื้อและเกิดการกลับมาซื้อซ้ำของเจ้าของสุนัขและการคงการซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นอย่างต่อเนื่องต่อไป

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีจำหน่ายตามคลินิกหรือโรงพยาบาลสัตว์ทั่วไป เพื่อให้เจ้าของสุนัขได้รับความสะดวกในการใช้บริการสะดวกซื้อ ซึ่งการมีสถานที่ที่เหมาะสมเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยการขายสินค้าและบริการ ความน่าเชื่อถือของบริษัทที่ผลิตยาเป็นความได้เปรียบอย่างหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์การตลาด และสร้างภาพพจน์ให้กับสินค้าอีกด้วย การจัดให้สถานที่ขายหรือให้บริการ สะอาดเรียบร้อย ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดี และการมีที่จอดรถสะดวกสำหรับกรุงเทพที่มีการจราจรแออัดเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างยิ่ง การมีเวลาเปิด-ปิดของคลินิกสัตว์หรือสถานที่จำหน่ายควรเปิดช่วงเวลาโดยตรงตามพฤติกรรมลูกค้าบริเวณนั้นว่า มักมาใช้บริการช่วงใดบ้าง ในปัจจุบันคลินิกสัตว์หรือร้านค้าสัตว์เลี้ยงตั้งอยู่ในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้ามีจำนวนมากขึ้น เพิ่มความสะดวกในการใช้บริการร่วมกับ ห้างสรรพสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในสถานประกอบการควรมีผู้แนะนำการใช้ยาแก่เจ้าของสุนัข ซึ่งอาจเป็นนายสัตวแพทย์หรือเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำเจ้าของสุนัขในเรื่องความรู้เรื่องโรค หรือให้คำแนะนำต่างๆ เป็นการทำการตลาดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ดี และการมีพนักงานคอยให้คำแนะนำและการใช้ยาจะช่วยให้ลูกค้าหรือเจ้าของสุนัขเกิดความรู้ความเข้าใจและตั้งใจในการให้บริการ ทำให้กลับมาใช้บริการหรือทำให้เกิดการซื้อซ้ำอีก ร่วมกับการอธิบายด้วยภาพ ข้อมูลวิชาการเอกสาร โปสเตอร์แสดงรอยโรค อธิบายหรือแนะนำวิธีการใช้ยา การมีเอกสารหรือแผ่นพับ เครื่องมือทางการตลาด ที่ช่วยสนับสนุนและเพิ่มความมั่นใจให้กับเจ้าของสุนัขให้ตระหนักถึงความสำคัญในการป้องกันรักษาโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขว่า มีอยู่เป็นพาหะนำโรคซึ่งแพร่กระจายโรคได้ง่าย สามารถก่อให้เกิดโรคหรือการกลับมาติดเชื้อแก่สุนัข และความรู้ในการป้องกันโรคอื่นๆ ส่วนการแก้ปัญหาในการสัมภาษณ์ไปพบนายสัตวแพทย์ของเจ้าของสุนัขสามารถทำได้ โดยการมีบริการโทรเตือนฟรี การส่งเอกสารไปรษณีย์ และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) เริ่มมีการนิยมนำมาใช้กันมากขึ้นในกลุ่มคลินิกและโรงพยาบาลสัตว์ เมื่อครบกำหนดที่ต้องให้ยาป้องกันซ้ำตามโปรแกรม นับเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารข้อมูลแบบใหม่ที่สามารถทำการตลาดทางตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อทำการตลาดสัมพันธ์และกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้า-บริการนั้น ส่วนปัจจัยด้านการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น รายการวิทยุ เว็บไซต์ และรายการโทรทัศน์ ที่ยังมีผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลจากสื่อเหล่านี้บ่อยๆ อาจต้องพิจารณาในส่วนเรื่อง จำนวนครั้งความถี่ในการ

ออกอากาศ ช่วงเวลาที่มีผู้เข้าชมรายการ ความน่าสนใจของรายการ เนื้อหาสาระของรายการ เป็นต้น ซึ่งอาจมีการพิจารณาสื่ออื่นๆที่ทำให้สามารถสื่อสารตรงกลุ่มเป้าหมายมากกว่า ส่วนการส่งเสริมการขายโดยการให้ส่วนลดเมื่อซื้อมูลค่าครบตามจำนวนที่ระบุไว้ การแถมบริการ แถมผลิตภัณฑ์ หรือของที่ระลึกร่วมรายการ การที่สินค้ามีรายการสะสมแต้มเพื่อรับรางวัลหรือแลกซื้อ ในส่วนของยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขควรต้องมีการปรับปรุงรูปแบบให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

จากการศึกษาพบว่ามีประเด็นปัญหาหลายประเด็นที่น่าสนใจเช่น การที่มีผู้ที่ตอบแบบสอบถามอีกจำนวนมากที่ยังไม่ทราบว่ายุงเป็นพาหะนำโรคพยาธิหนอนหัวใจในสุนัข การไม่ทราบข้อมูลเรื่องโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขว่าก่อให้เกิดอันตรายร้ายแรงแก่สุนัข และการไม่ให้ความสำคัญในการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข ซึ่งเป็นประเด็นที่ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมการให้ข้อมูลความรู้ในการป้องกันและการใช้ยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขแก่เจ้าของสุนัข เพื่อการลดการระบาดและลดการกลับมาติดโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขซ้ำแก่สุนัข ซึ่งสามารถทำร่วมกันได้หลายวิธี ทั้งโดยการแนะนำโดยตรงจากนายสัตวแพทย์หรือเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำแก่เจ้าของสุนัขที่นำสุนัขมาใช้บริการในสถานประกอบการคลินิกสัตวหรือโรงพยาบาลสัตว์ รวมถึงการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดอื่นๆ ของบริษัทผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายยาป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข ที่สามารถสื่อสารและส่งข้อมูลถึงเจ้าของสุนัขและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ตระหนักถึงอันตรายของโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัข ส่วนประเด็นปัญหาหลักอันเนื่องมาจากการลืมพาสุนัขไปพบสัตวแพทย์ของเจ้าของสุนัข และการที่ส่วนใหญ่มีการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขไม่สม่ำเสมอเนื่องจากสาเหตุที่ลืมป้องกันนั้นสามารถทำได้โดย การมีบริการโทรเตือนฟรี การส่งเอกสารไปรษณีย์ และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ซึ่งเริ่มนิยมใช้กันมากขึ้นในกลุ่มคลินิกและโรงพยาบาลสัตว์ เมื่อครบกำหนดที่ต้องให้ยาป้องกันซ้ำตามโปรแกรม หรือการนัดหมายให้มาทำการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขร่วมกับกับโปรแกรมการดูแลสุขภาพหลักของสุนัข เช่น โปรแกรมการทำวัคซีนประจำปี การถ่ายพยาธิทั่วไป หรือตามความเหมาะสมที่นายสัตวแพทย์แนะนำ ซึ่งนับเป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารข้อมูลโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และทำให้สุนัขได้รับการป้องกันโรคพยาธิหนอนหัวใจสุนัขอย่างต่อเนื่อง และยังเป็น การลดความเสี่ยงในการติดโรคพยาธิหนอนหัวใจในสุนัขอีกด้วย