



เรื่องเล่าของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผนก ก แบบ ก 2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

เรื่องเล่าของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสีก๊อตติช โพลด์



โดย  
นางสาวปรีษา โพธิ์พุ่ม

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

THE STORY TELLING OF SCOTTISH FOLD BREEDING BUSINESS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Arts PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

Silpakorn University

Academic Year 2022

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ เรื่องเล่าของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์  
โดย นางสาวปรีษา โพธิ์พุ่ม  
สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผนก ก แบบ ก 2  
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

---

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะวิทยาการจัดการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วันชัย สุทธะนันท์)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร. ปริญญา หรุ่นโพธิ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก  
(ศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช)



641220002 : การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2

นางสาว ปรีษา โพธิ์พุ่ม: เรื่องเล่าของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาบทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวผู้การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold) 2. เพื่อระบุปัญหา และอุปสรรค รวมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold) ผู้ประกอบการธุรกิจเหล่านี้เน้นการเพาะพันธุ์แมวที่ได้รับการรับรองสายพันธุ์ที่ขึ้นทะเบียนจากองค์กรหรือสมาคมที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะ นอกจากนี้ยังมีการใช้ช่องทางการตลาดและการสื่อสารออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจ

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีวิทยาแบบเรื่องเล่าในการแสวงหาความจริง การเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยการสัมภาษณ์และการสังเกต และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยระบุว่าบทบาทและแนวทางธุรกิจของผู้ประกอบการเพาะพันธุ์แมวพันธุ์สก๊อตติช โพลด์ เน้นย้ำถึงบทบาทในฐานะผู้พัฒนาสายพันธุ์ โดยให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานระดับสูงและการปฏิบัติตามหลักจริยธรรม นอกจากนี้ การศึกษายังระบุปัจจัยสำคัญ 6 ประการที่เป็นความท้าทายและเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการเหล่านี้ ได้แก่ 1. ปัญหาด้านราคา 2. ความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์ 3. ปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า 4. ปัญหาด้านทุนการเลี้ยงดู 5. ปัญหาสุขภาพแมว และ 6. ความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว

641220002 : Major PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

MISS Parisa POPUM : The Story Telling of Scottish Fold Breeding Business Thesis  
advisor : Pitak Siriwong

The objectives of this research were as follows: 1) To study the roles and approaches of Scottish Fold cat breeding entrepreneurs for achieving success in business. 2) To identify and address obstacles and solutions pertaining to running a Scottish Fold cat breeding farm. These business operators specifically focus on breeding cats that have received recognition as registered breeds from reputable organizations or associations. They also employ online marketing and communication channels as part of entrepreneurial activities.

This research utilized a qualitative research method. This research uses a qualitative research method using the narrative methodology to seek truth. Data collection involved interviews and observations. The collected data was analyzed using conceptual theories and relevant literature.

The findings of the study indicate that the role and business approach of Scottish Fold cat breeding operators emphasize their role as breed developers, with a focus on conducting business in accordance with high standards and ethical practices. Furthermore, the study identified six key factors that pose challenges and obstacles for these business operators, which include: 1) price-related issues, 2) sales and public relations challenges, 3) customer demand problems, 4) parenting cost problem 5) cat health issues, and 6) difficulties in cat breeding due to refusal.

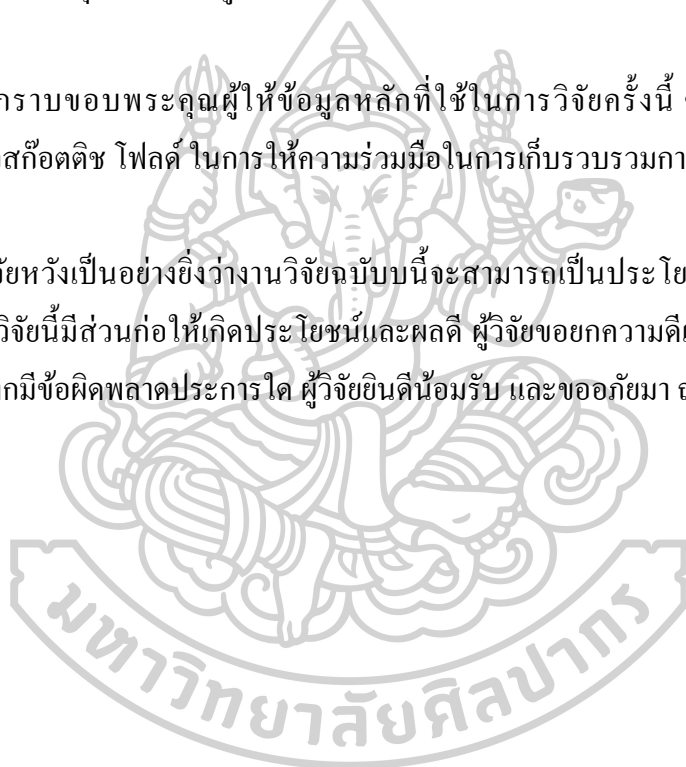
## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง เรื่องเล่าของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี เพราะได้รับความอนุเคราะห์อย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้ความรู้แนวคิดคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ต้น จนสำเร็จด้วยความเรียบร้อย ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการและคณาจารย์ มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ถ่ายทอดประสบการณ์ในการศึกษาให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ ในการให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมการทำวิจัยเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะสามารถเป็นประโยชน์กับผู้ที่สนใจเป็นอย่างมาก หากงานวิจัยนี้มีส่วนก่อให้เกิดประโยชน์และผลดี ผู้วิจัยขอยกความดีเหล่านี้ให้แก่บรรดานุคคลข้างต้นและหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยยินดีน้อมรับ และขออภัยมา ณ ที่นี้

นางสาว ปริษา โพธิ์พุ่ม



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง .....	ซ
สารบัญรูปภาพ .....	ฅ
บทที่ 1 .....	1
บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
2. วัตถุประสงค์.....	5
3. ขอบเขตการวิจัย.....	5
4. ประโยชน์ที่ได้รับ .....	6
บทที่ 2 .....	7
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	7
1. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่า.....	7
2. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม .....	9
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมสมทางการตลาด.....	11
4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ .....	13
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค .....	16
6. แนวคิดเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว (Pet Humanization/Pet Parent) .....	19



7. ข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงทั่วไป และสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ (Exotic Pet).....	22
8. ข้อมูลเกี่ยวแมวและการเพาะพันธุ์แมว.....	24
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
บทที่ 3 .....	32
ระเบียบวิธีวิจัย.....	32
1. ผู้ให้ข้อมูลในการดำเนินการวิจัย.....	32
2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	32
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
4. วิธีการเก็บข้อมูล.....	33
5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล.....	34
6. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
7. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย.....	35
บทที่ 4 .....	36
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
1. บทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสู่การประสบความสำเร็จของ ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold).....	36
2. ปัญหา และอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์ แมวสก ก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold).....	40
บทที่ 5 .....	51
สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	51
1. สรุปผลการวิจัย.....	51
2. อภิปรายผลการวิจัย.....	57
3. ข้อเสนอแนะ.....	64
รายการอ้างอิง.....	66

ภาคผนวก .....72

ประวัติผู้เขียน .....79



## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบอายุแมวและคน.....	26
ตารางที่ 2 ตารางการฉีดวัคซีนพื้นฐาน.....	27



# สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 รูปแบบสรุปผลการศึกษา.....63



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากอดีตจนถึงปัจจุบันสัตว์เลี้ยงเริ่มเข้ามามีบทบาทและความสำคัญ ส่งผลให้การประกอบธุรกิจเพาะพันธุ์สัตว์เลี้ยงในปัจจุบันเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความน่าสนใจ และมีแนวโน้มได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งตลาดการซื้อขายในปัจจุบันมีช่องทางการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้ผู้คนสามารถเข้าถึงฟาร์มเพาะพันธุ์ได้มากยิ่งขึ้น สำหรับการเพาะพันธุ์สัตว์เลี้ยงนั้นเป็นธุรกิจที่ต้องคำนึงถึงหลักสวัสดิภาพสัตว์เป็นสำคัญ ทั้งในส่วนของหลักการเพาะพันธุ์ สุขลักษณะของอาหารและน้ำ รวมถึงความสะอาดและความปลอดภัยของสถานที่เพาะเลี้ยง เพื่อสุขภาพร่างกายที่ดีของสัตว์เลี้ยงอีกด้วย (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทยส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจต่าง ๆ เป็นอย่างมาก เนื่องจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจต้องหยุดชะงักลงชั่วคราวจากการเว้นระยะห่างทางสังคม เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรค ประกอบกับประชาชนปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตในหลายด้าน พฤติกรรมและวิถีชีวิตได้มีการเปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการทั้งรายเก่ารายใหม่ปรับเปลี่ยนมาประกอบธุรกิจที่สอดคล้องกับการใช้ชีวิตในแบบชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) เพื่อตอบสนองความต้องการของคนยุคใหม่ซึ่งหนึ่งในธุรกิจดาวเด่นที่น่าจับตามองในปี 2565 คือ ธุรกิจขายปลีกสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2565) โดยจากรายงานผลประกอบการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และพบว่ามียอดได้เกือบหมื่นล้านบาทในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2561- 2563) ในขณะที่จำนวนผู้ประกอบการในธุรกิจนี้ยังคงมีจำนวนไม่มากนัก ตัวเลขการเติบโตของธุรกิจดังกล่าวยังมีแนวโน้มมาจากรูปแบบการเลี้ยงสัตว์ที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่เลี้ยงสัตว์ในลักษณะเป็นเจ้าของ (Ownership) สู่การเลี้ยงสัตว์แบบผูกพันเสมือนคนในครอบครัว มีความต้องการเลือกสิ่งที่ดีมีคุณภาพให้กับสัตว์เลี้ยง ไม่ว่าจะเป็นอาหาร สิ่งของเครื่องใช้ และบริการต่าง ๆ ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจขายปลีกสัตว์เลี้ยงและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

จากตัวเลขมูลค่าทางการตลาดของธุรกิจสัตว์เลี้ยงที่มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น ด้วยเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมจากเดิมครอบครัวขนาดใหญ่สู่ครอบครัวเดี่ยวเพิ่มมากขึ้น คนรุ่นใหม่มีอัตราแนวโน้มที่จะแต่งงานล่าช้าหรือนิยมอยู่เป็นโสด หรือแม้แต่แต่งงานแต่ไม่มีบุตรมากขึ้น นอกจากนี้ยังนิยมพักอาศัยอยู่คอนโดมิเนียมหรือทาวน์เฮาส์ซึ่งมีพื้นที่จำกัด ด้วยเหตุผลปัจจัยต่าง ๆ ส่งผลให้มีการเลือกสัตว์เลี้ยงที่ตอบสนองต่อความเป็นอยู่และความต้องการของตนเอง จึงทำให้แมวกลายเป็นสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยม และเป็นตัวเลือกที่ตอบใจของมนุษย์ (สิวพร เทียงธรรม, 2561) ความนิยมที่เพิ่มขึ้นเป็นผลให้ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงประเภทแมวเป็นธุรกิจที่มีกลุ่มคนให้ความสนใจ ธุรกิจฟาร์มแมวถือเป็นธุรกิจที่มีตลาดรองรับ สันเกตว่าจะมีการนำเข้าแมวสายพันธุ์ต่างประเทศราคาแพงเข้ามาเป็นทางเลือกมากขึ้น ตลาดแมวในประเทศไทยค่อนข้างมีความหลากหลาย มีการนำเข้าสายพันธุ์จากต่างประเทศหลากหลายสายพันธุ์ โดยผ่านช่องทางการซื้อขายออนไลน์ ผู้ขายจึงมีช่องทางจำหน่ายได้ง่ายและสะดวกขึ้น (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

ปัจจุบันมีการออกบทบัญญัติเกี่ยวกับการป้องกันการทารุณกรรมสัตว์และจัดสวัสดิภาพสัตว์ในประเทศไทย พ.ศ. 2557 โดยเป็นกฎหมายที่มีจุดประสงค์เพื่อป้องกันการทารุณกรรมสัตว์โดยฝีมือมนุษย์ โดยเฉพาะผู้ที่เป็นเจ้าของสัตว์ ที่ปล่อย ละทิ้ง ไม่ดูแลสัตว์ และเพื่อปกป้องมนุษย์จากความเสียหายในทรัพย์สินหรือร่างกายที่เกิดจากสัตว์ด้วยเช่นกัน (สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี, 2563) นอกจากนี้ยังมีประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่องการจัดสวัสดิภาพแมวในสถานเพาะพันธุ์แมว พ.ศ. 2563 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขเกี่ยวกับการจัดสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยงให้ถูกต้องเหมาะสมโดยใช้หลักการมาตรฐานสากลที่ได้รับการบรรจุในมาตรฐานทางกฎหมายด้านการคุ้มครองสัตว์ของสหภาพยุโรปและแนวทางการคุ้มครองสัตว์ขององค์กรเอกชนทั่วโลก กฎหมายดังกล่าวกำหนดให้ผู้ประกอบการฟาร์มเพาะพันธุ์แมว ต้องจัดสวัสดิภาพในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ต้องจัดให้แมวทุกตัวได้รับอาหารและน้ำดื่มที่สะอาด มีคุณภาพ ปริมาณ และความถี่ของการให้อาหารที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสายพันธุ์ อายุ ขนาดน้ำหนักตัว และสภาพร่างกาย การจัดการด้านที่พักอาศัยและสิ่งแวดล้อม ต้องมีโรงเรือนหรือกรงเลี้ยงที่แข็งแรงทนทาน มีพื้นที่เลี้ยง พื้นที่ออกกำลังกาย ความสูงและพื้นที่ของกรงต้องมีขนาดเหมาะสมตามสายพันธุ์และขนาดตัว มีสภาพแวดล้อมที่

ถูกสุขลักษณะ การจัดการด้านสุขภาพอนามัย ต้องดำเนินการตามระบบป้องกันและควบคุมโรคระบาดตามพระราชบัญญัติโรคระบาดสัตว์ พ.ศ. 2558 โดยจัดให้สุนัขและแมวทุกตัวได้รับวัคซีนป้องกันโรคตามวัคซีนพื้นฐาน (วันวิภา สุขสวัสดิ์, 2564)

แมว ซึ่งเป็นสัตว์เลี้ยงที่กำเนิดขึ้นมานานกว่า 50 ล้านปีแล้ว โดยมีต้นกำเนิดเป็นแมวป่าชนิดต่าง ๆ ที่กระจายพันธุ์อยู่ทั่วโลก และพบว่าสกุลเสือปลา (Proailurus) คือแมวที่พบในช่วงยุคก่อนประวัติศาสตร์ และเป็นบรรพบุรุษของสัตว์ในสกุล Pseudaelurus ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแมวเลี้ยง (Domestic Cat) ในปัจจุบันชาวตะวันตกเชื่อว่าแมวมีถิ่นกำเนิดในทวีปแอฟริกา โดยชาวอียิปต์เป็นคนกลุ่มแรก ๆ ที่นำแมวมาเลี้ยงในบ้าน และเรียกแมวว่า “Myeu” ซึ่งออกเสียงคล้ายกับเสียงร้องของแมว หลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ที่สุดของแมวเลี้ยง คือการขุดพบซากแมวที่ฝังอยู่ใต้ดินในเมือง Shillourokambos ประเทศกรีซ มีอายุประมาณ 9,500 ปี นอกจากนี้ยังมีบันทึกและหลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของแมวกับชาวอียิปต์มาแต่สมัยโบราณ จากการที่ชาวอียิปต์นับถือบูชาแมวเป็นเทพเจ้า สำหรับชาวยุโรปในอดีตนั้นเชื่อว่าแมวเป็นสัตว์เลี้ยงของแม่แมด หากใครเลี้ยงแมวก็จะถูกประณามและถูกเผา ด้วยเหตุนี้ประชากรแมวจึงลดลง เป็นเหตุให้หนูมีจำนวนมากและเกิดโรคระบาดมากมาย แต่ต่อมาชาวยุโรปที่ออกเดินทางทางเรือ ได้มีการเลี้ยงแมวไว้จับหนู ซึ่งการเดินทางไปในที่ต่าง ๆ และมีการเทียบท่าก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้แมวแพร่พันธุ์ไปทั่วโลก สำหรับในทวีปเอเชีย เดิมมีการเลี้ยงแมวเป็นสัตว์เลี้ยงกันอยู่แล้ว เพราะเชื่อว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งความโชคดี (อุไร จิรมงคลการ, 2563)

แมวพันธุ์ สก็อตติช โฟลด์ (Scottish Fold) ถือกำเนิดขึ้นในประเทศสกอตแลนด์ จากคนเลี้ยงแกะที่ชื่อ “นายวิลเลียม รอส” ในปี ค.ศ. 1961 โดยนายวิลเลียมพบแมวตัวหนึ่งในโรงนาของเพื่อนบ้านที่มีลักษณะหูพับและมีสีขาวทั้งตัว โดยบังเอิญ ซึ่งแมวตัวนี้เป็นของเพื่อนบ้านของเขาที่ชื่อว่า “ชูซี่” นายวิลเลียมสนใจชูซี่เป็นอย่างมาก เมื่อชูซี่ได้ให้กำเนิดลูกแมวอ่อนที่มีลักษณะหูพับเหมือนกัน นายวิลเลียมจึงขอซื้อจากเจ้าของ แล้วนำมาเลี้ยงที่บ้าน โดยตั้งชื่อแมวที่เป็นลูกของชูซี่นี้ว่า “สแน็กส์” เมื่อโตขึ้นนายวิลเลียมจึงนำมาผสมพันธุ์กับสายพันธุ์ บริติช ชอร์ตแฮร์ จนกลายเป็นต้นกำเนิดของสายพันธุ์นี้ จากนั้นก็เริ่มมีคนสนใจนำแมวที่มีลักษณะหูพับนี้ไปปรับปรุงพันธุ์ จนกระทั่งในปี 1966 ได้มีการตั้งชื่อแมวหูพับนี้ว่า สก็อตติช โฟลด์ และได้รับการจดทะเบียนสายพันธุ์อย่างถูกต้องโดย The Governing Council of the Cat Fancy ของประเทศอังกฤษ ไม่นานแมวสายพันธุ์นี้ก็



ได้รับการยอมรับในวงกว้างอย่างรวดเร็ว และเป็นหนึ่งในแมวสายพันธุ์ที่มีคนนิยมเลี้ยงมากที่สุดในโลก

ลักษณะทั่วไปของแมวสายพันธุ์ สก็อตติช โพลด์ เป็นแมวขนาดกลาง ที่มีสรีระร่างกายที่แข็งแรงแต่มีลักษณะนิสัยที่มีความอ่อนโยนและอ่อนหวานผสมผสานกันเป็นอย่างดี ซึ่งจะมีหู 2 ลักษณะคือหูพับและหูตั้ง สำหรับลักษณะขนแบ่งเป็น 2 ประเภทเช่นกัน คือขนสั้นและขนยาว แมวสก็อตติช โพลด์ ที่ดีจะต้องมีลักษณะหัวกลม โหนกสวคล้ายที่ตักไอศกรีม มีแก้มที่สวย กระบอกปากที่สั้น และมีคางที่ติดสกับกับปากบน ไม่ยื่นล้ำหรือสั้นเกินไป คอและจมูกสั้น ส่วนเว้าระหว่างหน้าผากและจมูกต้องโค้งเว้าสวยเป็นธรรมชาติ ไม่จมหรือหักลง ส่วนที่สำคัญอย่างหนึ่งและเป็นเอกลักษณ์เด่นชัดของแมวพันธุ์สก็อตติช โพลด์ คือลักษณะของหู แรกเกิดลูกแมวจะมีหูที่ตั้งทุกตัว และเมื่ออายุ 2-4 อาทิตย์จะเห็นได้ชัดว่าแมวตัวไหนหูพับหรือหูตั้ง โดยลักษณะของแมวหูพับที่ดี คือต้องมีใบหูที่เล็ก พับแนบกับหัว และตำแหน่งของหูที่พับต้องไม่อยู่สูงบนหัวจนเกินไป และมีความกลมกลืนไปกับหัวแมวที่มีลักษณะหูพับอาจจะไม่ได้มีหูพับที่แนบสนิทตลอดไป สามารถดีดขึ้นเล็กน้อยและกลับลงได้ในสัปดาห์ต่อสัปดาห์ ในส่วนของแมวที่มีลักษณะหูตั้ง คือฐานหูจะกว้างกว่าหูพับอย่างเห็นได้ชัด ใบหูตั้งตรงไม่โค้งงอ แมวหูตั้งที่ดีปลายหูจะต้องไม่แหลมจนเกินไป มีความมนเล็กน้อยที่บริเวณจุดสูงสุดของปลายหู นอกจากนี้ในส่วนของหางก็ยังเป็นส่วนสำคัญสำหรับแมวสายพันธุ์นี้ เพราะเป็นลักษณะภายนอกที่สามารถเห็นได้ถึงพันธุกรรมที่ส่งปัญหาต่อแมวตัวนั้น โดยอาจจะมีปัญหาเกี่ยวกับกระดูกสันหลังและขาอ่อนแรงได้ ซึ่งลักษณะหางที่ดีควรจะมีคามสัมพันธ์กับขนาดลำตัว จะต้องไม่สั้นจนเกินไป หางจะต้องมีความพลิ้วไหวได้ดี ไม่แข็งถือแกลงเป็นแท่งเหมือนกระบอง กระดูกหางแต่ละข้อไม่ควรล็อกติดกัน ดังนั้นหากเจอแมวที่มีปัญหาแข็งถือ หางสั้นจึงไม่ควรนำมาเพาะพันธุ์ต่อ (รภัทพร สติรศิลป์, 2564)

ผู้ประกอบการฟาร์มแมวที่ประสบความสำเร็จ มักเริ่มต้นจากการเลี้ยงเป็นงานอดิเรกควบคู่กับการเพาะพันธุ์จำหน่ายไปพร้อมกัน แต่การเลี้ยงแมวเชิงธุรกิจ จำเป็นต้องเติมเต็มเอาใจใส่และให้ความสำคัญในเรื่องต่าง ๆ ทั้งโภชนาการ สภาพแวดล้อม และสุขภาพของสัตว์เลี้ยง (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562) ทั้งนี้จากข้อมูลสถิติและรายงานการวิจัยต่าง ๆ ธุรกิจเพาะพันธุ์แมวเป็นธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจในสถานการณ์ปัจจุบัน ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นผู้เลี้ยงแมวพันธุ์สก็อตติช โพลด์ ซึ่งได้มีโอกาสเข้าไปสัมผัสตลาดและติดต่อกับฟาร์มต่าง ๆ ในฐานะผู้บริโภค จึงสังเกตเห็นถึงโอกาส



และอุปสรรค ปัญหา จึงมีความสนใจศึกษาบทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวผู้  
การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ รวมทั้งศึกษาปัญหา  
และอุปสรรค ตลอดจนการแนวทางการแก้ปัญหาเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจหรือผู้เกี่ยวข้อง  
อื่น ๆ ในการพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ที่ประสบ  
ความสำเร็จ

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อให้ทราบบทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวผู้การประสบ  
ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold)

2.2 เพื่อให้ทราบปัญหา และอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนิน  
ธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold)

## 3. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยหัวข้อ “เรื่องเล่าของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์  
(Scottish Fold)” มีรายละเอียดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

### 3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องเล่า ความเป็นมา รวมถึงวิถีชีวิตของ  
ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จุดเริ่มต้นของธุรกิจจน  
ก้าวสู่การประสบความสำเร็จ ตลอดจนแนวทางการแก้ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการดำเนิน  
ธุรกิจ

### 3.2 ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์  
ที่ประสบความสำเร็จ อีกทั้งเป็นผู้ประกอบการที่มีช่องทางสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบ  
ออนไลน์

### 3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการทำวิจัยเริ่มจากเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 ถึง เดือนมิถุนายน

พ.ศ. 2566

## 4. ประโยชน์ที่ได้รับ

4.1 ทำให้ทราบถึงข้อเท็จจริงจากประสบการณ์ตรงของผู้ประกอบการธุรกิจแพะพันธุ์ แมวสก็อตติช โพลด์ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของธุรกิจสู่การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน รวมถึงแนวทางในการดำเนินงาน มุมมองและวิสัยทัศน์ของผู้ประกอบการในการพัฒนาธุรกิจจากอดีตสู่ปัจจุบัน และอนาคต

4.2 ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจแพะพันธุ์ แมวสก็อตติช โพลด์ ผู้หลักการและแนวทางการแก้ปัญหา รวมทั้งมุมมองในการปรับตัวเพื่ก้าวสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจแพะพันธุ์แมวสก็อตติช โพลด์ ที่ยั่งยืนในตลาด



## บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ตลอดจนผลงาน วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูล และแนวทางในการวิจัย โดยมีรายละเอียดประเด็นศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่า
2. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ (Online Marketing)
5. แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
6. แนวคิดเกี่ยวกับกลุ่มคนที่เลี้ยงสัตว์เลี้ยงเหมือนสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว (Pet Humanization/Pet Parent)
7. ข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงทั่วไป และสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ (Exotic Pet)
8. ข้อมูลเกี่ยวกับการเพาะพันธุ์แมว
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่า

#### ความหมายเรื่องเล่า

การเรื่องเล่า (Story telling) เป็นการบอกเรื่องเล่าราวความรู้ต่าง ๆ ที่อยู่กับตัวบุคคล (Tacit knowledge) จากประสบการณ์การดำเนินชีวิต เรื่องที่ซาบซึ้ง ประทับใจ หรือได้จากการศึกษาการทำงานที่สั่งสมเป็นทักษะแนวปฏิบัติที่ดี หรือจากพรสวรรค์ ใ้บุคคลอื่นฟัง เพื่อให้ผู้ฟังสามารถนำประยุกต์ใช้กับการทำงานของตนเองได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาเริ่มต้นศึกษาในเรื่องนั้น ๆ ใหม่ โดยกระบวนการเรื่องเล่านี้จัดเป็นเครื่องมือ ด้านการจัดการความรู้ที่สามารถจัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สัมผัสไม่ได้ ซึ่งการถ่ายทอดเรื่องราวสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น รูปแบบการเขียนเรื่องเล่า การเรื่องเล่าผ่านสื่อต่าง (เอกกนก พนาคำรง, 2559)

เรื่องเล่า เป็นรูปแบบวิธีวิทยาแนวใหม่ในการแสวงหาความรู้เพื่อการวิจัยทางสังคม เป็นกระบวนการและขั้นตอนที่วิเคราะห์ ดำเนินการจำแนกแยกแยะเรื่องราวจากเรื่องเล่า ผ่านการสร้างความจริงของปรากฏการณ์ทางสังคม หลักในการวิเคราะห์เรื่องเล่า คือ การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีวิธีวิทยาในการวิเคราะห์เรื่องเล่า ประกอบด้วย โลกทัศน์ของตัวบท และภาคปฏิบัติการของปรากฏการณ์วิทยา ผลลัพธ์สุดท้าย คือ การตีแผ่ให้เห็นเรื่องราว ประเด็นในการสร้างความรู้ และความจริงของสังคม (นรินทร์ สังข์รักษา ,2561)

การเรื่องเล่าเป็นวิธีการและเป็นเครื่องมือ ชนิดหนึ่งในการนำความรู้และประสบการณ์ออกมาเล่าสู่ให้บุคคลอื่นฟังเพื่อให้ผู้ฟังสามารถนำไป ประยุกต์ใช้กับการทำงานของตนเองได้ โดยไม่ต้องเสียเวลาเริ่มต้นศึกษาในเรื่องนั้น ๆ (ศิลาชัย เกษมเทวินทร์, 2562)

การเรื่องเล่าเป็นศาสตร์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เพราะการเรื่องเล่า ไม่ใช่แค่เรื่องของภาษาเพื่อสื่อสารเท่านั้น แต่การเรื่องเล่ากระทำผ่านภาษา อุดมการณ์ ค่านิยม มายาคติชุดต่าง ๆ ในการประกอบสร้าง ความรู้และความจริง การเรื่องเล่ามีอำนาจในการสร้างการรับรู้ของมนุษย์ที่มีต่อตนเอง และความสัมพันธ์ระหว่างตัวเองกับโลก ความสำคัญในการศึกษา วอลเตอร์ อาร์. ฟิชเชอร์ (Walter R. Fisher) อธิบายถึงกระบวนการที่สนักการเรื่องเล่า ซึ่งเป็นแนวคิดที่ทำให้ผู้คนหันมาให้ความสำคัญการเรื่องเล่าในฐานะของกระบวนการที่สนักไว้ว่า มนุษย์ทุกคนคือผู้เรื่องเล่า (storytellers) ธรรมชาติของมนุษย์คือสิ่งมีชีวิตแห่งการเรื่องเล่า การตัดสินใจหรือการสื่อสาร ของมนุษย์ก็ล้วนตั้งอยู่บนเหตุผลดี ๆ (ขจิตขวัฏ กิจวิสาละ, 2564)

ความสำคัญของเรื่องเล่า คือบทบาทของการสื่อสาร ที่ถ่ายทอดจินตนาการ และเรื่องราวความสนุก เรื่องราวข้อเท็จจริง ประสบการณ์ อีกทั้งทำหน้าที่ในการค้นหา เปิดเผย นำเสนอ สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยการเผยแพร่ข่าวสารผ่านการบอกเรื่องเล่าราว บ่อยครั้งที่ในสังคมเกิดความขัดแย้งกันทางความคิด หรือความเข้าใจ ไม่ว่าจะเป็นในระดับบุคคล หรือในระดับมวลชน การเขียน เรื่องเล่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แจง นำเสนอความคิดเห็น เพื่อสร้างความเข้าใจที่ร่วมกัน รูปแบบการสื่อสารเรื่องเล่าก็ได้แก่ บันทึก รายงานหรือจดหมายร้องทุกข์ข้ออุทธรณ์รวมถึงประกาศและแถลงการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น (สรณัฐ ไตลังคะ, 2560)

ทั้งนี้การเขียนเรื่องเล่า ถ้ามีการวางโครงเรื่องที่ตีกำหนดองค์ประกอบชัดเจนจะเป็นตัวกำหนดทิศทางการเขียนให้ตรงประเด็น เนื้อหาจะเรียงลำดับความสำคัญและเชื่อมโยงกัน อีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งคือ ต้องตอบตัวเองให้ได้ว่า เรื่องที่เขียนมีวัตถุประสงค์ในการเขียนเพื่ออะไร ซึ่งวัตถุประสงค์จะเป็น ตัวกำหนดรูปแบบการนำเสนอ การใช้ภาษา และลักษณะของเนื้อหา โดยประโยชน์ที่ได้รับ จากการ เขียนเรื่องเล่า จะทำให้เราได้ผ่อนคลาย ได้เรียนรู้จากประสบการณ์ที่ตรงความคิดที่ผ่านมามาว่าเรา คิดอย่างไรกับสิ่งที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดการเรียนรู้ไปอีกครั้ง และเก็บไว้เป็นความรู้ (ศิลป์ชัย เกษมเทวินทร, 2562)

จากความหมายการเรื่องเล่า สรุปความหมายตามนิยามของผู้วิจัยได้ว่า คือ วิธีการในการสื่อสารและถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ จากข้อมูลประสบการณ์ทางตรง หรือการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดสามารถนำสารที่ได้รับการส่งต่อมาประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิตหรือการประกอบอาชีพต่อไป

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่ามาเป็นแนวทางกำหนดวิธีการในการศึกษาเป็นการศึกษาผ่านเรื่องเล่า ประสบการณ์จริงของผู้ประกอบการธุรกิจ การศึกษาแนวคิดนี้ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจความสำคัญของการเรื่องเล่าที่สามารถสะท้อนแนวคิด ทักษะคิดและมุมมองของผู้เล่า ผู้วิจัยจึงดำเนินการศึกษาผ่านเรื่องเล่าของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โฟลด์ (Scottish Fold) ด้วยมองเห็นถึงความสำคัญของการเรื่องเล่าจากแหล่งข้อมูลที่มีบทบาทสำคัญและเป็นตัวละครหลัก สะท้อนเรื่องราวในแต่ละช่วงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง แสดงถึงความนึกคิด มุมมอง ทักษะคิด ความรู้สึกในช่วงนั้น ๆ ผู้การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน และมุมมองเป้าหมายในอนาคตของผู้ประกอบการ ทิศทางในการดำเนินธุรกิจให้มีความมั่นคงและยั่งยืน

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้ 1. กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคนหรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน หนึ่งร้อยล้านบาท 2. กิจการให้บริการ

กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน สามสิบคนหรือมีรายได้อุปปีไม่เกิน ห้าสิบล้านบาท

วิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้ 1. กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคน หรือมีรายได้อุปปีเกินกว่าหนึ่งร้อยล้านบาทแต่ไม่เกินห้าร้อยล้านบาท 2. กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า สามสิบคนแต่ไม่เกินหนึ่งร้อยคนหรือมีรายได้อุปปีเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสามร้อยล้านบาท (ราชกิจจานุเบกษา, 2563)

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีโครงสร้างของธุรกิจไม่มีความซับซ้อนมากนักการบริหารธุรกิจขนาดย่อมสามารถใช้แรงงานครอบครัวมาช่วยในการผลิตสินค้าและบริการ ทำให้ต้นทุนค่าแรงงานต่ำ และมีความคล่องในการปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ เนื่องจาก การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมมีอิสระในการทำงาน ทำให้สามารถตัดสินใจในเรื่องการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ของธุรกิจได้ทันที (ศิษฐ์ชัย เกษมเทวินทร์, 2562)

ปัจจุบันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงมาแรง ด้วยวิถีชีวิตคนยุคนี้เปลี่ยนไป ทำให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น นำมาซึ่งธุรกิจที่เติบโตเร็วและโตแรง ตลาดอุตสาหกรรมของสัตว์เลี้ยงเติบโตเป็นอย่างมาก รวมถึงมุมมองเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงของคนยุคใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ได้เพียงมองแค่ว่าเป็นสัตว์เลี้ยง แต่ให้ความสำคัญเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว ทำให้การเลี้ยงดูมีความพิถีพิถัน ทั้งการกินอยู่ สุขภาพ รวมทั้งของใช้ต่าง ๆ มีการเลือกสรรเป็นอย่างดี โดยมีการระบุนุ้ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงมาแรง เช่น คนสมัยใหม่ไม่นิยมมีลูก สักคมไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สัตว์เลี้ยงเป็นกระแสนิยมที่ธุรกิจอ้าแขนรับ อย่างไรก็ตามการทำธุรกิจสัตว์เลี้ยงยังคงมีการเติบโตได้อีกมาก แต่ก็มีข้อควรระวัง ด้วยการเป็นธุรกิจที่น่าสนใจจึงมีผู้คนเริ่มเข้ามาให้ความสนใจจำนวนมาก

จากการศึกษาแนวคิดนี้ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการทำธุรกิจในรูปแบบความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างเจ้าของธุรกิจและลูกจ้าง หรืออาจจะเป็นบุคคลภายในครอบครัว มีความคล่องตัวในการปรับเปลี่ยน เนื่องจากมีรูปแบบที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งในขณะเดียวกันผู้ประกอบการใน



ฐานะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงจำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือและมาตรฐานที่ยอมรับให้มากที่สุด เพื่อดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในตลาด

ผู้วิจัยนำแนวคิดนี้มาเป็นแนวคิดในการวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจพาหะพันธุ์สัตว์เลี้ยง เพื่อประกอบการตั้งคำถามเกี่ยวกับรูปแบบธุรกิจของผู้ประกอบการ และเพื่อให้เป็นข้อมูลสร้างความเข้าใจรูปแบบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคธุรกิจสัตว์เลี้ยง

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

การตลาดเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจไปสู่การประสบความสำเร็จ ดังนั้นการพัฒนากลยุทธ์ในการทำตลาดจึงเป็นสิ่งที่ต้องมีการพัฒนาเพื่อให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า ดังนั้นเราจึงเห็นการพัฒนาเครื่องมือทางการตลาดต่าง ๆ ในการสร้างกลยุทธ์ ซึ่งปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการ (Process) (Kotler & Keller, 2012) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าและบริการที่นำเสนอผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภค โดยความพึงพอใจนั้นอาจจะมาจากสิ่งที่สัมผัสได้และ/หรือสัมผัสไม่ได้ เช่น รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ราคาสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ ตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอขายนั้น สามารถเป็นได้ทั้งในรูปแบบของการมีตัวตนหรือการไม่มีตัวตนก็ได้ สำหรับการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องให้ความสนใจปัจจัยในหลายด้าน ดังนี้ ความแตกต่างในผลิตภัณฑ์หรือการแข่งขัน องค์ประกอบหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งในตลาดของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)

2. ราคา หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคจะต้องซื้อขาย แลกเปลี่ยนกับผู้ขาย และหมายความรวมถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ซึ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างราคา (Price) ที่ต้องจ่ายเงินออกไป กับคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจาก ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหากว่าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะทำการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision) ทั้งนี้ กิจการควรจะคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ในขณะที่การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา เช่น สถานการณ์และรูปแบบของการแข่งขันในตลาด ต้นทุน คุณค่าที่ได้รับ เป็นต้น (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)

3. สถานที่ หมายถึง การกำหนดสถานที่ แหล่งที่จะซื้อขายสินค้า หรือช่องทางการจำหน่าย ซึ่งการเลือกทำเลที่ตั้งในการทำธุรกิจ หรือช่องทางการจำหน่ายถือเป็นสิ่งสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจการให้บริการ เนื่องจากทำเลที่ตั้งที่กิจการเลือกไว้นั้น จะเป็นตัวกำหนดกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการ อีกทั้งช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงง่ายและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายก็เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างมูลค่าทางการตลาด (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)

4. การส่งเสริมทางการตลาด หมายถึง กิจกรรมที่สร้างแรงจูงใจหรือชักชวนให้มีการซื้อขายระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ และเป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาด เพื่อสร้าง ความสนใจ (Motivation) ความคิด (Thinking) ความรู้สึก (Feeling) ความต้องการ (Need) และ ความพึงพอใจ (Satisfaction) (Etzel, Walker, & Stanton, 2007) การใช้เครื่องในการสื่อสารรูปแบบใดนั้น จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและกลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือที่น่าสนใจการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการประกอบด้วย 5 เครื่องมือหลัก ดังนี้ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงาน การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)

5. บุคคล หมายถึง ปัจจัยด้านบุคลากรทั้งหมดของกระบวนการ ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการซื้อขาย แลกเปลี่ยน โดยบุคลากรนับได้ว่าเป็นส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ เนื่องจากเป็นผู้คิด วางแผน และปฏิบัติงาน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรให้เป็นไปในทิศทางที่วางกลยุทธ์ไว้ (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)

6. หลักฐานทางกายภาพ หมายถึง สถานที่และสิ่งแวดล้อม รวมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ให้ความสะดวกกับผู้ขายผู้ดำเนินการที่เกี่ยวข้อง และผู้ซื้อด้วยเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ถึงความแตกต่าง และคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจด้านการบริการ (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)



7. กระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการดำเนินงานที่จำเป็นในการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย (ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์, 2561)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งหมายถึงการให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพ สีสวดลายตามความต้องการและความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการให้บริการทางด้านข้อมูลของผู้ขายเป็นสำคัญอีกด้วย เพื่อประกอบการตัดสินใจกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ ทั้งช่องทางการขาย สถานที่ ราคา ก็ล้วนแต่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (ปรภัสสร สัจจอำครมนตรี ,2564)

จากการศึกษาแนวคิดนี้ผู้วิจัยสรุปว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวหากต้องการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจนี้ในตลาด การจะต้องศึกษาและคำนึงถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจ ให้ความสำคัญกับคุณภาพมาตรฐานของสัตว์เลี้ยงตามสายพันธุ์ อีกทั้งต้องเตรียมตัวในเรื่องข้อมูลต่าง ๆ เป็นอย่างดีเพื่อสามารถตอบคำถามและให้ข้อมูลกับผู้บริโภคได้ถูกต้อง มีการบริการทั้งก่อนการขาย และหลังการขายที่ใส่ใจเนื่องจากการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์สัตว์เลี้ยง เป็นธุรกิจที่ใช้ระยะเวลาในการซื้อขายมักมีการจองเป็นการล่วงหน้าหลายเดือน ก่อนที่จะมีการส่งมอบจริง ดังนั้นลูกค้าจึงให้ความสำคัญกับการติดตามของผู้ขายอีกด้วย

ผู้วิจัยนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด เป็นแนวคิดในการตั้งประเด็นเรื่องการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ มีการประยุกต์ใช้ในแต่ละด้านเพื่อกำหนดกลยุทธ์และแก้ไขปัญหาผลกระทบของธุรกิจอย่างไรบ้าง

#### 4. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์ คือ การทำการตลาดโดยใช้ช่องทางออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและจำนวนมาก ในระยะเวลาอันสั้น ในปัจจุบันการทำการตลาดออนไลน์มีหลากหลายรูปแบบและหลากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการทำการตลาดออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก การโฆษณาบนเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งแต่ละรูปแบบมีทั้งข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกัน แต่ละองค์กรจึงควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสินค้าหรือบริการของตน เพื่อให้สามารถสื่อสารไปยังกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างตรงจุด (วิไลภรณ์ สำเภาทอง, 2561)

การตลาดออนไลน์ หมายถึง การจัดกิจกรรมทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ตโดยอาศัยระบบการเชื่อมโยงของ Website ในการดำเนินกิจกรรมหลักในการทำงาน เช่น การเปิดร้านสินค้า การแสดงรายละเอียดสินค้าต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ การชำระสินค้า การสร้างกลยุทธ์การขาย การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เป็นต้น โดยลักษณะการทำตลาดออนไลน์ มีความสำคัญไม่น้อยกว่าในการทำตลาดในรูปแบบอื่น ๆ การทำตลาดออนไลน์ อาศัยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งนำมาประยุกต์เข้ากับการบริหารธุรกิจนั้น อีกทั้งการตลาดออนไลน์ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์จัดจำหน่าย และให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสินค้าหรือบริการที่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ด้วยความสามารถที่จะสื่อสารได้รวดเร็ว แต่เข้าถึงบุคคลจำนวนมากในระยะเวลาอันสั้น (เกวลิน อังคนานนท์ และ ถอม ห่อวงส์สกุล, 2564) แต่อย่างไรก็ตามปัญหาและอุปสรรคที่พบที่ผู้ทำการตลาดออนไลน์ควรระวัง ได้แก่ (วิไลภา สรรเสริญ, 2559)

### 1. ปัญหาด้านการรักษาความปลอดภัย

การทำตลาดออนไลน์มีกิจกรรมหลักหลายอย่างที่สามารดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ได้ หนึ่งในกิจกรรมหลักที่สำคัญ คือ การชำระเงินค่าสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นการชำระทั้งหมดหรือเพียงบางส่วนเท่านั้น โดยช่องทางการชำระเงินก็มีหลากหลาย ช่องทางหนึ่งที่จำเป็นต้องกรอกข้อมูลส่วนบุคคล คือช่องทางการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ดังนั้นการซื้อขายและชำระเงินต่าง ๆ ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายควรเลือกใช้ระบบหรือผู้ตรวจสอบที่น่าเชื่อถือและมีมาตรฐาน

### 2. ปัญหาความน่าเชื่อถือ

การทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ลูกค้าจะไม่สามารถเห็นภาพสินค้าจริงได้กับตนเองโดยตรง ไม่สามารถสัมผัสหรือรับรู้ได้จากทางอื่น นอกจากการมองเห็นที่ถูกผู้ขายนำเสนอ ดังนั้นผู้ขายจึงควรให้ความสำคัญกับการลงรายละเอียดสินค้าให้ครบถ้วน เป็นไปตามความเป็นจริง อีกทั้งควรมีการเปิดช่องทางให้ผู้ซื้อสามารถสอบถามเพิ่มเติมได้

### 3. ปัญหาบุคลากร

ทักษะการใช้ก็เป็นสิ่งสำคัญของผู้ที่จะต้องใช้การสื่อสารผ่านช่องทางแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อไม่ให้เกิดอุปสรรคระหว่างการตกลงหรือพูดคุยซื้อสินค้า จึงควรมีการอบรม ทดสอบบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการต่าง ๆ บนช่องทางออนไลน์

#### 4. โครงสร้างระบบอินเทอร์เน็ต

เนื่องจากการตลาดออนไลน์ จำเป็นต้องทำงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้นความเร็วหรือความเสถียรของระบบจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ขายต้องให้ความสำคัญเพื่อจะดำเนินการซื้อขายได้อย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบันซึ่งเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้รูปแบบการขายซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนมีความปรารถนาความสะดวกสบายเพิ่มขึ้น อีกทั้งปัจจุบันด้วยช่องทางการจำหน่ายที่ออนไลน์ที่หลากหลายสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

จากการศึกษาการตลาดออนไลน์ถือเป็นอีกส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจเพาะพันธุ์สัตว์เลี้ยง ด้วยเป็นช่องทางที่สามารถทำให้มีการสื่อสารระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่สะดวกรวดเร็วมากขึ้น เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้มีการซื้อขายอย่างแพร่หลายมากกว่าแต่เดิม นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางประชาสัมพันธ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการในปัจจุบันจึงต้องสามารถที่จะสื่อสารและมีการวางรูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดในการสื่อสารบนโลกออนไลน์ด้วยแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อการนำฟาร์มเพาะพันธุ์ของตนให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น

จากความหมายการการตลาดออนไลน์ สรุปความหมายตามนิยามของผู้วิจัยได้ว่าเป็น รูปแบบการทำกิจกรรมทางการตลาด โดยใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตในการเชื่อมโยงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงเมื่ออยู่ในที่ห่างไกล ในระยะเวลาเพียงนิดเดียว เพื่อสื่อสารและสร้างกิจกรรมหลักกับกลุ่มเป้าหมาย แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้การตลาดออนไลน์จะเป็นนิยมอย่างมากและแพร่หลาย

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับตลาดออนไลน์ มาเป็นแนวทางการตั้งคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการทำตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการ เนื่องจากการค้าขายผ่านออนไลน์เป็นที่นิยมในหลากหลายแพลตฟอร์ม และเป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการใช้สื่อสารกับกลุ่มลูกค้า

## 5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

### พฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่มีบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องตั้งแต่การบริโภคจนถึงบริการหลังการขาย รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและหลังการกระทำกิจกรรม (Enfel and Blackwell & Minard, 1993)

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (Schiffman and Kanuk, 1994) ทั้งนี้พฤติกรรมผู้บริโภคมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละบุคคล (Armstrong et al., 2006)

พฤติกรรมผู้บริโภค หรือ Consumer Behavior คือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งในแต่ละบุคคลนั้นจะมีวิธีการ สถานที่ และรูปแบบในการจัดหาที่แตกต่างกัน ดังนั้นเจ้าของ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จึงควรศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ตลอดจนสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อที่จะสามารถวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตอบสนองต่อความต้องการต่าง ๆ เหล่านั้นได้นั่นเอง (วิไลภรณ์ สำเภาทอง, 2558)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกเพื่อนำมาซึ่งสินค้าและบริการที่ต้องการในรูปแบบแพลตฟอร์มออนไลน์ มีรูปแบบการใช้งานและช่องทางการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้บริโภคจึงมีพฤติกรรมในลักษณะรูปแบบการค้นหาข้อมูล การเปรียบเทียบ และความพึงพอใจหลังบริการ (จักรินทร์ นริรัตนภักดี และ ธนกร ลิ้มศรีณย์, 2562)

จากความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค สรุปความหมายตามนิยามของผู้วิจัยได้ว่า คือ ลักษณะการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกบริโภคของบุคคลนั้น ๆ โดยมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่สามารถบ่งบอกนัยสำคัญเกี่ยวกับเป้าหมายและความคาดหวังของผู้บริโภคได้

## ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้บริโภคเป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับนักการตลาด ที่จะทำให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Gilaninia, Taleghani and Azizi, 2013) ดังนั้นการเล็งเห็นความสำคัญของการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อมุ่งเน้นการสร้างการตลาดที่ตอบ โจทย์ความต้องการของผู้บริโภค จึงเป็นกิจกรรมที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจในการนำมาสร้างแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบ โจทย์กลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและต้องพิจารณามีปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

### การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

กระบวนการศึกษา ค้นหา เกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อนำมาซึ่ง คำตอบของความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และคำถามที่นำมาใช้สำหรับค้นหาคำตอบของลักษณะ พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น คือ 6Ws และ 1Hs รายละเอียดดังต่อไปนี้ (วิภาดา เนียมรักษา, 2558)

#### 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?)

ลักษณะคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง

#### 2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy ?)

ลักษณะคำถามเพื่อต้องการทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ เช่น ลักษณะ คุณสมบัติ ลักษณะทางกายภาพ หรือองค์ประกอบที่ต้องการ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างกลยุทธ์ ในการแข่งขันในตลาด

#### 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy ?)

ลักษณะคำถามเพื่อจะได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ ซึ่งจะต้องศึกษาปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางวัฒนธรรม และปัจจัย เฉพาะบุคคล

#### 4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying ?)

ลักษณะคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทและความสำคัญของบุคคลที่มีส่วนตัดสินใจ

#### 5. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (When does the consumer buy ?)



ลักษณะคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางในการเกิดการซื้อขาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ในทางการตลาดให้ถูกช่องทางและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย

6. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (Where does the consumer buy ?)

ลักษณะคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy ?)

ลักษณะคำถามเพื่อต้องการทราบถึงขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหา ข้อมูลการประเมินผลการตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกละหลังการซื้อ กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย กลยุทธ์การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์การตลาดทางตรง อย่างไรก็ตามในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นเกิดจากการประเมินและพิจารณาตัวเลือกที่มีอยู่เปรียบเทียบกัน โดยตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ตอบสนองต่อความต้องการหรือปัญหาของตนเองมากที่สุด ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะซื้อ แต่ถึงแม้ผู้บริโภคได้ตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการแล้ว อาจจะมีปัจจัยบางประการที่ชะลอหรือหยุดยั้งการซื้อเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ต้องการ เช่น ปัญหาสภาวะทางเศรษฐกิจ หรือการตกงานกะทันหัน หรือผู้บริโภคอาจเผชิญกับความเสี่ยงในการซื้อ เช่น ผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นมาก่อนมาบอกเล่าประสบการณ์ในเชิงลบ (ปรภัสสร สัจจาอักษรมนตรี, 2564)

จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของผู้บริโภคตามสถานการณ์ เป็นเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่แตกต่างปรับเปลี่ยนไปจากเดิมที่เห็นได้ชัด เช่น พฤติกรรมการซื้อของผ่านช่องทางออนไลน์ ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ด้วยเทคโนโลยีที่รวดเร็ว ความสะดวกสบายในการขนส่ง ล้วนเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคชาวไทยใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจเมื่อซื้อสินค้าออนไลน์ ดังนั้นธุรกิจที่มีช่องทางการขายเป็นหน้าร้านเพียงช่องทางเดียว ต้องเร่งปรับตัวเพื่อไม่ให้เสียโอกาสทางธุรกิจ และควรขยายช่องทางการจำหน่ายเพื่อรองรับลูกค้าที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น (ชาญชัย ชัยประสิทธิ์, 2564) พฤติกรรมการอยู่เป็นโสดมากขึ้น หรือคู่แข่งงานไม่มีบุตรการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปมีการทำงานที่บ้าน (WFH) มากขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้จากการซื้อสินค้าหรือบริการ เป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องมีการวิเคราะห์รายละเอียดในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ จึงควรเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมายของตน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบสินค้า บริการ หรือกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคมาเป็นแนวทางการตั้งคำถามเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ ทั้งประเด็นคำถามในส่วนของผู้ประกอบการและความคาดหวังของลูกค้า

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว (Pet Humanization/Pet Parent)

ด้วยกระแสมาแรงอย่างการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงแบบคนในครอบครัว คือ การให้ความสำคัญและเอาใจใส่ในการดูแลสัตว์เลี้ยงแม้ว่าแต่เดิมมนุษย์เลี้ยงสัตว์เพื่อใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิต แต่การเปลี่ยนไปของโลกส่งผลให้สัตว์เลี้ยงกลับกลายเป็นตัวช่วยเพิ่มความผ่อนคลาย โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากเหตุผลที่ต้องใช้ชีวิตและกักตัวอยู่ที่บ้านนาน ๆ หรือทำงานที่บ้าน ผู้คนจึงต้องหากิจกรรมคลายเครียด ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ การเลี้ยงสัตว์เลี้ยง โดยจากข้อมูลของ The American Pet Products Association (APPA) ระบุว่า ในปี 2021 สัดส่วนครอบครัวชาวอเมริกันที่มีสัตว์เลี้ยง (Pet Ownership) จะเพิ่มขึ้นเป็น 70% จากเฉลี่ยที่ 67% ในช่วงปี 2018-2020 โดยเฉพาะสุนัข และแมวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากกว่าประเภทอื่น ที่ผ่านมามีคนในปัจจุบันแนวโน้มมีคนที่หันมาให้ความสนใจในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมากขึ้น เรียกได้ว่าเกิดกระแสการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว ซึ่งหมายถึงกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเหมือนบุคคลในครอบครัว มองสัตว์เลี้ยงเป็นสมาชิกสำคัญของครอบครัว พร้อมทุ่มเงินดูแลเลี้ยงดูเพื่อให้สัตว์เลี้ยงอยู่สบาย (Krungthai COMPASS, 2564) เสมือนสมาชิกในครอบครัว และอีก 66% ของผู้เลี้ยงมีความรักความผูกพันกับสัตว์เลี้ยงของตนมาก รวมทั้ง 47% ของผู้เลี้ยงยังเลี้ยงสัตว์เลี้ยง

ของตนเสมือนลูกอีกด้วย ทั้งนี้ ได้มีการนิยามพฤติกรรมการเลี้ยงดังกล่าวไว้ว่าเป็น “Patriarchy” หรือที่เรียกกันว่า “ทาสหมา ทาสแมว” (Morgan Stanley, 2021)

ปัจจุบันมีกลุ่มสินค้าและบริการต่าง ๆ ให้ความสนใจกับการนำสัตว์เลี้ยงมาเป็นจุดขายในตัวสินค้ามากขึ้น เช่น คอนโดสำหรับสัตว์เลี้ยง ร้านอาหารที่นำสัตว์เลี้ยงเข้าได้ ประกันสุขภาพสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นต้น อีกทั้งมีการรายงานว่าพบว่าคนไทยมีการค้นหา และให้ความสนใจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะสุนัขและแมวอยู่ตลอด โดยจากแนวโน้มปริมาณการค้นหาใน Google ทำให้เห็นว่ามีเพจจำนวนมากเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงที่ผลิตคอนเทนต์บนโลกออนไลน์ นอกจากนี้ การทำโฆษณาร่วมกับสัตว์เลี้ยงทำให้แบรนด์สามารถเชื่อมต่อกับคน (Mandala Analytics, 2021)

การเติบโตของกระแสการสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกคนหนึ่งครอบครัวเป็นผลดีกับตลาดสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างมาก ส่งผลดีต่อธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องก็เติบโตไปตามแนวโน้มของการที่มีผู้คนให้ความสำคัญและหันมาเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมากขึ้น มีรายงานการวิจัยผู้บริโภคของ Brand watch เกี่ยวกับการพูดถึงการสัตว์เลี้ยงตัวใหม่ โดยเฉพาะแมวและสุนัข บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ Twitter / Reddit / Tumblr และ Forums ตั้งแต่ปี 2016 จนถึง ปี 2021 ว่ามีการเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใดพบว่ามีการพูดถึงเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในปี 2021 ลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนหน้า แต่ก็ยังสูงกว่าปีก่อนเกิดโรคระบาดอย่างมาก นี่แสดงให้เห็นว่าการแสดงความเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงยังคงสูงกว่าปกติ ซึ่งปลื้มคิดว่าจะน่าจะเป็นเพราะผู้คนทำงานที่บ้านก็เลยง่ายต่อการเลี้ยงน้อง ๆ ถ้าหากเป็นช่วงที่ต้องออกไปทำงานก็คงไม่มีเวลามาดูแลเท่าที่ควร ซึ่งแนวโน้มของการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงตัวใหม่ก็คาดว่าจะดำเนินต่อไปในปี 2022 (Brandwatch, 2564)

เมื่อวิถีชีวิตของคนเปลี่ยนจากครอบครัวใหญ่กลายเป็นครอบครัวเล็ก อีกทั้งบางคู่แต่งงานไม่มีบุตร ไหนจะผู้สูงอายุ และคนโสด สัตว์เลี้ยงจึงมาเติมเต็มชีวิตของผู้คนมากขึ้น แต่ในปัจจุบันเราไม่ได้เลี้ยงสัตว์แบบ ที่แค่รักหรืออยากมีสัตว์เลี้ยง (Pet Lover) แต่กลับฟุ่มเฟือยเลี้ยงดูแบบที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงยอมควักกระเป๋าจ่าย (Pet Parent) เพื่อให้สัตว์เลี้ยงมีคุณภาพชีวิตที่ดี เพิ่มมูลค่าตลาดรวมของธุรกิจสัตว์เลี้ยงโต มากกว่า 3 หมื่นล้านบาทและยังเฟื่องฟูได้อีกเป็นทศวรรษ โดยแบ่งเป็นธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงมีสัดส่วนใหญ่สุด 45 เปอร์เซ็นต์ ตามมาด้วยธุรกิจดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง เช่น โรงพยาบาล คลินิก บริการอื่น ๆ มีสัดส่วน 32 เปอร์เซ็นต์ และธุรกิจสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น



เสื้อผ้า ของเล่น ซึ่งมีสัดส่วน 23 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้ 5 ปัจจัยที่ส่งผลให้ตลาดสัตว์เลี้ยงเติบโต (ธนาคารกสิกรไทย, 2562)

1. การสูงวัยของประชากร (Aging Population) นับวันคนโสดและคนสูงวัยมีมากขึ้นตามจำนวนความสูงของด็กความเหงาทำให้พวกเขาต้องการสัตว์เลี้ยงมาเติมเต็ม จึงทุ่มทุนทุ่มฟักยกระดับสัตว์เลี้ยงเหล่านั้นตัวน้อยให้เหมือนคนในครอบครัว เพื่อให้สมาชิกเหล่านั้นมีชีวิตไม่ต่างจากลูกหรือคนรัก

2. การแต่งงานที่ไม่มีบุตร (Dual Income No Kids (D.I.N.K)) การที่คนแต่งงานแล้วไม่มีบุตร หรือมีแค่คนเดียว การอยู่เป็นคู่ในเพศเดียวกัน ทำให้สัตว์เลี้ยงเป็นมากกว่าแค่สัตว์เลี้ยง แต่กลายเป็นส่วนหนึ่งของคำว่าครอบครัวเพื่อเติมเต็มความรู้สึกที่ต้องการร่วมกันดูแลใครสักคน

3. การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนลูก (Pet Humanization) กลุ่มคนรักสัตว์เลี้ยงนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนลูก หมดยุคเลี้ยงสัตว์เลี้ยงแบบคลุกข้าว ก้าวสู่ยุคคนอมคั่งดวงใจ การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเปลี่ยนไปจากอดีตที่เจ้าของหาข้าวหาน้ำให้กิน นิดควักชิ้นดูแลยามป่วยไข้ แต่สัตว์เลี้ยงในยุคปัจจุบันมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตที่สูงขึ้น เริ่มตั้งแต่การจ่ายเงินเพื่อเลือกสัตว์เลี้ยง การดูแลด้านปัจจัย 4 ไปจนกระทั่งไลฟ์สไตล์ต่าง ๆ โดยเฉพาะการเลี้ยงสุนัข 1 ตัว มีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 1,000 - 1,500 บาทต่อเดือน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายของแมว 1 ตัว อยู่ที่ 700 - 1,000 บาทต่อเดือน

4. การปรับปรุงและการดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง (Pet Health Care improved) วิชาการทางการแพทย์ที่ดีขึ้น เนื่องจากกระแสความนิยมในธุรกิจสัตว์เลี้ยง ประกอบกับเจ้าของสัตว์เลี้ยงทุ่มเทดูแลสัตว์เลี้ยงให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีที่สุด จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้นักเรียนสัตวแพทย์หันมาเลือกเรียนทางด้านสัตว์เลี้ยงมากขึ้น 70 – 80 เปอร์เซ็นต์ จากเดิมที่เลือกเรียนเกี่ยวกับปศุสัตว์ ทำให้ธุรกิจคลินิกสัตว์เลี้ยงในเมืองโตขึ้นมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ปัจจุบันมีโรงพยาบาลสัตว์เลี้ยงทั่วประเทศกว่า 3,000 แห่ง แบ่งเป็นคลินิกเล็ก ๆ 80 เปอร์เซ็นต์ คลินิกที่สามารถผ่าตัดได้ 15 เปอร์เซ็นต์ และโรงพยาบาลที่มีเครื่องมือพร้อมมีแพทย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางอีกประมาณ 5 เปอร์เซ็นต์

5. การยกระดับคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยงครบวงจร (Friendly Pet Community) มีสถานที่และที่พักอาศัยสำหรับสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น เมื่อความผูกผันระหว่างสัตว์เลี้ยงกับเจ้าของมีมากขึ้น บริการต่าง ๆ จึงผุดขึ้นมารองรับสัตว์เลี้ยงเหล่านี้ เช่น โรงแรมแมวโคฟูกู ที่บริการรับฝากแมว แต่ถึงแม้จะเป็นโรงแรมแมวที่ใหญ่ที่สุดในเมืองไทย รองรับแมวได้กว่า 200 ตัว แต่ในช่วงหน้า

เทศกาลก็ต้องจองล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 2-3 เดือน เพราะที่พักรังไม่เพียงพอ เนื่องจากจำนวนแมวที่มีเจ้าของเฉพาะในกรุงเทพฯ ก็มีประมาณ 4,000,000 ตัว

จากปัจจัยดังกล่าวคาดการณ์ว่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 10 เปอร์เซ็นต์ ต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 10 ปี โดยไม่ได้รับผลกระทบจากมีวิกฤตทางเศรษฐกิจหรือสถานการณ์การเมืองอย่างเช่นธุรกิจอื่น ๆ เพราะเจ้าของอยากให้สัตว์เลี้ยงมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีไลฟ์สไตล์ที่คล้ายกับตัวเอง เช่น พาไปนั่งเล่นตามคาเฟ่สัตว์เลี้ยง ไปออกกำลังกายที่สระว่ายน้ำ ทำสปา แต่งตัวด้วยเสื้อผ้าเครื่องประดับสวยๆ กระทั่งมีพิธีการฌาปนกิจ ส่งผลให้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงมีโอกาสต่อยอดได้อีกไกล และมีอนาคตสดใส

จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกคนหนึ่ง ในครอบครัว ผู้วิจัยเห็นถึงกระแสความนิยมและแนวโน้มในปัจจุบันและอนาคตของการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง กระแสความนิยมที่เกิดขึ้นเป็นผลให้โอกาสในการเติบโตของแวดวงธุรกิจดังกล่าวยังมีความหลากหลาย แต่ทั้งนี้จะเห็นได้เลยว่าสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะให้ธุรกิจเพาะพันธุ์หรือสินค้าบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงของผู้ประกอบการมีความเข้มแข็ง คือคุณภาพนั่นเอง ด้วยกลุ่มเป้าหมายนั้นให้ความสำคัญต่อสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกคนหนึ่ง

ผู้วิจัยนำแนวคิดการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกคนหนึ่ง ในครอบครัว มาเป็นแนวคิดริเริ่มในการให้ความสนใจกับธุรกิจสัตว์เลี้ยงจากพฤติกรรมการณ์เลี้ยงสัตว์ที่มีแนวโน้มลักษณะนี้ รวมทั้งการศึกษาแนวคิดนี้มาสร้างประเด็นคำถามและเป็นข้อมูลสนับสนุนถึงความนิยมของกระแสการเลี้ยงสัตว์ในปัจจุบัน

## 7. ข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงทั่วไป และสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ (Exotic Pet)

ปัจจุบันนอกจากสัตว์เลี้ยงทั่วไปอย่างสุนัขและแมวแล้ว ยังมีสัตว์เลี้ยงอีกประเภทที่มีบทบาทในตลาดสัตว์เลี้ยงปัจจุบัน คือ สัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ หรือสัตว์เลี้ยงแปลก สัตว์หายาก เป็นสัตว์เลี้ยงประเภทหนึ่งสำหรับคนเฉพาะกลุ่มที่ชื่นชอบสัตว์รูปร่างหน้าตาแปลก สัตว์เหล่านี้จะได้รับการอนุญาตให้สามารถเลี้ยงได้เพาะพันธุ์และซื้อขายได้ โดยพบว่า มีการตัดแปลงสายพันธุ์ในกลุ่มคนรักสัตว์เลี้ยงแปลก และมีวัตถุประสงค์เลี้ยงไว้เพื่อความเพลิดเพลินและช่วยคลายเหงา (เทลลี่ บัดดี้, 2563)

นอกจากนี้ยังมีการให้นิยามของสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ ไว้ว่าเป็นสัตว์เลี้ยงที่นอกเหนือจากสุนัข และแมว ไม่ได้เป็นสัตว์ประจำถิ่นของประเทศนั้นโดยกำเนิด แต่เป็นสัตว์ที่เกิดจากการเพาะพันธุ์ในต่างประเทศ (พัชรดา เรื่องสุนัขกุล ,2563)

การเลี้ยงสัตว์ประเภทสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษมีการพบมากขึ้นกว่าแต่เดิม เห็นได้จากร้านค้ามากมายจะมีการแบ่งชั้นสินค้า หรือพื้นที่สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงประเภทนี้โดยเฉพาะ รวมทั้งโรงพยาบาลต่าง ๆ จะมีการทำโปรแกรมชั้นหรือแพคเกจสำหรับสัตว์เลี้ยงกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงความแพร่หลายของกลุ่มคนที่ชื่นชอบ นอกจากนี้ยังมีการจัดนิทรรศการต่าง ๆ ที่นำสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษมาจัดแสดง เพื่อเผยแพร่ความรู้ และทำให้สัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษเป็นที่รู้จักมากขึ้น (ปิยวุฒิ ศิริธรรมวิไล, 2563)

การดำรงชีวิตของสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ โดยปกติจะเป็นสัตว์ที่อยู่ตามธรรมชาติมาก่อนทั้งในและต่างประเทศ แล้วมนุษย์นำมาเลี้ยง เพาะขยายพันธุ์จนกลายเป็นสัตว์เลี้ยงที่นิยมเลี้ยงส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ด้วยเหตุผลต่าง ๆ ได้แก่ น่ารัก น่าหลงใหล น่าสงสาร ไม่อยากตามใคร อยากเท่ อดรวยเสริมบารมี อนุรักษ์ หรือธุรกิจเพาะเลี้ยงต่าง ๆ เป็นต้น การจำแนกกลุ่มประเภทสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษนี้สามารถแบ่งกลุ่มประเภทกว้าง ๆ ได้ 2 กลุ่ม คือ สัตว์ที่ไม่มีกระดูกสันหลัง และสัตว์ที่มีกระดูกสันหลัง ซึ่งจะมีมากมายหลากหลายชนิดจนทำให้บางครั้งเกิดการเข้าใจผิดและสับสนในการจำแนกว่าสัตว์เหล่านี้อยู่ในกลุ่มไหนบ้าง ดังนั้น เมื่อพร้อมที่จะเลี้ยงแล้ว ขอควรศึกษาข้อมูลให้เป็นอย่างดีก่อนการตัดสินใจ (ทิลลิตส์ รุ่งเรืองกิจไกร ,2564)

ในตลาดซื้อขายและเพาะพันธุ์สัตว์เลี้ยงจะพบว่ามี การเลี้ยงสัตว์ประเภทดังกล่าวมากขึ้นกว่าแต่เดิม เห็นได้จากมีร้านค้ามากมายจะมีการแบ่งชั้นสินค้า หรือพื้นที่สินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงประเภทนี้โดยเฉพาะ รวมทั้งโรงพยาบาลต่าง ๆ จะมีการทำโปรแกรมชั้นหรือแพคเกจสำหรับสัตว์เลี้ยงกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงความแพร่หลายของกลุ่มคนที่ชื่นชอบ นอกจากนี้ยังมีการจัดนิทรรศการต่าง ๆ ที่นำสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษมาจัดแสดง เพื่อเผยแพร่ความรู้ และทำให้สัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษเป็นที่รู้จักมากขึ้น (ปิยวุฒิ ศิริธรรมวิไล, 2563)

ความหลากหลายทั้งประเภทและสายพันธุ์ของสัตว์เลี้ยงไม่ว่าจะเป็นสัตว์เลี้ยงทั่วไป หรือสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้กลุ่มคนที่รักสัตว์ให้มีความสนใจ เนื่องจากมีทางเลือกให้มากมายตามความชื่นชอบหรือความสนใจ แต่หากพูดถึงความนิยมคงหนีไม่พ้น สุนัข

และแมว ที่เป็นสัตว์เลี้ยงที่มีการเลี้ยงอย่างแพร่หลาย มีรายงานปริมาณการค้าเกี่ยวกับ สัตว์เลี้ยง ประเภทดังกล่าวว่า ตั้งแต่ปี 2005-2021 ยังคงมีแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะแมว มีตัวเลขการค้าสูงขึ้นกว่าสุนัข ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนถึงความสนใจที่มากขึ้นของผู้คน นอกจากนี้ มีรายงานจาก United States Department of Agriculture : Foreign Agricultural Service (USDA) ระบุว่าคนรุ่นใหม่นิยมเลี้ยงแมวมากขึ้น เนื่องจากเป็นสัตว์เลี้ยงที่เหมาะสมกับที่อยู่อาศัยที่มีพื้นที่จำกัด เช่น ห้องในคอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ ประกอบกับด้วยบุคลิกและนิสัยแมว เป็นสัตว์เลี้ยงง่าย รักความสะอาด และดูแลตัวเองได้ ดังนั้นผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเลือกสรรอาหารแมวที่ดีที่สุด ขณะที่ฝั่งผู้ผลิต พัฒนาอาหารแมวนวัตกรรมใหม่ เช่น อาหารที่ให้คุณค่าโภชนาการ และรส กลิ่น และเนื้อสัมผัส จากความนิยมเลี้ยงแมวมากขึ้น และผู้ผลิตอาหารแมว แข่งพัฒนานวัตกรรมใหม่ ทำให้ในช่วงปี 2019 – 2021 ตลาดอาหารแมวเติบโตเกือบ 30% โดยสัดส่วนหลักยังมาจากอาหารแมวแบบแห้ง 60% และแบบเปียก 40% (United States Department of Agriculture : Foreign Agricultural Service ,2021)

## 8. ข้อมูลเกี่ยวกับแมวและการเพาะพันธุ์แมว

### ข้อมูลทั่วไปของแมวสายพันธุ์ สก็อตติช โฟลด์

แมวเป็นสัตว์เลี้ยงที่มีความแตกต่างจากสัตว์เลี้ยงชนิดอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด คือเป็นสัตว์ที่รักความอิสระและคาดการณ์ได้ยาก อีกทั้งเป็นสัตว์เลี้ยงที่มีโอกาสเกิดความเครียดได้ง่ายและอาจส่งผลต่อสุขภาพ ดังนั้นผู้เลี้ยงจึงต้องมีการศึกษาและทำความเข้าใจธรรมชาติของแมว พร้อมกับการเตรียมความพร้อมในการเลี้ยงดูเป็นอย่างดี (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

### ลักษณะธรรมชาติโดยทั่วไปของแมว

การส่งเสียง เป็นรูปแบบการสื่อสารบอกความรู้สึกให้แมวด้วยกันและเจ้าของรับรู้ โดยส่วนใหญ่การทำระดับเสียงสูงเป็นการแสดงความเป็นมิตร แต่หากร้องเบาๆ เป็นการแสดงความเป็นกันเอง แต่เมื่อใดที่มีการทำเสียงแหลม แสดงให้เห็นว่าแมวกำลังมีความเครียด (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

การมองเห็น แมวนั้นเป็นสัตว์ที่สามารถมองเห็นวัตถุในเวลากลางคืนได้ดีกว่ากลางวัน มองเห็นชัดในที่มืดน้อยกว่าปกติถึง 10 เท่า และการมองเห็นการเคลื่อนไหวแนวราบได้อย่างชัดเจน เนื่องจากตาแมวมีเซลล์เยื่อชั้นพิเศษ ที่ทำหน้าที่เหมือนกระจกสะท้อนแสงที่ผ่านจอตาให้กลับมาเพิ่มความเข้มแสงได้อีก ทำให้รับแสงได้ทั้งแสงตรงที่ส่องมาและแสงที่สะท้อนกลับ จึงเห็นตาแมวสะท้อนแสงในเวลากลางคืน (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

การสัมผัส แมวจะใช้หนวดและอุ้งเท้าเป็นส่วนรับรู้การสัมผัส โดยหนวดแมวจะมีเส้นประสาทที่สามารถสัมผัสได้หลายอย่าง ทั้งการเคลื่อนไหวของอากาศ ทั้งช่วยสำรวจวัตถุรอบ ๆ และหนวดแมวจะมีความกว้างเท่ากับขนาดของลำตัวเสมอ ผู้เลี้ยงจึงห้ามตัดหนวดแมวเด็ดขาด เนื่องจากเป็นอวัยวะสำคัญของแมว (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

การดมกลิ่น จมูกแมวสามารถรับกลิ่นได้ดีมาก เนื่องจากมีต่อมประสาทรับกลิ่นใหญ่กว่ามนุษย์ แมวจะใช้ประสาทการดมในการแยกแยะว่าใครเป็นใคร รวมทั้งใช้กลิ่นในการสร้างอาณาเขต (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

การได้ยิน แมวเป็นสัตว์ที่มีประสาทหูดีมาก หูของแมวสามารถรับเสียงได้ตั้งแต่ช่วง 40,000 - 65,000 เฮิรตซ์ ซึ่งเป็นช่วงที่กว้างกว่าที่มนุษย์ได้ยิน ประสาทการฟังที่ดีทำให้แมวใช้การฟังเป็นหนึ่งในประสาทสัมผัสเพื่อล่าเหยื่อ (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

### **ลักษณะเฉพาะของแมวสายพันธุ์สก๊อตติช โพลด์**

แมวสก๊อตติช โพลด์ เป็นแมวที่มีถิ่นกำเนิดมาจากประเทศสกอตแลนด์ ได้รับฉายาว่าแมวยิ้ม (Smiling Cat) โดยแมวสายพันธุ์นี้มีลักษณะประจำสายพันธุ์ คือ มีสีขนหลากหลายและมีทั้งแบบขนสั้น และขนยาว ตัวกลม หัวกลม ช่วงคอสั้น ดวงตากลมใหญ่ จมูกสั้นโค้งกว้างรับกับดวงตาคู่ มีขนาดเล็กปลายหูกลม มีทั้งลักษณะตั้งตรงและหุบมาด้านหน้า ใบหน้าคล้ายนกฮูก (เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

### ช่วงอายุของแมว

สำหรับอายุของแมวจะมีความแตกต่างจากคน โดยอายุเฉลี่ยจะอยู่ที่ 13-15 ปี

อายุแมว	อายุคน
0-1 เดือน	0-1 ปี
4 เดือน	6-8 ปี
6 เดือน	10 ปี
1 ปี	15 ปี
3 ปี	28 ปี
7 ปี	44 ปี
14 ปี	72 ปี

ตารางที่ 1 : ภาพตารางเปรียบเทียบอายุแมวกับคน  
(เกษตรกรก้าวหน้า, 2562)

### การจัดสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยง

สวัสดิภาพขั้นพื้นฐานเป็นสิ่งที่ทุกคนควรได้รับนั้นในความหมายไม่ได้หมายถึงแต่เพียงมนุษย์แต่ยังคงหมายรวมถึงสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ อีกด้วย ดังนั้นแมวซึ่งเป็นสิ่งมีชีวิตหนึ่งก็ควร จะได้รับการสวัสดิภาพขั้นพื้นฐานที่เหมาะสม ดังนั้นผู้ประกอบการเพาะพันธุ์มีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานขั้นต่ำในการดูแลแมวในสถานที่เพาะพันธุ์ตามมาตรฐานสากล โดยหมายรวมถึง มาตรฐานที่พักอาศัย การขนส่ง การดูแลเรื่องสุขภาพ โภชนาการ เพื่อความปลอดภัยของทั้งผู้เพาะพันธุ์ ผู้ซื้อ และตัวสัตว์เลี้ยงเองด้วย ยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อในการรับแมวที่มีคุณภาพ สุขภาพแข็งแรง (สมาวิษฐ์ กิตติเกษมศิลป์, 2016)



การฉีดวัคซีนพื้นฐานเป็นสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยงที่ถูกกำหนดไว้ในประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เรื่องการจัดสวัสดิภาพแมว ในสถานที่เพาะพันธุ์แมว พ.ศ. 2563

### โปรแกรมการทำวัคซีนแมว

ประเภทวัคซีน	ฉีดครั้งที่ 1	ฉีดครั้งที่ 2	ฉีดครั้งที่ 3	ความจำเป็น
โรคพิษสุนัขบ้า	12 สัปดาห์	16 สัปดาห์	-	วัคซีนพื้นฐาน
โรคหัดแมว หวัดทางเดิน หายใจ หลอดอักเสบ อักเสบ	8 สัปดาห์	12 สัปดาห์	16 สัปดาห์	วัคซีนพื้นฐาน
โรคลิวคีเมีย	10 สัปดาห์	14 สัปดาห์	-	วัคซีนทางเลือก

\*\* ฉีดกระตุ้นแต่ละประเภททุกปี

ตารางที่ 2 : ตารางการฉีดวัคซีนพื้นฐาน

ข้อมูล : โรงพยาบาลสัตว์ตลิ่งชัน

สมาคมแมวมาตรฐานระดับท้องถิ่นและระดับสากล

ฟาร์มหลากหลายฟาร์มได้มีการพัฒนาและสร้างมาตรฐานด้วยการพัฒนาแมวเพื่อลงประกวดขึ้นเพื่อการขึ้นทะเบียนกับสมาคมแมวต่าง ๆ ซึ่งสมาคมที่รู้จักกันมีหลากหลายสมาคม เช่น CFA ICA WCF และ SCFC ในแต่ละสมาคมก็จะมีวิธีการและหลักเกณฑ์ในการขึ้นทะเบียนที่แตกต่างกัน สำหรับงานประกวดแมว จะมีการแบ่งแมวในหลายรุ่นและหลายประเภท (เกษตรกร ก้าวหน้า, 2562)

CFA (The cat Fanciers' Association) สมาคมผู้เลี้ยงแมวในสหรัฐอเมริกา

WCF (The World Cat Federation) สมาคมแมวจากยุโรป และมีสำนักงานใหญ่ที่ประเทศเยอรมันนี

TICA (The International Cat Association) สมาคมใหญ่อีกแห่งในอเมริกา

CFCFT (Cat Fancier's Club of Thailand) ชมรมแมวในประเทศไทย ที่ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกกับสมาคมแมวโลกอย่าง CFA

TIMBA (The International Meaw Boran Association) สมาคมแมวสำหรับกลุ่มผู้เลี้ยงแมวไทย

SCFC (Siam Cat Fanciers' Club) สมาคมแมวในประเทศไทย

## 9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แสงเดือน ยอดอัญมณีวงศ์ (2560) ศึกษาเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงช่วยส่งเสริมพัฒนาการทางสังคมและอารมณ์ของเด็ก พบว่า การศึกษาส่วนใหญ่มีทิศทางแนวโน้มไปในทางส่งเสริมว่าสัตว์เลี้ยงมีประโยชน์ต่อการส่งเสริมพัฒนาการเด็ก ในด้านสังคมและอารมณ์ แต่อย่างไรก็ดีขึ้นอยู่กับพื้นฐานความเข้าใจของครอบครัว บทบาทของผู้ปกครองที่เข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ในการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงของเด็ก

ศิวพร เทียงธรรม และ บุษงา ชัยสุวรรณ (2561) ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่ม Pet Parent โดยพบว่า ปัจจัยปัจเจกส่วนบุคคลและชนิดของสัตว์เลี้ยงส่งผลต่อพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่ม Pet Parent ด้วยรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมของผู้บริโภค ผู้ประกอบการควรออกแบบรูปแบบการสื่อสารทางการตลาดที่มีเนื้อหาที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรออกแบบรูปแบบการสื่อสารที่มีเนื้อหาให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลกับกลุ่มผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย

สุภัทรา บุญมาก (2562) ศึกษาเกี่ยวกับแผนธุรกิจแพลตฟอร์มสำหรับการค้นหาและรับรอง สถานที่รับฝากสัตว์เลี้ยงออนไลน์ โดยกล่าวว่าปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิต ดังนั้นการสร้างคอนเทนต์ หรือสร้างโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ จะเป็นการสร้างแบรนด์ให้ผู้บริโภครู้จักมากขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจสัตว์เลี้ยงบนแพลตฟอร์มออนไลน์



ภูมิ ภูเจริญ (2562) ศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการประกอบกิจการขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์ พบว่าการซื้อขายสัตว์เลี้ยงในปัจจุบันมีรูปแบบและวิธีการของการประกอบกิจการขายสัตว์เลี้ยง ดังนี้ การขายออนไลน์และการขายแบบมีหน้าร้าน สำหรับรูปแบบการขายออนไลน์ยังพบปัญหาอยู่หลากหลายอย่าง เช่น ปัญหาสวัสดิภาพของสัตว์ในขั้นตอนการเลี้ยง การขาย และการขนส่ง ปัญหาการขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์โดยไม่ได้รับใบอนุญาต ปัญหาการลักลอบขายสัตว์ที่ผิดกฎหมาย เป็นต้น แต่อย่างไรก็ดีการขายรูปแบบออนไลน์ก็มีข้อดีทั้งในเรื่องต้นทุน เวลาในการจำหน่ายสามารถเปิดการขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง ประชาสัมพันธ์และโฆษณาได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว

วิไล วิทวิรศักดิ์ และ ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ (2563) ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารเรื่องเกี่ยวกับสัตว์ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ และพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์สามารถเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตสัตว์ได้อย่างรวดเร็วทันเวลา ด้วยการกระจายข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) ด้วยปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้การสื่อสารเร็วมากขึ้น โดยปราศจากอุปสรรคทั้งทางภูมิศาสตร์ ระยะทาง ติดต่อสื่อสาร ได้รวดเร็ว กว้างไกลมากขึ้นและค่าใช้จ่ายถูกลง

พัชริดา เรื่องสุขนุกูล (2563) ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ พบว่าธุรกิจสัตว์เลี้ยงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่เปลี่ยนไปจากเดิม ครอบครัวที่ปรับขนาดครอบครัวจากเดิมครอบครัวขนาดใหญ่ ปัจจุบันนิยมเป็นครอบครัวขนาดเล็ก รวมทั้งรูปแบบการพักอาศัยที่นิยมพักคอนโดมิเนียมมากขึ้น ธุรกิจสัตว์เลี้ยงขนาดเล็ก หรือสัตว์เลี้ยงพิเศษจึงเป็นกลุ่มธุรกิจที่น่าสนใจและมีความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยศึกษารูปแบบกลยุทธ์โดยใช้เครื่องมือ Business model และมีการวางแผนความเสี่ยงกรณีฉุกเฉินในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น แผนฉุกเฉินด้านการตลาด แผนฉุกเฉินด้านการผลิต แผนฉุกเฉินด้านทรัพยากรบุคคล แผนฉุกเฉินด้านการเงิน รวมทั้งแผนในอนาคตอีกด้วย

ยุทธการ เอี่ยมณี (2563) ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสัตว์เลี้ยงและประเภทบริการอาบน้ำและตัดขนด้วยจากวิถีชีวิตของคนในปัจจุบันปรับเปลี่ยนเกิดกลุ่มคนที่เลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนลูกของตนเองด้วยความรักและผูกพัน มีความต้องการในการมอบคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสัตว์เลี้ยงของตน จากเดิมเป็นเพียงกลุ่มคนที่เรียกว่า “Pet Lover” หรือแค่กลุ่ม คนรักสัตว์เลี้ยง

ปรับเปลี่ยนการให้ความสำคัญที่มากขึ้นจนเกิดกลุ่มคนที่เรียกว่า “Pet Parent” ปัจจุบันมีธุรกิจสัตว์เลี้ยงมากมายที่สะท้อนความต้องการที่สูงมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ คลินิกสัตว์ สถานบริการรับฝากเลี้ยง ธุรกิจรับส่งสัตว์เลี้ยง โรงแรมที่พัก ธุรกิจอุปกรณ์ เป็นต้น จากการศึกษาผู้ศึกษานำเครื่องมือ Business Model Canvas มาใช้ออกแบบโมเดลธุรกิจ เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงภาพรวมของธุรกิจ สามารถวางแผนได้อย่างครอบคลุม จัดสรรทรัพยากร ที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังมีการนำเครื่องมือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอย่างเช่น PEST Analysis มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อสร้างความเข้าใจในด้านการเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งด้านเทคโนโลยี

กรสุมา สุวัฒน์ชัย (2563) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์เลี้ยง เนื่องจากวิถีชีวิตของคนเปลี่ยนแปลง จำนวนการหย่าร้างเพิ่มสูงขึ้น การแต่งงานน้อยลง และคนเป็นโสดในประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งประเทศไทยกำลังเผชิญหน้าสังคมผู้สูงอายุส่งผลทำให้ปัจจุบันคนนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ยังมีรายงานเกี่ยวกับความเล็งด้านปัญหาสุขภาพ อย่างเช่น โรคมะเร็ง มี การนำสัตว์เลี้ยงมาช่วยในการบำบัด เพื่อรักษาสุขภาพจิตใจ การให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยง ส่งผลทำให้ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเติบโต การศึกษาการดำเนินธุรกิจพบว่า คุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อความพึงพอใจ โดยมีปัจจัยตัวแปรคือ ได้แก่การให้บริการด้วยความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ การให้บริการด้วยความรอบคอบ และการให้บริการด้วยความตรงต่อเวลา เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

ปรภัสสร สัจจาอักษรมนตรี (2564) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแมวสายพันธุ์แท้ของผู้บริโภค ด้วยลักษณะของการดำเนินชีวิตของผู้คนปรับเปลี่ยนไปในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ผู้คนใช้เวลาอยู่กับที่บ้านมากขึ้น เกิดกระแสการรับเลี้ยงหรือการซื้อสัตว์เลี้ยงมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตอย่างมาก สัตว์เลี้ยงตัวเล็ก ๆ กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องดังกล่าว โดยกำหนดขอบเขตภายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาพบว่าส่วนผสมทางการตลาด (7PS) มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค แต่ละบุคคล อีกทั้งมีความพร้อมที่จะย้ายไปบ้านใหม่ อีกทั้งพบข้อมูลเพิ่มเติมว่าแมวที่เป็น

ที่นิยมได้รับความสนใจคือ แมวสายพันธุ์เปอร์เซียและสก๊อตติช โพลด์ นอกจากนี้ปัจจัยด้านอาชีพ รายได้และระดับการศึกษา ปัจจัยการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคคลก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกซื้อแมวพันธุ์แท้ของผู้บริโภค

ฉัตร ต.รุ่งเรือง (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสัตว์เลี้ยง ทางเลือกหรือสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษในประเทศไทย รวมทั้งพฤติกรรมในการเลือกซื้อ โดยพบว่า ปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุดคือด้าน บุคลากร รองลงมาคือ ด้านกระบวนการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ แต่ก็ยัง อยู่เกณฑ์ที่มีอิทธิพลระดับมาก นอกจากนี้จากงานวิจัยพบว่า การตัดสินใจซื้อซื้อที่นำมาพิจารณา เป็นลำดับแรกคือ เหตุผลที่มาจากความต้องการส่วนตัว

จิรายุ ทะรุณรัมย์ และ ปาติดา ศรีศรีกำพล (2564) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารสุนัขแบบแห้งของผู้เลี้ยงสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ ในส่วนของปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อ กระบวนการตัดสินใจซื้อเช่นกัน แต่สำหรับด้านราคา กับไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ทั้งนี้อาจ เนื่องมาจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประโยชน์ และรสชาติที่สัตว์เลี้ยงชื่นชอบ

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีการ  
วิทยาแบบเรื่องเล่า (Narrative Approach) เพื่ออธิบายสร้างความรู้และเข้าใจ ผ่านกระบวนการและ  
ขั้นตอนการวิเคราะห์หาข้อสรุป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลในการดำเนินการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการเก็บข้อมูล
5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

#### 1. ผู้ให้ข้อมูลในการดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพาะพันธุ์แมวสก็อตติช โพลด์  
ที่มีการเพาะพันธุ์แมวที่ได้รับการรองรับสายพันธุ์จากองค์กรหรือสมาคมเพาะพันธุ์ที่ได้จดทะเบียน  
ถูกต้อง อีกทั้งเป็นผู้ประกอบการที่มีช่องทางการสื่อสารการตลาดในรูปแบบออนไลน์ จำนวน 2 คน  
และสัมภาษณ์ลูกค้าจำนวน 2 คน โดยเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมในการนัดหมายของผู้ให้ข้อมูลหลัก

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการวิทยาแบบเรื่องเล่า  
มีเครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย

2.1 ผู้วิจัย เป็นเครื่องมือสำคัญที่สุดสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีลักษณะรูปแบบ  
การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกต

2.2 เครื่องมือสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์สำหรับถ่ายภาพและบันทึกวิดีโอ เพื่อเก็บข้อมูลสภาพแวดล้อม การดำเนินการขั้นตอนและกระบวนการต่าง ๆ ในการสัมภาษณ์

2.3 เครื่องมือช่วยจดบันทึก สมุดและปากกาเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการจดบันทึกรายละเอียด และคำพูดสำคัญหรือคำสำคัญ

2.4 เครื่องบันทึกเสียง ใช้ในการบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อป้องกันการตกหล่นของข้อมูล ลดความเสี่ยงในการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์ที่อาจไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

2.5 แนวคำถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้กำหนดกรอบคำถามเพื่อให้การสัมภาษณ์มีความกระชับและอยู่ในประเด็นของงานวิจัย

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มีลักษณะข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลโดยตรงจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้ลักษณะรูปแบบการสัมภาษณ์ ด้วยการตั้งคำถามปลายเปิด อีกทั้งมีใช้รูปแบบการสังเกตทั้ง 2 รูปแบบ คือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) มีลักษณะข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า การรวบรวม งานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหนังสือ บทความทางวิชาการ รายงาน วารสาร วิชาการ และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหา และนำไปใช้วิเคราะห์ พิจารณา ถิ่นกรองข้อมูลและดำเนินการสรุปผลการวิจัย

### 4. วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้วางแนวทางเลือกเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ โดยมี รายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 4.1 การสัมภาษณ์

ดำเนินการสัมภาษณ์ในลักษณะรูปแบบเรื่องเล่า ผู้วิจัยใช้รูปแบบคำถามในลักษณะปลายเปิดประกอบกับแนวทางทฤษฎีที่ได้มีการศึกษาค้นคว้า นำมาซึ่งการตั้งคำถามมีความยืดหยุ่น และปรับเปลี่ยนตามเรื่องเล่าของผู้ให้ข้อมูล เพื่อศึกษาแนวคิด ความรู้สึก ผ่านประสบการณ์ใน

ช่วงเวลาต่าง ๆ ของผู้ให้ข้อมูล นำมาซึ่งความเข้าใจของผู้วิจัยในประเด็นคำถามเพื่อสามารถตอบ วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้

#### 4.2 การสังเกต

ดำเนินการสังเกตทั้ง 2 รูปแบบ ดังนี้

1. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation observation) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวม ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการเพาะพันธุ์แมว โดยเป็นการศึกษาร่วมกับผู้ให้ข้อมูล โดยการ ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตามคำแนะนำของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก็อตติช โฟลด์
2. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participation observation) ผู้วิจัยดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม แต่มีการจดบันทึกทั้งภาพ และเสียง เพื่อนำ ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และพิจารณารายละเอียดในการดำเนินการวิจัยให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

#### 5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) เป็นการเปรียบเทียบวิธีการวิจัยหลายอย่างในการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกัน เพื่อ ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลว่าถูกต้อง สมบูรณ์ครบถ้วนหรือไม่ และน่าเชื่อถือได้เพียงใด ก่อนที่จะนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ ดังนั้นกระบวนการนี้จึงเป็นขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการ คัดกรองข้อมูลที่ถูกต้องและสอดคล้องกัน สามารถนำมาวิเคราะห์และพิจารณาได้จริง โดยรูปแบบที่ ผู้วิจัยเลือกใช้มีรายละเอียดดังนี้

5.1. ด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) การใช้มุมมองของทฤษฎีต่าง ๆ มา พิจารณาข้อมูลชุดเดียวกัน (Theory Triangulation) เป็นการใช้มุมมองของทฤษฎีแตกต่างกันมา พิจารณาตีความข้อมูลชุดเดียวกัน

5.2. ด้านข้อมูล (Data Triangulation) การเปรียบเทียบและตรวจสอบความ แน่นอนของข้อมูลโดยนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบ เป็นการดำเนินการตรวจสอบข้อมูลจาก แหล่งที่มาต่าง ๆ โดยการนำมาหาความเหมือนหรือความแตกต่างของข้อมูล แล้วจึงนำมาหา ข้อสรุปข้อมูลที่มีความสอดคล้องกัน



5.3 ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) การเก็บข้อมูลด้วยวิธีที่แตกต่างกันออกไปในประเด็นเรื่องเดียวกัน โดยมีการเก็บข้อมูลจาก 3 วิธี ดังนี้

5.3.1 เก็บข้อมูลจากหนังสือ วรรณกรรม บทความ

5.3.1 เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์โดยตรง

5.3.2 เก็บข้อมูลจากการสังเกตการณ์โดยตรง

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสังเกต ประกอบกับข้อมูลที่ได้มีการรวบรวมไว้ นำมาวิเคราะห์เรียบเรียงหาความเชื่อมโยงกับแนวคิด หรือทฤษฎีเพื่อหาคำตอบและข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยต้องดำเนินการถอดข้อมูลการสัมภาษณ์จากคำถามและเรื่องเล่าที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นการถอดข้อมูลทั้งคำพูดและลักษณะทางกายภาพ อีกทั้งยังต้องให้ความสำคัญกับการถอดข้อมูลทุกประโยคให้ครบถ้วนสมบูรณ์มากที่สุด เพื่อหาใจความสำคัญ เพื่อที่จะสามารถนำมาวิเคราะห์ได้อย่างครบองค์ประกอบในทุกมิติ

6.1 ขั้นตอนการกำหนดหัวข้อ ปัญหา วัตถุประสงค์ และประโยชน์ที่ได้รับ

6.2 ขั้นตอนการสืบค้นวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.3 ขั้นตอนการกำหนดวิธีดำเนินการวิจัยโดยการ สัมภาษณ์และสังเกต

6.4 ขั้นตอนการนำผลข้อมูลมาวิเคราะห์และประเมินผล

6.5 ขั้นตอนการสรุปผลการวิจัย

## 7. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาดำเนินการวิจัย 1 ปี เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2565 จนถึงเดือนมิถุนายน 2566 โดยกำหนดขั้นตอนดำเนินการดังนี้



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาวิจัยมีการนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมและเรียบเรียง พร้อมทั้งวิเคราะห์จากข้อเท็จจริงจากเรื่องเล่า ประสบการณ์ตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจจนธุรกิจประสบความสำเร็จในปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรครวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหา การประสบความสำเร็จในมุมมองของผู้ประกอบการ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำเรื่องเล่ามาวิเคราะห์ และแบ่งรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

1. บทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวผู้การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold)
2. ปัญหา และอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold)

#### 1. บทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวผู้การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold)

จากการวิจัยพบว่า การประกอบธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold) มักเริ่มมาจากการเป็นผู้เลี้ยงแมวตามความชอบ ด้วยลักษณะของแมวสก๊อตติช โพลด์ ที่มีจุดเด่นและเอกลักษณ์ของการเป็นแมวที่มีลักษณะหูพับ แต่ก็ยังเป็นสายพันธุ์ที่พบว่ามีปัญหาเรื่องของโรคทางพันธุกรรมโดยเฉพาะในเรื่องของโรคเกี่ยวกับกระดูก ดังนั้นการจะเลี้ยงหรือเพาะพันธุ์สายพันธุ์นี้จึงจำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจและการศึกษาหาความรู้ในการเลือกสรรไม่ว่าจะเป็นการเลือกมาเลี้ยงเป็นเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัว หรือนำมาเพาะพันธุ์ต่อ จึงเป็นเรื่องยากมากในการเพาะพันธุ์หรือเลี้ยงดูแมวสายพันธุ์ดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบว่าการเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ มีเงื่อนไขในการเพาะพันธุ์ที่สำคัญที่สมาคมเพาะพันธุ์แมวทั้งในและต่างประเทศได้มีการแนะนำไว้สำหรับผู้เพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ไว้โดยเฉพาะ อีกทั้งปัจจุบันยังพบว่าการเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ที่ไม่ถูกต้อง ทำให้เกิดลูกแมวที่ไม่ได้ความสวยงามตามมาตรฐานของสายพันธุ์ แต่

มากกว่าความสวยงามตามมาตรฐานแล้วนั้น ยังส่งผลถึงในเรื่องของสุขภาพแมว ความสมบูรณ์และแข็งแรงของลูกแมวอีกด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ จึงจำเป็นต้องศึกษาและหาข้อมูลในการเลือกซื้อ ส่งผลให้ผู้ที่เริ่มมีความสนใจในการเลี้ยงแมวสายพันธุ์นี้ได้มีโอกาสเรียนรู้จากการหาข้อมูล จนนำมาสู่ความสนใจในวงการการประกวดแมว ซึ่งเป็นที่มาของการเริ่มต้นทำธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ และจากการศึกษาวิจัยจึงขอเสนอบทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสู่การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ ดังนี้

### 1.1 บทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสู่การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold)

จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า แมวสก๊อตติช โพลด์ เป็นสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยสายพันธุ์ดังกล่าวเป็นสายพันธุ์ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของลักษณะหูที่มีความเป็นหูพับ และมีลักษณะนิสัยที่ขี้ขลาด เป็นมิตร จึงเป็นที่นิยมในการนำมาเลี้ยงรวมทั้งความหลากหลายของลักษณะขนและสี จึงเป็นจุดเด่นที่คนนิยมและให้ความสนใจ แต่อย่างไรก็ตามแมวสายพันธุ์นี้ถือเป็นสายพันธุ์ที่มีการเพาะพันธุ์ให้ได้ตามมาตรฐานค่อนข้างยาก เนื่องด้วยมีเงื่อนไขในการเพาะพันธุ์ที่ผู้เพาะพันธุ์จะต้องมีความรู้และการศึกษาในสายพันธุ์เป็นการเฉพาะ โดยเฉพาะวิธีการดูแลแมวที่ได้ตามมาตรฐานเหมาะสมแก่การนำมาพัฒนาสายพันธุ์ต่อ ซึ่งความรู้เหล่านี้จะต้องศึกษาจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์จึงมักมีการส่งแมวของตนเพื่อเข้าประกวด ตรวจสอบมาตรฐานสายพันธุ์กับทางสมาคมไม่ว่าจะเป็นสมาคมในประเทศและต่างประเทศ ในปัจจุบันการเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ โดยเฉพาะในประเทศไทยจะพบว่าไม่มีแมวสก๊อตติช โพลด์ที่ไม่ได้ตามมาตรฐานสายพันธุ์จำนวนมาก จากสาเหตุการเพาะพันธุ์ที่ขาดความรู้ความเข้าใจ ซึ่งทำให้เกิดลูกแมวที่ไม่ได้ตามมาตรฐานสายพันธุ์ นอกไปกว่านั้นคือปัญหาสุขภาพของลูกแมวที่ตามมาอีกด้วย ในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ จึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาวงการแมวให้มีมาตรฐาน การวางบทบาทของผู้ประกอบการจึงวางบทบาทของตนเองเป็นทั้งผู้ประกอบการธุรกิจและนักพัฒนาสายพันธุ์อีกด้วย ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวถึงบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักรายชื่อที่ 1 กล่าวว่า

“เราทำธุรกิจไม่ได้แต่เป็นเจ้าของฟาร์ม แต่ยังเป็นผู้พัฒนาสายพันธุ์ให้เพาะพันธุ์ได้อย่างมาตรฐาน” (เป้, 2566)

ผู้ให้ข้อมูลหลักรายชื่อที่ 2 กล่าวว่า

“ผมทำธุรกิจนี้ไม่ได้มองแต่เพียงในแง่มุมมองของธุรกิจ แต่ผมให้ความสำคัญกับการพัฒนาสายพันธุ์และการพัฒนาสายแมวในบ้านให้เป็นที่ไปตามเป้าหมายของผมที่ตั้งไว้ ผมจะมีเป้าหมายที่ชัดเจนในการพัฒนาสายแมวในบ้าน บทบาทของผมก็จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาสายพันธุ์ เป็นบริดเดอร์ผู้พัฒนาสายพันธุ์แมวสก๊อตติช โฟลด์” (ต่าย, 2566)

## 1.2 แนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวผู้การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โฟลด์ (Scottish Fold)

การดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โฟลด์ ผู้ประกอบการให้นิยามความสำเร็จของธุรกิจนี้ คือการพัฒนาสายพันธุ์แมวภายในฟาร์มให้เป็นที่ไปตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นแนวทางในการดำเนินธุรกิจจึงให้ความสำคัญกับบทบาทการเป็นผู้พัฒนาสายพันธุ์ มาตรฐาน และจรรยาบรรณในวิชาชีพจึงเป็นสิ่งสำคัญ การซื่อสัตย์ต่อลูกค้าและตนเองเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะด้วยการเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โฟลด์ เป็นแมวที่ยากต่อการเพาะพันธุ์ให้ตามมาตรฐาน ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาและหาความรู้อยู่ตลอดเวลา ไม่ใช่แต่เพียงความรู้ในการเพาะพันธุ์ แต่ยังรวมถึงความรู้ในเรื่องสุขอนามัย สภาพแวดล้อมในการทำฟาร์มที่เหมาะสม ขั้นตอนวิธีการดูแลรักษาเบื้องต้นสำหรับแมวสก๊อตติช โฟลด์ เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลเป็นสิ่งที่ต้นทุนหนึ่งที่สำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการที่คิดจะดำเนินธุรกิจนี้ จึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการดูแลรักษาโรคขั้นพื้นฐาน หัวใจอย่างหนึ่งของการดำเนินธุรกิจนี้ให้ไปสู่ความสำเร็จ คือการทำด้วยใจและเข้าใจในธุรกิจนี้จริง ๆ การศึกษาหาข้อมูล การปฏิบัติตามกฎกติกาตามที่สมาคมต่าง ๆ ได้มีการออกกฎในการเพาะพันธุ์ไว้เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อขมมาตรฐานฟาร์มและสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้าเชื่อมั่น เนื่องจากในตลาดมีลูกค้าทั้งที่เป็นผู้ที่รับเลี้ยงไปเป็นเพื่อนหรือครอบครัว และผู้ที่รับเลี้ยงไปทำฟาร์มต่อ เนื่องจากบางครั้งการเพาะพันธุ์ลูกแมวจำเป็นจะต้องหาคู่สายที่มีความห่างของสายเลือดและมีลักษณะตามที่เหมาะสมกับคู่ที่จะจับเข้าคู่ จึงพบเห็นบ่อยครั้งที่ฟาร์มมักจะซื้อจากฟาร์มด้วยกันเอง สำหรับการตลาดออนไลน์ในการ

ประชาสัมพันธก็เป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจค้าขาย เนื่องจากเป็นช่องทางการสื่อสารที่ผู้คนในปัจจุบันนิยม การสร้างความน่าเชื่อถือของฟาร์มและการสร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารในแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ก็เป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้ แต่หลายครั้งกฎกติกาบนแพลตฟอร์มก็อาจจะมีอุปสรรคบ้างในบางครั้ง รูปแบบของการทำเว็บไซต์เป็นของตนเองจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้ประกอบการเริ่มนำมาเป็นช่องทางในการสื่อสาร หรือแพลตฟอร์มที่ค่อนข้างเป็นส่วนตัว อาทิ การตั้งกลุ่มไลน์ในการประชาสัมพันธ์ก็เป็นช่องทางที่พบได้บ่อยมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการก็เริ่มมองเห็นว่าด้วยช่องทางที่ถูกปิดกั้นมากขึ้นยากต่อการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการออกบูธแสดงตามงานสัตว์เลี้ยงหรืองานประกวดสัตว์เลี้ยงต่าง ๆ ก็เริ่มกลับมาเป็นที่น่าสนใจ เห็นได้จากการไปเปิดบูธของฟาร์มในงานประกวดแมวที่ได้รับความนิยมและสนใจของผู้คนที่ไปเดินงานอยู่ไม่น้อย การดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก็อตติช โพลด์ จึงต้องอาศัยการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา ทั้งพัฒนาสายพันธุ์ไปจนกระทั่งการพัฒนาความรู้ของผู้ประกอบการในการก้าวสู่ความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวถึงแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสู่การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก็อตติช โพลด์ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลักรายที่ 1 กล่าวว่า

“สำหรับในการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก็อตติช โพลด์ ยึดหลักจรรยาบรรณและให้ความสำคัญกับการพัฒนาสายพันธุ์ตามมาตรฐานของสมาคม แมวเป็นสิ่งมีชีวิตที่เราดูแลและเลี้ยงเค้าเหมือนครอบครัว การปฏิบัติตามมาตรฐานสมาคมล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ดีและเหมาะสม นอกจากนี้การพัฒนาตนเองหาความรู้และอัปเดตสถานการณ์ก็เป็นสิ่งจำเป็นในการนำมาปรับปรุงพัฒนาอยู่ตลอด เรามองธุรกิจในทุก ๆ ด้านและนำสิ่งที่เรารู้มาพัฒนาและแก้ปัญหา โดยปกติเราประกอบธุรกิจแบบให้ความสำคัญกับทุกกระบวนการตั้งแต่ต้นไปจนถึงการดูแลบริการ หลังการส่งมอบแล้วก็ยังคงให้คำปรึกษาตลอด” (เบ้, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“สำหรับผมการดำเนินธุรกิจของผมไม่ได้หวังตัวกำไรเป็นหลัก แต่ผมให้ความสำคัญกับเป้าหมายและความตั้งใจของผมเองในฐานะผู้พัฒนาสายพันธุ์มากกว่า ดังนั้นแนวทางการดำเนินธุรกิจของผมจะเน้นในเรื่องคุณภาพมาตรฐานมากกว่าปริมาณ มีการตั้งเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการจะเพาะพันธุ์สายในลักษณะใด สร้างความมีเอกลักษณ์ ช่องทางการขายของผม

ปัจจุบันเนื่องจากแพลตฟอร์มที่นิยมมักถูกปิดกั้น ทางฟาร์มผมเองจึงมีการเปิดเว็บไซต์ของฟาร์ม โดยตรง ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดี” (ต่าย, 2566)

## 2. ปัญหา และอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold)

### 2.1 ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์

จากการศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ ผู้วิจัยได้แบ่งปัญหาและอุปสรรคโดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 2.1.1 ปัญหาด้านราคา

ปัญหาด้านราคาขาย ถือเป็นปัญหาสำคัญหนึ่งในปัจจุบันที่ทำให้ฟาร์ม หรือผู้เพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ หลาย ๆ ฟาร์มยกเลิกกิจการหรือเปลี่ยนสายบริดไปเป็นแมวสายพันธุ์อื่น เนื่องด้วยปกติราคาของแมวสก๊อตติช โพลด์ จะมีการแบ่งราคาตามมาตรฐานแมว โดยที่ผ่านมาราคาก็จะมีการแบ่งตามเกรดตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไปตามความสวยงาม ซึ่งนัยของราคาตรงนี้ก็มีความเกี่ยวข้องกับต้นทุนในการเลี้ยงดูที่ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้อาหารที่เหมาะสมและดีต่อแมวในระยะยาว ค่าอาหารเสริม และค่าวัคซีนต่าง ๆ รวมทั้งระยะเวลาการปล่อยลูกแมวก็น่าจะมีการกำหนดในแต่ละสมาคมว่าควรปล่อยลูกแมวได้ตั้งแต่อายุ 2-3 เดือนขึ้นไปเป็นอย่างต่ำ ทั้งระยะเวลาและต้นทุนเหล่านี้เมื่อกำนวนออกมาแล้วนั้น หากดำเนินการตามมาตรฐานที่กำหนดรวมทั้งการเลือกใช้อัตถุติบการเลี้ยงดูที่ดีแล้วนั้น การปล่อยลูกแมวที่ดีและสุขภาพแข็งแรงในราคาต่ำจึงเป็นไปได้ยากแต่ปัจจุบันมักพบลูกแมวสก๊อตติช โพลด์ ที่ไม่ถูกต้องตามลักษณะถูกปล่อยขายในราคาหลักพัน และหลายครั้งที่ลูกค้ามักพบปัญหาต่าง ๆ ตามมาหลังจากรับมาแล้วโดยเฉพาะการมีโรคภัยไข้เจ็บของลูกแมวติดมาด้วย ซึ่งส่วนมากค่าใช้จ่ายในการดูแลรักษานั้นย่อมแพงกว่าราคาที่ซื้อมานั่นเอง แต่ช่วงที่ผ่านมามีการนำแมวสก๊อตติช โพลด์มาเพาะพันธุ์อย่างไม่ได้มาตรฐาน มีแมวล้นตลาดที่ไม่ถูกต้องลักษณะตามมาตรฐานอยู่จำนวนมาก จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าส่งผลต่อราคาในตลาดที่ไม่ถูกต้องตามหลักการ ทำให้ฟาร์มที่ได้มาตรฐานและมีการดูแลเพาะพันธุ์อย่างถูกต้องและถูกสุขลักษณะประสบปัญหาขายลูกแมวได้ยากขึ้น โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้



ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“ปัญหาเรื่องราคาต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน จริงๆ เรื่องนี้ก็มีกระทบบ้าง อาจจะหาบ้านให้ลูกแมวได้ซาลงบ้าง แต่ทั้งนี้ก็ไม่ได้เป็นผลให้ทางฟาร์มลดราคาตาม ด้วยเราเองก็มี กลุ่มลูกค้าที่เข้าใจถึงที่มาของราคาที่เป็นไปตามมาตรฐานแมวและมาตรฐานการเลี้ยงดูของฟาร์ม” (เป็, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“สำหรับผมก็ยังคงราคาตามเกณฑ์มาตรฐานของฟาร์มเช่นเดิม ซึ่งผมให้ความสำคัญกับจรรยาบรรณ อีกทั้งผมมีกลุ่มลูกค้าฟาร์มเป็นหลักที่เข้าใจและพร้อมซื้อ ด้วยเชื่อมั่น ในมาตรฐานและสายพันธุ์ของฟาร์มผม” (ต่าย, 2566)

### 2.1.2 ปัญหาความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์

ปัญหาความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์ เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่สำคัญเนื่องจากปัจจุบันทุกคนจะรู้ว่าช่องทางการสื่อสารออนไลน์เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง แต่สำหรับการค้าขายสัตว์เลี้ยงบนช่องทางเหล่านี้ยังมีข้อจำกัดอยู่มาก การโพสต์ การลงคลิปหลายครั้ง มีเหตุให้ต้องโดนปิดกั้น โพสต์เหล่านั้น หรืออาจจะไปถึงการถูกปิดอย่างถาวรของเพจหรือบัญชี ในช่องทางนั้น ๆ ในหลายครั้งผู้ประกอบการก็สูญเสียช่องทางการสื่อสารที่มีผู้ติดตามอยู่จำนวนมาก โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“ปัญหาปิดกั้นเป็นปัญหาที่ฟาร์มหลาย ๆ ฟาร์มก็เจอ ด้วยข้อจำกัดการโพสต์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงค่อนข้างมีเงื่อนไขเยอะ เลี่ยงต่อกัน โดนปิดกั้นหรือปิดถาวร ก็มีบางฟาร์มหันกลับมาออกบูธ ประชาสัมพันธ์ ในส่วนของฟาร์มเราเองก็จะหันไปติดต่อกับลูกค้าทางไลน์ แต่ก็จะมีกรอ็อปเดทรูปต่างๆผ่านทางเฟซบุ๊ก” (เป็, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“ในส่วนของฟาร์มผมปัจจุบันถ้าโพสต์ตามกลุ่มค่อนข้างขายยาก อาจจะด้วยโดนปิดกั้นเยอะขึ้น ดังนั้นผมเลยหันมาเปิดเว็บไซต์ซึ่งก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี” (ต่าย, 2566)

### 2.1.3 ปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า

ปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่ผู้ประกอบการมักพบเนื่องจากแมวสก๊อตติช โพลด์ มีความหลากหลายทั้งลักษณะและสี และลูกค้าแต่ละคนก็จะมี ความชอบและความต้องการที่หลากหลายซึ่งในแต่ละครั้ง ลูกแมวในฟาร์มที่มีก็ยังไม่ตรงตาม ความต้องการของลูกค้า หรือในบางครั้งมีตรงความต้องการในครอกนั้นแต่ก็ถูกจับจองไปก่อน ด้วยแมว แต่ละตัวมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนกัน และความต้องการของลูกค้าก็อาจจะตรงกันพอดี จึงอยู่ที่ใคร สามารถจับจองได้ก่อน โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“แมวสายพันธุ์สก๊อตติช โพลด์ มีความหลากหลาย เช่น แบบหูตั้ง แบบ หูพับ และหลายสี ทำให้ความต้องการแมวของลูกค้ามีความหลากหลายตามไปด้วย” (เป้, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“แมวสายพันธุ์นี้ค่อนข้างจะหลากหลายทั้งสีทั้งรูปแบบ สีตาอีก ลูกค้า เองก็มีความต้องการกันคนละแบบคนละเสปค บางทีมาไม่ตรงช่วงที่ทางฟาร์มมีก็จะต้องรอไป ก่อน” (ต่าย, 2566)

### 2.1.3 ปัญหาด้านต้นทุนในการเลี้ยงดู

ปัญหาด้านต้นทุนในการเลี้ยงดู เป็นปัญหาใหญ่อย่างหนึ่งของผู้ประกอบการ ธุรกิจเพาะพันธุ์แมว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแมวสายพันธุ์สก๊อตติช โพลด์ เนื่องจากในการเพาะพันธุ์แมว สายพันธุ์นี้ จะต้องเป็นการผสมพันธุ์ระหว่างแมวหูพับกับแมวหูตั้ง ซึ่งมีเหตุให้ผู้ประกอบการหลาย ฟาร์มมีจำนวนพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์ในฟาร์มที่จะนำมาจับคู่ผสมหรือแพลนสายผสมในจำนวนมาก โดยมักมีจำนวนไม่น้อยกว่า 10 ตัว ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายรายเดือนในการเลี้ยงดูที่ค่อนข้างสูง ด้วยราคา ค่าอาหารและทรายแมวที่ต้องใช้ในทุก ๆ เดือนมีราคาตามเกรดและคุณภาพของสินค้าเหล่านั้น และ โดยส่วนมากฟาร์มที่ได้มาตรฐานจะนิยมใช้เกรดอาหารที่เป็นเกรดตั้งแต่เกรดพรีเมียมขึ้นไป เนื่องจากส่งผลดีต่อสุขภาพแมวในระยะยาว ดังนั้นราคาก็จะสูงตามเกรดสินค้าไปด้วย ซึ่งด้วย จำนวนแมวที่มีอยู่ในฟาร์มจำนวนมาก บางฟาร์มจึงประสบปัญหาด้านทุน และได้รับอิทธิพลจาก ปัญหาราคาแมวที่ต่ำจนเกินไปอีกด้วย โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้



ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“ต้นทุนการดูแลแมวภายในฟาร์มค่อนข้างสูงเลยทีเดียว ทั้งค่าอาหาร ค่าวัคซีน ค่าดูแลเวลาลูกแมวหรือแมวในฟาร์มป่วย ถึงแม้ในตลาดจะมีให้เลือกหลากหลายแต่ส่วนใหญ่เราก็จะเลือกสินค้าที่มีมาตรฐานและดีต่อสุขภาพแมวในระยะยาว” (เป้, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“ต้นทุนหลักๆก็จะเป็นในเรื่องค่าอาหาร ค่าทรายแมว ค่าดูแลบำรุงอาหารเสริมต่างๆ ซึ่งก็เป็นค่าใช้จ่ายที่สูงพอสมควร” (ต่าย, 2566)

#### 2.1.4 ปัญหาสุขภาพแมว

ปัญหาด้านสุขภาพแมว เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์หรือฟาร์มแมวจะต้องประสบพบเจอทุกราย เนื่องจากแมวเป็นสัตว์ที่ค่อนข้างเครียดง่าย และนำมาซึ่งผลกระทบต่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นโรคทั่วไปอย่างเช่น เชื้อรา จนไปถึงโรคทางพันธุกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งแมวสายพันธุ์สก๊อตติช โพลด์ ถือเป็นสายพันธุ์ที่มีปัญหาทางพันธุกรรม ซึ่งการที่ต้องเผชิญกับอาการป่วยต่าง ๆ ก็ย่อมมาซึ่งต้นทุนในการดูแลรักษา หรือในบางครั้งก็ส่งผลต่อการผสมพันธุ์หรือการนำแมวไปประกวดเพื่อตรวจสอบมาตรฐาน เท่ากับว่าปัญหาด้านสุขภาพของแมวส่งผลทั้งด้านต้นทุนค่ารักษา และการแพนผสมพันธุ์อีกด้วย โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“ปัญหาสุขภาพแมวเป็นเรื่องที่พบบ่อย ฟาร์มเราเองก็มีเจอเพราะแมวป่วยง่าย เครียดนิดหน่อยก็ภูมิคุ้มกันตก แถมยังมีพวกโรคประจำสายพันธุ์ พวกโรคทางพันธุกรรมที่ต้องระวังอีกด้วย” (เป้, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“ปัญหาสุขภาพสำหรับแมวนี่เป็นเรื่องปกติที่พบได้บ่อยมาก แต่ก็ยังเป็นปัญหาที่ควรจะต้องดูแลและให้ความสำคัญ เพราะแมวสายพันธุ์นี้ป่วยง่ายต้องดูแลเสริมภูมิตลอด” (ต่าย, 2566)

### 2.1.5 ปัญหาความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว

ปัญหาความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว ปัญหานี้เป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการอาจจะต้องเจอได้และส่งผลทำให้แผนผสมพันธุ์ไม่เป็นไปตามที่วางไว้ ส่งผลให้ในช่วงนั้น ๆ อาจจะไม่มียูแมวให้จำหน่าย ซึ่งปัญหานี้เกิดได้จากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นแมวตัวเมียไม่ยอมให้ผสมพันธุ์ หรือแมวไม่ติดสัด ซึ่งปัจจัยนี้มีอิทธิพลมาจากหลายปัจจัย เช่น อุณหภูมิ สภาพบรรยากาศ เป็นต้น นอกจากปัญหาจากแมวเพศเมีย แล้วก็จะมียูแมวเพศผู้ที่จะขึ้นผสมพันธุ์ไม่เป็น ส่งผลให้ไม่สามารถดำเนินการตามแผนผสมที่วางไว้ โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“เป็นปัญหาในการวางแผนผสมพันธุ์ที่ค่อนข้างคาดเดายาก เพราะมีทั้งปัจจัยที่ควบคุมได้ และควบคุมไม่ได้ ซึ่งบางทีก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของแมวแต่ละตัว หรือสภาพแวดล้อม” (แป้, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“ปัญหาแมวไม่ผสมพันธุ์นี้บางทีก็เป็นเพราะตัวเมียไม่ยอมผสม หรือบางครั้งก็เป็นเพราะตัวผู้ขึ้นผสมไม่เป็น หรืออาจจะเป็นเพราะสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม เป็นเรื่องที่คาดเดายากและทำให้ต้องเปลี่ยนคู่ผสมก็มี” (ต่าย, 2566)

## 2.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์ แมว สก๊อตติช โพลด์

จากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ รวมทั้งการหาข้อมูล ผู้วิจัยได้นำสิ่งที่ได้มาดำเนินการวิเคราะห์โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.2.1 แนวทางการแก้ปัญหาด้านราคา

แนวทางการแก้ปัญหาคือผู้ประกอบการเข้าใจในเรื่องของราคาเป็นไปตามกลไกตลาด เมื่อมีลูกแมวในตลาดจำนวนมาก ก็เกิดการแข่งขันทางด้านราคา ส่งผลให้มีการขายลูกแมวที่ราคาต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน แต่อย่างไรก็ตามราคาที่ต่ำลงก็ตามมาด้วยความเสี่ยงของผู้ซื้อ สำหรับผู้ประกอบการที่มีการเพาะพันธุ์อย่างมีมาตรฐาน จะเน้นเรื่องคุณภาพลูกแมวตามมาตรฐานสากล ซึ่งกลุ่มลูกค้าหลักที่ซื้อขาก็จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่ยังคงเข้าใจในราคาที่ถูกต้องไว้แต่ก็

อาจจะมีเพิ่มเติมในเรื่องของของแถม ประกันสุขภาพ เป็นต้น ถึงแม้ราคาต่ำลงจะมีผลทำให้เกิดการซื้อขายที่ยากขึ้น การปล่อยลูกแมวในฟาร์มที่ยากขึ้น ในฐานะผู้ประกอบการสิ่งที่ต้องทำคือ การหาจุดเด่นของสายปรีดในฟาร์มให้มีความเอกลักษณ์ การสื่อสารทางการตลาดที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดลูกค้า การช่วยประชาสัมพันธ์หรือการให้ความรู้ผ่านช่องทางต่าง ๆ ถึงการดูแลรักษาแมวที่ถูกต้อง เพื่อช่วยให้ลูกค้าได้มีข้อมูลในการตัดสินใจ โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“ฟาร์มเราให้ความสำคัญกับมาตรฐานฟาร์มแมว และสุขภาพแมว รวมทั้งสุขภาพชีวิตหลังจากย้ายบ้าน การกำหนดราคาตามมาตรฐานจึงเป็นสิ่งสำคัญที่เราใช้คัดกรองบ้านให้น้อง ดังนั้นปัญหาราคาคาดในทั่วไป เราก็จะเน้นการอธิบายถึงเหตุผลที่มาที่ไปของราคาตามมาตรฐาน” (เปี, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“ผมยึดราคาตามมาตรฐานเดิมของฟาร์ม ด้วยถึงแม้ราคาคาดจะผันผวน แต่โดยส่วนตัวทางฟาร์มมีลูกค้าประจำที่เข้าใจและเชื่อมั่น ให้ความไว้วางใจกับฟาร์มอยู่แล้ว เพราะผมเน้นในเรื่องมาตรฐานสายพันธุ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของฟาร์มผมเอง” (ต่าย, 2566)

## 2.2.2 แนวทางการแก้ปัญหาความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์

แนวทางการแก้ปัญหาความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากปัจจุบันช่องทางการขายและประชาสัมพันธ์หลัก ๆ คือช่องทางการสื่อสารทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ แต่ด้วยกฎกติกาและเงื่อนไข รวมทั้งข้อจำกัดเกี่ยวกับการสื่อสารบนสื่อออนไลน์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ยังมีข้อจำกัดอยู่มาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการประสบปัญหาถูกปิดกั้นโพสต์ในการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงมีการแก้ปัญหาในหลายรูปแบบ ทั้งมีการตั้งกลุ่มเฉพาะในการซื้อขาย เปิดเว็บไซต์เป็นของตนเอง ลงการขายผ่านแอปพลิเคชันขายสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะ มีการสื่อสารในรูปแบบคลิปวิดีโอมากกว่าการใช้ข้อความ และการเริ่มกลับมาประชาสัมพันธ์โดยการนำน้องแมวที่ฟาร์มไปออกบูชในงานเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง รวมทั้งการสร้างสรรคัลิปหรือคอนเทนต์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในรูปแบบต่าง ๆ โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“โดยส่วนใหญ่ของทางฟาร์มจะเน้นสื่อสารทางแอปพลิเคชันไลน์แต่ก็จะมีการโพสรูปควบคู่กันไปด้วย ด้วยทางเราก็มีลูกค้าประจำที่ติดตามและมีการแนะนำกันมาเรื่อยๆ” (เป้, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“การโพสต์ขายในกลุ่มก็มีบ้างแต่ด้วยคอนเทนต์ก็เยอะ ก็มีมาเปิดเว็บไซต์ซึ่งลูกค้าให้ความสนใจอย่างมาก ปัจจุบันลูกค้าใหม่ๆก็ติดตามมาจากเว็บไซต์” (ต่าย, 2566)

### 2.2.3 แนวทางการแก้ปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า

แนวทางการแก้ปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า ในส่วนนี้ผู้ประกอบการมองเห็นถึงความหลากหลายของรูปแบบในสายพันธุ์ ทั้งลักษณะหู และลวดลาย ส่งผลให้ความต้องการของลูกค้าก็หลากหลาย ดังนั้นในส่วนนี้ผู้ประกอบการจะเน้นเรื่องการสร้างจุดเด่นของสายบริดที่ฟาร์มว่าจะเน้นจุดเด่นในลักษณะ ลวดลายของการเพาะพันธุ์แบบใด เช่น เน้นแมวตาสองสี เน้นแมวลายแทปบี้ เน้นแมวตากลมโต เป็นต้น แต่ทั้งนี้ก็ควรเป็นลักษณะที่ลูกค้าต้องการมาตรฐาน นอกจากนี้สิ่งที่จะช่วยได้อีกอย่างคือการแปลงสายบริดที่ฟาร์มที่มีความหลากหลายของคู่พ่อพันธุ์แม่พันธุ์ ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการจัดทำข้อมูล และเก็บรายละเอียดในแต่ละครอกเพื่อหาคู่ที่เหมาะสมต่อการบริดให้ตรงตามเป้าหมายของฟาร์ม โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“ด้วยลูกค้ามีความต้องการหลากหลาย เราก็จำเป็นต้องมีคู่ผสมพันธุ์ที่หลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้ลูกค้ามากขึ้น โดยก็จะมีการวางแผนการผสมพันธุ์ในหลากหลายคู่” (เป้, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“ในส่วนของผมปัญหาเรื่องนี้ผมเน้นสร้างเอกลักษณ์ตามเป้าหมายที่วางไว้ แต่ก็ให้ความสำคัญกับความหลากหลายในการวางแผนผสมด้วย” (ต่าย, 2566)

#### 2.2.4 แนวทางการแก้ปัญหาด้านต้นทุนในการเลี้ยงดู

แนวทางการแก้ปัญหาด้านต้นทุนในการเลี้ยงดูนั้น เป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นสิ่งที่เป็จุดสำคัญหนึ่งในการทำฟาร์มที่ยั่งยืน ด้วยจำนวนแมวในฟาร์มที่มีส่วนมากจะไม่ต่ำกว่า 10 ตัวขึ้นไปส่งผลกระทบต่อค่าดูแล ดังนั้นผู้ประกอบการมักจะใช้วิธีการแก้ปัญหาด้วยการติดต่อผ่านโรงงานเองเพื่อเปิดบิลในการสั่งซื้อของ หรือผ่านเจ้าหน้าที่ตัวแทนจำหน่ายของแบรนด์สินค้า นั้น ๆ เพื่อขอซื้อเรทราคาส่ง บางรายมีการสั่งผลิตเอง โดยตรงเพื่อช่วยเรื่องของต้นทุนในการดูแล โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“ส่วนตัวทางฟาร์มจะซื้อในราคาส่ง มีการติดต่อผ่านเซลล์หรือบริษัทเอง เนื่องจากจะได้ราคาที่ถูกลง แต่ก็ยังคงจะเลือกผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพในระยะยาว” (เป็, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“ส่วนที่ฟาร์มจะมีที่สั่งซื้อจากเซลล์และโรงงาน นอกจากนี้ก็ยังมีที่ผลิตทำเองประเภทบราฟ แต่ก็ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหารที่ดีต่อสุขภาพและแมวในฟาร์มต้องชื่นชอบด้วย” (ต่าย, 2566)

#### 2.2.5 แนวทางการแก้ปัญหาสุขภาพแมว

แนวทางการแก้ปัญหาสุขภาพแมวนั้น ผู้ประกอบการจะมีการตรวจสอบสายตระกูลสายพันธุ์ที่จะนำมาผสมพันธุ์ในเบื้องต้น และเลือกพ่อพันธุ์แม่พันธุ์จากฟาร์มที่น่าเชื่อถือเพื่อลดโอกาสถ่ายทอดโรคหรือลักษณะที่ไม่ได้มาตรฐานตามสายพันธุ์ นอกจากนี้ความสำคัญในสภาพแวดล้อมสุขอนามัยเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องใส่ใจ การดูแลความสะอาดในพื้นที่ของฟาร์ม รวมทั้งการคัดสรรอาหารการกินที่อาจส่งผลในระยะยาว ผู้ประกอบการจึงมักจะเรื่องอาหารในเกรดพรีเมียมขึ้นไป เพราะจะเป็นสูตรที่ลดความเค็มและไม่เติมเกลือ ดีต่อน้องแมวในระยะยาว ลดการเกิดโรค ทั้งนี้การนำแมวในฟาร์มฉีดวัคซีนและตรวจโรคก็เป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งการตรวจกรู๊ปเลือดเองก็เป็นเรื่องสำคัญ เพราะหลายครั้งน้องแมวที่ป่วยมักพบปัญหาขาดแคลนเลือด แต่หากมีแมวในฟาร์มที่สุขภาพแข็งแรง และสามารถให้เลือดกันได้ ก็จะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยในกรณีหากจำเป็นต้องรักษาและใช้เลือดกะทันหัน โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“ต้องมีการตรวจสอบสุขภาพ และฉีดวัคซีนเป็นประจำ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการรักษาความสะอาด เพราะแมวเป็นสัตว์ที่ป่วยง่ายเราจะให้ความสำคัญอย่างมากในเรื่องพวกนี้ การพูดคุยกับสัตวแพทย์ และขอคำแนะนำเบื้องต้นในการรักษาก็เป็นสำคัญ” (เป้, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“การเตรียมความพร้อมสำหรับขึ้นพื้นฐานทั้งยาและอุปกรณ์เป็นเรื่องสำคัญ ที่ต้องควบคู่ไปกับการตรวจสอบสุขภาพ ฉีดวัคซีน การดูแลทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ” (ต่าย, 2566)

#### 2.2.6 แนวทางการแก้ปัญหาความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว

แนวทางการแก้ปัญหาความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว ในปัญหาส่วนนี้มีทั้งปัจจัยที่เราควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ แต่ในส่วนที่ผู้ประกอบการจะสามารถทำได้คือการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมในห้องที่ต้องการไว้สำหรับผสมพันธุ์ อุณหภูมิที่เหมาะสมที่ช่วยกระตุ้นการผสมพันธุ์ รวมถึงการช่วยฝึกแมวพ่อพันธุ์ในรายที่เป็นมือใหม่ อาจจำเป็นต้องช่วยจัดทำในบางครั้ง สำหรับในเรื่องการผสมพันธุ์ที่สำคัญคือการให้ความสำคัญกับสุขภาพแม่พันธุ์ก่อนที่จ่านำมาผสมน้องควรต้องมีสุขภาพแข็งแรง อายุ 1 ปีขึ้นไปตามหลักเกณฑ์ มีการตรวจสอบสุขภาพความพร้อมก่อนเริ่มผสมก็เป็นขั้นตอนที่สำคัญ โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 1 กล่าวว่า

“เป็นเรื่องที่ควบคุมอยากแต่เราก็พอที่จะสามารถช่วยเพิ่มโอกาสด้วยการจัดสถานที่ที่เหมาะสม การเตรียมความพร้อมพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ก่อนผสม โดยเฉพาะในเรื่องของสุขภาพความแข็งแรง” (เป้, 2566)

ผู้ให้สัมภาษณ์รายที่ 2 กล่าวว่า

“เลือกและจับคู่ที่พร้อมจะผสม ในสถานที่ที่เหมาะสม สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยก็เป็นสิ่งที่พอจะทำได้เพื่อเพิ่มโอกาสความเป็นไปได้” (ต่าย, 2566)

ในส่วนของผู้คนที่ให้ความสนใจเลี้ยงแมวสายพันธุ์สุดเก๋ตติช โพลด์ เนื่องจากสายพันธุ์นี้มีความเป็นเอกลักษณ์ของหู และอุปนิสัยที่ขี้เล่น ขี้ร้อน รวมทั้งมีความหลากหลาย



ของสี่และลวดลาย คนที่นิยมและมีความสนใจอยากจะเลี้ยงแมวจึงให้ความสนใจกับสายพันธุ์เป็นพิเศษ ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่ได้รับความนิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งจุดเริ่มต้นการเลือกซื้อเนื่องจากอยากได้สัตว์เลี้ยงมาเป็นเพื่อนและเป็นสมาชิกครอบครัว แต่อาจจะมีข้อจำกัดในส่วนในพื้นที่การเลี้ยงการเลี้ยงแมวจึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจ ลูกค้ามีความต้องการให้มีช่องทางที่สามารถเข้าถึงและติดต่อได้ง่าย รวมทั้งอยากให้มีการระบุข้อมูลรายละเอียดที่ชัดเจนเกี่ยวกับน้องแมวที่มีการเปิดให้ออก หรือมีการแจ้งแผนการผสมพันธุ์เพื่อลูกค้าจะได้พิจารณาและวางแผนในการจองและนำมารับเลี้ยง ในส่วนของการชำระเงินก็เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังอยากให้มีช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น นอกไปกว่านั้นลูกค้ายังคาดหวังอย่างมากสำหรับการบริการหลังการขายที่จะสามารถขอคำแนะนำ สอบถามเจ้าของฟาร์มได้ด้วย โดยจากการให้สัมภาษณ์มีรายละเอียดดังนี้

ลูกค้ารายที่ 1 ให้สัมภาษณ์ว่า

“สต็อคดิช โพลด์เป็นแมวขี้อ้อน มีความน่ารักและโดดเด่น โดยเฉพาะลูกแมวพุดที่หัวกลมเหมือน โดเรมอน ทำให้มีความสนใจอยากรับน้องมาเลี้ยงเป็นเพื่อน เพราะส่วนตัวอาศัยคอนโดซึ่งมีพื้นที่จำกัด แมวจึงเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจ ปกติเลี้ยงอยู่แล้ว 1 ตัว แต่ก็มี ความสนใจอยากรับเพิ่มมาเป็นเพื่อนกัน โดยมากจะเริ่มหาจากเพจต่างๆ แต่หลายครั้งก็จับจองไม่ทัน โดยมากมักจะร้องจากฟาร์มที่เป็นฟาร์มประกวดมีชื่อเสียง เนื่องจากเชื่อมั่นในเรื่องของมาตรฐานและความสะอาด รวมทั้งการดูแลหลังรับน้องเพราะฟาร์มเหล่านี้ค่อนข้างจะให้คำปรึกษา อย่างดีเวลามีปัญหาหรือน้องป่วยระหว่างการเลี้ยงดู เป็นเหมือนพี่เลี้ยง ”

ลูกค้ารายที่ 2 ให้สัมภาษณ์ว่า

“ส่วนตัวแล้วทางผมเปิดฟาร์มอยู่แล้วแต่ยังเป็นฟาร์มขนาดเล็กไม่ได้มีจำนวนน้องหลายคู่ แต่เราก็เน้นในเรื่องของคุณภาพ มีการนำส่งประกวดบ้างเป็นครั้งคราว นอกจากเปิดฟาร์มเองผมก็เป็นกลุ่มลูกค้าฟาร์มชั้นนำด้วย เริ่มแรกก็มีทั้งนำเข้าและรับน้องจากฟาร์มดังไปประเทศที่มีชื่อเสียง ผมก็จะไปดูตามงานประกวดและติดต่อสอบถาม ส่วนตัวเป็นการเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้จากฟาร์มใหญ่ๆ เพื่อพัฒนาสายพันธุ์เพราะในแต่ละฟาร์มจะมีการดูแลบริการลูกค้าหลังการรับน้องเป็นอย่างดี คอยให้คำแนะนำ เราสามารถปรึกษาได้ตลอด ในส่วนของเรื่องที่ยังอยากแนะนำสำหรับคนทำฟาร์มเอง รวมถึงเป็นเรื่องที่ผมเองก็พยายามจะพัฒนาก็คือการสนับสนุน



ในเรื่องของข้อมูลการเลือกซื้อที่ถูกต้องได้มาตรฐาน เพื่อเป็นการรักษาตลาด อีกทั้งยังอยากให้มีการ  
เพิ่มช่องทางการค้าขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์ที่เปิดกว้างลดข้อจำกัด สำหรับธุรกิจประเภทนี้ ”



## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยศึกษาข้อมูลจากแนวคิดผ่านเรื่องเล่าของผู้ประกอบการ มีขอบเขตเกี่ยวกับความเป็นมาของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของธุรกิจสู่การประสบความสำเร็จ ตลอดจนแนวทางการแก้ปัญหาและอุปสรรค เก็บข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้า และการสัมภาษณ์เพื่อนำมาวิเคราะห์และอภิปรายสรุปผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

1.1 บทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสู่การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold)

##### 1.1.1 ความเป็นมาของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์

จุดเริ่มต้นของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์นั้น เริ่มต้นจากความรักสัตว์และชื่นชอบ อยากหาสัตว์เลี้ยงมาเป็นสมาชิกในครอบครัว จึงทำให้มีการค้นหาข้อมูล สรรหาฟาร์มเพื่อรับเลี้ยงน้อง ซึ่งสำหรับสายพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ เป็นสายพันธุ์ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และมีอุปนิสัยขี้เล่น ขี้เล่น จึงเป็นสายพันธุ์ที่มีความนิยมอย่างมากในหมู่คนเลี้ยงแมว โดยเริ่มจากรับน้องแมวมา 1 ตัวต่อมาเมื่อเลี้ยงไปเรื่อย ๆ อยากที่จะหาเพื่อนหาคู่ให้ผสมพันธุ์ จาก 1 คู่เริ่มมีการเพิ่มจำนวนแมวในบ้าน นำมาสู่การพัฒนาต่อยอดไปสู่การดำเนินธุรกิจในรูปแบบธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์

เมื่อเริ่มเข้าสู่ธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ สำหรับฟาร์มที่มีมาตรฐานจำเป็นอย่างยิ่งจะต้องมีการขึ้นทะเบียนฟาร์มกับสมาคมแมวต่าง ๆ ซึ่งมีทั้งสมาคมในประเทศไทย และสมาคมในต่างประเทศที่มีเครือข่ายและองค์กรที่ดูแลอยู่ในประเทศไทยอีกด้วย เนื่องจากสมาคมต่าง ๆ เหล่านี้จะมีการดำเนินการออกใบรับรองสายพันธุ์ให้กับน้องแมวแต่ละตัวของฟาร์ม รวมทั้งมีการกำหนดข้อปฏิบัติมาตรฐานต่าง ๆ ในการจัดทำฟาร์มและเพาะพันธุ์อย่างได้มาตรฐานและคำนึงถึงจรรยาบรรณในการเพาะพันธุ์ นอกจากนี้สมาคมต่างๆ ยังมีการจัดประกวด

เพื่อรับรองสายพันธุ์และจัดประกวดที่มีการนำแมวมาแข่งขันเพื่อเก็บคะแนนขึ้นอันดับทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลกเพื่อการันตีสำหรับแมวที่จะนำไปพัฒนาสายพันธุ์ต่อ โดยส่วนมากที่ผ่านในประเทศไทยมักจะเริ่มต้นจากการนำเข้าพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์เพื่อนำมาตั้งต้นสายในการพัฒนาสายพันธุ์ต่อ การดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวให้ได้มาตรฐานและประสบความสำเร็จนั้นผู้ประกอบการจะต้องรู้จักเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา อีกทั้งต้องมีการขยายบรรณในการเพาะพันธุ์

### 1.1.2 บทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์ แมว สก๊อตติช โพลด์

ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ ที่จะประสบความสำเร็จได้ มักมองบทบาทของตนเองว่าไม่ใช่แค่เพียงเป็นผู้ประกอบธุรกิจแต่ยังคงเป็นผู้พัฒนาสายพันธุ์ในวงการเพาะพันธุ์อีกด้วย การวางบทบาทตนเองให้เป็นผู้พัฒนาสายพันธุ์ย่อมหมายถึงการมีจรรยาบรรณของการเป็นนักพัฒนาสายพันธุ์ที่ต้องคำนึงถึงแมวในฟาร์มเพาะพันธุ์ของตนเองทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมความเป็นอยู่ สุขภาพและอาหารการกิน การให้ความสำคัญกับข้อปฏิบัติกติกาในการดำเนินธุรกิจฟาร์มตามกฎกติกาเงื่อนไขของแต่ละสมาคม นอกจากนี้บทบาทของผู้ประกอบการยังมีส่วนในการช่วยสร้างมาตรฐานในตลาดอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้กับกลุ่มลูกค้า การเพาะพันธุ์อย่างมีคุณภาพเพื่อสร้างมาตรฐานในตลาดค้าขาย การกำหนดราคามาตรฐานของตลาด ซึ่งการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โพลด์ หากต้องการประสบความสำเร็จในระยะยาวและอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืน จึงควรมีการวางแผนในการเพาะพันธุ์ มีการวางแผนสำรอง รวมทั้งแผนการเงินด้านค่าใช้จ่ายจำเป็นต้องมีการเตรียมค่าใช้จ่ายสำรอง เนื่องจากอาจมีปัญหาลับภัยภายนอกที่อาจส่งผลให้ต้องมีการปรับแผนในการเพาะพันธุ์ได้ตลอดเวลา อีกทั้งต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพมาตรฐานลูกแมวภายในฟาร์ม นอกจากนี้การให้บริการหลังการขายก็เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยสร้างมาตรฐานให้กับฟาร์มของผู้ประกอบการ การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการจึงมีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS สำหรับการนำมาดำเนินธุรกิจ ดังต่อไปนี้ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีการให้ความสำคัญกับมาตรฐานลักษณะของสายพันธุ์ รวมทั้งการคำนึงถึงสุขภาพสัตว์เลี้ยง โดยการตรวจสอบสุขภาพและฉีดวัคซีนให้ลูกค้าก่อนส่งมอบ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการสร้างทางเลือกให้กับลูกค้าในการวางแผนผสมที่

หลากหลาย และแจ้งแผนผสมผ่านการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบเพื่อเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจ 2. ด้านราคา มีการอธิบายและสื่อสารนัยทางด้านราคาให้ลูกค้าทราบถึงที่มาที่ไปของราคาที่ถูกกำหนดขึ้นตามมาตรฐานเพื่อสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าถึงราคาที่ถูกต้องขึ้น โดยมีการกำหนดราคาตามฟอร์มมาตรฐาน 3. ด้านช่องทางการจำหน่าย การจำหน่ายเป็นในลักษณะผ่านช่องทางรูปแบบออนไลน์ เป็นการสื่อสารและติดต่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก ทิกต็อก ไลน์ เว็บไซต์ เป็นต้น 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการจัดโปรโมชั่นผ่อนชำระ หรือชำระผ่านบัตรเครดิต การให้ส่วนลดสำหรับการแนะนำต่อหรือแม้แต่การมาซื้อครั้งถัดไป รวมทั้งของแถมต่างๆ ตอนส่งมอบลูกแมวหรือแม้แต่การจัดส่งฟรี 5. ด้านบุคคล ผู้ประกอบการและพนักงานที่ดูแลฟาร์มจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดีในการเลี้ยง รู้ถึงการดูแลเบื้องต้นเมื่อเจ็บป่วย การสังเกตความผิดปกติต่างๆ เป็นต้น 6. ด้านการนำเสนอทางกายภาพ การนำเสนอการขายหรือการแสดงให้เห็นถึงความสวยงามสะอาดของสถานที่ดูแล และการถ่ายรูปหรือคลิปประชาสัมพันธ์สำหรับการขายที่มีความโดดเด่นน่าดึงดูดให้ผู้คนที่เห็นสนใจและอยากจะเข้ามาถามไถ่ 7. ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญในทุกกระบวนการตั้งแต่เริ่มขายจนส่งมอบ รวมไปถึงการบริการหลังการขายที่คอยเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำต่างๆ สำหรับลูกค้าที่รับลูกแมวภายในฟาร์ม ไปดูแล

### 1.1.3 เป้าหมายความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์

#### ก๊อตติช โพลด์

เป้าหมายความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ นั้นคือการให้ความสำคัญกับการเพาะพันธุ์ให้ได้ลักษณะตามที่ตั้งเป้าไว้ และการสร้างสายการเพาะพันธุ์ที่มีความแข็งแรงของสายพันธุ์ นอกไปจากนั้นแล้วสิ่งหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือการส่งมอบลูกแมวในฟาร์มให้ไปอยู่กับครอบครัวที่สามารถดูแลได้อย่างดีและเหมาะสม จะเห็นได้ว่าจะมีการตั้งเงื่อนไขที่ช่วยคัดกรองลูกค้าที่จะรับแมวในฟาร์มของตนเอง รวมทั้งการตั้งราคาก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องการนำมาคัดกรองผู้ที่รับลูกแมวในฟาร์มไปด้วย เนื่องจากการเลี้ยงดูจะมีต้นทุนค่าใช้จ่ายพอสมควร อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ ไม่ได้ให้ความสำคัญกับกำไรไปมากกว่าความต้องการส่งมอบลูกแมวในฟาร์มที่ตั้งใจเลี้ยงดูไปยังครอบครัวที่อบอุ่นและเห็นลูกแมวเติบโตใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ดังนั้นความสำเร็จของผู้ประกอบการเหล่านี้คือการส่งมอบความรักและความสุขไปยังครอบครัวใหม่ที่จะนำไปเลี้ยงดู

## 1.2 ปัญหา และอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โฟลด์ (Scottish Fold)

### 1.2.1 ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โฟลด์

#### 1.2.1.1 ปัญหาด้านราคา

ปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งตามกลไกตลาดในปัจจุบันที่มีการเพาะพันธุ์ลูกแมวในปริมาณที่มากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามปัญหาด้านราคาที่มีการกำหนดราคาที่ดีกว่ามาตรฐานเดิมอยู่มาก ซึ่งเป็นราคาที่ต่ำกว่าความเป็นจริงของการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากหากเลี้ยงดูอย่างได้มาตรฐานและประกอบธุรกิจบนพื้นฐานของกฎกติกาอย่างมีจรรยาบรรณ ราคาที่ต่ำเกินจริงจึงเป็นเรื่องที่อาจจะต้องคำถามถึงมาตรฐานในการเลี้ยงดูของผู้เพาะพันธุ์

#### 1.2.1.2 ปัญหาความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์

ปัญหาความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะบนช่องทางออนไลน์ เป็นปัญหาที่ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต้องหนักใจ เนื่องจากในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์ หรือการสื่อสารเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในแพลตฟอร์มออนไลน์สาธารณะต่างๆ มีเงื่อนไขและข้อจำกัดค่อนข้างเยอะ ซึ่งเงื่อนไขเหล่านี้มักส่งผลให้เกิดการปิดกั้น ไปจนถึงการปิดแบบถาวร ในหลายครั้งที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญปัญหาบัญชีของแพลตฟอร์มมีการแจ้งเตือนหรือมีการดำเนินการปิดทั้งชั่วคราวและถาวร ทำให้ผู้เลี้ยงการขาดการติดต่อกับกลุ่มลูกค้าเก่า เสี่ยงต่อการต้องเริ่มต้นใหม่ในการสร้างช่องทางสื่อสารและค้าขายออนไลน์อยู่ตลอดเวลา

#### 1.2.1.3 ปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า

ปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า เนื่องจากว่าแมวสายพันธุ์สก๊อตติช โฟลด์ มีความหลากหลายทั้งลักษณะหูซึ่งมีทั้งหูพับและหูตั้ง ลักษณะสีและลวดลายที่หลากหลาย กลุ่มลูกค้าจึงมีความหลากหลายอย่างมาก

#### 1.2.1.4 ปัญหาด้านต้นทุน

ปัญหาด้านต้นทุน เป็นปัญหาสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องมีการสำรวจและประเมินสถานการณ์ตลาดสินค้าสัตว์เลี้ยงตลอดเวลา รวมทั้งก็ยังต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานการเลี้ยงดูอีกด้วย ค่าใช้จ่ายของสินค้าในตลาดไม่ว่าจะเป็น ค่าอาหารที่มีหลากหลายเกรด

แต่ส่วนมากฟาร์มที่เพาะพันธุ์อย่างมีมาตรฐานจะนิยมใช้อาหารเกรดพรีเมียมขึ้นไป ซึ่งก็จะมีราคาที่สูงขึ้นข้างสูงตามคุณภาพวัตถุดิบ นอกจากนี้ยังมีค่าวัคซีน ค่าตรวจสุขภาพประจำปีของแม่ภายในฟาร์ม หรือแม้แต่ค่าอาหารเสริมๆต่างๆที่ต้องนำมาบำรุง ค่าทรายแมวสำหรับเป็นห้องน้ำให้แมว ซึ่งเป็นต้นทุนที่มีราคาสูงตามคุณภาพการเลี้ยงดู

#### 1.2.1.5 ปัญหาสุขภาพแมว

ปัญหาสุขภาพแมว เป็นปัญหาหนึ่งของผู้ประกอบการจะประสบได้ตลอดถึงแม้จะเตรียมตัวและดูแลอย่างคืดขนาดไหน เนื่องจากแมวเป็นสัตว์ที่เกิดความเครียดและภูมิคุ้มกันได้ง่าย ซึ่งนำมาซึ่งโรคภัยและนำมาสู่การรักษา ส่งผลเกี่ยวข้องกับต้นทุนในการดูแลอีกด้วย

#### 1.2.1.6 ปัญหาความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว

ปัญหาความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว เป็นปัจจัยที่ค่อนข้างควบคุมได้ยากเนื่องจากอาจเป็นสาเหตุมาจากตัวพ่อพันธุ์แม่พันธุ์เอง หรือปัญหาจากสภาพแวดล้อม แต่ปัญหานี้กลับส่งผลต่อการวางแผนผสมพันธุ์ของผู้ประกอบการธุรกิจมากเลยทีเดียว เนื่องจากอาจทำให้ในช่วงที่วางแผนการขายไม่มีลูกแมวสำหรับจำหน่ายนั่นเอง

### 1.2.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์

#### แมวสกัดติช โพลด์

##### 1.2.2.1 แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านราคา

ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการสร้างจุดเด่นและมาตรฐานของฟาร์ม โดยต้องมีเป้าหมายของการเพาะพันธุ์ที่ชัดเจนเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของฟาร์ม เช่น ลักษณะใบหน้า ลักษณะโครงสร้าง ลักษณะสีและรูปแบบ เป็นต้น เพื่อดึงดูดความน่าสนใจและการสร้างการรับรู้ในตลาดที่ทำให้ลูกค้าต้องนึกถึง นอกจากนี้ยังต้องมีการสื่อสารสร้างความเข้าใจเพื่อสื่อสารข้อมูลต่างๆให้ลูกค้าเข้าใจและเชื่อมั่นในการเลือกซื้อลูกแมวจากฟาร์มของตน



### 1.2.2.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาค่าความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์

ปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่ถูกปิดกั้นในปัจจุบัน ผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนในรูปแบบการนำเสนอในลักษณะคอนเทนต์เพื่อดึงดูดมากกว่าการพิมพ์ข้อความที่ดูมั่วๆ การสร้างคลิปที่น่าสนใจ หรือแม้แต่มีการตั้งกลุ่มเฉพาะหรือแพลตฟอร์มค้าขายส่วนตัวโดยเฉพาะ เช่น การสร้างเว็บไซต์ของตนเองหรือการสร้างแอปพลิเคชันค้าขาย

### 1.2.2.3 แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า

ผู้ประกอบการมีแนวทางการแก้ไขปัญหาคือการวางแผนผสมพันธุ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังคงมีการสร้างจุดเด่นของสายเพาะพันธุ์ของฟาร์มตนเองให้เป็นเอกลักษณ์ มีการนำเข้าหรือเพิ่มพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ที่มีความแตกต่างกันในลักษณะสีและลวดลาย เพื่อเพิ่มโอกาสเกิดของลูกแมวในลักษณะที่หลากหลายและมีจุดเด่นมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกมากขึ้น

### 1.2.2.4 แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนในการเลี้ยงดู

ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวส่วนใหญ่ มักมีจำนวนแม่พันธุ์และพ่อพันธุ์ในฟาร์มมากกว่า 10 ตัวขึ้นไปส่งผลต่อต้นทุนในการเลี้ยงดู การซื้อปลอกจึงเป็นสิ่งที่ไม่นิยมมากนัก ผู้ประกอบการมักเลือกติดต่อจากโรงงานหรือติดต่อเซลล์โดยตรงเพื่อขอราคาพิเศษสำหรับฟาร์ม นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายก็มีการสั่งผลิตเองโดยตรงด้วยเช่นกัน

### 1.2.2.5 แนวทางการแก้ไขปัญหาลูกแมว

ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการแบ่งสัดส่วนของสถานที่อย่างชัดเจนและพยายามแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ มากกว่าการเลี้ยงรวมกันทั้งหมด ที่สำคัญจะต้องมีการฉีดวัคซีนให้ครบ และต่อเนื่องประจำปีอย่างตลอด ให้ความสำคัญกับการตรวจสอบสุขภาพและคอยสังเกตอาการไม่พึงประสงค์ต่างๆ การให้ความสำคัญกับสุขอนามัยภายในฟาร์ม ให้ความสำคัญกับอาหารการกินที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน



1.2.2.6 แนวทางการแก้ไขปัญหาคความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว

ปัญหานี้มีทั้งส่วนที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ ในส่วนที่ควบคุมได้ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมของทั้งพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์ รวมทั้งการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม แสง อุณหภูมิที่เหมาะสม อาหารที่เหมาะสม เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการผสมพันธุ์ หรือแม้แต่การช่วยฝึกฝนสำหรับพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ฟาร์มที่นำมาผสมในครั้งแรก

## 2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 บทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสู่การประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โฟลด์ (Scottish Fold)

### 2.1.1 ความเป็นของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โฟลด์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โฟลด์มักเริ่มจากการอยากหาสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยงสักตัวเป็นเพื่อนหรือเข้ามาเป็นสมาชิกส่วนหนึ่งของครอบครัว และการให้ความสำคัญกับการคัดเลือกสมาชิกที่จะเข้ามาในบ้าน จึงเริ่มมีการศึกษาหาข้อมูล ด้วยอุปนิสัยและเอกลักษณ์ของแมวสายพันธุ์นี้จึงเป็นที่น่าดึงดูดและน่าสนใจที่ทำให้ผู้ที่สนใจเลี้ยงแมวอยากจะนำเข้ามาเป็นสมาชิกในครอบครัว เริ่มจาก 1 ตัวและมีความต้องการขยายเพิ่มขึ้น จนมาถึงการเข้าสู่ตลาดการแข่งขันแมวประกวดและนำมาซึ่งการนำตนเองไปสู่โลกของคนรักแมวที่เลี้ยงสัตว์เลี้ยงประเภทนี้เสมือนสมาชิกในครอบครัว ผู้ประกอบการจึงมองเห็นรูปแบบธุรกิจที่มาพร้อมกับความรักและการส่งมอบความสุขสำหรับกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกครอบครัว ที่พบว่าในปัจจุบันเกิดกระแสการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกในครอบครัว (Humanization/Pet Parent) ที่พร้อมจะทุ่มเงินดูแลเลี้ยงดูเพื่อให้สัตว์เลี้ยงอยู่สบายกับสัตว์เลี้ยงของตนเสมือนสมาชิกในครอบครัว และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Morgan Stanley (2021) ที่พบว่าผู้เลี้ยงสัตว์ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงของตนเสมือนสมาชิกในครอบครัวด้วยความรัก

ความผูกพันที่เสมือนลูก ซึ่งได้มีการนิยามพฤติกรรมการเลี้ยงดังกล่าวว่าเป็น ทาสหมาทาสแมว (Patriarchy)

## 2.1.2 บทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ วางบทบาทของตนเองไม่ใช่เพียงเป็นนักธุรกิจในตลาดแต่ที่สำคัญคือการเป็นนักพัฒนาสายพันธุ์อีกด้วย ซึ่งการเป็นนักพัฒนาสายพันธุ์ผู้ประกอบการย่อมจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างมาตรฐานในการเพาะพันธุ์ให้เป็นไปตามมาตรฐานสมาคมต่าง ๆ มีทั้งสมาคมในประเทศไทยและต่างประเทศ ไม่ใช่แค่เพียงความสวยงามตามมาตรฐานแต่เป็นการให้ความสำคัญด้านสุขภาพของสัตว์เลี้ยงภายในฟาร์มอีกด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังต้องเพิ่มทักษะความรู้ด้วยการหาข้อมูลความรู้ในการพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา จากการค้นคว้าอ่านงานวิจัยและเข้าร่วมอบรมต่าง ๆ การประกวดก็เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสและเปลี่ยนความรู้และพูดคุยกับผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบสายพันธุ์ที่จะสามารถให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี ผู้ประกอบการมีการนำเครื่องมือทางการตลาดมาวางกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7PS ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญสุขภาพมาตรฐานของลูกแมวในการส่งมอบ และสร้างทางเลือกให้ลูกค้าได้มีโอกาสตัดสินใจด้วยการประชาสัมพันธ์หรือส่งแผนการผสมพันธุ์ให้ลูกค้าทราบ 2. ด้านราคา มีการประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจถึงราคาที่เหมาะสมการเลี้ยงดูแลมาตรฐานฟาร์ม 3. ด้านช่องทางการจำหน่าย การจำหน่ายเป็นในลักษณะผ่านช่องทางรูปแบบออนไลน์ เป็นการสื่อสารและติดต่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการส่งเสริมการตลาดอย่างสม่ำเสมอ ที่สำคัญต้องตอบสนองความต้องการและสามารถดึงดูดการตัดสินใจของลูกค้าให้กลับมาซื้อซ้ำ หรือแนะนำต่อ 5. ด้านบุคคล ผู้ประกอบการและพนักงานที่ดูแลฟาร์มจะต้องมีความรู้ความเข้าใจเป็นอย่างดีในการเลี้ยงดูแลและเพาะพันธุ์อย่างได้มาตรฐาน รู้ถึงการดูแลเบื้องต้นเมื่อมีอาการเจ็บป่วย การสังเกตความผิดปกติต่าง ๆ เป็นต้น 6. ด้านการนำเสนอทางกายภาพ การนำเสนอการขายหรือการแสดงให้เห็นถึงความสวยงามความสะอาดของสถานที่ดูแล และการถ่ายรูปหรือคลิปประชาสัมพันธ์สำหรับการขายที่มีความโดดเด่นน่าดึงดูดใจให้ผู้คนที่น่าสนใจและอยากจะเข้ามาสอบถาม 7. ด้านกระบวนการ ให้ความสำคัญในทุกกระบวนการ ตั้งแต่เริ่มขายจนส่งมอบ รวมไปถึงการบริการหลังการขายที่คอยเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำต่าง ๆ

สำหรับลูกค้าที่รับลูกแมวภายในฟาร์มไปดูแล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรภัสสร สัจจาอักษร มนตรี (2564) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจสัตว์เลี้ยงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญกับ ภายนอก ลวดลายความต้องการและความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการให้บริการ ด้านข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจกับส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ ทั้งช่องทางการขาย ราคา ก็ล้วนแต่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

### 2.1.3 เป้าหมายความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า นิยามเป้าหมายความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ นั้น ไม่ใช่ในเรื่องของกำไรเพียงอย่างเดียว แต่เน้นในเรื่องของการพัฒนาสายพันธุ์ตามเป้าหมายที่วางไว้ให้ได้มาตรฐาน อีกทั้งการให้ความสำคัญกับการมีจรรยาบรรณในการเป็นผู้พัฒนาสายพันธุ์ ด้วยการดำเนินธุรกิจที่อยู่บนหลักการมาตรฐาน นอกจากนี้ความสำเร็จของผู้ประกอบการคือการได้ส่งต่อลูกแมวที่เลี้ยงดูไปสู่ครอบครัวใหม่ที่ สามารถดูแลได้อย่างเหมาะสม แสดงให้เห็นถึงการเป็นมากกว่าผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แต่เปรียบเสมือนการเป็นพ่อเป็นแม่หรือเป็นคุณตาคุณยายที่ได้ส่งมอบคนในครอบครัวไปยังครอบครัวใหม่ ได้เห็นลูกแมวในบ้านเติบโตไปอย่างมีความสุข

## 2.2 ปัญหา และอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ (Scottish Fold)

### 2.2.1 ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ ต้องประสบพบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ในหลากหลายด้านราคา ที่เป็นไปตามกลไกตลาดที่มีผู้ให้ความสนใจเพาะพันธุ์เพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้การราคาก็ยังต่ำกว่าราคามาตรฐานเดิมที่มีมาตลอด ปัญหาความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์ ด้วยการสื่อสารในแพลตฟอร์มที่นิยมในปัจจุบันส่วนใหญ่จะมีข้อจำกัดสำหรับการสื่อสารเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงในลักษณะการขาย โดยเฉพาะถ้อยคำที่สุ่มเสี่ยงที่ถูกจำกัดต่างๆ ส่งผลให้ยากต่อการประชาสัมพันธ์การ

ขายหรือสื่อสารกับกลุ่มลูกค้า ปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า ความหลากหลายของลักษณะหู และสีสั้นลวดลาย ทำให้การเพาะพันธุ์ค่อนข้างวางแผนยากในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่หลากหลาย ปัญหาด้านต้นทุนในการเลี้ยงดู ราคาสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงในปัจจุบันมีต้นทุนการเลี้ยงดูที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในกลุ่มที่เลี้ยงที่ให้ความสำคัญเสมือนสมาชิกในครอบครัวซึ่งรวมถึงฟาร์มที่มีการเพาะพันธุ์อย่างมาตรฐานและคำนึงถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ของสัตว์เลี้ยงภายในฟาร์ม ปัญหาสุขภาพแมว ด้วยแมวเป็นสัตว์ที่เครียดและภูมิคุ้มกันต่ำ ส่งผลต่อสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแมวสายพันธุ์สก๊อตติช โพลด์ ที่มีปัญหาทางพันธุกรรมเกี่ยวกับกระดูก ปัญหาความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว ปัญหาใหญ่อย่างหนึ่งที่มีผลทำให้การวางแผนผสมพันธุ์ไม่เป็นไปตามที่ต้องการ ส่งผลให้ไม่มีลูกแมวจำหน่ายตามช่วงที่วางแผนไว้

## 2.2.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจฟาร์มเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์

การศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์ แมวสก๊อตติช โพลด์ มีแนวทางการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ ดังนี้

### 2.2.2.1 แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านราคา ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการสร้างจุดเด่นและมาตรฐานของฟาร์มเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของฟาร์มดึงดูดความน่าสนใจ นอกจากนี้การสร้างการรับรู้ในตลาดที่ทำให้ลูกค้าต้องนึกถึงก็เป็นสิ่งสำคัญ อีกทั้งยังต้องมีการสื่อสารสร้างความเข้าใจเพื่อสื่อสารข้อมูลต่างๆ ให้ลูกค้าเข้าใจและเชื่อมั่นในการเลือกซื้อลูกแมวจากฟาร์มของตน แม้จะมีการกำหนดราคาที่สูงกว่ามาตรฐานการขายปกติในตลาดอยู่มาก แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการเล็งเห็นว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของตนจะให้ความสำคัญกับคุณภาพหรือลักษณะมาตรฐานและความเชื่อมั่นของฟาร์มจากการบริการและการให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ดังนั้นการให้ความสำคัญในมาตรฐานและการสื่อสารทำความเข้าใจในการกำหนดราคาให้ลูกค้าทราบ ทำให้ฟาร์มยังคงมีลูกค้าที่เชื่อมั่นและเข้าใจ จึงมีการนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการแก้ไขปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ ฌักทรี ต.รุ่งเรือง (2564) ซึ่งพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสัตว์เลี้ยงในลำดับต้นๆ คือ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์

2.2.2.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาความท้าทายด้านการขายและการประชาสัมพันธ์ ด้วยจากปัญหาการประชาสัมพันธ์ที่ถูกปิดกั้นในปัจจุบัน ผู้ประกอบการมีการปรับเปลี่ยนในรูปแบบการนำเสนอในลักษณะคอนเทนต์เพื่อดึงดูดมากกว่าการพิมพ์ข้อความที่สุ่มเสี่ยง การสร้างคลิปที่น่าสนใจ หรือแม้แต่มีการตั้งกลุ่มเฉพาะหรือแพลตฟอร์มค้าขายสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะ อย่างไรก็ตามยังคงเป็นการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในรูปแบบออนไลน์ เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็ว เพียงแต่อาจจะมีการปรับเปลี่ยนในลักษณะของการสื่อสารหรือปรับเปลี่ยนแพลตฟอร์ม สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ วิไล วิทยวีรศักดิ์ และ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2563) ซึ่งพบว่า เกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารเรื่องเกี่ยวกับสัตว์มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ และพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้การสื่อสารเร็วมากขึ้น โดยปราศจากอุปสรรคทั้งทางภูมิศาสตร์ ระยะทางติดต่อสื่อสาร ได้รวดเร็วกว้างไกลมากขึ้นและค่าใช้จ่ายถูกลง

2.2.2.3 แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านความต้องการของลูกค้า ผู้ประกอบการมีแนวทางการแก้ปัญหาคือการวางแผนผสมพันธุ์ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังคงมีการสร้างจุดเด่นของสายเพาะพันธุ์ของฟาร์มตนเองให้เป็นเอกลักษณ์ มีการนำเข้าหรือเพิ่มพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ที่มีความแตกต่างกันในลักษณะสีและสวดลาย เพื่อเพิ่มโอกาสเกิดของลูกแมวในลักษณะที่หลากหลายและมีจุดเด่นมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกมากขึ้น ถือว่าเป็นการให้ความสำคัญปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาแก้ปัญหาในด้านความต้องการด้วยการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญและมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปรภัสสร สัจจาอักษรมนตรี (2564) พบว่า ส่วนผสมทางการตลาด (7PS) มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค โดยปัจจัยสำคัญที่ส่งผลคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคแต่ละบุคคล

2.2.2.4 แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านต้นทุนในการเลี้ยงดู ผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวส่วนใหญ่ มักมีจำนวนแม่พันธุ์และพ่อพันธุ์ในฟาร์มมากกว่า 10 ตัวขึ้นไปส่งผลต่อต้นทุนในการเลี้ยงดู ผู้ประกอบการมักเลือกติดต่อผลิตจากโรงงานหรือติดต่อเชลล์โดยตรงเพื่อขอราคาพิเศษ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการก็ยังคงให้ความสำคัญกับคุณภาพเกรดอาหารที่ดีต่อสุขภาพสัตว์เลี้ยงในระยะยาว และความชื่นชอบชอบของสัตว์เลี้ยงภายในฟาร์ม ซึ่งสอดคล้องกับ

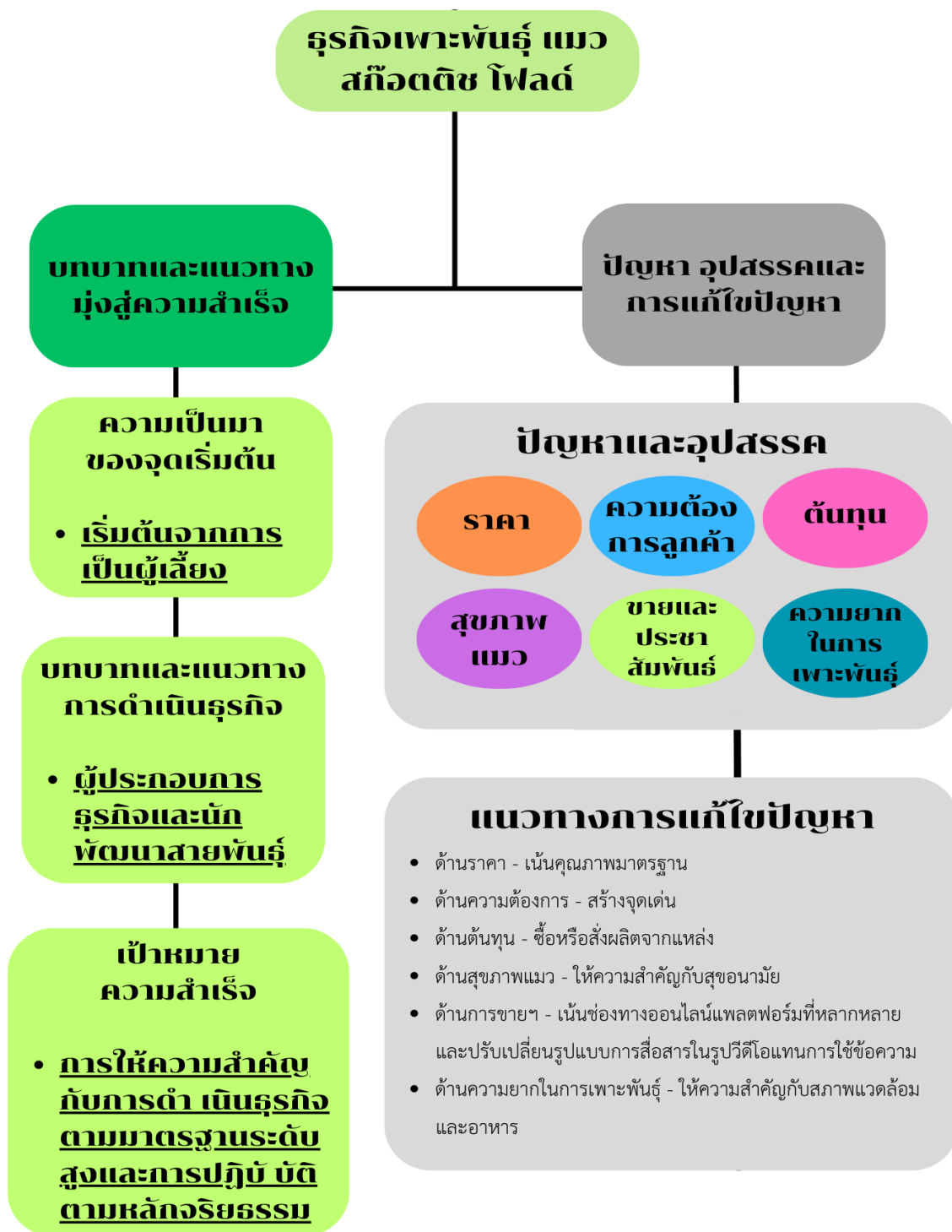
การศึกษาของจิรายุ ทะรุณรัมย์ และ ปาลิดา ศรีศรกำพล (2564) ในการเลือกซื้ออาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง ราคา กับไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประโยชน์ และรสชาติที่สัตว์เลี้ยงชื่นชอบ

2.2.2.5 แนวทางการแก้ไขปัญหาสุขภาพแมว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการแบ่งสัดส่วนของสถานที่อย่างชัดเจนและพยายามแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ๆ มากกว่าการเลี้ยงรวมกันทั้งหมด ที่สำคัญจะต้องมีการฉีดวัคซีนให้ครบ และต่อเนื่องประจำปีอย่างตลอด ให้ความสำคัญกับการตรวจสุขภาพและคอยสังเกตอาการไม่พึงประสงค์ต่างๆ การให้ความสำคัญกับสุขอนามัยภายในฟาร์ม ให้ความสำคัญกับอาหารการกินที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน

2.2.2.6 แนวทางการแก้ไขปัญหาความยากลำบากในการเพาะพันธุ์แมว เป็นปัญหาที่มีทั้งส่วนที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ ในส่วนที่ควบคุมได้ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมของทั้งพ่อพันธุ์และแม่พันธุ์ รวมทั้งการให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม แสง อุณหภูมิที่เหมาะสม อาหารที่เหมาะสม เพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการผสมพันธุ์ หรือแม้แต่การช่วยฝึกฝนสำหรับพ่อพันธุ์แม่พันธุ์ฟาร์มที่นำมาผสมในครั้งแรก







ภาพที่ 1 : รูปแบบสรุปผลการศึกษา

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง เรื่องเล่าของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โฟลด์ (Scottish Fold) ผู้วิจัยพบข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทราบความเป็นมาของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสก๊อตติช โฟลด์ รวมทั้งบทบาทและการดำเนินธุรกิจไปสู่เป้าหมายความสำเร็จ ไปจนถึงอุปสรรคและแนวทางการแก้ไขปัญหา ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวความคิดเห็นต่อไปนี้

3.1.1 จากการวิจัยจะพบปัญหาในเรื่องข้อมูลลักษณะมาตรฐานทางสายพันธุ์ที่ถูกต้องและเหตุผลของการกำหนดมาตรฐานและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่คำนึงถึงสุขภาพความเป็นอยู่ของสัตว์เลี้ยง ซึ่งค่อนข้างยังไม่แพร่หลายในวงกว้างสำหรับคนทั่วไป โดยมากมักจะเป็นข้อมูลเชิงลึกในวงแคบ ทำให้ผู้คนทั่วไปหรือกลุ่มคนที่สนใจแต่ไม่ได้อยู่ในวงการประกวดหรือเพาะพันธุ์อาจจะยังไม่เข้าถึงข้อมูลมากนัก มีข้อมูลไม่มากในการเลือกซื้อ ดังนั้นจึงแนะนำให้ผู้ประกอบการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างมากขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจและส่งเสริมมาตรฐานการรักษาสายพันธุ์ อีกทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปที่มีความสนใจได้เข้าใจ

3.1.2 จากปัญหาข้อมูลการเลี้ยงและการคัดเลือกสายพันธุ์ที่ยังมีผู้ทราบข้อเท็จจริงไม่มาก สมาคมที่รับรองสายพันธุ์ควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้ที่สนใจจะเลี้ยงแมวสายพันธุ์นี้ ในประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้

3.1.2.1 ปัญหาเกี่ยวกับโรคพื้นฐานและโรคตามสายพันธุ์

3.1.2.2 โภชนาการที่เหมาะสมต่อสัตว์เลี้ยง

3.1.2.3 การจัดการพื้นที่สำหรับการเลี้ยง

3.1.2.4 การคัดเลือกลูกแมวที่ได้มาตรฐานตามสายพันธุ์

3.1.2.5 ความสำคัญของการสนับสนุนให้มีการเพาะเลี้ยงแมวที่ได้

มาตรฐาน

### 3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 จากการวิจัยครั้งนี้เป็นการเน้นการศึกษาในผู้ประกอบการธุรกิจเพาะพันธุ์แมวสายพันธุ์สต็อคดิช โพลด์ สายพันธุ์เดิวเท่านั้น แต่ในปัจจุบันมีการนำเข้าสายพันธุ์ต่าง ๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งในบางฟาร์มจะมีหลายสายพันธุ์ภายในฟาร์มเดียวกัน ซึ่งก็จะมีเงื่อนไขและรูปแบบการเพาะพันธุ์ที่แตกต่างกันไป รวมถึงการจัดการสถานที่เพาะพันธุ์ที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นเพื่อให้มีความเหมาะสม เป็นเรื่องที่น่าสนใจสำหรับฟาร์มที่มีการเพาะพันธุ์ในหลายสายพันธุ์ว่ามีการดำเนินธุรกิจและจัดการรูปแบบธุรกิจและการเพาะพันธุ์อย่างไรบ้าง

3.2.2 จากการวิจัยครั้งนี้จะพบว่ามีการแบ่งเกรดแมวขายในการเพาะพันธุ์ โดยเฉพาะเกรดประกวด ซึ่งจะมีการเตรียมและดูแลที่พิเศษมากขึ้นก่อนเข้าประกวด จึงเป็นที่น่าสนใจว่าผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจเข้าประกวดจะต้องมีการเตรียมตัวลูกแมวอย่างไรบ้าง และมีการคัดเลือกแมวเกรดประกวดอย่างไรในการแข่งขัน



## รายการอ้างอิง

- กรวิภา ตระการวิจิตร. (2560). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านกาแฟแมวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” การค้นคว้าอิสระปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กรสุมา สุวัฒน์ชะชัย. (2563). “คุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์เล็กของคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). “รายงานประจำปี 2564” สืบค้นวันที่ 25 ธันวาคม 2565 จาก [https://www.dbd.go.th/download/publicdevelop\\_file/annualreport/annualreport\\_ThEng64.pdf](https://www.dbd.go.th/download/publicdevelop_file/annualreport/annualreport_ThEng64.pdf)
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2565). “รายงานประจำปี 2565” สืบค้นวันที่ 25 ธันวาคม 2565 จาก [https://www.dbd.go.th/download/publicdevelop\\_file/annualreport/annualreport\\_ThEng65.pdf](https://www.dbd.go.th/download/publicdevelop_file/annualreport/annualreport_ThEng65.pdf)
- เกวลิน อังคนานนท์ และ ถอม ห่อวงศ์สกุล. (2564). “แนวทางการทำการตลาดออนไลน์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านเฟซบุ๊กเพจ.” วารสารวิทยาการจัดการ ,ปีที่ 8 ,ฉบับที่ 2 : 172-202
- เกษตรกรก้าวหน้า (2562). ฟาร์มแมว มีอาชีพ. (พิมพ์ครั้งที่1). กรุงเทพฯ: แม่บ้าน.
- ขจิตขวัญ กิจวิสาละ. (2564). “ศาสตร์การเล่าเรื่องในสื่อการศึกษา.” วารสารศาสตร์ฉบับเรื่องเล่าด้วยใจเธอ ,ปีที่ 14 ,ฉบับที่ 3 : 9-85
- จักรินทร์ นิตรัตนภักดี และ ชนกร ลิ้มศรีณย์. (2562). “อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการโมบาย แบนด์กิ้ง กรณีศึกษา : เขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล” วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ ,ปีที่ 10 ,ฉบับที่ 2 : 120-143

- ชาญชัย ชัยประสิทธิ์ (2564). “เจาะพฤติกรรมผู้บริโภคไทยที่เปลี่ยนไปในยุคโควิด-19.” สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2565 จาก <https://www.pwc.com/th/en/pwc-thailand-blogs/blog-20210518.html>
- ณภัทร ต.รุ่งเรือง. (2564). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสัตว์เลี้ยงทางเลือก (Exotic Pet) ในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2564). “ส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยงของไทย.” สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กรกฎาคม 2565 จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/PET-Food-z3287.aspx>
- ธนาคารกรุงไทย. (2564). “รู้เรื่องเศรษฐกิจแบบเจาะลึกจากกูรูตัวจริง.” สืบค้นเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2565 จาก <https://krungthai.com/th/financial-partner/economy-resources/business-digest>
- ชัยลักษณ์ ถาวรจิต. (2564). “การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.” วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ,ปีที่ 3 ,ฉบับที่ 1 : 41-56
- นรินทร์ สังข์รักษา.(2561). “เรื่องเล่า: วิถีวิทยาแนวใหม่ในการแสวงหาความรู้เพื่อการวิจัยทางสังคม.” วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย ,ปีที่ 10 ,ฉบับที่ 2 : 2-18
- บุษกร เชี่ยวจินดาگانต์. (2561). “เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา.” วารสารศิลปะศาสตร์ปริทัศน์,ปีที่ 13 ,ฉบับที่ 25 : 103-118
- ปรภัสสร สัจจาอักษรมนตรี. (2564). “ความชอบและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อแมวพันธุ์แท้ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พงษ์พิสุทธิ์ ศรีสด. (2559). “การออกแบบสื่ออัตลักษณ์แมวไทยเพื่อการเผยแพร่.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปการออกแบบ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- พัชรिता เรืองสุขนุกูล. (2563). “แผนธุรกิจคาเฟ่แก้ว” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภูมิ ภูเจริญ. (2562). “มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมการประกอบกิจการขายสัตว์เลี้ยงออนไลน์.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รภัทร สติรศิลป์. (2564) “บทความข่าวสารสมาคม SCFC.” สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.siamcatthailand.com/article>
- รมย์ธีรา จิราวิภูเศรษฐ. (2564.) “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมบริโภคของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล.” วารสาร มจร เลย์ปริทัศน์, ปีที่ 2, ฉบับที่ 2 : 102-114
- ฤทธิเจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีน หัวเฉียว.
- ยุทธการ เอี่ยมณี. (2563). “แผนธุรกิจให้บริการอาบน้ำตัดขนและโรงแรมสุนัข Koinu Spa and Hotel.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วพณีย์ มณีรัตน์. (2562). “แมวกับพื้นที่แห่งความผูกพัน.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์ศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยสยาม.
- วัลภา สรรเสริญ. (2559). การตลาดออนไลน์ Online Marketing. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ
- วันทีช แจ่มจันทร์. (2564). “มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมสถานประกอบการเพาะพันธุ์สัตว์เลี้ยง : ศึกษากรณีการเพาะพันธุ์แมว.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชากฎหมายอาญาและกระบวนการยุติธรรมทางอาญา คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วันวิภา สุขสวัสดิ์. (2564). “การจัดสวัสดิภาพสุนัขและแมวในสถานที่เพาะพันธุ์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย.” ออกอากาศทางช่องทางเผยแพร่. กรกฎาคม 2564.



- วรางคณา ศิริวัฒน์. (2559). “การตัดสินใจซื้อสัตว์เลี้ยงออนไลน์.” การค้นคว้าอิสระปริญญา  
มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรินทร์ วาริ. (2560). “มาตรการทางกฎหมายคุ้มครองผู้ซื้อสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขและแมว.”  
วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายเอกชนและธุรกิจ คณะนิติศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสยาม.
- วิไล วิทยวีรศักดิ์ และยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2563). “อิทธิพลของการสื่อสารเรื่องเกี่ยวกับสัตว์ที่  
มีต่อการเปลี่ยนแปลงเจตคติ และพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์.” วารสารการ  
ประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, ปีที่ 13, ฉบับที่ 2 : 115-135
- วิไลภรณ์ สำเภาทอง. (2561). “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์และการสร้างมูลค่าเพิ่ม ของ  
ธุรกิจผลิตภัณฑ์เวชสำอาง.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร.
- วิภาดา เนียมรักษา. (2558). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทย ในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วน  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต หลักสูตรบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศลิษา สุทธิเสริม. (2560). “มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมสถานประกอบการใช้สัตว์เลี้ยง  
เพื่อนันทนาการ (คาเฟ่ สัตว์เลี้ยง).” วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์  
คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- ศิวพร เทียงธรรม. (2561). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคกลุ่ม Pet Parents.  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ศิลป์ชัย เกษมเทวินทร์. (2562). “เรื่องเล่าผู้ประกอบการค้าส่งรองเท้าสตรีในตลาดสำเพ็ง เขต  
สัมพันธวงศ์จังหวัดกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศุภาวีร์ มงคลชาติ. (2560). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การซื้อ ผลิตภัณฑ์สัตว์เลี้ยงสำหรับแมวของผู้บริโภคที่เลี้ยงแมวในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการ สื่อสารการตลาด คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระ นคร.

สรณัฐ ไตลังคะ. (2560). เล่าเรื่องเรื่องเล่า Tell-tales : essays in honor of Soranat Tailanga. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุขกมล รัตนสุภา. (2552). “อัตชีวประวัติ: ความหลังและชีวิตกับวรรณศิลป์.” วารสารวิชาการคณะ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, ปีที่ 5, ฉบับที่ 2 : 106-152

สุภัทรา บุญมาก. (2562). “แผนธุรกิจ แพลตฟอร์มสำหรับการค้นหาและรับจองสถานที่รับฝากสัตว์ เลี้ยงออนไลน์.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมาวิษฐ์ กิตติเกษมศิลป์. (2559). “มาตรการควบคุมกิจการเพาะพันธุ์สัตว์เลี้ยง กรณีศึกษากิจการ เพาะพันธุ์สุนัข.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิติศาสตร มหาบัณฑิต สาขากฎหมายทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แสงเดือน ขอดอญมณีวงศ์. (2560). “สัตว์เลี้ยงช่วยส่งเสริมพัฒนาการทางสังคมและอารมณ์ของเด็กได้ หรือไม่.” วารสารเชียงใหม่สัตวแพทยสาร, ปีที่ 15, ฉบับที่ 3 : 137-145

สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี. (2563). “พระราชบัญญัติป้องกันการทารุณกรรมและ การจัดสวัสดิภาพสัตว์ พ.ศ. 2557.” สืบค้นวันที่ 15 ธันวาคม 2565 จาก <https://dld.go.th/th/index.php/th/legal-dld-menu/law-dld-topmenu/24795-law-vetservice2557-1>

โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขต กรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อาทิตย์ ว่องไวตระการ. (2560). “อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์.” วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

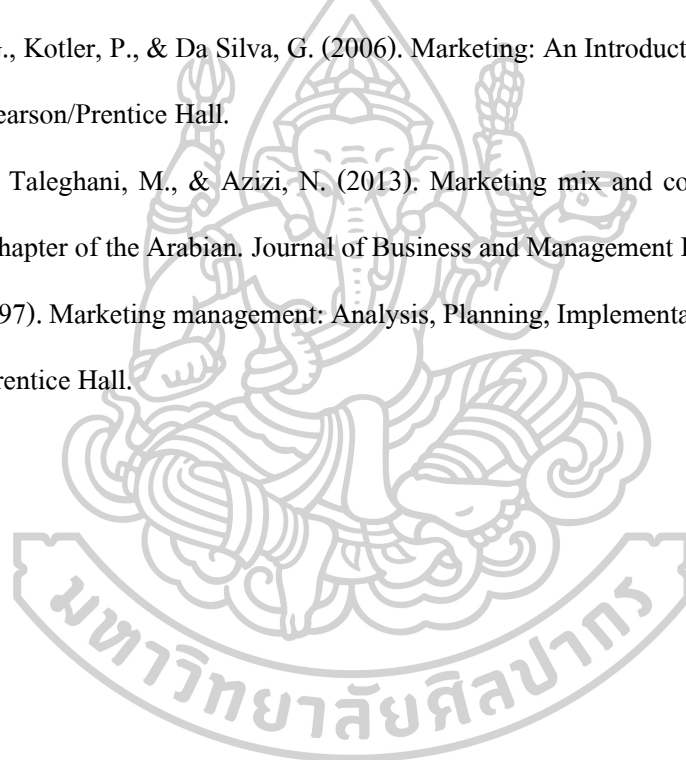
อุไร จิรมงคลการ (2563). คู่มือ เลี้ยงแมว CAT STORIES.

เอกกนก พนาคำรง. (2559). “การเขียนเล่าเรื่อง ด้วยเทคนิคการเล่าเรื่อง (Story telling).” บทความทั่วไป เวชบันเทิงศิริราช, ปีที่ 9, ฉบับที่ 3 : 194-196

Armstrong, G., Kotler, P., & Da Silva, G. (2006). Marketing: An Introduction: An Asian Perspective. Pearson/Prentice Hall.

Gilaninia, S., Taleghani, M., & Azizi, N. (2013). Marketing mix and consumer behavior. Kuwait Chapter of the Arabian. Journal of Business and Management Review, 2(12), 53.

Kotler, P. (1997). Marketing management: Analysis, Planning, Implementation and Control (9th ed.). Prentice Hall.





ภาคผนวก



แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ มีการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1 แนวคำถามสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจพะพันธุ์แมวสก็อตติช โพลด์**

- |               |  |
|---------------|--|
| ประเด็นแรก    | คำถามเกี่ยวกับประวัติทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจ จุดเริ่มต้น<br>ความเป็นมาของการประกอบธุรกิจ |
| ประเด็นที่สอง | คำถามเกี่ยวกับบทบาทและแนวทางการดำเนินธุรกิจให้ประสบ<br>ความสำเร็จ                            |
| ประเด็นที่สาม | คำถามเกี่ยวกับคำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการ<br>ประกอบธุรกิจ รวมทั้งแนวทางการแก้ปัญหา    |

**ส่วนที่ 2 แนวคำถามสัมภาษณ์ผู้ที่เป็นลูกค้าผู้ประกอบการธุรกิจพะพันธุ์แมวสก็อตติช โพลด์**

- |               |   |
|---------------|---|
| ประเด็นแรก    | คำถามเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นของความสนใจในการเลี้ยงแมว<br>สายพันธุ์สก็อตติช โพลด์ |
| ประเด็นที่สอง | คำถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกซื้อ  |
| ประเด็นที่สาม | คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและความคาดหวังของลูกค้า                               |













## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวปริษา โพธิ์พุ่ม
วัน เดือน ปี เกิด	6 กรกฎาคม 2536
สถานที่เกิด	จังหวัดพิษณุโลก
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี
ที่อยู่ปัจจุบัน	397/4 หมู่ 10 ต.พรานกระต่าย อ.พรานกระต่าย จ.กำแพงเพชร 62110

