



การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท ธุรกิจ มหาธีรานนท์¹, ภัทร วิทย์ปรีชากุล¹ และนภานนท์ หอมสุต^{2*}

Apply of Strategy in the Operation of Pet Business, iVET International Animal Hospital

Thurakit Mahateeranont¹, Pattara Wittayapreechakun¹ and Nopbhanont Homsud^{2*}

¹ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี 76120

² อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร 76120

¹ Student in Marketing Major, Faculty of Management Science, Silpakorn University 76120

³ Lecturer, Faculty of Management Science, Silpakorn University 76120

*Corresponding author. E-mail: nopbhanont@yahoo.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินงานของโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท โดยงานวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษาพบว่า โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท มีการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) มาพัฒนาองค์กรดำเนินงานบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคควบคู่ไปกับการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) นำจุดแข็งและจุดเด่นขององค์กรมาทำเป็นกลยุทธ์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคและสร้างความได้เปรียบและความโดดเด่นเหนือคู่แข่งในการแข่งขัน และมีการนำนวัตกรรมทางการแพทย์เข้ามาประยุกต์ให้ร่วมกับธุรกิจและยังสอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 กลุ่มสาระสุขและเทคโนโลยีการแพทย์ ที่ซึ่งนำนวัตกรรมทางการแพทย์เป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนประเทศให้มีการพัฒนาไปต่อไป มีความแตกต่างกับโรงพยาบาลสัตว์ทั่วไป ที่ใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานแบบพื้นฐาน จึงไม่เกิดความแตกต่างของธุรกิจและไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้

คำสำคัญ: กลยุทธ์การดำเนินงาน, โรงพยาบาลสัตว์

Abstract

This study aimed to examine the implementation of the strategy in an iVET International Animal Hospital. In this research was used qualitative research methods–depth interview. The study indicated that iVET International Animal Hospital. They have to a Strategic Marketing Mix or 7P's, to develop the enterprise services to meet the needs of consumers, coupled with the development of the enterprise effectively and Differentiation Strategy, to brought the strengths and the prominent points of the organization to attract consumers, and take advantage over their competitors to stand out of the competition And the introduction of innovations into medical applications to join the business and the consistency with the policy, Thailand 4.0, Health and medical technology group, brought the medical innovative that help to drive the development of the country to continue. Unlike a typical animal hospital that's used in the basic operations, so it's not a difference of business and not be able to attract consumers.

Keywords: Implementation Strategy, Animal Hospital



บทนำ

ในปัจจุบันสังคมของคนไทยมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านครอบครัวจากสมัยก่อนครอบครัวมีขนาดใหญ่ได้เปลี่ยนเป็นครอบครัวขนาดเล็กเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้วิถีการใช้ชีวิตเปลี่ยนแปลงไปคนวัยแรงงานมีการส่งผลให้ครองตัวเป็นโสดมากขึ้น ชีวิตของคนในเมืองมีการใช้ชีวิตตามลำพัง การเผชิญการแข่งขันและแรงกดดันที่มีอยู่มากในปัจจุบัน ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอายุในสังคมในอนาคต มีสาเหตุมาจากการลดลงของภาวะการเจริญพันธุ์โดยประชากรจะมีลูกกันน้อยลง รวมทั้งสังคมผู้สูงอายุมีการเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะคาดว่าจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มมากขึ้น เพราะการพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์สามารถช่วยยืดอายุของมนุษย์ให้ยืนยาว การเปลี่ยนไปทางด้านทัศนคติของคนไทยอยู่เป็นโสดกันมากขึ้น ทำให้คนส่วนใหญ่หันมาสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากสัตว์ที่นิยมเลี้ยงส่วนใหญ่ ได้แก่ สุนัข แมว กระต่าย เป็นต้น การเลี้ยงสัตว์เป็นหนึ่งทางเลือกที่จะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการทำงาน ผ่อนคลายความเหงาและลดความเครียด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556)

ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงได้จึงได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการรายใหม่อย่างต่อเนื่อง เพราะมีมูลค่าตลาดรวมของธุรกิจไม่ต่ำกว่า 22,000 ล้านบาท โดยเป็น ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงร้อยละ 23 อาหารสัตว์ ร้อยละ 45 ธุรกิจ บริการ สัตว์เลี้ยงร้อยละ 32 ทำให้ผู้ประกอบการเตรียมทำธุรกิจสัตว์เลี้ยงแบบครบวงจร เช่น ศูนย์ดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยงครบวงจร อาหารเสริมของเล่น เสื้อผ้าและเครื่องประดับ สตูดิโอถ่ายภาพ ธุรกิจเสริมสวย บริการอาบน้ำแต่งขนถึงบ้าน คาเฟ่และโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง ศูนย์ฝึก ศูนย์รับ รวมไปถึงธุรกิจประกันภัยสัตว์เลี้ยง อีกทั้งยังมีการขยายตลาดเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคมีความสะดวกสบายมากขึ้น

โรงพยาบาลสัตว์เป็นอีกหนึ่งในธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่มีความสนใจเป็นอย่างมาก และยังสามารถรายได้ให้กับตนเองได้มาก ทางผู้วิจัยจึงได้เลือกกรณีศึกษา โรงพยาบาลไอเว็ท เป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย และโรงพยาบาลสัตว์มีความสำคัญอย่างมากกับการดูแลรักษาสัตว์เลี้ยง คอยดูแลสุขภาพโรคต่าง ๆ ดูแลเรื่องตัดแต่งขน เรื่องอาหารสัตว์ การฝึกให้สัตว์มีความสามารถ ผู้ประกอบการรายใหม่จึงให้ความสนใจและเกิดการแข่งขันกันทางธุรกิจสัตว์เลี้ยงเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โรงพยาบาลไอเว็ทกับโรงพยาบาลอื่นมีความ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น การทำธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่มีความสนใจอย่างมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษา การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานธุรกิจสัตว์เลี้ยง กรณีศึกษา โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท ซึ่งสอดคล้องกับชุด Thailand 4.0 กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ ที่มีการนำนวัตกรรมในด้านอุปกรณ์การแพทย์หรือการแพทย์เกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนประเทศให้มีการพัฒนาไปต่อไป การทำวิจัยนี้เพื่อเป็นแนวทางและประโยชน์ให้ได้เกิดความรู้ การพัฒนากลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่งทางการค้า โดยสามารถนำไปพัฒนาต่อได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินงานของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) ของธุรกิจสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การดำเนินงานของกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ของธุรกิจสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท

วัตถุประสงค์และวิธีการ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานของธุรกิจสัตว์เลี้ยง เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ในการดำเนินงานของโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทว่ามีกรดำเนินงานอย่างไรที่ทำให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดดและจะเป็นผู้นำในธุรกิจสัตว์เลี้ยงในอีกไม่ช้า การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมและการวิเคราะห์เอกสาร และนำเสนอรายงานแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ใช้การศึกษาแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ คือ งานวิจัยและ



สืบค้นข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้อำนวยการของโรงพยาบาลสัตว์ไอเวทเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและครอบคลุม

ขอบเขตการศึกษา

- 1.ด้านระยะเวลา โดยศึกษาในช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560
- 2.ด้านข้อมูลและเนื้อหา ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลของการดำเนินของธุรกิจสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาลสัตว์ไอเวท

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุมมากที่สุดโดยคำถามจะมีลักษณะแบบปลายเปิด (Open-ended Question) ซึ่งให้อิสระกับผู้ตอบคำถามการวิจัยได้แสดงความคิดเห็น

2. เครื่องมือที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์ คือ สมุดจดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกเสียง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภทที่สำคัญ ได้แก่

- 1.แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ของผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) เพียงคนเดียว คือ สัตว์แพทย์หญิง วรางคณา พันธุ์วณิช ผู้อำนวยการโรงพยาบาลสัตว์ไอเวท

- 2.แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสารประเภทต่างๆ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ เอกสาร รวมถึงงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลมาเป็นพื้นฐานในการดำเนินการศึกษาวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงานของโรงพยาบาลสัตว์ไอเวท

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย บทความต่างๆที่เกี่ยวข้อง และสืบค้นข้อมูลออนไลน์ เพื่อค้นหาบทความต่างๆและการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้อำนวยการโรงพยาบาลสัตว์ไอเวท

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลก่อนวิเคราะห์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน และคุณภาพของข้อมูล การตรวจสอบข้อมูลที่นิยมใช้กันมากในวิจัยเชิงคุณภาพ คือการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า คือการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆกัน เพื่อรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เพราะจะได้ข้อมูลที่หลากหลายและชัดเจน

ผลการศึกษา

โรงพยาบาลไอเวทเป็นโรงพยาบาลที่บริการรักษาสุขภาพสัตว์เลี้ยงต่างๆ โดยยึดหลักในคุณธรรม จริยธรรมในการรักษา ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า จึงมั่นใจได้ว่าจะได้รับการรักษาที่ดีที่สุดจากทางโรงพยาบาล ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ครอบคลุมตั้งแต่การป้องกันรักษาตลอดจนการฟื้นฟูสุขภาพครบวงจร ที่ได้รับการรับรองคุณภาพระดับสากล ISO 9001 : 2008 และมาตรฐาน "TAHSA" ทำให้ iVET เป็นโรงพยาบาลสัตว์ชั้นนำที่ครอบคลุมทั้งใน และต่างประเทศ ซึ่งมีการยึดหลักมาตรฐาน 3I คือ International , Integrity , Innovation

ทฤษฎี ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) ของ Philip Kotler

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ในด้านของโรงพยาบาลสัตว์ไอเวทมีการให้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หลากหลายด้านทั้งที่จับต้องได้ เช่นมีการขายอาหารสัตว์ หรือ pet shop ในตัวโรงพยาบาลเองมีการขายของภายใต้ แบนด์ตัวเองที่คิดค้นขึ้นมา และแบนด์อื่น ๆที่นำเข้ามาจากบริษัทอื่นคล้ายการขายขอในห้างสรรพสินค้า ด้านที่จับต้องไม่ได้ คือ การบริการในด้านต่างๆของโรงพยาบาลมีมากมาย เช่น คาเฟ่สัตว์เลี้ยงที่เปิดให้บริการสามารถเข้ามาเล่นกับสัตว์และซื้อขนมให้สัตว์เลี้ยง ศูนย์การแพทย์เฉพาะด้านอุปกรณ์ช่วยเหลือสัตว์พิการซึ่งมีการทำขาเทียมให้สัตว์ที่พิการ ศูนย์กายภาพบำบัดสัตว์เลี้ยง สามารถนำสัตว์มาฝึกและบำบัดให้มีสุขภาพแข็งแรงจากโรคต่างๆ ศูนย์การแพทย์เฉพาะด้าน



อุบัติเหตุและฉุกเฉินมีบริการตลอด 24 ชั่วโมง บริการด้านการแพทย์ฉุกเฉินกับสัตว์ป่วยที่ได้รับบาดเจ็บอุบัติเหตุ และผู้ป่วยวิกฤติที่ต้องการการรักษาอย่างเร่งด่วน ศูนย์การแพทย์เฉพาะด้านระบบสืบพันธุ์ ศูนย์มีการให้บริการตรวจต่าง ๆ เช่น ตรวจสุขภาพ เซลล์วิทยา รังสีวินิจฉัย การแพทย์เฉพาะด้านทันตกรรม และยังมีโรงแรมสัตว์เลี้ยงซึ่งมีการรับฝากเลี้ยง มีการดูแลต่าง ๆ มีการตรวจปัญหาช่องปากของสัตว์เลี้ยง และทางโรงพยาบาล มีนวัตกรรมที่แตกต่างจากที่อื่นคือ การมี การทำขาเทียมในสัตว์เลี้ยง พัฒนาบำบัดสัตว์เลี้ยง

2. ด้านราคา (Price) ด้านราคาความสามารถในด้านการจ่ายดูแลสัตว์เลี้ยงจะแบ่งลูกค้าออกเป็น 4 กลุ่มด้วยกัน คือ A B C D กลุ่ม A เป็นลูกค้าที่มีความสามารถในการใช้จ่ายสูง มีความใส่ใจดูแลสัตว์เลี้ยงสูง มีความรู้, กลุ่ม B เป็นลูกค้าที่มีความสามารถในการใช้จ่ายอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความใส่ใจดูแลสัตว์เลี้ยงสูง, กลุ่ม C เป็นลูกค้าที่มีความสามารถในการใช้จ่ายสูง แต่มีความใส่ใจดูแลสัตว์เลี้ยงไม่มากนัก, กลุ่ม D เป็นผู้เลี้ยงสัตว์ทั่วไป ไม่มีความใส่ใจสัตว์เลี้ยงมากเท่าที่ควร เช่น เลี้ยงสุนัขไว้เพื่อเฝ้าบ้านเท่านั้น ซึ่งในส่วนของโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทมีการโฟกัสลูกค้าในระดับของ B2A คือตั้งแต่ กลุ่ม B ขึ้นไป

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านทำเลที่ตั้งโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท มีการเลือกทำเลที่ตั้งในการบริการ 3 แห่งอยู่บริเวณกรุงเทพฯและปริมณฑล และมีการขยายสาขาออกไปต่างประเทศอีก 2 สาขา คือ สาขาเวียงจันทน์ ประเทศลาว และ สาขาฮานอย ประเทศเวียดนาม ทำให้โรงพยาบาลมีช่องทางในการบริการลูกค้าได้มากขึ้น และมีแผนในการขยายพื้นที่อื่น ๆ ในอนาคต

4. ด้านการส่งเสริม (Promotions) มีการโฆษณาความสามารถของแพทย์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้ามากกว่าการทำโฆษณาส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม นอกจากนี้ทางโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทยังมีการจัดทำกิจกรรม (Event) เพื่อดึงดูดลูกค้ามีความสนใจในการดูแลสัตว์เลี้ยงเข้าร่วมงานอย่างต่อเนื่อง การทำ CSR เพื่อช่วยเหลือสัตว์เลี้ยงที่ประสบอุบัติเหตุ เช่น รับบริจาคโลหิต และการทำการตลาดออนไลน์เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ทางด้านโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทได้มีการคัดเลือกแพทย์ ที่มีความสามารถในการแก้ปัญหาได้และมีความสามารถในการรักษาสัตว์ได้ดี ซึ่งแพทย์ที่ทำงานร่วมกันโรงพยาบาลสัตว์นั้น เป็นแพทย์ในอันดับต้นของประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า เพราะบุคลากรคือหัวใจหลักของการให้บริการโรงพยาบาลสัตว์

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) หมอ ผู้ช่วยและเจ้าหน้าที่ประจำโรคพยาบาลสัตว์ มีการแต่งตัวที่ถูกต้องตามระเบียบ เรียบร้อย มีการเจรจาต่อลูกค้าที่ดี มีประตีสัมพันธ์ที่ดี ร่วมถึงการดูแลเอาใจใส่ มีมาตรฐานในการบริการที่รวดเร็วตลอด 24 ชั่วโมง

7. ด้านกระบวนการ (Process) โรงพยาบาลสัตว์ให้บริการรักษาสุขภาพสัตว์เลี้ยงต่าง ๆ โดยยึดหลักในคุณธรรม จริยธรรมใน การรักษา ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า จึงมั่นใจได้ว่าจะได้รับการรักษาที่ดีที่สุด ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยครอบคลุม ตั้งแต่การป้องกันรักษาตลอดจนการฟื้นฟูสุขภาพครบวงจร ที่ได้รับการรับรองคุณภาพระดับสากล ISO 9001 : 2008 และมาตรฐาน "TAHSA" โรงพยาบาลสัตว์ ได้ใช้หลัก "3i" คือ

-International การบริการที่ได้การรับรองคุณภาพระดับสากล ISO 9001:2008 พร้อมทั้งมีสัตวแพทย์ที่มีมาตรฐานและเครื่องมือที่ทันสมัย ตลอดจนสาขาที่ครอบคลุมทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ iVET เป็นโรงพยาบาลสัตว์ชั้นนำแห่งหนึ่ง ที่ได้รับความไว้วางใจ

-Integrity เรายึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรมในการรักษา และซื่อสัตย์ต่อลูกค้าเป็นหลักในการบริการ ท่านจึงมั่นใจได้ว่าจะได้รับการรักษา ที่เหมาะสมพร้อมคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ

-Innovation เรามุ่งมั่นที่จะพัฒนาเทคโนโลยีในการดูแลผู้ป่วย ครอบคลุมตั้งแต่การป้องกันรักษาและฟื้นฟูสุขภาพเพื่อ ความเป็นเลิศทางวิชาชีพ เราได้มีการตั้งหน่วยวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมทางสัตวแพทย์



ทฤษฎี Differentiation Strategy ของ Micheal E. Porter

1. ความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation)

โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท ได้ใช้นวัตกรรมทางการแพทย์ที่ครบครันและเหนือคู่แข่ง เช่น การทำขาเทียมในสัตว์ ทำวิลล์แชร์ให้สัตว์เลี้ยง การพัฒนาเครื่องมือในการกายภาพบำบัดในสัตว์เลี้ยง ซึ่งเป็นโรงพยาบาลสัตว์ที่แรกและที่เดียวในประเทศไทยในตอนนี้ ที่มีนวัตกรรมเทคโนโลยีทางการแพทย์ นอกจากนี้เมื่อผู้บริโภครู้สึกว่าต้องการสินค้าที่เป็นนวัตกรรมทางเทคโนโลยี ทางโรงพยาบาลอื่นหรือคู่แข่งทางการตลาดต้องมาทำการซื้อสินค้าจากทางโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท อีกด้วย ทางโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท ได้ลงทุนในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมทางแพทย์และเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างและโดดเด่นเหนือคู่แข่ง

2. ความแตกต่างในด้านบริการ (Service Differentiation)

โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท มีบริการที่ครอบคลุมและครบครัน ทั้งบริการในการขายสินค้า เช่น อาหารสัตว์ อุปกรณ์เครื่องใช้สัตว์ โรงแรมสัตว์เลี้ยง สถานพยาบาล ตัดแต่งขนสัตว์ และ ฌาปนกิจศพสัตว์ ซึ่งเป็นบริการที่คู่แข่งรายอื่นมักจะไม่ครบถ้วน และยังมีการหลังการขาย ใส่ใจผู้บริโภคร่วมด้วยการมีการนัดวันเวลาในการตรวจสุขภาพสัตว์เลี้ยงเป็นประจำแล้วแต่รายไปอาจจะนัดตรวจทุกเดือน หรือ ตรวจประจำปี เพื่อป้องกันไม่ให้สัตว์เลี้ยงเกิดเจ็บไข้ได้ป่วยอีกในครั้งต่อไป และทำให้สัตว์เลี้ยงมีสุขภาพแข็งแรง

3. ความแตกต่างในด้านบุคลากร (People Differentiation)

ในด้านสัตวแพทย์ของโรงพยาบาลเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ได้ร่วมทำงานร่วมกับโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท เพื่อให้ลูกค้าได้มีความมั่นใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท ได้คัดสรรบุคลากรที่มีคุณภาพและมีมาตรฐานรับรองจาก สมาคมสัตวแพทย์แห่งประเทศไทย และมีความสามารถเฉพาะทางในระดับต้น ๆ ซึ่งเป็น 1 ใน 5 ของประเทศไทย และยังสามารถตรวจสอบและเลือกใช้บุคลากรได้ เพื่อความสะอาดและพึงพอใจของลูกค้า

4. ความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation)

โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท ผู้นำทางด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมทางการแพทย์อันดับ 1 ของประเทศไทย มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง สามารถสร้างความประทับใจและความมั่นใจให้กับลูกค้า ด้วยการเติบโตของธุรกิจที่กำลังพุ่งสูงอย่างก้าวกระโดด ทำให้สามารถมั่นใจถึงคุณภาพที่ตามมาได้ โรงพยาบาลไอเว็ท สถานที่ครบวงจรสำหรับคนรักสัตว์เลี้ยง รับประกันความพึงพอใจ เมื่อรักษาสัตว์หรือให้บริการอื่น ๆ ของทางโรงพยาบาล มีมาตรฐานรับรองทางสมาคมสัตวแพทย์แห่งประเทศไทย

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท มีกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่มีมาตรฐาน และมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการนำหลักการของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7P's) มาใช้ในกระบวนการดำเนินงาน ทั้งการให้บริการ และวางแผนองค์กร ช่วยให้ธุรกิจมีการดำเนินงานที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และมีกลยุทธ์สร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค สร้างตนเองให้อยู่ในระดับที่เหนือคู่แข่ง มีการนำหลักการของกลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Starategy) โดยใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Competitive Starategy)(วิกิรานต์, 2554) โรงพยาบาลไอเว็ทได้นำนวัตกรรมเทคโนโลยีด้านการแพทย์เข้ามาเป็นหนึ่งในปัจจัยสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง

ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ (ปิยะวรรณ, 2560) ในเรื่องราวของการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงาน พบว่ามีความสอดคล้องกัน โดยการนำกลยุทธ์ต่างๆ เข้ามาร่วมประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ และมีมาตรฐาน ดังนั้นการนำธุรกิจในปัจจุบันต้องมีการกำหนดกลยุทธ์เพื่อที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และยังสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดให้กับธุรกิจในอนาคต เพื่อให้ธุรกิจมีการเติบโตและก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว

โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท ยังได้นำนวัตกรรมทางการแพทย์ที่ใช้ในการรักษาสัตว์ เข้ามาร่วมในการดำเนินงาน และตั้งเป้าหมายว่าจะเป็นผู้นำทางด้านนวัตกรรมทางการแพทย์ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในกลุ่ม สาธารณสุข



สุขภาพ และเทคโนโลยีชีวภาพ (ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) โดยการนำนวัตกรรมทางการแพทย์เข้ามาช่วยขับเคลื่อนแล้วพัฒนาเศรษฐกิจไทย เป็นจุดมุ่งหมายของนายกรัฐมนตรี ที่ว่า “เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม”

สรุปผลการศึกษา

ในการทำธุรกิจทางด้านบริการ กลยุทธ์ Marketing Mix 7P's เป็นสิ่งสำคัญที่ขับเคลื่อนธุรกิจไปในแนวทางที่ถูกต้อง และการทำกลยุทธ์สร้างความแตกต่างจะทำให้ธุรกิจมีความโดดเด่น เมื่อนำสองกลยุทธ์เข้ามาร่วมประยุกต์ใช้ในธุรกิจ จะเป็นตัวนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทได้ใช้กลยุทธ์ดังกล่าวในการขับเคลื่อนธุรกิจสัตว์เลี้ยงเพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างตนและคู่แข่ง ภายใต้แนวคิด “เป็นผู้นำทางด้านนวัตกรรมทางเทคโนโลยีการแพทย์” เพื่อสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่น โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทมีความมุ่งมั่น ตั้งใจ มีความกล้าที่จะแตกต่าง สรรหาสิ่งที่ดีที่สุดมาให้ลูกค้า และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ นั้นเป็นสิ่งที่เป็นตัวกำหนดเป้าหมายของโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท ช่วยเหลือทางด้านบริการและเป็นผู้นำต่อไปในอนาคต ทั้งสองกลยุทธ์ที่กล่าวมา ล้วนแต่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการประยุกต์ใช้เพื่อให้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงประสบความสำเร็จในตลาดได้และยังสอดคล้องกับยุค Thailand 4.0 กลุ่มสาระสุขและเทคโนโลยีการแพทย์ที่มีการนำนวัตกรรมในด้านอุปกรณ์การแพทย์หรือการแพทย์เกี่ยวกับสัตว์ซึ่งเป็นตัวช่วยในการขับเคลื่อนประเทศให้มีการพัฒนาไปต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงอุตสาหกรรม. 2559. ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะเวลา 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ฌรณ สติวรรณ บริษัท เอชอาร์ดีเอส (ประเทศไทย) จำกัด HRDS (Thailand) Ltd.

สถาบันฝึกอบรมบุคลากรด้านการบริการ การพัฒนาภาวะผู้นำ และการพัฒนาทีมงาน สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2560 สืบค้นจาก <http://www.hrdsthailand.com/differentiation>

ผู้ประกอบการรายใหญ่ในธุรกิจสัตว์เลี้ยง (2557) รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2560

สืบค้นจาก <http://www.greenshopcafe.com/mobi/greennewss.php?id=1198>

พิบูล ทีปะปาล. (2551). การจัดการเชิงกลยุทธ์ : Strategic Management. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.

พิมพ์เขียวและแผนปฏิบัติการขับเคลื่อน Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

21 ธันวาคม 2559. สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2560

สืบค้นจาก <https://ict.moph.go.th/.../f458b9e53681c00be9b974f6f22e8f76.p...>

Kotler, P. (1984). Marketing management: Analysis planning implementation and control (8th ed.)

Englewood cliffs: Prentice Hall

Kotler, Philip. (2003) Marketing Management. 11th ed. p.407. Upper Sanddle River , New Jersey:

Prentice Hall.

Porter, Michael, E. (1998) .Competitive Strategy: Techniques for analyzing industries and

competitions: with a new introduction, New York: Free Press.

Smartsme.tv. (2558). ธุรกิจสัตว์เลี้ยง ธุรกิจน่าสนใจท่ามกลางสภาวะความเหงาของคนเมือง. ค้นเมื่อ 7

มีนาคม 2560, จาก <http://www.smartsme.tv/knowledge-detail.php...>