



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของ
ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นายณัฐวุฒิ ลิ้มปิฐาภรณ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของ
ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดย

นายณัฐวุฒิ ลิ้มปิฐาภรณ์



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2559
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



FACTORS INFLUENCING CONSUMER SATISFACTION
WITH ANIMAL HOSPITAL SERVICES IN THE
BANGKOK METROPOLITAN REGION

BY

MR. NATTAWUT LIMPITHAPORN



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
FACULTY OF COMMERCE AND ACCOUNTANCY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2016
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นายณัฐวุฒิ ลิ้มปฐมาภรณ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เมื่อ วันที่ ๗ ๘ S.A. 2559

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. นกตล ร่มโพธิ์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิกา ผดุงสิทธิ์)

คณบดี


(รองศาสตราจารย์ ดร. พิมพ อุตร)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
ชื่อผู้เขียน	นายณัฐวุฒิ ลิ้มปิฎาภรณ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ/มหาวิทยาลัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิกา ผดุงสิทธิ์
ปีการศึกษา	2559

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นฐานข้อมูลและใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถครองใจผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้มากขึ้น โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการแจกแบบสอบถามแบบปกติและการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวน 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ในส่วนปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการที่มี

(2)

อายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป และผู้ให้บริการที่มีสถานภาพโสดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากกว่าผู้ให้บริการในกลุ่มอื่น ส่วนปัจจัยด้านเพศและอาชีพที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำสำคัญ: โรงพยาบาลสัตว์, สัตวแพทย์



Independent Study Title	FACTORS INFLUENCING CONSUMER SATISFACTION WITH ANIMAL HOSPITAL SERVICES IN THE BANGKOK METROPOLITAN REGION
Author	Mr. Nattawut Limpithaporn
Degree	Master of Business Administration
Faculty/University	Faculty of Commerce and Accountancy Thammasat University
Independent Study Advisor	Associate Professor Monvika Phadoongsitthi, Ph.D.
Academic Year	2016

ABSTRACT

Factors influencing consumer satisfaction with animal hospital services in the Bangkok metropolitan region were studied. The 7P's marketing mix-product, price, place, promotion, people, process and physical evidence-was taken into account. Demography-including gender, age, educational level, occupation, average monthly income, and marital status-was also considered. 400 samples, all Bangkok Metropolitan Area residents who had patronized animal hospitals, provided data by filling out printed or online questionnaires.

Results were that personnel and process, physical environment, promotion and service, product, and distribution channels influenced consumer satisfaction in decreasing order of importance. Price had no influence.

Demographically, age, educational level, average monthly income, and marital status affected satisfaction. Unmarried samples, those over 41 years old, with master's degrees or higher level of education, and earning over 50,000 baht monthly had higher overall average satisfaction than others. Gender and occupation had no influence. These findings may be useful to service providers as guidelines for improving efficiency and maintaining consumer loyalty, to increase market shares.

Keywords: Animal hospitals, Veterinarians

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงและประสบความสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. มนวิกา ผดุงสิทธิ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่สละเวลาให้คำปรึกษา คอยแนะนำ และชี้แนะแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย รวมถึงรองศาสตราจารย์ ดร.นภดล ร่มโพธิ์ ที่ให้เกียรติมาเป็นประธานกรรมการการสอบการค้นคว้าอิสระนี้ ซึ่งได้ให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยนี้ รวมถึงกำลังใจและการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากครอบครัว รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนๆ ทุกคน ตลอดจนเจ้าหน้าที่โครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ทุกท่าน ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ ตลอดจนผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ อนึ่งหากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อบกพร่องหรือผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

นายณัฐวุฒิ ลิ้มปิฐาภรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(4)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญตาราง	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลสัตว์	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	8
2.2.1 แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์	8
2.2.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	10
2.2.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	10
2.2.2.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)	10
2.2.2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	10
2.2.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	11

	(6)
2.2.2.5 ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)	11
2.2.2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)	11
2.2.2.7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	11
2.2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	12
2.2.3.1 ทฤษฎีการจูงใจของ Maslow (Maslow's Theory of Motivation)	12
2.2.3.2 ทฤษฎีแรงจูงใจของ Freud	13
2.3 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	13
2.3.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)	14
2.3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	15
2.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	15
2.3.5 ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)	15
2.3.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)	16
2.3.7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	16
2.3.8 เพศ (Sex)	17
2.3.9 อายุ (Age)	17
2.3.10 ระดับการศึกษา (Education)	17
2.3.11 อาชีพ (Occupation)	18
2.3.12 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income)	18
2.3.13 สถานภาพสมรส (Marital status)	18
2.4 กรอบแนวคิดของงานวิจัย	19
 บทที่ 3 วิธีการวิจัย	 20
3.1 ลักษณะของประชากร การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการเลือก กลุ่มตัวอย่าง	20
3.1.1 กลุ่มประชากรเป้าหมาย	20
3.1.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	20
3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	21
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	22
3.2.1 ตัวแปรอิสระ	22

3.2.1.1	ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	22
3.2.1.2	ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์	22
3.2.2	ตัวแปรตาม	22
3.3	สมมติฐานของงานวิจัย	22
3.3.1	สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	23
3.3.2	สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์	23
3.4	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	24
3.5	ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	26
3.6	การสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล	26
3.6.1	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)	26
3.6.2	การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)	26
บทที่ 4	ผลการวิจัยและอภิปรายผล	28
4.1	ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
4.2	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม	31
4.3	คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของ ตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของ ผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และตัวแปรตาม	38
4.4	การวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการใช้ บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	43
4.4.1	การศึกษาความสัมพันธ์ด้านเพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	43
4.4.2	การศึกษาความสัมพันธ์ด้านอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	44
4.4.3	การศึกษาความสัมพันธ์ด้านระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้ บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล	47
4.4.4	การศึกษาความสัมพันธ์ด้านอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	49

4.4.5 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจในการใช้ บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล	51
4.4.6 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านสถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการใช้ บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล	54
4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย	55
4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรอิสระ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย	55
4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย	56
4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของ ผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	60
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	67
5.1 สรุปผลการวิจัย	67
5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	67
5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม	68
5.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	68
5.1.3.1 ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ	69
5.1.3.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ	69
5.1.3.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	69
5.1.3.4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	69
5.1.3.5 ปัจจัยด้านราคา	69
5.1.3.6 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	70
5.1.3.7 ปัจจัยด้านเพศ	70
5.1.3.8 ปัจจัยด้านอายุ	70
5.1.3.9 ปัจจัยด้านระดับการศึกษา	71
5.1.3.10 ปัจจัยด้านอาชีพ	71

	(9)
5.1.3.11 ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	71
5.1.3.12 ปัจจัยด้านสถานภาพสมรส	72
5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ	72
5.2.1 ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ	72
5.2.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ	73
5.2.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	73
5.2.4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	73
5.2.5 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	73
5.2.6 ปัจจัยปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์	74
5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย	74
5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง	75
รายการอ้างอิง	76
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	79
ภาคผนวก ข รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS	87
ประวัติผู้เขียน	91

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนสถานพยาบาลสัตว์เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี พ.ศ. 2559	4
4.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	29
4.2 โรงพยาบาลสัตว์ที่ผู้ใช้บริการใช้บริการบ่อยที่สุดหรือเคยใช้บริการ	35
4.3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละมาตรวัดตัวแปรอิสระ	38
4.4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรตาม	42
4.5 ผลการวิเคราะห์เพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	43
4.6 ผลการวิเคราะห์อายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	45
4.7 ผลการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนของกลุ่มอายุ	46
4.8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุต่างกัน	46
4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	47
4.10 ผลการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนของกลุ่มระดับการศึกษา	48
4.11 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	48
4.12 ผลการวิเคราะห์อาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	50
4.13 ผลการวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	51
4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนของกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	52
4.15 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน	52
4.16 ผลการวิเคราะห์สถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	54
4.17 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's Test of Sphericity ของตัวแปรอิสระ	56

4.18	เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย	57
4.19	ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Model Summary)	61
4.20	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแบบ (Anova)	61
4.21	ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	62



สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	สัดส่วนประชากรสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2554-2559	2
1.2	สัดส่วนมูลค่าตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559	3
2.1	กรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	19
4.1	ประเภทสัตว์เลี้ยงที่ผู้ให้บริการพามาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์	32
4.2	จำนวนสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์	32
4.3	ความถี่ในการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ต่อปีโดยเฉลี่ย	33
4.4	ประเภทบริการที่ผู้ให้บริการพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์	33
4.5	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ 1 ครั้ง	34
4.6	ช่องทางการรับข้อมูลของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์	34
4.7	เหตุผลสำคัญที่ผู้ให้บริการเลือกพาสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์	36

บทที่ 1

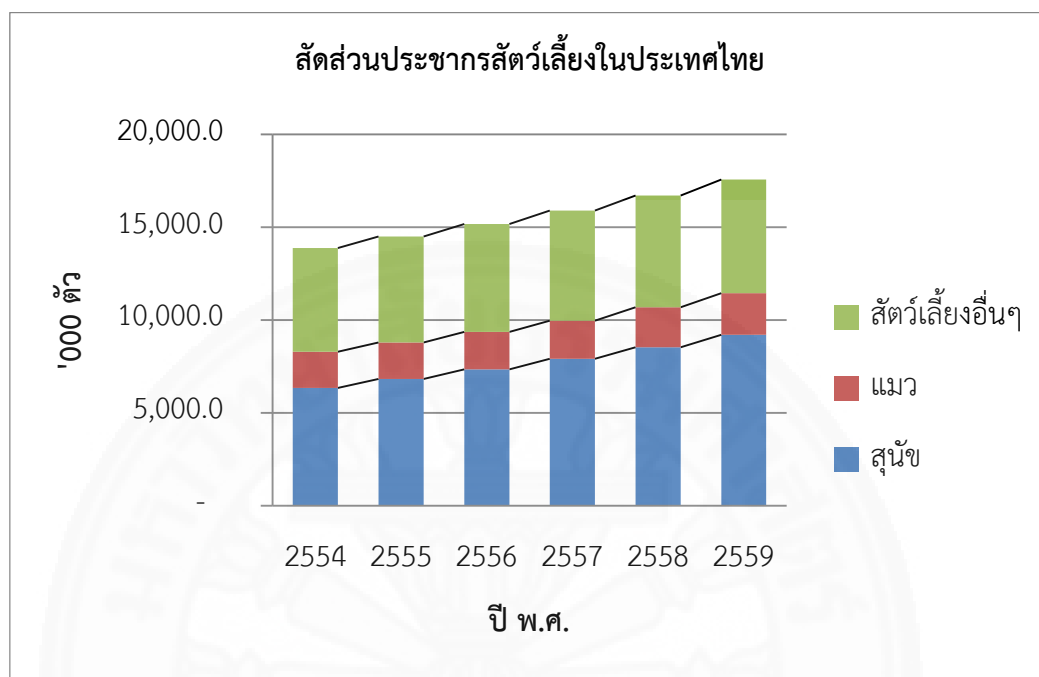
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโรงพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีแนวโน้มการขยายธุรกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากตลาดสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยเป็นตลาดที่ใหญ่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นและมีศักยภาพสูง โดยเฉพาะในกลุ่มคนเมืองที่มีการใช้ชีวิตและพฤติกรรมการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป วิถีชีวิตคนเมืองมีการใช้ชีวิตแบบอิสระมากขึ้น แต่อัตราการเกิดลดลงจากแนวโน้มของการใช้ชีวิตโสดและไม่ต้องการแต่งงานของผู้หญิง เนื่องจากการได้รับการศึกษาสูงและมีการงานที่มั่นคงจนดูแลตัวเองได้ หรือแม้จะแต่งงานแต่สามีภรรยาหลายคู่กลับมีความเห็นตรงกันที่จะไม่มีลูกด้วยเหตุผลต่างๆ จึงมีแนวโน้มของการเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น ทำให้ขนาดของครัวเรือนลดลง อีกทั้งสังคมไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว ทำให้การอยู่อาศัยในคอนโดมิเนียมและบ้านแถวสำหรับครอบครัวเดี่ยวได้รับความนิยมมากขึ้น รายได้ครัวเรือนสูงขึ้นแต่ช่องว่างรายได้ระหว่างชนบทกับเมืองขยายกว้างขึ้น การมีรถยนต์เป็นของตัวเองมากขึ้นตามมาด้วยปัญหาจราจรติดขัดทวีความรุนแรงมากขึ้น และมีความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทั้งการมีโทรศัพท์เคลื่อนที่คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตของตนเองมากขึ้น (ฮาเก็ม ผู้หาดา, 2557) ปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งส่งผลให้คนส่วนใหญ่หันมาสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น เนื่องด้วยการเลี้ยงสัตว์เป็นหนึ่งในทางเลือกที่น่าสนใจ ที่สามารถช่วยผ่อนคลายความเหงาและลดความเครียดที่เกิดขึ้นให้ลดน้อยลงได้ และด้วยความน่ารักน่าเอ็นดูของสัตว์เลี้ยงก็ได้ผูกใจคนเลี้ยงจนต้องให้ความสำคัญและดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษเหมือนหนึ่งสมาชิกในครอบครัว ทำให้สัตว์เลี้ยงกลายเป็นสิ่งที่มาเติมเต็มให้กับชีวิตของคนยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี จึงหนุนให้ตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยงและธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงได้เกิดขึ้นมากมาย (K SME Analysis, อ้างถึงใน ASTVผู้จัดการออนไลน์, 2558)

จากการศึกษาตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย โดย Euromonitor International ปี พ.ศ. 2559 พบว่า เจ้าของสัตว์เลี้ยงให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น นิยมเลี้ยงสัตว์ไว้เป็นเพื่อนเสมือนเป็นสมาชิกคนหนึ่งในครอบครัว ถึงแม้จะอยู่ในภาวะเศรษฐกิจถดถอย เจ้าของสัตว์เลี้ยงก็ยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ให้กับสัตว์เลี้ยงของพวกเขา จากข้อมูลประชากรสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 จนถึงปี พ.ศ. 2559 จะเห็นได้ว่า ประชากรสัตว์เลี้ยงมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนสัตว์เลี้ยงทั้งหมดมากถึง 17,560,400 ตัว แบ่งเป็นสุนัข 9,200,300 ตัว แมว 2,250,900 ตัว และสัตว์เลี้ยงอื่นๆอีก 6,109,200 ตัว คิดเป็นสัดส่วน สุนัข

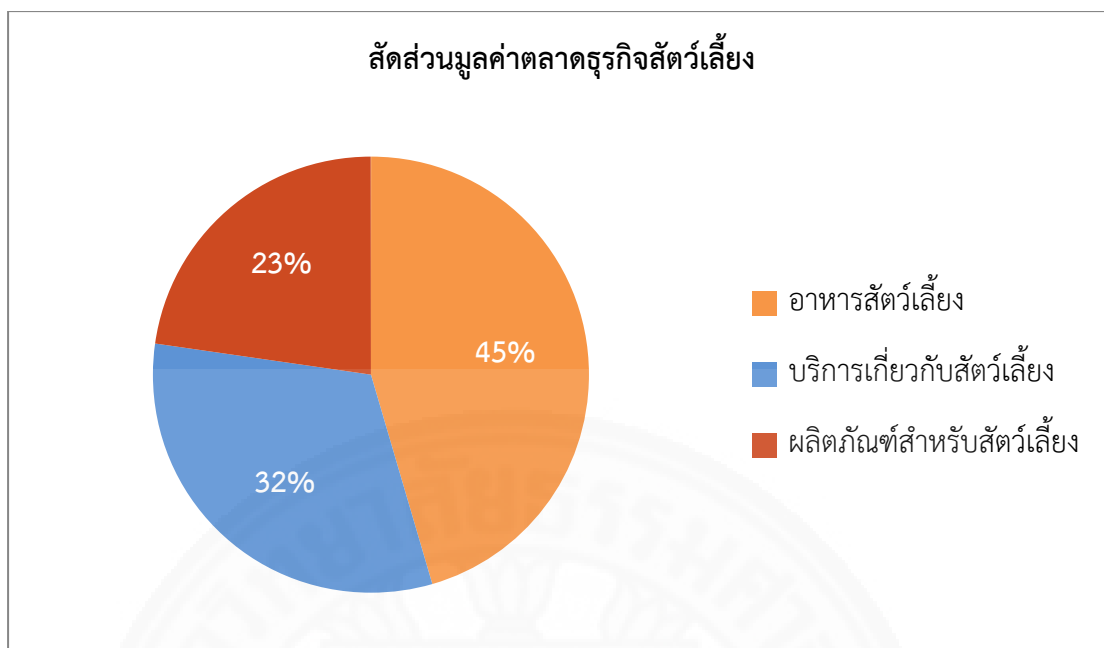
52.39% แมว 12.82% และสัตว์เลี้ยงอื่นๆ 34.79% ดังภาพที่ 1.1 แสดงให้เห็นว่าเจ้าของสัตว์เลี้ยงนิยมเลี้ยงสุนัขมากกว่าครึ่งหนึ่งของจำนวนสัตว์เลี้ยงทั้งหมด



ภาพที่ 1.1 สัดส่วนประชากรสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2554-2559

ที่มา: รายงาน *Pet Care in Thailand*, โดย Euromonitor International, May 2016

จากการสืบค้นข้อมูลจากหลายแหล่งพบว่า ตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559 มีมูลค่าสูงถึง 22,000 ล้านบาท แบ่งเป็นตลาดธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงมีส่วนแบ่งตลาดใหญ่ที่สุดมูลค่ากว่า 10,000 ล้านบาท รองลงมาได้แก่ ธุรกิจด้านบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง เช่น โรงพยาบาลสัตว์ คลินิก สปา อาบน้ำตัดขน โรงเรียนฝึก โรงแรม บริการสปาพนักิจ และบริการอื่นๆ มูลค่ากว่า 7,000 ล้านบาท และธุรกิจผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง เช่น แชมพูสุนัข เสื้อผ้า ของเล่นและของใช้ เป็นต้น มูลค่ากว่า 5,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง 45% ธุรกิจด้านบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง 32% และธุรกิจผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยง 23% ตามลำดับ ดังภาพที่ 1.2 การเติบโตของสินค้าและบริการตลาดสัตว์เลี้ยงยังคงมีเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตรา 10% จากพฤติกรรมของคนเลี้ยงสัตว์ใส่ใจเรื่องสุขอนามัยและจิตใจของสัตว์เลี้ยงมากยิ่งขึ้น คาดการณ์ธุรกิจสัตว์เลี้ยงเติบโตร้อยละ 10-15 จากคนไทยให้ความสำคัญในการดูแลสัตว์เลี้ยงทั้งสุขอนามัยและอาหารการกินมากขึ้น (สยามธุรกิจ, 2559)



ภาพที่ 1.2 สัดส่วนมูลค่าตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559

ที่มา: จาก Pet Expo Thailand, อ้างถึงใน Marketeer (2559)

เมื่อพิจารณาจากแนวโน้มธุรกิจบริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง สถานพยาบาลสัตว์เป็นอีกธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง เพราะวงจรชีวิตของสัตว์เลี้ยงต้องคลุกคลีกับสัตวแพทย์ ตั้งแต่แรกเกิดจนวันสุดท้ายของชีวิต โดยเริ่มเข้าโปรแกรมตรวจสุขภาพทั่วไป ฉีดวัคซีนป้องกันโรค ตรวจสุขภาพประจำปี หากสัตว์มีอาการเจ็บป่วยสัตวแพทย์ก็จะให้การดูแลรักษา และติดตามผลการรักษาจนสัตว์เลี้ยงหายป่วยกลับมามีความสุขแข็งแรง (บัณฑิตา สภาวจิตร และคณะ, 2555) จากข้อมูลของกรมปศุสัตว์ ปี พ.ศ. 2559 พบว่า สถานพยาบาลสัตว์เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่กรมปศุสัตว์รับรอง มีจำนวนทั้งหมดมากถึง 1,206 แห่ง แบ่งเป็นโรงพยาบาลสัตว์จำนวน 388 แห่ง และคลินิก 818 แห่ง ดังตารางที่ 1.1 สำนักควบคุม ป้องกันและบำบัดโรคสัตว์ กรมปศุสัตว์, 2559) แสดงให้เห็นว่าธุรกิจสถานพยาบาลสัตว์ในปัจจุบันมีการแข่งขันสูง มีผู้สนใจเปิดกิจการสถานพยาบาลสัตว์เป็นจำนวนมาก ส่งผลทำให้คู่แข่งมีจำนวนมากขึ้น

ตารางที่ 1.1

จำนวนสถานพยาบาลสัตว์เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปี พ.ศ. 2559

จังหวัด	จำนวนสถานพยาบาลสัตว์ (แห่ง)		
	โรงพยาบาลสัตว์	คลินิก	รวม
กรุงเทพมหานคร	289	501	790
นครปฐม	12	40	52
นนทบุรี	34	118	152
ปทุมธานี	21	71	92
สมุทรปราการ	17	60	77
สมุทรสาคร	15	28	43
รวม	388	818	1,206

ที่มา: รายงานจำนวนสถานพยาบาลสัตว์, โดย สำนักควบคุม ป้องกันและบำบัดโรคสัตว์ กรมปศุสัตว์, 2559, สืบค้นจาก <http://dcontrol.dld.go.th/dcontrol/index.php/hospital/45-hospital>

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ธุรกิจดูแลและรักษาสัตว์เลี้ยงที่มีมูลค่าสูงถึงกว่า 10,000 ล้านบาทต่อปี และสถานพยาบาลสัตว์มีอยู่ทั่วประเทศมากกว่า 1,800 แห่ง มีการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้มีการแข่งขันสูงมากขึ้น การจะเข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภคจึงไม่ใช่เรื่องง่าย (SME Thailand, 2556) การพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการโรงพยาบาลสัตว์แก่ผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจจึงเป็นสิ่งสำคัญ การที่โรงพยาบาลสัตว์จะดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน ต้องขึ้นกับความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ผู้ประกอบการโรงพยาบาลสัตว์จึงจำเป็นต้องให้บริการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ทางผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ว่าในปัจจุบันมีปัจจัยสำคัญแท้จริงด้านใดที่ทำให้การบริการโรงพยาบาลสัตว์สามารถครองใจผู้บริโภคและประสบความสำเร็จได้มากที่สุด เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผน การวางแผนกลยุทธ์ ปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางตลาดให้ได้มากขึ้น และใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์กลุ่มผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลสัตว์ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์สำหรับการจัดทำงานวิจัยไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส

1.3 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา โดยเลือกใช้ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) มาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษา ประชากรที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยนี้ คือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้แบบสอบถามมีระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัย ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2559 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2559

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลงานวิจัยฉบับนี้สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องได้ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยใดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในปัจจุบันมากที่สุด
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปเป็นแนวทางประกอบการวางแผน การวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจ ปรับปรุงการให้บริการที่มี

ประสิทธิภาพ สามารถครองใจผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งทางตลาดให้ได้มากขึ้น และใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์กลุ่มผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ได้

3. เพื่อเป็นฐานข้อมูลเพื่อต่อยอดในการทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แก่ผู้วิจัยรายอื่นในอนาคต

1.5 นิยามศัพท์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายและขอบเขตของคำศัพท์ไว้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

1. โรงพยาบาลสัตว์ หมายถึง สถานพยาบาลสัตว์ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ พ.ศ. 2533 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557 ที่ให้บริการตรวจ ป้องกัน รักษาโรคสัตว์ ผ่าตัดเล็ก ผ่าตัดใหญ่ ตรวจค่าทางโลหิตวิทยาและค่าเคมีโลหิต มีการให้บริการที่พักรักษาตัวป่วยไว้ค้างคืน และมีบริการเอกซเรย์เพื่อใช้ประกอบการวินิจฉัยโรคในสัตว์ป่วย

2. คลินิก หมายถึง สถานพยาบาลสัตว์ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ พ.ศ. 2533 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557 ที่ให้บริการตรวจ ป้องกัน รักษาโรคสัตว์หรือผ่าตัดเล็ก ในกรณีที่ให้บริการที่พักรักษาตัวป่วยไว้ค้างคืนจะต้องมีบริการตรวจค่าทางโลหิตวิทยาและค่าเคมีโลหิตด้วย

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมศึกษาค้นคว้าข้อมูลงานวิจัย บทความ ตำราทางวิชาการ เอกสาร สื่อต่างๆ รวมถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางและกรอบในการศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งเป็นหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลสัตว์
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.2.1 แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์
 - 2.2.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
 - 2.2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.3 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลสัตว์

ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ พ.ศ. 2533 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557 ให้นิยามคำว่า สถานพยาบาลสัตว์หมายความว่า สถานที่รวมตลอดถึงยานพาหนะซึ่งจัดไว้ เพื่อการประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพการสัตวแพทย์ โดยกระทำเป็นปกติธุระไม่ว่าจะได้รับการประโชยน์ตอบแทนหรือไม่ โดยแบ่งให้สถานพยาบาลสัตว์มี 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. สถานพยาบาลสัตว์ประเภทที่ไม่มีที่พักสัตว์ป่วยไว้ค้างคืน
2. สถานพยาบาลสัตว์ประเภทที่มีที่พักสัตว์ป่วยไว้ค้างคืน

ซึ่งลักษณะของสถานพยาบาลสัตว์และลักษณะการให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์แต่ละประเภทต้องเป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

โดยหากแบ่งสถานพยาบาลสัตว์ตามลักษณะการให้บริการ สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท (ประกาศกระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2558) ดังต่อไปนี้

1. คลินิก หมายถึง สถานพยาบาลสัตว์ที่มีการให้บริการตรวจ ป้องกัน รักษาโรคสัตว์หรือผ่าตัดเล็ก ในกรณีที่มีการให้บริการที่พักสัตว์ป่วยไว้ค้างคืน จะต้องมีการตรวจค่าทางโลหิตวิทยาและค่าเคมีโลหิตด้วย

2. โรงพยาบาลสัตว์ หมายถึง สถานพยาบาลสัตว์ที่มีการให้บริการตรวจ ป้องกัน รักษา โรคลสัตว์ ผ่าตัดเล็ก ผ่าตัดใหญ่ ตรวจค่าทางโลหิตวิทยาและค่าเคมีโลหิต มีการให้บริการที่พักรักษาป่วย ไว้ค้างคืน และมีบริการเอกซเรย์ เพื่อใช้ประกอบการวินิจฉัยโรคในสัตว์ป่วย

เนื่องจากในปัจจุบันมีคลินิกหรือโรงพยาบาลสัตว์ที่เปิดให้บริการรักษาสัตว์มากขึ้น ทำให้มี สัตวแพทย์เป็นผู้ประกอบการบำบัดโรคลสัตว์ ทั้งในทางอายุรกรรม ศัลยกรรม และสูติกรรม ตลอดจน การฉีดวัคซีนป้องกันโรคลสัตว์ต่างๆ โดยใช้ชื่อว่าสัตวแพทย์คลินิก คลินิกรักษาสัตว์ หรือโรงพยาบาล สัตว์ ดังนั้น การขออนุญาตจัดตั้งและการดำเนินการสถานพยาบาลสัตว์ สถานที่ตั้งจะต้องมีความ เหมาะสมเหมาะสมที่จะตั้งเป็นสถานพยาบาลสัตว์ เนื่องจากโรคลสัตว์บางชนิดสามารถติดต่อถึงคนได้ อันเป็นอันตรายต่อเจ้าของสัตว์และผู้ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์ที่ป่วย ทำให้เกิดความเสียหายแก่เจ้าของสัตว์ได้ ซึ่งกฎหมายกำหนดให้สถานพยาบาลสัตว์ ต้องได้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งและใบอนุญาตให้ดำเนินการ สถานพยาบาลสัตว์จากกรมปศุสัตว์ ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ พ.ศ. 2533 ซึ่งแก้ไข เพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557 โดยคลินิกหรือโรงพยาบาลสัตว์ ต้องมีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งผู้ให้บริการรักษาสัตว์ต้องเป็นสัตวแพทย์ ที่ได้รับ ใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์จากสัตวแพทย์สภาเท่านั้น ผู้ใช้บริการจึงควรเลือกใช้ บริการจากคลินิกหรือโรงพยาบาลสัตว์ ที่ได้รับอนุญาตจากกรมปศุสัตว์ตามพระราชบัญญัติ สถานพยาบาลสัตว์ เพื่อสุขภาพและอนามัยที่ดีของสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ โดยสถานพยาบาลสัตว์ที่ ได้รับอนุญาต ต้องแสดงป้ายชื่อสถานพยาบาลสัตว์ ป้ายชื่อผู้ประกอบการสัตวแพทย์ รวมทั้งต้อง แสดงใบอนุญาตให้จัดตั้งสถานพยาบาลสัตว์ ใบอนุญาตให้ดำเนินการสถานพยาบาลสัตว์ ใบอนุญาต เป็นผู้ประกอบการสัตวแพทย์ โดยแสดงในที่เปิดเผยและเห็นได้ง่าย ณ สถานพยาบาลสัตว์นั้น (มณฑลพิษานา นาควานิช, 2555)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดลักษณะทางประชากรศาสตร์

Kotler และ Keller (2016, p. 271) กล่าวว่า ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ขนาดของครอบครัว วัฏจักรชีวิตครอบครัว เพศ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ ยุคสมัยของคน สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม เป็นตัวแปรที่นักการตลาดนิยมใช้ในการ แบ่งกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด เพราะมีความสัมพันธ์กับความต้องการและความพอใจของผู้บริโภค และ ใช้เป็นเกณฑ์การแบ่งส่วนการตลาดที่ง่ายกว่าตัวแปรอื่น และสามารถทำให้ทราบถึงขนาดตลาด เป้าหมายและการใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

วิทยา จารุพงศ์โสภณ (2556, น. 77-79) กล่าวว่า การขายสินค้าและบริการที่ตั้งราคาแตกต่างกันสำหรับลูกค้าในแต่ละกลุ่มเป็นการกำหนดโครงสร้างราคา โดยมีเกณฑ์การแบ่งกลุ่มลูกค้าได้หลายเกณฑ์ เช่น การแบ่งโครงสร้างราคาตามอายุ ตามสถานะการศึกษา หรือตามพื้นที่ ในการแบ่งกลุ่มผู้ซื้อลูกค้ามีลักษณะและบุคลิกที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนในแต่ละกลุ่ม เช่น ผู้ชาย ผู้หญิง เด็ก ผู้ใหญ่ คนชรา กลุ่มอาชีพ สถานภาพทางการเงิน เป็นต้น ดังนั้นการตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้าจึงต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ลูกค้าทุกกลุ่มพอใจที่จะจ่ายในระดับราคาที่เหมาะสมกับตน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552, น. 196-197) กล่าวว่า การแบ่งส่วนตลาดตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่นิยมใช้กัน ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ขนาดของครอบครัว รายได้ การศึกษา และอาชีพ เพื่อใช้แยกแยะความแตกต่างของกลุ่มลูกค้า โดยถือเกณฑ์ความต้องการและพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ได้ดังนี้

1. อายุ (Age) ความชอบและความสามารถของลูกค้าจะเปลี่ยนแปลงตามอายุ นักการตลาดควรพิจารณาถึงจิตวิทยาภายในของคนเราที่คิดว่าตัวเองมีอายุอยู่วัยใด เช่น การขายสินค้าให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น แต่กลับมีผู้สูงอายุมาซื้อแทน เพราะคิดว่าตนยังหนุ่มสาวอยู่

2. ชั้นของวงจรชีวิต (Life-cycle stage) สามารถอธิบายความต้องการและพฤติกรรมของบุคคลต่างๆได้ แต่ลูกค้าที่อยู่ในชั้นของวงจรชีวิตเดียวกันอาจมีความต้องการและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน นักการตลาดจึงควรเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

3. เพศ (Gender) ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันทั้งทัศนคติและพฤติกรรม โดยผู้หญิงมักมีความละเอียด ชอบหาข้อมูลก่อนตัดสินใจ แต่ผู้ชายมักจะเชื่อมั่นในตัวเองสูง มุ่งที่จะทำในสิ่งที่สามารถบรรลุตามเป้าหมาย นักการตลาดสามารถนำเอาความแตกต่างทางเพศมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ เช่น เสื้อผ้า ทรงผม เครื่องสำอาง และนิตยสารได้

4. รายได้ (Income) เป็นเกณฑ์การแบ่งที่ใช้กันมานานแล้วสำหรับสินค้าและบริการ แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าใครเป็นลูกค้าที่ดีที่สุด

5. ยุคสมัยของคน (Generation) คนแต่ละรุ่นได้รับอิทธิพลจากเวลาที่เปลี่ยนไป ทำให้มีความสนใจที่แตกต่างกัน ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยกลุ่มคนที่ประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ร่วมกัน มักจะมีมุมมองและค่านิยมเหมือนกัน นักการตลาดสามารถนำเอารูปภาพและสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่สำคัญของคนกลุ่มนี้มาใช้ในการโฆษณาได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่นิยมนำมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาวิจัยการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภค ได้แก่ อายุ ขนาดของครอบครัว วัฏจักรชีวิตครอบครัว เพศ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ ยุคสมัยของคน สัญชาติ และ

สถานภาพทางสังคม เป็นต้น เพื่อใช้ประกอบการวางแผน การวางแผนกลยุทธ์ และปรับปรุงสินค้าและบริการ ให้ตรงกับตลาดเป้าหมายมากที่สุด

2.2.2 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

Kotler และ Keller (2016, p. 47) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps ของสินค้านั้น เป็นชุดเครื่องมือทางการตลาดที่กิจการใช้ดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย โดย McCarthy จำแนกเครื่องมือนี้ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ผลิตรายณ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, น. 63-83) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดของสินค้านั้น โดยพื้นฐานมีปัจจัยอยู่ 4 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย ผลิตรายณ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการ จะเพิ่มปัจจัยด้านพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพจากเดิม ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการจะประกอบด้วยปัจจัย 7Ps ได้แก่ ผลิตรายณ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้ (Payne, 1993)

2.2.2.1 ปัจจัยด้านผลิตรายณ์ (Product)

บริการเป็นผลิตรายณ์อย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นผลิตรายณ์ที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม เช่น ความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบายตัว ความสบายใจ การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น คุณภาพของบริการมาจากหลายปัจจัยประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมถึงอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน โดยบริการทั้งหมดต้องมีคุณภาพและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

2.2.2.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

ราคาเป็นสิ่งที่กำหนดรายได้ของกิจการ การตั้งราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการของลูกค้า และเป็นปัจจัยสำคัญในการบอกถึงคุณภาพที่จะได้รับ ดังนั้น บริการต้องมีคุณภาพตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าได้

2.2.2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ในการให้บริการ สามารถให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี ได้แก่ การให้บริการผ่านร้าน การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการผ่านตัวแทน และการให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์

2.2.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การส่งเสริมการตลาด ของธุรกิจบริการจะคล้ายกับธุรกิจขายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่างๆ โดยการบริการที่ต้องการเจาะตลาดลูกค้าระดับสูง ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ช่วยสร้างภาพลักษณ์ การบริการระดับกลางและระดับล่างต้องอาศัยราคาที่ค่อนข้างต่ำ และการลดแลกแจกแถม ตัวอย่างการส่งเสริมการตลาดที่ได้รับความนิยม ได้แก่ โครงการสะสมคะแนน การลดราคาโดยใช้ช่วงเวลา การสมัครสมาชิก การขายบัตรใช้บริการล่วงหน้า เป็นต้น

2.2.2.5 ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)

พนักงานจะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กร รวมถึงตั้งแต่ เจ้าของผู้บริหาร พนักงานในทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ โดยเจ้าของและผู้บริหารมีส่วนในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ รวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่มีหน้าที่ต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนจะมีหน้าที่สนับสนุนงานด้านต่างๆขององค์กร การทำงานของบุคคลในทุกส่วนจะต้องสอดประสานกันอย่างราบรื่น เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์ได้

2.2.2.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

กระบวนการให้บริการมีความสำคัญมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือมีเครื่องมืออันทันสมัยที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจากการให้บริการมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน เป็นต้น ดังนั้น การให้บริการในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้เพียงขั้นตอนเดียว ย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้าได้ การปรับปรุงกระบวนการให้บริการเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารจะต้องทำอย่างจริงจังและออกเป็นนโยบาย โดยอาศัยความคิดเห็นจากพนักงานและจากลูกค้า

2.2.2.7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ อุปกรณ์ เคา์เตอร์ให้บริการ ห้องน้ำ การตกแต่งสถานที่ ลีโอบบี้ ลานจอดรถ สวน การตกแต่ง ป้ายประชาสัมพันธ์ แบบฟอร์มต่างๆ เป็นต้น โดยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นสิ่งประทับใจแรก (First Impression) สำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งแรก ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดีต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยังดูหรูหราและสวยงามเพียงใด บริการน่าจะมีคุณภาพตามไปด้วย

2.2.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler และ Keller (2016, p. 153) กล่าวว่า ความพึงพอใจ (satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวัง อันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวัง โดยความพึงพอใจของลูกค้าหลังการซื้อสินค้าหรือบริการ ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติที่เป็นไปตามความคาดหวัง ถ้าผลลัพธ์จากการใช้สินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะไม่พอใจ ถ้าผลลัพธ์จากการใช้สินค้าหรือบริการเป็นไปตามความคาดหวัง ลูกค้าจะพอใจ ถ้าผลลัพธ์จากการใช้สินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็จะยิ่งพอใจมากขึ้น

Kotler and Armstrong (2002, pp. 100-101) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ (motive) หรือแรงขับเคลื่อน (drive) เป็นความต้องการที่มีแรงผลักดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลตอบสนองความต้องการเพื่อให้เกิดความพอใจ ซึ่งความต้องการของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางด้านร่างกาย (biological needs) ที่เกิดขึ้นจากสภาวะดั่งเครียด เช่น ความหิวกระหาย ความอยาก หรือความลำบาก บางอย่างเป็นความต้องการทางด้านจิตใจ (psychological needs) ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้มนุษย์มีความสุขและความพึงพอใจ เช่น ความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความดั่งเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับ ความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของ Abraham Maslow และทฤษฎีของ Sigmund Freud

2.2.3.1 ทฤษฎีการจูงใจของ Maslow (Maslow's Theory of Motivation)

ปณิศา มีจินดา (2553, น. 160-162) ได้อ้างถึง Abraham Maslow ที่สนใจศึกษาความต้องการของคน โดยคนทุกคนมีความต้องการอยู่มากมายหลายอย่างตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย ความต้องการเหล่านั้น จัดลำดับชั้นความต้องการได้ 5 กลุ่ม จากลำดับความต้องการขั้นพื้นฐานไปสู่ความต้องการขั้นสูง ดังนี้

(1) ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดและการดำรงชีพ เช่น อาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค เป็นต้น

(2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety and Security needs) เป็นความต้องการที่ระดับสูงกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้อง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ

(3) ความต้องการด้านสังคม (Social needs) เป็นความต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งและเป็นที่ยอมรับของสังคม

(4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับการยกย่อง ได้รับความนับถือและการมีสถานะทางสังคมที่ดี เช่น ความสำเร็จ ความรู้ ความสามารถ และความมีชื่อเสียงในสังคม เป็นต้น

(5) ความต้องการประสบความสำเร็จ (Self-actualization needs) เป็นความต้องการที่จะบรรลุศักยภาพสูงสุดของตนเอง ซึ่งเป็นความต้องการส่วนตัวของแต่ละบุคคล ความต้องการใดที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เกิดแรงจูงใจอีกต่อไป ความต้องการจะเคลื่อนต่อไปสู่ความต้องการระดับที่สูงขึ้น

2.2.3.2 ทฤษฎีแรงจูงใจของ Freud

ซูซีย์ สมิทธีกร (2553, น. 237-238) ได้อ้างถึง Sigmund Freud ที่ได้เสนอว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ของมนุษย์ถูกกำหนดจากสัญชาตญาณพื้นฐานดั้งเดิม เป็นพลังที่อยู่ในระดับสภาวะจิตไร้สำนึก (unconscious mind) ไม่มีการปรุงแต่ง เสแสร้ง เป็นไปตามธรรมชาติ ทำหน้าที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปตามความพึงพอใจของตน บางครั้งความคิดและความต้องการมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมนี้อาจไม่เป็นที่ยอมรับ เช่น การฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจ มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผล และมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก โดยสิ่งที่เก็บไว้ในจิตไร้สำนึกอาจมีอิทธิพลต่อการทำงานของร่างกาย ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานตามแรงกระตุ้นได้ จิตไร้สำนึกจึงเปรียบเสมือนก้อนน้ำแข็งที่ส่วนใหญ่จมอยู่ใต้ผิวน้ำ โดยมีจิตสำนึก (conscious mind) ที่เป็นสภาวะที่บุคคลมีความรู้ตัวว่ากำลังคิดหรือทำอะไรอยู่ในขณะนั้น เปรียบเสมือนน้ำแข็งที่อยู่ผิวน้ำเพียงเล็กน้อย

2.3 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้

2.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ จากผลการศึกษา ผู้วิจัยได้ออกแบบกลยุทธ์การอนุรักษ์หรือแก้ไข ซึ่งเป็นการขยายการเติบโตโดยการเพิ่มบริการให้ครบวงจร เพื่อสร้างเสริมให้เป็นแหล่งการเรียนรู้ และเป็นศูนย์กลางทางด้านการรักษาและให้บริการทางด้านสัตวแพทย์ เป็นการสร้างความแตกต่างในการให้บริการและเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมโรงพยาบาลสัตว์

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ สามารถให้บริการด้านการผ่าตัดได้ทุกประเภท ให้บริการครบวงจรทั้งรักษา ผ่าตัด อาบน้ำตัดขน และฝากเลี้ยง มีคลินิกโรคเฉพาะทาง เปิด 24 ชั่วโมง และมีอาหาร และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงจำหน่ายหลากหลาย

การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครของ พนิดา กันภัย และคณะ (2554) พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมและความพึงพอใจทั่วไปในการใช้บริการที่โรงพยาบาลสัตว์ในมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการคลินิกที่อื่น เพราะว่า โรงพยาบาลสัตว์มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการรักษาครบและพร้อมในเรื่องความอำนวยความสะดวก มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยผู้ที่ไม่ใช้บริการที่อื่นมีเหตุผล คือ มีความสะดวก รวดเร็ว และผลการวิจัยระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นโรงพยาบาลที่เป็นที่ยอมรับ พึงพอใจกับการรักษาสัตว์ของโรงพยาบาล ได้รับยาที่มีคุณภาพกลับบ้านทุกครั้ง สัตว์มีอาการดีขึ้นทุกครั้งที่เข้ามารักษาที่โรงพยาบาล และการค้นหาข่าวสารของโรงพยาบาลทำได้สะดวกและง่าย

นอกจากนี้ การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการหน่วยอายุรกรรมโรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขนของ อมรรรัตน์ ศาสตราวหา และคณะ (2552) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมากที่สุด การเป็นโรงพยาบาลสัตว์ของสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศ บุคลากรที่มีศักยภาพและมีอุปกรณ์ที่ครบครัน การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด จะสามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจแก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงได้มากยิ่งขึ้น โดยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าอิทธิพลระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

2.3.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคา ระดับมาก ในการเลือกใช้บริการ

นอกจากนี้ การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่ารักษาและบริการมีความเหมาะสมกับ การบริการที่ได้รับ มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดภายหลังการรับบริการ ระบุอัตรา ค่าบริการไว้อย่างชัดเจน มีการประเมินค่าใช้จ่ายให้ก่อนรับบริการ และราคาในการรักษา และบริการถูกกว่าสถานพยาบาลสัตว์ใกล้เคียง

2.3.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ในการเลือกใช้บริการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งมีความพึงพอใจด้านอาคารสถานที่อยู่ในระดับมาก

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ประกอบด้วย เดินทางสะดวก สถานพยาบาลสัตว์อยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน และมีที่จอดรถ ได้สะดวก และมีบริการรักษานอกสถานที่หรือมีบริการรักษาถึงบ้าน และมีบริการรถรับส่งสัตว์เลี้ยง

2.3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ในการเลือกใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ มีการบริการสังคม เช่น ฉีดวัคซีน ทำหมันสุนัขและแมวจรจัด และอยู่ในระดับปานกลาง 4 ข้อ ดังนี้ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อเจ้าของสัตว์เลี้ยง มีสิทธิประโยชน์พิเศษ สำหรับสมาชิก มีพนักงานในการแนะนำสินค้าและบริการของสถานพยาบาลสัตว์ และมีการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร ใบปลิว

อย่างไรก็ตาม การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครของ พนิดา กันภัย และคณะ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาด

2.3.5 ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านบุคลากรผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ รวมทั้งมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก จากผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยได้ออกแบบกลยุทธ์เชิงรุก การสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือของบุคลากรผู้ให้บริการ เพื่อสร้างความจงรักภักดีให้กับผู้บริโภคในการรักษาและให้บริการ

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ ดังนี้ สัตวแพทย์มีความเชี่ยวชาญ แม่นยำในการวินิจฉัยโรค สัตวแพทย์สามารถให้คำอธิบายในเรื่องต่างๆ และให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี พนักงานให้ความเอาใจใส่ต่อสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี และอยู่ในระดับมากที่สุด 2 ข้อ ดังนี้ พนักงานมีความกระตือรือร้น และความเต็มใจในการให้บริการ และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสและสุภาพ

2.3.6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ในการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการระดับมากที่สุด รวมทั้งมีความพึงพอใจต่อการประสานงานอยู่ในระดับมากที่สุด

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษา มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ มีบริการที่สะดวก รวดเร็ว มีการแจ้งเตือนนัดหมายทางโทรศัพท์ SMS ไปรษณีย์บัตร และมีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการ

2.3.7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ในการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพระดับมากที่สุด ในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้มีความแตกต่างในการเลือกใช้บริการ

การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ เรียงตามลำดับ มีการแยกห้องสัตว์ป่วย ติดเชื้อและไม่ติดเชื้อออกจากกัน ความสะอาดของอุปกรณ์ต่างๆ และสถานพยาบาลสัตว์ไม่มีกลิ่นเหม็น มีเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัยครบถ้วน มีการแบ่งพื้นที่การให้บริการเป็นสัดส่วน และเหมาะสม และมีการแยกห้องพักรักษาตัวแต่ละประเภท

สำหรับปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ งานวิจัยนี้ได้ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ดังนี้

2.3.8 เพศ (Sex)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันเลือกใช้บริการแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากรผู้ให้บริการ โดยเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะใช้บริการมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ ด้านราคา ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีแนวโน้มที่จะใช้บริการมากกว่าเพศชาย

2.3.9 อายุ (Age)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันไม่มีความแตกต่างในการเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครของ พนิดา กันภัย และคณะ (2554) ที่พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ในด้านอายุส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ไม่ต่างกัน

งานวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์แตกต่างกัน

2.3.10 ระดับการศึกษา (Education)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันไม่มีความแตกต่างในการเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครของ พนิดา กันภัย และคณะ (2554) พบว่า ประชากรศาสตร์ในด้านการศึกษามีพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ไม่ต่างกัน

งานวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยศิริ

(2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านแตกต่างกัน

2.3.11 อาชีพ (Occupation)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างในการเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครของ พนิดา กันภัย และคณะ (2554) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ในด้านอาชีพส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ไม่ต่างกัน

งานวิจัยข้างต้นขัดแย้งการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้านแตกต่างกัน

2.3.12 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการแตกต่างกันในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการแตกต่างกัน

งานวิจัยข้างต้นขัดแย้งกับการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครของ พนิดา กันภัย และคณะ (2554) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ในด้านรายได้ส่งผลต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ไม่ต่างกัน

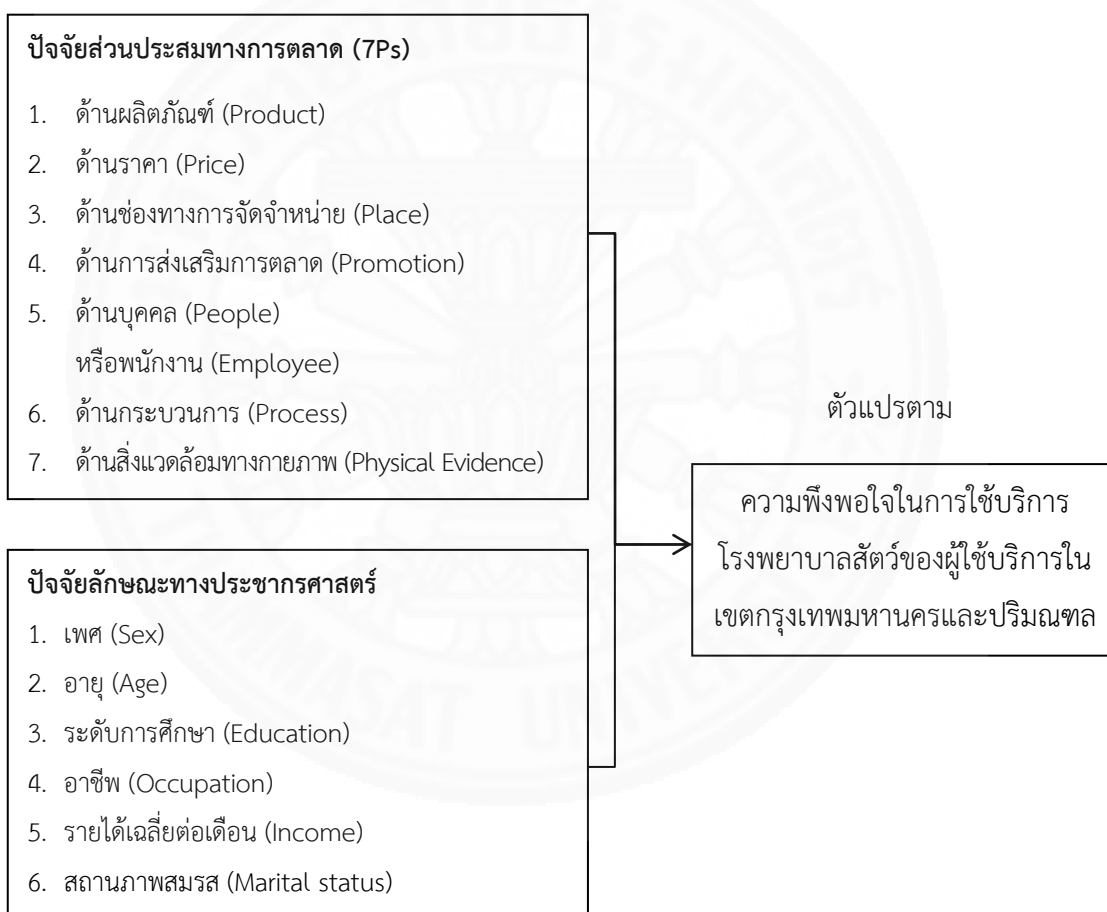
2.3.13 สถานภาพสมรส (Marital status)

การศึกษาแนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพแตกต่างกันไม่มีความแตกต่างในการเลือกใช้บริการ งานวิจัยข้างต้นขัดแย้งการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

2.4 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยรูปแบบการสำรวจ (Survey Research) จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามโดยการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถาม ก่อนนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และนำมาสรุปผลการวิจัย ทั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบของวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.1 ลักษณะของประชากร การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

3.3 สมมติฐานของงานวิจัย

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.5 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.6 การสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ลักษณะของประชากร การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 กลุ่มประชากรเป้าหมาย

ประชากร (Population) ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์

3.1.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ซึ่งถือได้ว่าจำนวนประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่มาก อีกทั้งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ได้ ทำให้การวิจัยในครั้งนี้จะกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ด้วยสมมติฐานที่กำหนดว่าข้อมูลมีการกระจายตัวแบบปกติ (Normal Distribution) ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยได้กำหนดระดับความแปรปรวนสูงสุด คือ $p = 0.5$ และ $q = 0.5$ ที่

ระดับความเชื่อมั่น 95% พร้อมทั้งยอมรับความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงคำนวณได้ตามสูตร ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (มีค่าเท่ากับ 1.96)

P = โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์หรือสัดส่วนของคุณลักษณะที่สนใจในกลุ่มตัวอย่าง

q = โอกาสที่จะไม่เกิดเหตุการณ์ เท่ากับ $1 - p$ ในกรณีของกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ โดยในงานวิจัยนี้ ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% (กำหนด e มีค่า 0.05)

และเมื่อนำไปแทนค่าในสูตร ที่ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนด คือ 95% โดย ค่า $z = 1.96$ และค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณสัดส่วนประชากรทั้งหมดที่ยอมรับได้ คือ 5% หรือค่า $e = 0.05$ จะได้ว่า

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{0.05^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณข้างต้น พบว่าในกรณีที่ไม่นำจำนวนประชากรที่แน่นอน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนว่ามีจำนวนเท่าใด ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Judgmental or Purposive Sampling) คือ การเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ซึ่งเป็นวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการตอบแบบสอบถามผ่านการแจกแบบสอบถามแบบปกติ และการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เนื่องจากเป็นวิธีที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย รวดเร็ว ลดระยะเวลา และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

ในส่วนของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยนี้ แบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

3.2.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

3.2.1.1 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

- (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- (2) ปัจจัยด้านราคา (Price)
- (3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- (5) ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)
- (6) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)
- (7) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

3.2.1.2 ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่

- (1) เพศ (Sex)
- (2) อายุ (Age)
- (3) ระดับการศึกษา (Education)
- (4) อาชีพ (Occupation)
- (5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income)
- (6) สถานภาพสมรส (Marital status)

3.2.2 ตัวแปรตาม

ในงานวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาล สัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3 สมมติฐานของงานวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยได้กำหนดปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และปัจจัยเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำองค์ประกอบต่างๆดังกล่าวมากำหนดเป็นตัวแปรในสมมติฐานของงานวิจัยในครั้งนี้ โดยตัวแปรอิสระทั้งหมดประกอบด้วย 13 ตัวแปร ซึ่งสามารถนำมากำหนดเป็นสมมติฐานได้ ดังนี้

3.3.1 สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านราคา (Price) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3.3.2 สมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานที่ 8 ปัจจัยด้านเพศ (Sex) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 9 ปัจจัยด้านอายุ (Age) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 10 ปัจจัยด้านระดับการศึกษา (Education) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 11 ปัจจัยด้านอาชีพ (Occupation) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 12 ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income) ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 13 ปัจจัยด้านสถานภาพสมรส (Marital status) ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งเป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยรายละเอียดในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ประกอบด้วยคำถามแบบให้เลือกเพียง 1 คำตอบ และเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ (Multiple Choices)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้เกณฑ์การกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับจากน้อยไปมาก ตามวิธีของลิเคิร์ต (Five-Point Likert Scales) โดยในกรณีนี้ที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถประเมินระดับความเห็น/ความพึงพอใจได้ จะมีคะแนนเท่ากับ 0 คะแนน ดังนี้

ระดับความคิดเห็น/พึงพอใจ	ระดับคะแนน
เห็นด้วย/พึงพอใจมากที่สุด	5
เห็นด้วย/พึงพอใจมาก	4
เห็นด้วย/พึงพอใจปานกลาง	3
เห็นด้วย/พึงพอใจน้อย	2
เห็นด้วย/พึงพอใจน้อยที่สุด	1
ไม่สามารถประเมินได้	0

สำหรับเกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ผู้วิจัยจะใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งคะแนนเป็น 5 ระดับ จากคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับจากแบบสอบถาม คะแนนที่สูงที่สุด คือ 5 คะแนน และคะแนนต่ำที่สุด คือ 1 คะแนน หากกึ่งกลางพิสัย ทั้งนี้ สามารถคำนวณได้จากสูตรช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น ช่วงระยะห่างของแต่ละอันตรภาคชั้นเท่ากับ 0.8 ซึ่งสามารถกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ เห็นด้วย/พึงพอใจกับปัจจัยต่างๆ ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ เห็นด้วย/พึงพอใจกับปัจจัยต่างๆ ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ เห็นด้วย/พึงพอใจกับปัจจัยต่างๆ ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ เห็นด้วย/พึงพอใจกับปัจจัยต่างๆ ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ เห็นด้วย/พึงพอใจกับปัจจัยต่างๆ ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ให้เลือกเพียง 1 คำตอบ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ประเมินความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยตรวจสอบความครอบคลุมและความตรงของเนื้อหา ลักษณะคำถาม และความเข้าใจง่ายของคำถาม โดยนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระเป็นผู้ตรวจสอบอีกครั้ง และได้ปรับปรุงคำถามให้สมบูรณ์และเหมาะสมตามที่ได้รับคำแนะนำ ก่อนส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บข้อมูล

3.5 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตอบแบบสอบถามผ่านการแจกแบบสอบถามแบบปกติและการแจกแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Social Media เนื่องจากเห็นว่าเป็นวิธีที่ทำให้ได้ตัวอย่างจำนวนมากในระยะเวลาจำกัด และประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาวิจัยในช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม 2559

3.6 การสรุปและวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลนั้น ได้ดำเนินการหลังจากได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ครบถ้วนแล้ว จากนั้นจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้วยวิธีการทางสถิติ โดยการวิเคราะห์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.6.1.1 การอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) แผนภูมิวงกลม (Pie chart) และแผนภูมิแท่ง (Bar Chart) ตามความเหมาะสม

3.6.1.2 การอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติ ดังนี้

3.6.2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันหรือไม่

3.6.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อเป็นการจัดกลุ่มข้อมูลหรือรวมกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน โดยตัวแปรที่อยู่ใน Factor เดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก ซึ่งความสัมพันธ์นั้นอาจจะเป็นในทิศทางบวก (ไปในทางเดียวกัน) หรือทิศทางลบ (ไปในทางตรงกันข้าม) ก็ได้ สำหรับตัวแปรที่อยู่คนละ Factor จะไม่มีความสัมพันธ์กันหรือมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

3.6.2.3 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กับตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95% โดยทดสอบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลของกลุ่มตัวอย่างหรือไม่

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การทำงานวิจัยนี้ได้ทำการสอบถามข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งจากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างในบทที่ 3 ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการตอบแบบสอบถามผ่านการแจกแบบสอบถามแบบปกติและการแจกแบบสอบถามออนไลน์ ตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม 2559 ถึงวันที่ 22 พฤศจิกายน 2559 ได้รับการตอบแบบสอบถามจำนวน 459 ชุด โดยหลังจากตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาเรียบร้อยแล้ว พบว่ามีแบบสอบถามจำนวน 59 ชุด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้ไม่สามารถกรอกข้อมูลส่วนที่เหลือได้ จึงได้มีการคัดแบบสอบถามจำนวนนี้ออก ทำให้การวิจัยในครั้งนี้มีแบบสอบถามคงเหลือจำนวน 400 ชุด ซึ่งมากกว่ากลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องการ ทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนของงานวิจัยลดลง จาก 5% เป็น 4.9% สำหรับในบทนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) แผนภูมิวงกลม (Pie chart) และแผนภูมิแท่ง (Bar Chart) ประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และตัวแปรตาม

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านเพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.3 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.5 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.4.6 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านสถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย

4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรอิสระ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย (Factor Analysis)

4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 4.1 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	144	36.0
หญิง	256	64.0

ตารางที่ 4.1

ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	8	2.0
20-30 ปี	161	40.3
31-40 ปี	179	44.8
41-50 ปี	41	10.3
มากกว่า 50 ปี	11	2.8
3. สถานภาพสมรส		
โสด	247	61.8
สมรส	138	34.5
หย่าร้าง	15	3.8
4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	14.5
ปริญญาตรี	256	64.0
ปริญญาโท หรือเทียบเท่า	67	16.8
สูงกว่าปริญญาโท	19	4.8
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	48	12.0
รับราชการ	28	7.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	7.2
พนักงานบริษัท	166	41.5
ธุรกิจส่วนตัว	82	20.5
อาชีพอิสระ	30	7.5
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	13	3.3
อื่นๆ	4	1.0

ตารางที่ 4.1

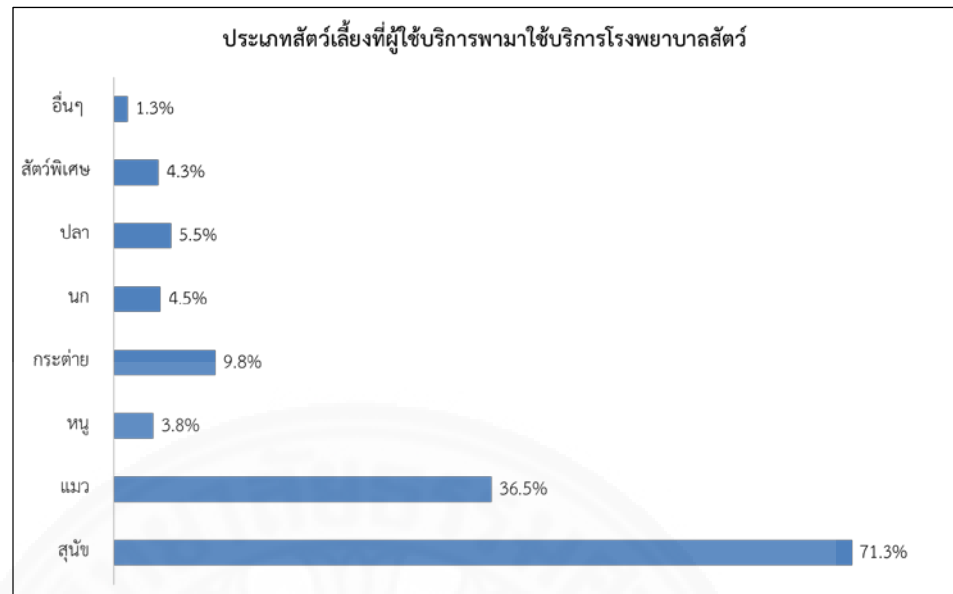
ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	20	5.0
10,000-20,000 บาท	68	17.0
20,001-30,000 บาท	100	25.0
30,001-40,000 บาท	88	22.0
40,001-50,000 บาท	44	11.0
มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	80	20.0

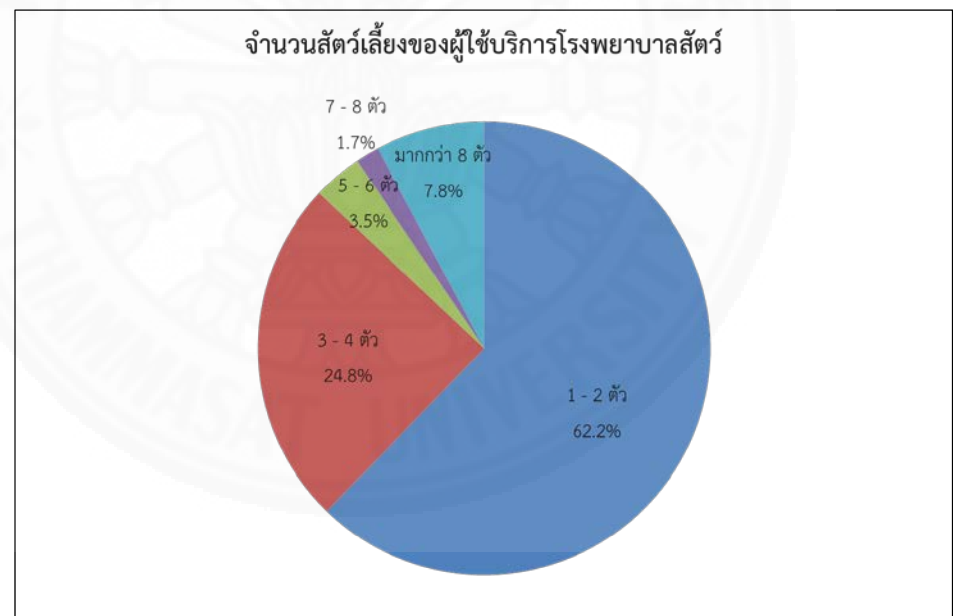
จากตารางที่ 4.1 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น เพศชาย 36.0% และเพศหญิง 64.0% กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็น 44.8% โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็น 61.8% ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรี คิดเป็น 64.0% ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็น 41.5% และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็น 25.0%

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม

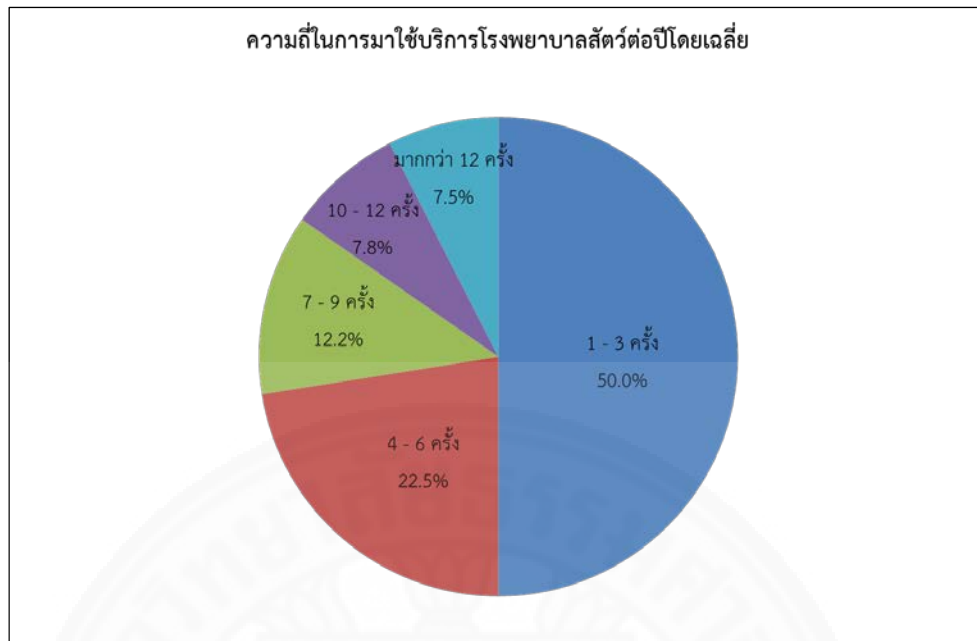
ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีดังต่อไปนี้



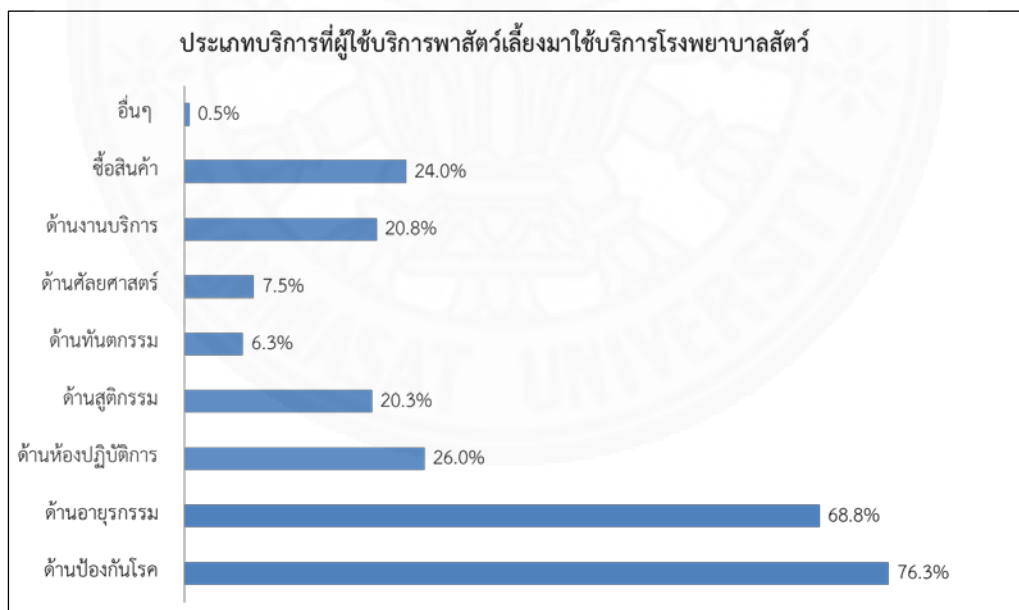
ภาพที่ 4.1 ประเภทสัตว์เลี้ยงที่ผู้ให้บริการพามาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์



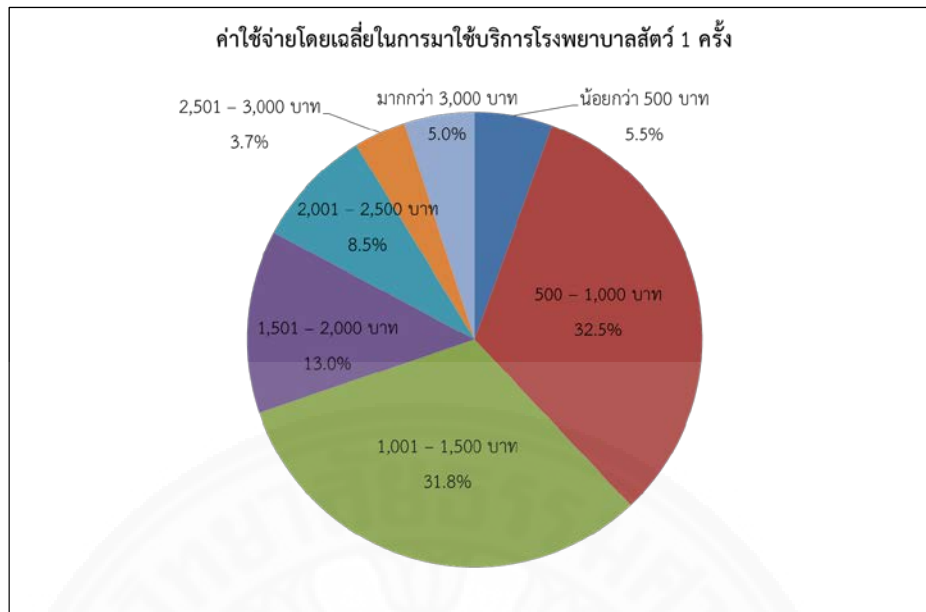
ภาพที่ 4.2 จำนวนสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์



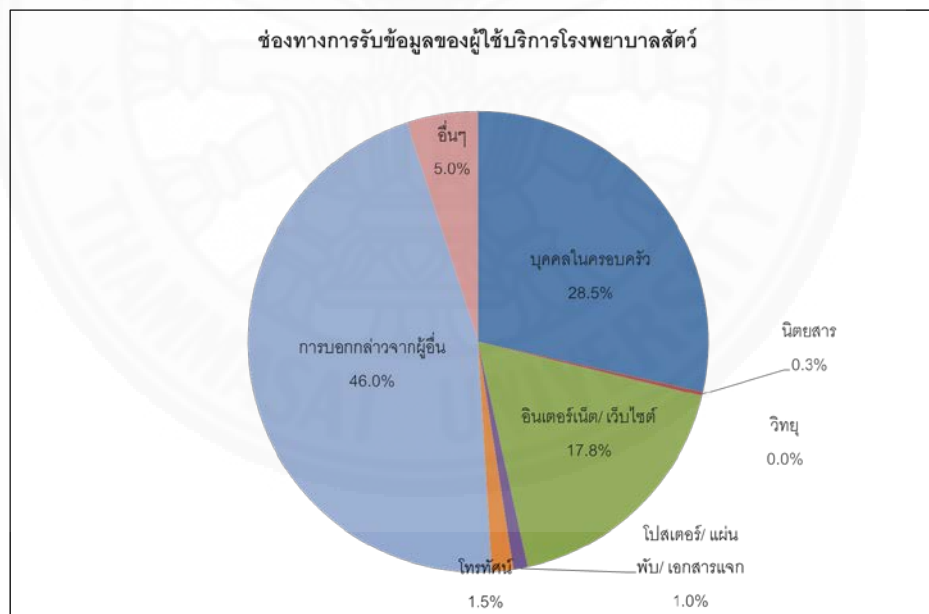
ภาพที่ 4.3 ความถี่ในการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ต่อปีโดยเฉลี่ย



ภาพที่ 4.4 ประเภทบริการที่ผู้ให้บริการพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์



ภาพที่ 4.5 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ 1 ครั้ง



ภาพที่ 4.6 ช่องทางการรับข้อมูลของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์

ตารางที่ 4.2

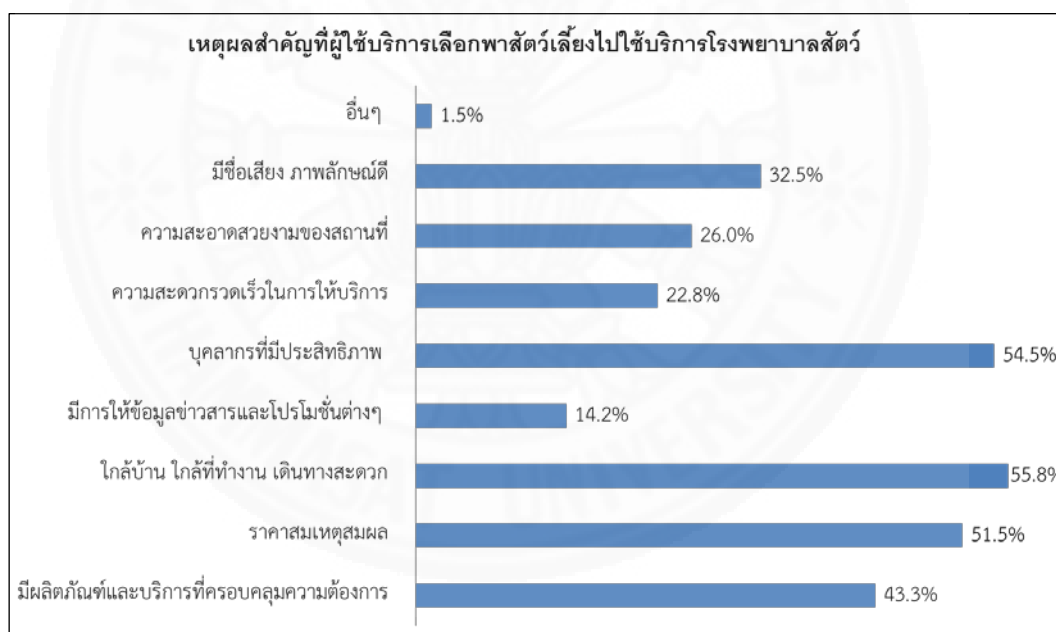
โรงพยาบาลสัตว์ที่ผู้ใช้บริการใช้บริการบ่อยที่สุดหรือเคยใช้บริการ

โรงพยาบาลสัตว์	จำนวน	ร้อยละ
โรงพยาบาลสัตว์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน	65	16.25
โรงพยาบาลสัตว์เล็ก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	37	9.25
โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	31	7.75
โรงพยาบาลสัตว์ประศุอาทร มหาวิทยาลัยมหิดล	22	5.5
โรงพยาบาลสัตว์ตลิ่งชัน	17	4.25
โรงพยาบาลสัตว์จัสโก้รัชดา	15	3.75
โรงพยาบาลสัตว์รัตนานิเบศร์	15	3.75
โรงพยาบาลสัตว์สวนหลวง	12	3.00
โรงพยาบาลสัตว์แพรกาษาใหม่	10	2.50
โรงพยาบาลสัตว์รังสิตปทุม	10	2.50
โรงพยาบาลสัตว์ศูนย์เมืองเอก	10	2.50
โรงพยาบาลสัตว์สวนหลวงสัตวแพทย์	10	2.50
โรงพยาบาลสัตว์สายไหม	10	2.50
โรงพยาบาลสัตว์กรุงเทพ-นนท์	9	2.25
โรงพยาบาลสัตว์ขวัญคำ	9	2.25
โรงพยาบาลสัตว์พญาไท 7	9	2.25
โรงพยาบาลสัตว์เจริญสุข	8	2.00
โรงพยาบาลสัตว์ดิรัจฉา	8	2.00
โรงพยาบาลสัตว์กรุงเทพ	5	1.25
โรงพยาบาลสัตว์รามอินทรารวมแพทย์	5	1.25
โรงพยาบาลสัตว์ราษฎร์พัฒนา	5	1.25
โรงพยาบาลสัตว์สุขุมวิท49	5	1.25
โรงพยาบาลสัตว์พระราม 2	4	1.00
โรงพยาบาลสัตว์พระราม 3	4	1.00
โรงพยาบาลสวนสัตว์	3	0.75

ตารางที่ 4.2

โรงพยาบาลสัตว์ที่ผู้ให้บริการใช้บริการบ่อยที่สุดหรือเคยใช้บริการ (ต่อ)

โรงพยาบาลสัตว์	จำนวน	ร้อยละ
โรงพยาบาลสัตว์บ้านศาลายา	3	0.75
โรงพยาบาลสัตว์มีรัก	3	0.75
โรงพยาบาลสัตว์รามคำแหง 60	3	0.75
โรงพยาบาลสัตว์เลี้ยง เอส โอ เอส	3	0.75
โรงพยาบาลสัตว์ศรีวิธา	3	0.75
อื่นๆ	47	11.75
รวม	400	100



ภาพที่ 4.7 เหตุผลสำคัญที่ผู้ให้บริการเลือกพาสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์

จากภาพที่ 4.1-4.7 และตารางที่ 4.2 สามารถสรุปพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ของกลุ่มตัวอย่างจากผู้ตอบแบบสอบถามได้ดังนี้

ภาพที่ 4.1 ประเภทสัตว์เลี้ยงที่กลุ่มตัวอย่างพามาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ส่วนใหญ่ คือ สุนัข มากที่สุดคิดเป็น 71.3% รองลงมา คือ แมว คิดเป็น 36.5% กระต่าย คิดเป็น 9.8% ปลา คิดเป็น 5.5% นก คิดเป็น 4.5% สัตว์พิเศษ คิดเป็น 4.3% หนู คิดเป็น 3.8% และอื่นๆ คิดเป็น 1.3% ตามลำดับ

ภาพที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ส่วนใหญ่มีจำนวนสัตว์เลี้ยง 1-2 ตัว คิดเป็น 62.3% รองลงมา คือ มีจำนวนสัตว์เลี้ยง 3-4 ตัว คิดเป็น 24.8% มีจำนวนสัตว์เลี้ยงมากกว่า 8 ตัว คิดเป็น 7.8% มีจำนวนสัตว์เลี้ยง 5-6 ตัว คิดเป็น 3.5% และมีจำนวนสัตว์เลี้ยง 7-8 ตัว คิดเป็น 1.7% ตามลำดับ

ภาพที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ต่อปีโดยเฉลี่ย 1-3 ครั้ง คิดเป็น 50.0% รองลงมา คือ 4-6 ครั้ง คิดเป็น 22.5% 7-9 ครั้ง คิดเป็น 12.2% 10-12 ครั้ง คิดเป็น 7.8% และมากกว่า 12 ครั้ง คิดเป็น 7.5% ตามลำดับ

ภาพที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ด้านป้องกันโรค (ฉีดวัคซีน, ถ่ายพยาธิ) มากที่สุด คิดเป็น 76.3% รองลงมา คือ ด้านอายุรกรรม (การรักษาโรค) คิดเป็น 68.8% ด้านห้องปฏิบัติการ (X-ray, ตรวจเลือด, ตรวจปัสสาวะ, อัลตราซาวด์) คิดเป็น 26.0% ซื้องาน (อาหารสัตว์, อุปกรณ์) คิดเป็น 24.0% ด้านงานบริการ (อาบน้ำ, ตัดขน, ฝากเลี้ยง) คิดเป็น 20.8% ด้านศัลยกรรม (ทำหมัน, ทำคลอด) คิดเป็น 20.3% ด้านสัตวศาสตร์ (กระดูก, ข้อต่อ, เนื้อเยื่อ) คิดเป็น 7.5% ด้านทันตกรรม (ขูดหินปูน, ถอนฟัน) คิดเป็น 6.3% และอื่นๆ คิดเป็น 0.5% ตามลำดับ

ภาพที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ 1 ครั้ง ประมาณ 500-1,000 บาท คิดเป็น 32.5% รองลงมา คือ 1,001-1,500 บาท คิดเป็น 31.8% ประมาณ 1,501-2,000 บาท คิดเป็น 13.0% ประมาณ 2,001-2,500 บาท คิดเป็น 8.5% น้อยกว่า 500 บาท คิดเป็น 5.5% มากกว่า 3,000 บาท คิดเป็น 5.0% และประมาณ 2,501-3,000 บาท คิดเป็น 3.7% ตามลำดับ

ภาพที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลโรงพยาบาลสัตว์ที่ใช้บริการจากการบอกกล่าวจากผู้อื่นมากที่สุด คิดเป็น 46.0% รองลงมา คือ บุคคลในครอบครัว คิดเป็น 28.5% อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ คิดเป็น 17.8% ช่องทางอื่นๆ คิดเป็น 5.0% โทรทัศน์ คิดเป็น 1.5% โปสเตอร์ แผ่นพับ เอกสารแจก คิดเป็น 1.0% และนิตยสาร คิดเป็น 0.3% ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดไม่ได้รับข้อมูลโรงพยาบาลสัตว์ที่ใช้บริการผ่านทางวิทยุ คิดเป็น 0.0%

ตารางที่ 4.2 โรงพยาบาลสัตว์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการบ่อยที่สุดหรือเคยใช้บริการมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ โรงพยาบาลสัตว์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน คิดเป็น 16.25% รองลงมา คือ โรงพยาบาลสัตว์เล็ก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คิดเป็น 9.25% โรงพยาบาลสัตว์ทอง

หล่อ คิดเป็น 7.75% โรงพยาบาลสัตว์ประศูอาพร มหาวิทยาลัยมหิดล คิดเป็น 5.5% และโรงพยาบาลสัตว์ตลิ่งชัน คิดเป็น 4.25% ตามลำดับ

ภาพที่ 4.7 เหตุผลสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกพาสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากที่สุด คือ ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน เดินทางสะดวก คิดเป็น 55.8% รองลงมา คือ บุคลากรที่มีประสิทธิภาพ คิดเป็น 54.5% ราคาสมเหตุสมผล คิดเป็น 51.5% มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ คิดเป็น 43.3% มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี คิดเป็น 32.5% ความสะอาด สวยงามของสถานที่ คิดเป็น 26.0% ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ คิดเป็น 22.8% มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ คิดเป็น 14.2% และอื่นๆ คิดเป็น 1.5% ตามลำดับ

4.3 คะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อตัววัดของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และตัวแปรตาม

ข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด สามารถสรุปคะแนนเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของกลุ่มตัวอย่างได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละมาตรวัดตัวแปรอิสระ

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1. โรงพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี	4.09	0.692	มาก
2. โรงพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือ	4.29	0.626	มากที่สุด
3. มีคุณภาพในการรักษา	4.41	0.631	มากที่สุด
4. มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา	4.34	0.620	มากที่สุด
5. มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ	4.11	0.719	มาก
6. มีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้บริการ	4.09	0.754	มาก

ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละมาตรวัดตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลค่า
ปัจจัยด้านราคา			
1. ค่ารักษาและบริการอื่นๆ เหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ	4.10	0.739	มาก
2. ค่ารักษาและบริการอื่นๆ คุ่มค่า	4.16	0.740	มาก
3. ค่ารักษาและบริการถูกกว่าโรงพยาบาลสัตว์ คลินิก โรงแรมสัตว์เลี้ยง ร้านจำหน่ายสินค้าและอาหารสัตว์ หรือร้านบริการอาบน้ำ-ตัดขน ไกล่เคียง	3.75	0.956	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. โรงพยาบาลสัตว์ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน	4.07	0.888	มาก
2. มีความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาลสัตว์	4.15	0.822	มาก
3. มีบริการรักษานอกสถานที่ตามต้องการ	2.92	1.527	ปานกลาง
4. มีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยงตามต้องการ	2.68	1.539	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย	2.98	1.196	ปานกลาง
2. มีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิกที่น่าสนใจ	2.90	1.372	ปานกลาง
3. มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีพนักงาน แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ	3.08	1.216	ปานกลาง
4. มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ	2.96	1.256	ปานกลาง
ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน			
1. สัตวแพทย์มีความรู้ ความสามารถ และ ความเชี่ยวชาญในการรักษา	4.44	0.669	มากที่สุด
2. มีพนักงานในการให้บริการอย่างเพียงพอ	4.07	0.780	มาก
3. พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.97	0.839	มาก

ตารางที่ 4.3

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละมาตรวัดตัวแปรอิสระ (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีเป็นมิตร	4.16	0.801	มาก
5. พนักงานมีความสุขภาพเรียบร้อย	4.14	0.820	มาก
6. พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	4.13	0.861	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ			
1. มีการบริการที่สะดวกรวดเร็ว	3.89	0.808	มาก
2. มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษาอย่างชัดเจน	4.13	0.772	มาก
3. มีกระบวนการให้บริการที่เป็นระบบ	4.02	0.764	มาก
4. มีการประเมินค่าใช้จ่ายก่อนรับบริการที่ค่อนข้างแม่นยำ	3.77	0.893	มาก
5. มีการแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน	3.90	0.848	มาก
6. มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดภายหลังการใช้บริการ	4.05	0.755	มาก
7. มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการทุกครั้ง	3.86	0.895	มาก
8. มีการแจ้งเตือนนัดหมายอย่างสม่ำเสมอ	3.91	0.895	มาก
9. มีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการอย่างสม่ำเสมอ	3.06	1.431	ปานกลาง
10. มีเวลาเปิด-ปิดที่สะดวกต่อการใช้บริการ	4.30	0.703	มากที่สุด
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ			
1. ความสะอาดของอาคารสถานที่	4.10	0.757	มาก
2. การตกแต่งสถานที่สวยงาม	3.60	0.834	มาก
3. ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน	3.96	0.698	มาก
4. มีห้องน้ำสำหรับผู้ใช้บริการเพียงพอ	3.80	0.797	มาก
5. มีสถานที่พักนั่งรอตรวจอย่างเพียงพอ	3.89	0.734	มาก
6. มีที่จอดรถได้สะดวก	3.91	0.924	มาก

จากตารางที่ 4.3 เมื่อพิจารณาค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยทั้ง 39 ปัจจัย พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ 3 ระดับ คือ มากที่สุด มาก และปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นสูงสุดจากกลุ่มตัวอย่าง 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน ในเรื่องสัตว์แพทย์มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการรักษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องมีคุณภาพในการรักษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องมีความสะอาดปลอดภัยในการตรวจรักษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (เห็นด้วยมากที่สุด) ปัจจัยด้านกระบวนการ ในเรื่องการมีเวลาเปิด-ปิดที่สะดวกต่อการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (เห็นด้วยมากที่สุด) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องโรงพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (เห็นด้วยมากที่สุด)

สำหรับปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นต่ำสุดจากกลุ่มตัวอย่าง 5 อันดับสุดท้าย โดยเรียงลำดับจากน้อยไปหามาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องการมีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยงตามต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 คะแนน (เห็นด้วยปานกลาง) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องการมีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิกที่น่าสนใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 (เห็นด้วยปานกลาง) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 (เห็นด้วยปานกลาง) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 (เห็นด้วยปานกลาง) และปัจจัยด้านกระบวนการ ในเรื่องมีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 (เห็นด้วยปานกลาง)

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สามารถสรุปผลการศึกษาของแต่ละปัจจัยได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีคุณภาพในการรักษามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (เห็นด้วยมากที่สุด) รองลงมาคือ มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (เห็นด้วยมากที่สุด)

ปัจจัยด้านราคา กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องค่ารักษาและบริการอื่นๆ ค่อนข้างมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (เห็นด้วยมาก) รองลงมาคือ ค่ารักษาและบริการอื่นๆ เหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (เห็นด้วยมาก)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาลสัตว์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (เห็นด้วยมาก) รองลงมาคือ โรงพยาบาลสัตว์ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 (เห็นด้วยมาก)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ

3.08 (เห็นด้วยปานกลาง) รองลงมาคือ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 (เห็นด้วยปานกลาง)

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องสัตวแพทย์ มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการรักษามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (เห็นด้วยมากที่สุด) รองลงมา คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์เป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (เห็นด้วยมาก)

ปัจจัยด้านกระบวนการ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องมีเวลาเปิด-ปิด ที่สะดวกต่อการใช้บริการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (เห็นด้วยมากที่สุด) รองลงมาคือ มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษาอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (เห็นด้วยมาก)

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในเรื่องความสะอาดของอาคารสถานที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (เห็นด้วยมาก) รองลงมาคือ ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (เห็นด้วยมาก)

ตารางที่ 4.4

ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด หรือ เคยไปใช้บริการ	3.87	0.649	มาก

ตัวแปรตามในงานวิจัยนี้ คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่ไปใช้บริการบ่อยที่สุด หรือ เคยไปใช้บริการ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

4.4 การวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงความแตกต่างของปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส ว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่มากและมีความหลากหลายในลักษณะประชากรศาสตร์ โดยผลการวิเคราะห์ มีดังต่อไปนี้

4.4.1 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านเพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 และกำหนดสมมติฐานที่ 1 ดังนี้
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ผลมีการตั้งสมมติฐาน คือ

H_0 : $\mu_{ชาย} = \mu_{หญิง}$ คือ เพศต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H_1 : $\mu_{ชาย} \neq \mu_{หญิง}$ คือ เพศต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.5

ผลการวิเคราะห์เพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เพศ	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
ชาย	144	3.94	0.640	0.106
หญิง	256	3.83	0.652	

จากตารางที่ 4.5 การทดสอบเพศกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample T-Test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.106 ซึ่งมากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 สรุปว่าเพศต่างกัน

ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะการให้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเพศชายหรือเพศหญิงต่างก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ไม่แตกต่างกัน เช่น ในเรื่องความต้องการที่จะได้รับการบริการที่ดีจากสัตวแพทย์ผู้มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ มีคุณภาพในการรักษา มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ ศาสตราวหา และคณะ (2552) พบว่า เพศที่ต่างกันไม่มีผลต่อภาพรวมพฤติกรรมการใช้บริการ และการกลับมาใช้บริการหน่วยอายุรกรรม โรงพยาบาลสัตว์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน แต่ผลดังกล่าวไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีการใช้บริการอาบน้ำ-ตัดขน การเลือกใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์ เพราะคนรู้จักแนะนำ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ และมีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์นอกสถานที่ แตกต่างกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในด้านผลิตภัณฑ์และบุคลากรผู้ให้บริการ

4.4.2 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 และกำหนดสมมติฐานที่ 2 ดังนี้
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ผลมีการตั้งสมมติฐาน คือ

H_0 : อายุที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H_1 : อายุที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.6

ผลการวิเคราะห์อายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

อายุ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	169	3.88	0.653	3.978	0.019
31-40 ปี	179	3.79	0.615		
มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	52	4.08	0.710		

จากตารางที่ 4.6 การทดสอบอายุกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ค่าสถิติ F-test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 สรุปว่าอายุที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะผู้ให้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีช่วงอายุต่างกันจะให้ความสำคัญกับการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในปัจจุบันต่างๆ แตกต่างกันไป เช่น เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยตามตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงที่สุด มากกว่าผู้ให้บริการที่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี หรือ มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี เพราะคนอายุมากส่วนใหญ่สนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ให้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิดา วิจารณ์ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันจะมีการใช้บริการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการ เพราะการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะอาดรวดเร็ว ในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ และมีวิธีการในการใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์นอกสถานที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7

ผลการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนของกลุ่มอายุ

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
0.034	2	397	0.966

ตารางที่ 4.8

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุต่างกัน

LSD				
(I) อายุ	(J) อายุ	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	31-40 ปี	0.0884	0.0691	0.202
	มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	-0.1953	0.1021	0.057
31-40 ปี	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	-0.0884	0.0691	0.202
	มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	-0.2836*	0.1015	0.005
มากกว่า 41 ปีขึ้นไป	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	0.1953	0.1021	0.057
	31-40 ปี	0.2836*	0.1015	0.005

จากตารางที่ 4.7 พบว่า การทดสอบค่าแปรปรวนของกลุ่มอายุ ได้ค่า Levene Statistic เท่ากับ 0.034 และได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.966 ซึ่งมากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น สรุปว่ามีค่าแปรปรวนของกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุต่างกัน ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ตามตารางที่ 4.8 โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มอายุทีละคู่ เมื่อพิจารณาจากค่า Sig. ที่น้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป จึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่อายุมากจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงกว่าผู้ให้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่อายุน้อยกว่า เพราะคนอายุมากส่วนใหญ่สนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์

เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ให้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย

4.4.3 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 และกำหนดสมมติฐานที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ผลมีการตั้งสมมติฐาน คือ

H_0 : ระดับการศึกษาที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H_1 : ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.9

ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ระดับการศึกษา	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	3.74	0.715	3.377	0.035
ปริญญาตรี	256	3.85	0.660		
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	86	4.01	0.542		

จากตารางที่ 4.9 การทดสอบระดับการศึกษากับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ค่าสถิติ F-test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 สรุปว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยตามตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงที่สุด เพราะผู้ให้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีระดับ

การศึกษาสูงสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาล สัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีใช้บริการตรวจรักษา ป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บ หมัด พยาธิหัวใจ ฝากเลี้ยง และอาบน้ำ-ตัดขน มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เพราะราคาสมเหตุสมผล มีการให้ข้อมูล ข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มี ประสิทธิภาพ และความสะอาด สวยงามของสถานที่ มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์โดย การพาสัตว์เลี้ยงมา รับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์ และการใช้บริการนอกสถานที่

ตารางที่ 4.10

ผลการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนของกลุ่มระดับการศึกษา

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
10.493	2	397	0.000

ตารางที่ 4.11

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

Tamhane				
(I) ระดับการศึกษา	(J) ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	-0.1063	0.1025	0.661
	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	-0.2702*	0.1106	0.048
ปริญญาตรี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.1063	0.1025	0.661
	ปริญญาโท หรือสูงกว่า	-0.1640	0.0716	0.068
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	0.2702*	0.1106	0.048
	ปริญญาตรี	0.1640	0.0716	0.068

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การทดสอบค่าแปรปรวนของกลุ่มระดับการศึกษา ได้ค่า Levene Statistic เท่ากับ 10.493 และได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้นสรุปว่ามีค่าแปรปรวนของกลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ด้วยวิธี Tamhane ตามตารางที่ 4.11 โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มระดับการศึกษาทีละคู่ เมื่อพิจารณาจากค่า Sig. ที่น้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท หรือสูงกว่า จึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีระดับการศึกษาสูง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงกว่าผู้ให้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า เพราะคนที่มีการศึกษาสูงสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ให้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย

4.4.4 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านอาชีพกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 และกำหนดสมมติฐานที่ 4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ผลมีการตั้งสมมติฐาน คือ

H_0 : อาชีพที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H_1 : อาชีพที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.12

ผลการวิเคราะห์อาชีวะกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

อาชีพ	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
นักเรียน/นักศึกษา	48	3.79	0.713	0.526	0.716
รับราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	57	3.91	0.635		
พนักงานบริษัท	166	3.87	0.618		
ธุรกิจส่วนตัว	82	3.83	0.681		
อาชีพอิสระ/พ่อบ้าน แม่บ้าน และอื่นๆ	47	3.96	0.658		

จากตารางที่ 4.12 การทดสอบอาชีวะกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ค่าสถิติ F-test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.716 ซึ่งมากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงยอมรับ H_0 สรุปว่าอาชีวะที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เพราะโรงพยาบาลสัตว์ให้บริการรักษาสัตว์เลี้ยงให้กับผู้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าผู้บริการจะมีอาชีพใด จึงทำให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้บริการในแต่ละอาชีพไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรัตน์ ศาสตราหา และคณะ (2552) พบว่า อาชีวะที่ต่างกันมีผลต่อภาพรวมพฤติกรรมการใช้บริการ และด้านบริการที่เลือกใช้หน่วยอายุกรรม โรงพยาบาลสัตว์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้บริการที่มีอาชีพต่างกันจะมีการใช้บริการในการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เพราะราคาสมเหตุสมผล มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะอาดรวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ มีรูปแบบการให้บริการนอกสถานที่ และมีช่วงเวลาที่ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์แตกต่างกัน

4.4.5 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 และกำหนดสมมติฐานที่ 5 ดังนี้

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ผลมีการตั้งสมมติฐาน คือ

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.13

ผลการวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	N	Mean	Std. Deviation	F	Sig.
ไม่เกิน 20,000 บาท	88	3.77	0.656	5.597	0.000
20,001-30,000 บาท	100	3.67	0.726		
30,001-40,000 บาท	88	3.94	0.667		
40,001-50,000 บาท	44	4.00	0.610		
มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	80	4.06	0.431		

จากตารางที่ 4.13 การทดสอบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยการวิเคราะห์ One-Way ANOVA ค่าสถิติ F-test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 สรุปว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณา ค่าเฉลี่ยตามตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงที่สุด เพราะ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง สนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน

การพาส์ตัวเลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีการใช้บริการในการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ และฝากเลี้ยง มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เพราะราคาสมเหตุสมผล มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงาม เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า รายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ตารางที่ 4.14

ผลการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนของกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
11.940	4	395	0.000

ตารางที่ 4.15

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

Tamhane				
(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
ไม่เกิน 20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	0.1027	0.1008	0.975
	30,001- 40,000 บาท	-0.1705	0.0997	0.607
	40,001-50,000 บาท	-0.2273	0.1155	0.415
	มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	-0.2898*	0.0849	0.008
20,001-30,000 บาท	ไม่เกิน 20,000 บาท	-0.1027	0.1008	0.975
	30,001- 40,000 บาท	-0.2732	0.1016	0.075
	40,001-50,000 บาท	-0.3300	0.1171	0.057
	มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	-0.3925*	0.0871	0.000

ตารางที่ 4.15

ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน (ต่อ)

Tamhane				
(I) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	(J) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.
30,001- 40,000 บาท	ไม่เกิน 20,000 บาท	0.1705	0.0997	0.607
	20,001-30,000 บาท	0.2732	0.1016	0.075
	40,001-50,000 บาท	-0.0568	0.1162	1.000
	มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	-0.1193	0.0859	0.839
40,001-50,000 บาท	ไม่เกิน 20,000 บาท	0.2273	0.1155	0.415
	20,001-30,000 บาท	0.3300	0.1171	0.057
	30,001- 40,000 บาท	0.0568	0.1162	1.000
	มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	-0.0625	0.1038	1.000
มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป	ไม่เกิน 20,000 บาท	0.2898 *	0.0849	0.008
	20,001-30,000 บาท	0.3925 *	0.0871	0.000
	30,001- 40,000 บาท	0.1193	0.0859	0.839
	40,001-50,000 บาท	0.0625	0.1038	1.000

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การทดสอบค่าแปรปรวนของกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ค่า Levene Statistic เท่ากับ 11.940 และได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้นสรุปว่ามีค่าแปรปรวนของกลุ่มระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จึงใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ด้วยวิธี Tamhane ตามตารางที่ 4.15 โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนทีละคู่ เมื่อพิจารณาจากค่า Sig. ที่น้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป เช่นเดียวกับผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ย

ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป จึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง มีจะความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงกว่าผู้ให้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า เพราะคนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ให้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย

4.4.6 การศึกษาความสัมพันธ์ด้านสถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 และกำหนดสมมติฐานที่ 6 ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ผลมีการตั้งสมมติฐาน คือ

$H_0 : \mu_{\text{โสด}} = \mu_{\text{สมรส/หย่าร้าง}}$ คือ สถานภาพสมรสที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

$H_1 : \mu_{\text{โสด}} \neq \mu_{\text{สมรส/หย่าร้าง}}$ คือ สถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ตารางที่ 4.16

ผลการวิเคราะห์สถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สถานภาพสมรส	N	Mean	Std. Deviation	Sig.
โสด	247	3.92	0.630	0.032
สมรส/หย่าร้าง	153	3.78	0.671	

จากตารางที่ 4.16 การทดสอบสถานภาพสมรสกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample T-Test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.032 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 สรุปว่าสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยตามตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

โดยรวมในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากกว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสหรือหย่าร้าง เพราะคนโสดสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน จะมีการเลือกใช้บริการ เพราะใกล้บ้าน เดินทางสะดวก มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะอาดรวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์นอกสถานที่ และมีช่วงเวลาที่ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์แตกต่างกัน

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัย

จากการออกแบบแบบสอบถามโดยอาศัยข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้มีการกำหนดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัย และทำการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่างๆ ทั้งสิ้น 39 ตัวแปร ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า มีคู่ตัวแปรอิสระหลายคู่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ความสัมพันธ์ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการนำไปวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรอิสระทั้งหมด ไปสกัดความเหมือนกันของตัวแปร ออกมาเป็นกลุ่มปัจจัยใหม่ก่อน เพื่อให้ได้ข้อมูลผลการวิเคราะห์ที่เหมาะสมและมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น

4.5.1 การวิเคราะห์ความเหมาะสมของตัวแปรอิสระ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Barlett's Test of Sphericity เพื่อทดสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้วิธีการสกัดปัจจัยหรือไม่

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เป็นค่าที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลตัวอย่างที่จะนำไปวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ซึ่งถ้าหากค่า KMO มีค่าสูง (ค่าที่ยอมรับ คือ 0.5-1) แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมในการนำไปใช้วิเคราะห์ปัจจัยได้ แต่ถ้าค่า KMO มีค่าต่ำกว่า 0.5 แสดงว่า ข้อมูลไม่เหมาะสมที่จะนำไปใช้วิเคราะห์ปัจจัย สำหรับการทดสอบ Barlett's Test of Sphericity เป็นการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ โดยรวมของตัวแปรย่อยที่นำมาวิเคราะห์ ว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์ระหว่างกันหรือไม่ ข้อมูลที่เหมาะสมจะต้องมีค่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด โดยการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 และตั้งสมมติฐาน คือ

H_0 : ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

H_1 : ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

ตารางที่ 4.17

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's Test of Sphericity ของตัวแปรอิสระ

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.930
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	11997.177
	df	741
	Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรอิสระทั้ง 39 ตัวแปร พบว่า มีค่า KMO เท่ากับ 0.930 แสดงว่าข้อมูลที่รวบรวมได้มีความเหมาะสมจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยในระดับดี และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity พบว่ามีค่า Chi-Square เท่ากับ 11997.177 และมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ จึงปฏิเสธ H_0 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระต่างๆ ทั้ง 39 ตัวแปร มีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยต่อไปได้

4.5.2 การกำหนดกลุ่มปัจจัย

จากการทดสอบ KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และ Bartlett's Test of Sphericity ข้างต้น พบว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 39 ตัวแปร มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน จึงเหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ขั้นตอนต่อมา คือ การสกัดปัจจัย (Extraction) ซึ่งเป็นการหาและกำหนดปัจจัยที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์หาสมการถดถอยเชิงเส้น โดยใช้วิธีการสกัดปัจจัยแบบ Principal Component Analysis (PCA) และใช้วิธีการหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax แล้วใช้เกณฑ์ในการตัดสินจำนวนปัจจัยที่เหมาะสมจากการพิจารณาค่า Eigenvalue ที่มากกว่า 1 และค่า Factor Loading ของตัววัดในปัจจัยต้องไม่น้อยกว่า 0.3 รวมทั้งตัววัดแต่ละตัวต้องไม่มีค่า Factor Loading สูงใกล้เคียงกันในปัจจัยมากกว่า 1 ปัจจัย

เมื่อวิเคราะห์ค่าสถิติสำหรับแต่ละปัจจัยทั้งก่อนและหลังการสกัดปัจจัยโดยวิธี Principal Component Analysis (PCA) พบว่า ค่า Initial Eigenvalues มีตัวแปรอิสระต่างๆ ทั้งสิ้น 39 ตัวแปร สามารถจัดเป็นกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ทั้งสิ้น 6 กลุ่มปัจจัย โดยกลุ่มปัจจัยใหม่ที่สามารถ

อธิบายความแปรปรวนของตัวแปรอิสระได้ 67.15% ซึ่งสามารถแสดงเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มปัจจัยและตัววัดต่างๆ ระหว่างปัจจัยหรือตัววัดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และปัจจัยหรือตัววัดที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย ดังตารางที่ 4.18 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.18

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์
<ol style="list-style-type: none"> 1. โรงพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี 2. โรงพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือ 3. มีคุณภาพในการรักษา 4. มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา 5. มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ 6. มีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ให้บริการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. โรงพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี 2. มีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ให้บริการ 3. โรงพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือ 4. มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ 5. มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา 6. มีคุณภาพในการรักษา
ปัจจัยด้านราคา	ปัจจัยด้านราคา
<ol style="list-style-type: none"> 1. ค่ารักษาและบริการอื่นๆ เหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ 2. ค่ารักษาและบริการอื่นๆ คุ่มค่า 3. ค่ารักษาและบริการถูกกว่าโรงพยาบาลสัตว์ คลินิก โรงแรมสัตว์เลี้ยง ร้านจำหน่ายสินค้า และอาหารสัตว์ หรือร้านบริการอาบน้ำ-ตัดขนใกล้เคียง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ค่ารักษาและบริการอื่นๆ คุ่มค่า 2. ค่ารักษาและบริการอื่นๆ เหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ 3. ค่ารักษาและบริการถูกกว่าโรงพยาบาลสัตว์ คลินิก โรงแรมสัตว์เลี้ยง ร้านจำหน่ายสินค้า และอาหารสัตว์ หรือร้านบริการอาบน้ำ-ตัดขนใกล้เคียง
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
<ol style="list-style-type: none"> 1. โรงพยาบาลสัตว์ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน 2. มีความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาล สัตว์ 3. มีบริการรักษานอกสถานที่ตามต้องการ 4. มีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยงตามต้องการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. โรงพยาบาลสัตว์ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน 2. มีความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาลสัตว์

ตารางที่ 4.18

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
(ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย 2. มีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิกที่น่าสนใจ 3. มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ 4. มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิกที่น่าสนใจ 2. มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ 3. มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ 4. มีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยงตามต้องการ 5. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย 6. มีบริการรักษานอกสถานที่ตามต้องการ 7. มีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการอย่างสม่ำเสมอ
ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงาน	ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ
<ol style="list-style-type: none"> 1. สัตวแพทย์มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการรักษา 2. มีพนักงานในการให้บริการอย่างเพียงพอ 3. พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ 4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีเป็นมิตร 5. พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย 6. พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีเป็นมิตร 2. พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี 3. พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย 4. มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษาอย่างชัดเจน 5. มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดภายหลังการใช้บริการ

ตารางที่ 4.18

เปรียบเทียบกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
(ต่อ)

ปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม	ปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัย
<p>ปัจจัยด้านกระบวนการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีการบริการที่สะดวกรวดเร็ว 2. มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษาอย่างชัดเจน 3. มีกระบวนการให้บริการที่เป็นระบบ 4. มีการประเมินค่าใช้จ่ายก่อนรับบริการที่ค่อนข้างแม่นยำ 5. มีการแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน 6. มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดภายหลังการใช้บริการ 7. มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการทุกครั้ง 8. มีการแจ้งเตือนนัดหมายอย่างสม่ำเสมอ 9. มีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการอย่างสม่ำเสมอ 10. มีเวลาเปิด-ปิดที่สะดวกต่อการใช้บริการ 	<ol style="list-style-type: none"> 6. พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ 7. มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการทุกครั้ง 8. มีการบริการที่สะดวกรวดเร็ว 9. มีการแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน 10. มีการประเมินค่าใช้จ่ายก่อนรับบริการที่ค่อนข้างแม่นยำ 11. มีพนักงานในการให้บริการอย่างเพียงพอ 12. มีกระบวนการให้บริการที่เป็นระบบ 13. สัตวแพทย์มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการรักษา 14. มีการแจ้งเตือนนัดหมายอย่างสม่ำเสมอ
<p>ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความสะอาดของอาคารสถานที่ 2. การตกแต่งสถานที่สวยงาม 3. ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน 4. มีห้องน้ำสำหรับผู้ใช้บริการเพียงพอ 5. มีสถานที่พักนั่งรอตรวจอย่างเพียงพอ 6. มีที่จอดรถได้สะดวก 	<p>ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีสถานที่พักนั่งรอตรวจอย่างเพียงพอ 2. ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน 3. มีห้องน้ำสำหรับผู้ใช้บริการเพียงพอ 4. มีที่จอดรถได้สะดวก 5. การตกแต่งสถานที่สวยงาม 6. ความสะอาดของอาคารสถานที่ 7. มีเวลาเปิด-ปิดที่สะดวกต่อการใช้บริการ

จากการวิเคราะห์ปัจจัยทำให้ได้ปัจจัยใหม่จำนวนทั้งหมด 6 ปัจจัย ดังตารางที่ 4.16 ผู้วิจัยจึงทำการปรับเปลี่ยนสมมติฐานงานวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้สอดคล้องกับผลที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านราคาส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ภายหลังจากที่ได้ทำการสกัดปัจจัยตัวแปรอิสระทั้ง 39 ตัวแปร เป็น 6 ปัจจัยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกคะแนนปัจจัย (Factor Score) ของแต่ละปัจจัย เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติอื่นๆ ที่สนใจต่อไป

นอกจากนี้ระหว่างการวิเคราะห์ปัจจัย เมื่อได้แบ่งตัววัดทั้งหมดออกเป็น 6 ปัจจัยข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกคะแนนปัจจัย (Factor Score) ของแต่ละปัจจัย เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติอื่นๆ ที่สนใจต่อไป

4.6 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ได้จากการจัดกลุ่มใหม่ กับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้ปัจจัยที่ได้จากการจัดกลุ่มการวิเคราะห์ปัจจัย ผู้วิจัยได้นำกลุ่มปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัย ตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ไปทำ

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อพิสูจน์ว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ ซึ่งใช้ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามที่ได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วจำนวน 400 ชุด และกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.19

ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Model Summary)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.596 ^a	0.355	0.345	0.5250

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด (R Square) เท่ากับ 0.355 หมายความว่า ตัวแปรทั้ง 6 ตัว สามารถอธิบายความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 35.5 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 64.5 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ

ตารางที่ 4.20

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแบบ (Anova)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	59.676	6	9.946	36.091	0.000 ^b
Residual	108.302	393	0.276		
Total	167.978	399			

จากตารางที่ 4.20 สามารถวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแบบ โดยกำหนดสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ตัวแปรอิสระทุกตัว ไม่สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้

H_1 : ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้

จากการทดสอบที่กำหนดระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า จากผลการทดสอบตาม ตารางที่ 4.20 มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 สรุปว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่สามารถนำมาใช้ในการพิจารณาความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้

ตารางที่ 4.21

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.868	0.026		147.346	0.000
ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ	0.257	0.026	0.396	9.775	0.000
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ	0.148	0.026	0.229	5.649	0.000
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	0.110	0.026	0.169	4.174	0.000
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.205	0.026	0.317	7.819	0.000
ปัจจัยด้านราคา	0.046	0.026	0.071	1.763	0.079
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.072	0.026	0.110	2.726	0.007

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (T-Test) ของ ปัจจัยที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05) มีจำนวน 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ถ้าตัวแปรอิสระตัวใดมีค่า Beta Coefficient สูง แสดงว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นส่งผลต่อตัวแปรตามมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านราคา มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงเป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถตอบสมมติฐานของงานวิจัยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน สามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้รับการบริการจากสัตวแพทย์ผู้มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการรักษา มีมนุษยสัมพันธ์เป็นมิตร สุภาพเรียบร้อย ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษาและอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน มีความรวดเร็วในการให้บริการ รับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์มีพนักงานในการให้บริการอย่างเพียงพอ มีกระบวนการให้บริการที่เป็นระบบ สะดวกรวดเร็ว ตลอดจนมีการแจ้งเตือนนัดหมายอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านบุคลากรผู้ให้บริการระดับมากที่สุด ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ รวมทั้งมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านกระบวนการให้บริการ และมีความพึงพอใจต่อการประสานงานอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยของ มานิดา วิรัชศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ ดังนี้ สัตวแพทย์มีความเชี่ยวชาญ แม่นยำในการวินิจฉัยโรค สัตวแพทย์สามารถให้คำอธิบายในเรื่องต่างๆ และให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี พนักงานให้ความเอาใจใส่ต่อสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี และอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ดังนี้ พนักงานมีความกระตือรือร้น และความเต็มใจในการให้บริการ และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสและสุภาพ ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษา มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้บริการ มีบริการที่สะดวก รวดเร็ว มีการแจ้งเตือนนัดหมายทางโทรศัพท์ SMS ไปรษณีย์บัตร และมีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน สามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้รับการบริการในโรงพยาบาลสัตว์ที่มีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิก มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย ให้บริการรับส่งสัตว์เลี้ยง บริการรักษานอกสถานที่ตามต้องการ และมีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ในการเลือกใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยของ มานิดา วิจารณ์ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ มีการบริการสังคม เช่น ฉีดวัคซีน ทำหมัน สุนัขและแมวจรจัด และอยู่ในระดับปานกลาง 4 ข้อ ดังนี้ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อเจ้าของสัตว์เลี้ยง มีสิทธิประโยชน์พิเศษ สำหรับสมาชิก มีพนักงานในการแนะนำสินค้าและบริการของสถานพยาบาลสัตว์ และมีการลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร ใบปลิว ส่วนในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เช่น มีบริการรักษานอกสถานที่หรือมีบริการรักษาถึงบ้าน และมีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยง แต่อย่างไรก็ตาม ผลดังกล่าวไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พนิดา กันภัย และคณะ (2554) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน สามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้รับการบริการในโรงพยาบาลสัตว์ที่มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ มีคุณภาพในการรักษา มีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสะอาดปลอดภัยในการตรวจรักษา ตลอดจนผลิตภัณฑ์และบริการครอบคลุมความต้องการของผู้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากในด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ มานิดา วิจารณ์ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ สามารถให้บริการ

ด้านการผ่าตัดได้ทุกประเภท ให้บริการครบวงจรทั้งรักษา ผ่าตัด อาบน้ำตัดขน และฝากเลี้ยง มีคลินิก รักษาโรคเฉพาะทาง เปิด 24 ชั่วโมง และมีอาหาร และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงจำหน่ายหลากหลาย ตรงกับงานวิจัยของ พนิดา กันภัย และคณะ (2554) พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมและความพึงพอใจทั่วไป ในการใช้บริการที่โรงพยาบาลสัตว์ในมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการคลินิกที่อื่น เพราะว่า โรงพยาบาลสัตว์มีเครื่องมือ อุปกรณ์ในการรักษาครบและพร้อมในเรื่องความอำนวยความสะดวก มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยผู้ที่ไปใช้บริการที่อื่นมีเหตุผล คือ มีความสะดวก รวดเร็ว และ ผลการวิจัยระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน โดยจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด 7Ps พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่า เป็นโรงพยาบาลที่เป็นที่ยอมรับ พอใจกับการรักษาสัตว์ของโรงพยาบาล ได้รับยาที่มีคุณภาพกลับบ้านทุกครั้ง สัตว์มีอาการดีขึ้นทุกครั้งที่มาปรึกษาที่โรงพยาบาล และการ ค้นหาข่าวสารของโรงพยาบาลทำได้ง่ายและสะดวก รวมถึงงานวิจัย

ของ อมรรัตน์ ศาสตราวหา และคณะ (2552) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการในระดับมากที่สุด การเป็นโรงพยาบาลสัตว์ของสถาบันการศึกษาชั้นนำของประเทศ บุคลากรที่มีศักยภาพและมีอุปกรณ์ที่ครบครัน การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด จะสามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจแก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงได้มากยิ่งขึ้น โดยส่วนประสมทางการตลาดที่มี ค่าอิทธิพลระดับมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้ บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน สามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้รับการบริการในโรงพยาบาล สัตว์ที่มีการตกแต่งสถานที่สวยงาม สะอาด ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน มีสถานที่พักผ่อน รวดเร็ว และมีห้องน้ำสำหรับผู้ให้บริการเพียงพอ มีที่จอดรถได้สะดวก และมีเวลาเปิด-ปิดที่สะดวกต่อการใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ในการใช้บริการ กลุ่ม ตัวอย่างให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพระดับมาก ในการเลือกใช้บริการ จำแนกตามรายได้มี ความแตกต่างในการเลือกใช้บริการ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ มานิดา วิริยะศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้าน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ มีการแยกห้องสัตว์ป่วยติดเชื้อมีและไม่ติดเชื้อออกจากกัน ความสะอาดของอุปกรณ์ต่างๆ และ สถานพยาบาลสัตว์ไม่มีกลิ่นเหม็น มีเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัยครบถ้วน มีการแบ่ง พื้นที่การให้บริการเป็นสัดส่วนและเหมาะสม และมีการแยกห้องพักสัตว์แต่ละประเภท

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านราคาส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.079 ซึ่งมากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน สามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านราคาไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากหรือน้อย ไม่ได้ขึ้นอยู่กับค่ารักษาและบริการอื่นๆ ว่าคุ้มค่า เหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ หรือถูกกว่าโรงพยาบาลสัตว์ คลินิก โรงแรมสัตว์เลี้ยง ร้านจำหน่ายสินค้าและอาหารสัตว์ หรือร้านบริการอาบน้ำ-ตัดขนใกล้เคียงหรือไม่ เพราะสิ่งที่ผู้ให้บริการต้องจ่ายให้กับโรงพยาบาลสัตว์นั้นมีมากกว่าเงิน ราคาที่ถูกอาจไม่ใช่ปัจจัยหลักจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ แต่อาจเป็นเรื่องความรู้สึกที่เป็นปัจจัยสำคัญทำให้ผู้ใช้บริการสนใจและให้ความสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคาในระดับมาก ในการเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ งานวิจัยของ มานิดา วิรัชศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่ารักษาและบริการมีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดภายหลังการรับบริการ ระบุอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน มีการประเมินค่าใช้จ่ายให้ก่อนรับบริการ และราคาในการรักษา และบริการถูกกว่าสถานพยาบาลสัตว์ใกล้เคียง

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติ T-Test ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่าค่า $\alpha = 0.05$ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน สามารถตีความได้ว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้ใช้บริการในโรงพยาบาลสัตว์ที่อยู่ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน และมีความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาลสัตว์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภารัตน์ สุธรรม (2555) พบว่า ในการเลือกใช้บริการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับงานวิจัยของ มานิดา วิรัชศิริ (2554) พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ประกอบด้วย เดินทางสะดวก สถานพยาบาลสัตว์อยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน และมีที่จอดรถ ได้สะดวก และมีบริการรักษานอกสถานที่หรือมีบริการรักษาถึงบ้าน และมีบริการรถรับส่งสัตว์เลี้ยง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงศึกษาความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยใดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในปัจจุบันมากที่สุด ผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปเป็นแนวทางประกอบการวางแผน การวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจ ปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถครองใจผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งทางตลาดให้ได้มากขึ้น และใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์กลุ่มผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ได้ อีกทั้งยังเป็นฐานข้อมูลเพื่อต่อยอดในการทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แก่ผู้วิจัยรายอื่นในอนาคต

ภายหลังจากที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ผลวิจัย โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตามกำหนดกลุ่มตัวอย่างประชากรตัวอย่าง ซึ่งมากกว่าหรือเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติ เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น เพศชาย 36.0% และเพศหญิง 64.0% กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็น 44.8% โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็น 61.8% ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดส่วนใหญ่อยู่ระดับปริญญาตรี คิดเป็น 64.0% ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท คิดเป็น 41.5% และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็น 25.0%

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลของกลุ่มตัวอย่างจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประเภทสัตว์เลี้ยงที่กลุ่มตัวอย่างพามาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ส่วนใหญ่ คือ สุนัข มากที่สุดคิดเป็น 71.3% ซึ่งผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ส่วนใหญ่มีจำนวนสัตว์เลี้ยง 1-2 ตัว คิดเป็น 62.3% ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ต่อปีโดยเฉลี่ย 1-3 ครั้ง คิดเป็น 50.0% โดยกลุ่มตัวอย่างพาสัตว์เลี้ยงเลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ด้านป้องกันโรค (ฉีดวัคซีน, ถ่ายพยาธิ) มากที่สุด คิดเป็น 76.3% และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ 1 ครั้ง ประมาณ 500-1,000 บาท คิดเป็น 32.5% กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลโรงพยาบาลสัตว์ที่ใช้บริการจากการบอกกล่าวจากผู้อื่นมากที่สุด คิดเป็น 46.0% ในส่วนโรงพยาบาลสัตว์ที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการบ่อยที่สุดหรือเคยใช้บริการมากที่สุด 5 อันดับแรก คือ โรงพยาบาลสัตว์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน คิดเป็น 16.25% รองลงมา คือ โรงพยาบาลสัตว์เล็ก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คิดเป็น 9.25% โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ คิดเป็น 7.75% โรงพยาบาลสัตว์ประจักษ์ มหวิทยาลัยมหิดล คิดเป็น 5.5% และโรงพยาบาลสัตว์วัดลิ้นจี่ คิดเป็น 4.25% ตามลำดับ ซึ่งมีเหตุผลสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกพาสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากที่สุด คือ ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน เดินทางสะดวก คิดเป็น 55.8%

5.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้ง 39 ตัวแปร ทำให้ได้ปัจจัยใหม่จำนวนทั้งหมด 6 ปัจจัย และเมื่อนำกลุ่มปัจจัยทั้งหมด 6 ปัจจัยนี้ มาทำการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (T-Test ของ ปัจจัยที่มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05) มีจำนวน 5 ปัจจัย โดยเรียงลำดับจากค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย (Beta Coefficient) โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านราคา มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 จึงเป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยสามารถอธิบายความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้ร้อยละ 35.5 ซึ่งแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.3.1 ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้รับการบริการจากสัตวแพทย์ผู้มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการรักษา มีมนุษยสัมพันธ์ดีเป็นมิตร สุภาพเรียบร้อย ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษาและอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน มีความรวดเร็วในการให้บริการ รับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์มีพนักงานในการให้บริการอย่างเพียงพอ มีกระบวนการให้บริการที่เป็นระบบ สะดวกรวดเร็ว ตลอดจนมีการแจ้งเตือนนัดหมายอย่างสม่ำเสมอ

5.1.3.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้รับการบริการในโรงพยาบาลสัตว์ที่มีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิก มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย ให้บริการรับส่งสัตว์เลี้ยง บริการรักษานอกสถานที่ตามต้องการ และมีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการอย่าง

5.1.3.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้รับการบริการในโรงพยาบาลสัตว์ที่มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ มีคุณภาพในการรักษา มีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา ตลอดจนผลิตภัณฑ์และบริการครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้บริการ

5.1.3.4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้รับการบริการในโรงพยาบาลสัตว์ที่มีการตกแต่งสถานที่สวยงาม สะอาด ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน มีสถานที่พักผ่อนรอตรวจและมีห้องน้ำสำหรับผู้ให้บริการเพียงพอ มีที่จอดรถได้สะดวก และมีเวลาเปิด-ปิดที่สะดวกต่อการใช้บริการ

5.1.3.5 ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ให้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้

บริการโรงพยาบาลสัตว์มากหรือน้อย ไม่ได้ขึ้นอยู่กับค่ารักษาและบริการอื่นๆ ว่าคุ้มค่า เหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ หรือถูกกว่าโรงพยาบาลสัตว์ คลินิก โรงแรมสัตว์เลี้ยง ร้านจำหน่ายสินค้าและอาหารสัตว์ หรือร้านบริการอาบน้ำ-ตัดขนใกล้เคียงหรือไม่ เพราะสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องจ่ายให้กับโรงพยาบาลสัตว์นั้นมีมากกว่าเงิน ราคาที่ถูกอาจไม่ใช่ปัจจัยหลักจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ แต่อาจเป็นเรื่องความรู้สึกที่เป็นปัจจัยสำคัญทำให้ผู้ใช้บริการสนใจและให้ความสำคัญ

5.1.3.6 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้ใช้บริการจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ถ้าได้ใช้บริการในโรงพยาบาลสัตว์ที่อยู่ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน และมีความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาลสัตว์

สำหรับการศึกษาความแตกต่างของปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส ว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปริมณฑล แตกต่างกันหรือไม่ ด้วยการวิเคราะห์ Independent-Sample T-Test และ One-Way ANOVA ร่วมกับการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ต่างกันด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) และวิธี Tamhane ซึ่งพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1.3.7 ปัจจัยด้านเพศ

เพศต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพราะการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการไม่ว่าจะเพศชายหรือเพศหญิงต่างก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยต่างๆ ไม่แตกต่างกัน เช่น ในเรื่องความต้องการที่จะได้รับการบริการที่ดีจากสัตวแพทย์ผู้มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ มีคุณภาพในการรักษา มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา ฯลฯ

5.1.3.8 ปัจจัยด้านอายุ

อายุที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงสุด โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มอายุทีละคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป จึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่อายุมากจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงกว่าผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่อายุน้อยกว่า เพราะคนอายุมากส่วนใหญ่

สนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ก็เพื่อ การป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยง ได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ มากตามไปด้วย

5.1.3.9 ปัจจัยด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาล สัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาปริญญาโท หรือสูงกว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงสุด โดยเมื่อ เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มระดับ การศึกษาที่ละคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจใน การใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท หรือสูงกว่า จึง สามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีระดับการศึกษาสูง มีจะความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์สูงกว่าผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า เพราะคนที่มีระดับ การศึกษาสูงสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาล สัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย

5.1.3.10 ปัจจัยด้านอาชีพ

อาชีพที่ต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพราะโรงพยาบาลสัตว์ให้บริการรักษาสัตว์เลี้ยง ให้กับผู้ใช้อย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าผู้ใช้บริการจะมีอาชีพใด จึงทำให้มีความพึงพอใจในการใช้ บริการของผู้ใช้บริการในแต่ละอาชีพไม่แตกต่างกัน

5.1.3.11 ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาล สัตว์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงสุด โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการแต่ละกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนทีละคู่ พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แตกต่าง จากผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป เช่นเดียวกับผู้ใช้บริการที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์แตกต่าง

จากผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป จึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูง มีจะความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์สูงกว่า ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า เพราะคนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ให้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย

5.1.3.12 ปัจจัยด้านสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรสที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพโสดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากกว่าผู้บริการที่มีสถานภาพสมรสหรือหย่าร้าง เพราะคนโสดสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น มีสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อน การพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ก็เพื่อการป้องกันโรค ตรวจรักษาโรคและรับบริการด้านต่างๆ เมื่อผู้ให้บริการได้รับการบริการที่ดี สัตว์เลี้ยงได้รับการรักษาจนอาการทุเลาหรือหายจากโรค จึงมีความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากตามไปด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางประกอบการวางแผน การวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจ ปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถครองใจผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งทางตลาดให้ได้มากขึ้น และใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริการโรงพยาบาลสัตว์ได้

ผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการในธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ ตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ

ปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานและกระบวนการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับสัตวแพทย์ผู้ให้บริการและบุคคลของโรงพยาบาลสัตว์ โดยให้มีการเข้าฟังสัมมนาทางวิชาการ เพื่อศึกษาหาความรู้ เพิ่มทักษะความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการรักษา ตลอดจนมี

การพัฒนาบุคลากรและการมีจิตใจในการให้บริการที่ดี เพื่อให้มีมนุษยสัมพันธ์ดีเป็นมิตร สุภาพ เรียบร้อย ดูแลเอาใจใส่ลูกค้า มีการวางระบบการทำงานให้เป็นระบบ ผู้บริการเป็นเลิศและมีพิมพ์เขียวหน่วยงาน เพื่อให้เข้าใจว่าแต่ละขั้นตอน ต้องดำเนินกิจกรรมอะไรบ้าง ตั้งแต่เริ่มการให้บริการจนจบกระบวนการ ให้บริการแก่ผู้มาใช้บริการ มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษาและอัตราค่าบริการ อย่างชัดเจน มีความรวดเร็วในการให้บริการ รับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์มีพนักงานในการให้บริการอย่างเพียงพอ มีกระบวนการให้บริการที่เป็นระบบ สะดวกรวดเร็ว ตลอดจนมีการแจ้งเตือนนัดหมายอย่างสม่ำเสมอ

5.2.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบริการ ผู้ประกอบการควรมีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิก มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ ร่วมกับการใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ การออกบูธตามงานแสดงสินค้า บริการ และกิจกรรมต่างๆ ตรวจสอบสุขภาพสัตว์เบื้องต้น มีโปสเตอร์ แผ่นพับ เอกสารแจก เพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์สู่ผู้บริการกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น ประกอบกับการให้บริการรับส่งสัตว์เลี้ยง บริการรักษานอกสถานที่ตามต้องการ และมีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการอย่างสม่ำเสมอ

5.2.3 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรมีการสร้างแบรนด์ของโรงพยาบาลสัตว์ให้มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี น่าเชื่อถือ มีคุณภาพในการรักษาดีให้เป็นที่รู้จักในหมู่มูลีเลี้ยงสัตว์ เช่น การออกบูธตามงานแสดงสินค้า บริการ และกิจกรรมต่างๆ เพื่อตรวจสอบสุขภาพสัตว์เบื้องต้น มีการพัฒนาเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ให้ความสำคัญกับความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา ตลอดจนมีผลิตภัณฑ์และบริการครอบคลุมความต้องการของผู้ใช้บริการ

5.2.4 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรมีการตกแต่งสถานที่สวยงาม สะอาด ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน อาจมีการแยกห้องตรวจระหว่างสุนัขและแมว เพื่อลดการเผชิญหน้ากันทำให้ความเครียดจะเกิดกับสัตว์เลี้ยงลดลงได้ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่พักผ่อนและมีห้องน้ำสำหรับผู้ใช้บริการเพียงพอ จัดให้มีที่จอดรถที่สามารถจอดได้สะดวก และมีเวลาเปิด-ปิดที่สะดวกต่อการใช้บริการ

5.2.5 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังจะเปิดโรงพยาบาลสัตว์แห่งใหม่ควรหาทำเลที่อยู่ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงานของผู้เลี้ยงสัตว์ และมีความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาลสัตว์ อีกทั้งควรเป็นจุดที่สามารถมองเห็นได้ง่าย

5.2.6 ปัจจัยปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์

ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส ผู้ประกอบการควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงพยาบาลสัตว์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ ร่วมกับการพัฒนาบุคลากรทั้งองค์กรให้มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ มีคุณภาพในการรักษา มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่พักผ่อนรอตรวจ และห้องน้ำให้เพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ ในเรื่องค่ารักษาและบริการต้องมีความเหมาะสม คุ่มค่า กับการบริการที่ได้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับโรงพยาบาลสัตว์ คลินิก โรงแรมสัตว์เลี้ยง ร้านจำหน่ายสินค้าและอาหารสัตว์ หรือร้านบริการอาบน้ำ-ตัดขนใกล้เคียง ด้วยการสร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ พร้อมทั้งให้การบริการที่เหนือกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ จนทำให้ผู้ใช้บริการเข้าใจถึงคุณค่าที่ผู้ประกอบการส่งมอบคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งชั้นให้กับผู้ใช้บริการได้ เพื่อรองรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 41 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป และมีสถานภาพโสด ซึ่งหันมาสนใจเลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น และให้ความสำคัญดูแลเอาใจใส่เป็นเสมือนหนึ่งสมาชิกในครอบครัว แต่ก็ตามมาด้วยความคาดหวังในการบริการที่สูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรมุ่งพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ จนสามารถครองใจผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งทางตลาดให้ได้มากขึ้น

5.3 ข้อจำกัดงานวิจัย

1. ข้อมูลที่เก็บได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ได้คำถามในแบบสอบถามที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัย แต่ข้อมูลที่ได้รับอาจจำกัดอยู่แค่ในแบบสอบถามเท่านั้น เนื่องจากด้วยการแจกแบบสอบถามแบบปกติและการแจกแบบสอบถามออนไลน์ เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงทำให้กลุ่มประชากรอาจไม่กระจายเท่าที่ควร อาจทำให้ผลคลาดเคลื่อนในการนำไปอ้างอิงกับกลุ่มประชากรทั้งหมดได้

2. ข้อมูลที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างเป็นข้อมูลที่เก็บได้ในช่วงเวลาตั้งแต่วันที่ 8 ตุลาคม 2559 ถึงวันที่ 22 พฤศจิกายน 2559 ดังนั้น ผู้ที่จะนำข้อมูลวิจัยชุดนี้ไปใช้ควรระมัดระวังการนำข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลเชิงสถิติในการนำไปประยุกต์ใช้เนื่องจากข้อมูลที่เชื่อมโยงปัจจัยต่างๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงระยะเวลาได้

5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัยต่อเนื่อง

1. เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ควรใช้วิธีการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เช่น การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Participation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อหาเหตุผลที่แท้จริงเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นแนวทางประกอบการวางแผน การวางแผนกลยุทธ์ในการแข่งขันทางธุรกิจ ปรับปรุงการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ สามารถครองใจผู้บริโภคและเพิ่มส่วนแบ่งทางตลาดให้ได้มากขึ้น

2. งานวิจัยนี้ศึกษาภาพรวมของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ และการใช้บริการซ้ำ เนื่องจากเป็นการศึกษาที่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ได้ เพื่อรักษากรฐานผู้บริการของโรงพยาบาลสัตว์ไว้ได้ในระยะยาว รวมถึงเพื่อเป็นแนวทางการขยายฐานผู้บริการในอนาคต

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วี.พริ้นท์ (1991).
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ฟิลลิป คอทเลอร์. (2547). *การจัดการการตลาด*. (ยงยุทธ พงษ์ศิริพันธ์ และคณะ, ผู้แปล).
กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- มนวิกา ผดุงสิทธิ์ และคณะ. (2557). *การวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- วิทยา จารุพงศ์โสภณ. (2556). *กลยุทธ์ราคา (Pricing and Marketing Profitability)*. กรุงเทพฯ:
แปลน พริ้นติ้ง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

วิทยานิพนธ์

- บัณฑิตา สภาวจิตร และคณะ. (2555). *4 ขา Marketing เปิดชุมชนทรัพย์หมื่นล้านตลาดโฮ้งเหมียว*.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิทยาลัย
การจัดการ.
- ประภรณ์ สุธรรม. (2555). *แนวทางการเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลสัตว์ คณะสัตวแพทยศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. (การศึกษาระดับปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ.
- พนิดา กันภัย และคณะ. (2554). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ใน
มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร*. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏ
จันทระ, คณะวิทยาการจัดการ, สาขาการตลาด.
- มานิดา วิริยะศิริ. (2554). *พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ
สถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัย
รามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการตลาด.

เอกสารอื่น ๆ

อมรรัตน์ ศาสตราวหา และคณะ. (2552). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการหน่วยอายุรกรรม*
โรงพยาบาลสัตว์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน. ใน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขา
สัตว, สาขาสัตวแพทยศาสตร์, สาขาประมง: การประชุมทางวิชาการของ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 50 (น. 348-355). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมปศุสัตว์. (16 กรกฎาคม 2555). *กรมปศุสัตว์ยกระดับมาตรฐานคลินิกสัตว์ (118/2555)*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2559 จาก http://www.dld.go.th/th/images/stories/procure/2558/255801/25580120_1.pdf.

กรมปศุสัตว์. (20 มกราคม 2558). *พระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2557*. สืบค้น
เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม 2559 จาก <http://www.dld.go.th/th/index.php/2010-02-16-08-16-57/145---2555/8413-1182555->.

สยามธุรกิจ. (21 พฤษภาคม 2559). *คนไทยเหงาจัด “ธุรกิจสัตว์เลี้ยง” บูม “หมา-แมว” เฟื่อง! อด
ตลาดโต 2 หมื่นล้าน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2559 จาก
http://www.siamturakij.com/main/news_content.php?nt=4&nid=7531.

สำนักควบคุม ป้องกันและบำบัดโรคสัตว์ กรมปศุสัตว์. (24 ธันวาคม 2558). *ประกาศกระทรวงเกษตร
และสหกรณ์ เรื่อง กำหนดเครื่องมือ เครื่องใช้ ยา และเวชภัณฑ์ที่จำเป็นประจำ
สถานพยาบาลสัตว์ ผู้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์สำหรับสถานพยาบาลสัตว์
ชื่อสถานพยาบาลสัตว์ ลักษณะป้ายชื่อสถานพยาบาลสัตว์ ป้ายชื่อผู้ประกอบวิชาชีพ
การสัตวแพทย์ รายการอัตราค่ารักษาพยาบาลและค่าบริการ พ.ศ. 2558*. สืบค้นเมื่อวันที่ 16
พฤษภาคม 2559 จาก
<http://dcontrol.dld.go.th/dcontrol/images/clinic/03xfsxukxliafzqpddzpxrueaqufxfsx.PDF>.

สำนักควบคุม ป้องกันและบำบัดโรคสัตว์ กรมปศุสัตว์. (2559). *รายงานจำนวนสถานพยาบาลสัตว์*.
ข้อมูลดิบ. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 กันยายน 2559 จาก
<http://dcontrol.dld.go.th/dcontrol/index.php/hospital/45-hospital/217-1>.

ฮาเก็ม ผูหาตา. (4 สิงหาคม 2557). *วิถีชีวิตคนเมืองในประเทศไทย : แนวโน้มใหม่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20
มิถุนายน 2559 จาก http://www.slideshare.net/FURD_RSU/the-new-trend.

- ASTV ผู้จัดการออนไลน์. (15 มกราคม 2558). *K SME ชี้หนุ่มสาวเมืองขึ้นคาน หนุนตลาดสัตว์เลี้ยง*
รุ่ง. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2559 จาก
<http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=958000000533>
9.
- Marketeer. (30 พฤษภาคม 2559). *ตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยง*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2559 จาก
<http://marketeer.co.th/archives/85016>.
- SME Thailand. (กรกฎาคม 2556). *Be the First Be the winner*. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กันยายน
2559 จาก [http://www.baipo-business-awards.org/images/news/scoop-
interview_BaiPo-Business-Awards-by-Sasin%20_8th.pdf](http://www.baipo-business-awards.org/images/news/scoop-interview_BaiPo-Business-Awards-by-Sasin%20_8th.pdf).

Books

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Principles of Marketing*. (9th ed.). New Jersey:
Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. (15th ed.). Harlow, England:
Pearson Education.

Journal Articles

- Euromonitor International. (2016). *Pet Care in Thailand*. Passport. (May).



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำชี้แจง :

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ วัตถุประสงค์ในการทำแบบสอบถามเพื่อเป็นการเก็บข้อมูลสำหรับอธิบายความสัมพันธ์ปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้ จะถูกเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัดและจะถูกนำไปใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อประโยชน์ต่องานวิจัย

โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และระดับความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ

นิยามศัพท์

โรงพยาบาลสัตว์ หมายถึง สถานพยาบาลสัตว์ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ พ.ศ. 2533 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557 ที่ให้บริการตรวจ ป้องกัน รักษาโรคสัตว์ ผ่าตัดเล็ก ผ่าตัดใหญ่ ตรวจค่าทางโลหิตวิทยาและค่าเคมีโลหิต มีการให้บริการที่พักรักษาป่วยไว้ค้างคืน และมีบริการเอกซเรย์เพื่อใช้ประกอบการวินิจฉัยโรคในสัตว์ป่วย

คลินิก หมายถึง สถานพยาบาลสัตว์ตามพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ พ.ศ. 2533 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557 ที่ให้บริการตรวจ ป้องกัน รักษาโรคสัตว์หรือผ่าตัดเล็ก ในกรณีให้บริการที่พักรักษาป่วยไว้ค้างคืนจะต้องมีบริการตรวจค่าทางโลหิตวิทยาและค่าเคมีโลหิตด้วย

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่านมากที่สุด

คำถามคัดกรอง

ท่านเคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ และสมุทรสาคร) ใช่หรือไม่

- ใช่
- ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1. ประเภทสัตว์เลี้ยงที่ท่านพามาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- สุนัข
- แมว
- หนู
- กระต่าย
- นก
- ปลา
- สัตว์พิเศษ
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

2. จำนวนสัตว์เลี้ยงที่ท่านเลี้ยงอยู่ที่บ้าน

- 1-2 ตัว
- 3-4 ตัว
- 5-6 ตัว
- 7-8 ตัว
- มากกว่า 8 ตัว

3. ความถี่ในการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ต่อปีโดยเฉลี่ย

- 1-3 ครั้ง
- 4-6 ครั้ง
- 7-9 ครั้ง
- 10-12 ครั้ง
- มากกว่า 12 ครั้ง

4. ท่านพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ด้านใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ด้านป้องกันโรค (ฉีดวัคซีน, ถ่ายพยาธิ)
 - ด้านอายุรกรรม (การรักษาโรค)
 - ด้านห้องปฏิบัติการ (X-ray, ตรวจเลือด, ตรวจปัสสาวะ, อัลตราซาวด์)
 - ด้านสูติกรรม (ทำหมัน, ทำคลอด)
 - ด้านทันตกรรม (ขูดหินปูน, ถอนฟัน)
 - ด้านศัลยศาสตร์ (กระดูก, ข้อต่อ, เนื้อเยื่อ)
 - ด้านงานบริการ (อาบน้ำ, ตัดขน, ฝากเลี้ยง)
 - ซื่อสินค้า (อาหารสัตว์, อุปกรณ์)
 - อื่นๆ (โปรดระบุ)
5. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ 1 ครั้ง
- น้อยกว่า 500 บาท
 - 500-1,000 บาท
 - 1,001-1,500 บาท
 - 1,501-2,000 บาท
 - 2,001-2,500 บาท
 - 2,501-3,000 บาท
 - มากกว่า 3,000 บาท
6. ท่านได้รับข้อมูลของโรงพยาบาลสัตว์ผ่านช่องทางใดบ่อยที่สุด
- บุคคลในครอบครัว
 - นิตยสาร
 - อินเทอร์เน็ต/ เว็บไซต์
 - โปสเตอร์/ แผ่นพับ/ เอกสารแจก
 - วิทยุ
 - โทรทัศน์
 - การบอกกล่าวจากผู้อื่น
 - อื่นๆ (โปรดระบุ)
7. โรงพยาบาลสัตว์ที่ท่านไปใช้บริการบ่อยที่สุด หรือ เคยไปใช้บริการ (เลือกเพียง 1 ที่)
คือ โรงพยาบาลสัตว์.....

8. เหตุผลสำคัญที่ท่านเลือกพาสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่ท่านตอบในข้อ 7 คือข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ
- ราคาสมเหตุสมผล
- ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน เดินทางสะดวก
- มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่างๆ
- บุคลากรที่มีประสิทธิภาพ
- ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ
- ความสะอาดสวยงามของสถานที่
- มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำชี้แจง ให้ท่านเลือกประเมินการให้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่ท่านใช้บริการบ่อยที่สุดที่ท่านตอบใน ส่วนที่ 1 ข้อ 7 ตามปัจจัยต่างๆ ต่อไปนี้ ว่าท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ระดับความคิดเห็น					
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	ประเมิน ไม่ได้
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์						
1. โรงพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี						
2. โรงพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือ						
3. มีคุณภาพในการรักษา						
4. มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา						
5. มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ						
6. มีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้บริการ						

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ระดับความคิดเห็น					
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด	ประเมินไม่ได้
ปัจจัยด้านราคา						
1. ค่ารักษาและบริการอื่นๆ เหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ						
2. ค่ารักษาและบริการอื่นๆ คุ่มค่า						
3. ค่ารักษาและบริการถูกกว่าโรงพยาบาลสัตว์ คลินิก โรงแรมสัตว์เลี้ยง ร้านจำหน่ายสินค้า และอาหารสัตว์ หรือร้านบริการอาบน้ำ-ตัดขนใกล้เคียง						
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
1. โรงพยาบาลสัตว์ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน						
2. มีความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาลสัตว์						
3. มีบริการรักษานอกสถานที่ตามต้องการ						
4. มีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยงตามต้องการ						
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด						
1. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย						
2. มีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิกที่น่าสนใจ						
3. มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ						
4. มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้บริการอย่างสม่ำเสมอ						
ปัจจัยด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน						
1. สัตวแพทย์มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการรักษา						
2. มีพนักงานในการให้บริการอย่างเพียงพอ						

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ระดับความคิดเห็น					
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด	ประเมินไม่ได้
3. พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ						
4. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีเป็นมิตร						
5. พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย						
6. พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี						
ปัจจัยด้านกระบวนการ						
1. มีการบริการที่สะดวกรวดเร็ว						
2. มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษาอย่างชัดเจน						
3. มีกระบวนการให้บริการที่เป็นระบบ						
4. มีการประเมินค่าใช้จ่ายก่อนรับบริการที่ค่อนข้างแม่นยำ						
5. มีการแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน						
6. มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดภายหลังการให้บริการ						
7. มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการทุกครั้ง						
8. มีการแจ้งเตือนนัดหมายอย่างสม่ำเสมอ						
9. มีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการอย่างสม่ำเสมอ						
10. มีเวลาเปิด-ปิดที่สะดวกต่อการใช้บริการ						
ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ						
1. ความสะอาดของอาคารสถานที่						
2. การตกแต่งสถานที่สวยงาม						
3. ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน						
4. มีห้องน้ำสำหรับผู้ใช้บริการเพียงพอ						
5. มีสถานที่พักผ่อนรอตรวจอย่างเพียงพอ						
6. มีที่จอดรถได้สะดวก						

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มี อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	ระดับความพึงพอใจ				
	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจในการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ที่ท่านกำลังประเมินนี้มากน้อย เพียงใด					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ
 - หญิง
 - ชาย
2. อายุ
 - ต่ำกว่า 20 ปี
 - 20-30 ปี
 - 31-40 ปี
 - 41-50 ปี
 - มากกว่า 50 ปี
3. สถานภาพสมรส
 - โสด
 - สมรส
 - หย่าร้าง
4. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด
 - ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - ปริญญาตรี
 - ปริญญาโท หรือเทียบเท่า
 - สูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

- นักเรียน/ นักศึกษา
- รับราชการ
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัท
- ธุรกิจส่วนตัว
- อาชีพอิสระ
- พ่อบ้าน/แม่บ้าน
- อื่นๆ (โปรดระบุ)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- น้อยกว่า 10,000 บาท
- 10,000-20,000 บาท
- 20,001-30,000 บาท
- 30,001- 40,000 บาท
- 40,001-50,000 บาท
- มากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป

7. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้

ภาคผนวก ข

รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ตารางที่ ข.1

จำนวนปัจจัยที่สกัดได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายได้

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	1	14.618	37.482	37.482	14.618	37.482	37.482	8.080	20.717
2	3.725	9.552	47.034	3.725	9.552	47.034	5.526	14.170	34.887
3	2.793	7.162	54.196	2.793	7.162	54.196	4.267	10.941	45.828
4	2.063	5.290	59.486	2.063	5.290	59.486	3.921	10.053	55.881
5	1.546	3.963	63.449	1.546	3.963	63.449	2.366	6.065	61.947
6	1.442	3.697	67.146	1.442	3.697	67.146	2.028	5.199	67.146
7	.988	2.533	69.678						
8	.939	2.408	72.086						
9	.812	2.083	74.168						
10	.750	1.924	76.092						
11	.699	1.791	77.884						
12	.652	1.672	79.555						
13	.621	1.592	81.148						
14	.539	1.381	82.529						
15	.520	1.333	83.862						
16	.492	1.262	85.123						
17	.465	1.192	86.315						
18	.432	1.109	87.424						
19	.409	1.048	88.472						
20	.401	1.029	89.501						
21	.391	1.002	90.503						
22	.317	.813	91.316						

ตารางที่ ข.1

จำนวนปัจจัยที่สกัดได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและค่าความแปรปรวนของตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายได้ (ต่อ)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
	23	.307	.788	92.103					
24	.282	.723	92.827						
25	.279	.716	93.543						
26	.268	.688	94.231						
27	.259	.663	94.894						
28	.245	.628	95.522						
29	.224	.574	96.096						
30	.209	.536	96.633						
31	.187	.480	97.113						
32	.183	.468	97.581						
33	.172	.440	98.021						
34	.163	.418	98.440						
35	.143	.367	98.807						
36	.134	.343	99.150						
37	.121	.310	99.460						
38	.113	.290	99.749						
39	.098	.251	100.000						

ตารางที่ ข.2

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotate Component Matrix)

	Component					
	1	2	3	4	5	6
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดีเป็นมิตร	.813					
พนักงานดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นอย่างดี	.810					
พนักงานมีความสุภาพเรียบร้อย	.801					
มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษอย่างชัดเจน	.747					
มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดภายหลังการใช้บริการ	.728				.306	
พนักงานมีความรวดเร็วในการให้บริการ	.709	.313				
มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้มาใช้บริการทุกครั้ง	.700					
มีการบริการที่สะดวกรวดเร็ว	.692					
มีการแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน	.648				.322	
มีการประเมินค่าใช้จ่ายก่อนรับบริการที่ค่อนข้างแม่นยำ	.634	.305				
มีพนักงานในการให้บริการอย่างเพียงพอ	.600		.335			
มีกระบวนการให้บริการที่เป็นระบบ	.592			.325		
สัตวแพทย์มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการรักษา	.561		.421			
มีการแจ้งเตือนนัดหมายอย่างสม่ำเสมอ	.557					
มีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิกที่น่าสนใจ		.864				
มีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้ให้บริการอย่างสม่ำเสมอ		.835				
มีการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ เช่น มีพนักงานแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ		.827				
มีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยงตามต้องการ		.819				
มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย		.802				
มีบริการรักษานอกสถานที่ตามต้องการ		.767				
มีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการอย่างสม่ำเสมอ	.352	.566		.328		
โรงพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ดี			.781			
มีเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยให้บริการ			.780			
โรงพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือ			.779			
มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ			.762			

ตารางที่ ข.2

กลุ่มปัจจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยและหมุนแกนแล้ว (Rotate Component Matrix) (ต่อ)

	Component					
	1	2	3	4	5	6
มีความสะอาด ปลอดภัยในการตรวจรักษา			.681			
มีคุณภาพในการรักษา	.347		.630			
มีสถานที่ที่ทันสมัย รวดเร็ว อย่างเพียงพอ				.772		
ห้องตรวจมีการแบ่งเป็นสัดส่วน				.745		
มีห้องน้ำสำหรับผู้ใช้บริการเพียงพอ		.302		.704		
มีที่จอดรถที่สะดวก				.644		
การตกแต่งสถานที่สวยงาม		.401		.596		
ความสะอาดของอาคารสถานที่	.450			.548		
มีเวลาเปิด-ปิดที่สะดวกต่อการใช้บริการ	.319			.463		
ค่ารักษาและบริการอื่นๆ คุ่มค่า					.806	
ค่ารักษาและบริการอื่นๆ เหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ					.796	
ค่ารักษาและบริการถูกกว่าโรงพยาบาลสัตว์ คลินิก โรงแรม						
สัตว์เลี้ยง ร้านจำหน่ายสินค้าและอาหารสัตว์ หรือร้านบริการ		.350			.689	
อาบน้ำ-ตัดขนใกล้เคียง						
โรงพยาบาลสัตว์ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน						.889
มีความสะดวกในการเดินทางมาโรงพยาบาลสัตว์						.881

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายณัฐวุฒิ ลิ้มปิฎาภรณ์
วันเดือนปีเกิด	19 กันยายน 2525
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2548: สัตวแพทยศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2550: บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ปีการศึกษา 2555: นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ตำแหน่ง	Product Supervisor บริษัท เบสท์อะโกร คอมพานีเยน จำกัด
ประสบการณ์ทำงาน	2555-ปัจจุบัน: Product Supervisor บริษัท เบสท์อะโกร คอมพานีเยน จำกัด 2551-2554: Senior Sales Representative บริษัท เบสท์อะโกร คอมพานีเยน จำกัด 2549-2551: Animal Health Sales Representative บริษัท อัลฟาเวท จำกัด