

ความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์

**THE SATISFACTION OF CUSTOMERS WHO BRING PETS TO BE
TREATED IN SATAMATHAS PET CLINIC**

จิตติวิไล คติบัญญัติ
สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

JIDTAVILAI KATIBUNCHA

General Management Program, Faculty of Business Administration,
Ramkhamhaeng University, Thailand.

Corresponding author

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า โดยจำแนกตามปัจจัยของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 300 คน สุ่มจากประชากรที่เป็นลูกค้า 1,080 คน เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่เลือกใช้สำหรับข้อมูลเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่เลือกใช้สำหรับข้อมูลอนุมาน คือ t-test และ F-test (กรณีพบว่าค่านัยสำคัญน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่ ด้วยวิธี LSD)

ผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่อยู่ในพื้นที่ / สัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาในคลินิกส่วนมากจะเป็นแมว / ลูกค้ามาใช้บริการด้านการรักษาทั่วไปเป็นหลัก / ความถี่ที่นำสัตว์เลี้ยงเข้ามารักษา จะมากกว่า 1 ครั้ง/ปี / จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มารับรักษาแต่ละครั้งมีจำนวนมากกว่า 1 ตัว / ประเภทการเลี้ยงส่วนใหญ่เพื่อเป็นสัตว์เลี้ยงในบ้าน

ผลวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตวศาสตร์ทาสรักษาสัตว์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=4.09$) รองลงมาคือ ด้านการรักษาสัตว์ ($\bar{X}=4.07$) ,ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X}=4.01$) และด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา ($\bar{X}=3.57$) ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตวศาสตร์ทาสรักษาสัตว์ ทั้ง 4 ด้าน โดยจำแนกตามปัจจัยของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาทั้ง 6 ปัจจัย พบว่า ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน / จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มาปรึกษาแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการรักษาสัตว์, ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา และด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก แต่แตกต่างกันด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร / ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการรักษาสัตว์, ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา, ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก แต่แตกต่างกันด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร / ประเภทการเลี้ยงสัตว์ที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน / ประเภทการใช้บริการที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน / ที่อยู่ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน เช่นกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, ปัจจัยของลูกค้า, คลินิกสัตวศาสตร์ทาสรักษาสัตว์

Abstract

The objectives of this research was measure the level of customer satisfaction,classified by factors of customers who brought pets to be treated in Satawathas pet clinic.The sample group used in the study included the population selected for this study, the sample size was 300 people, randomly selected from 1,080 people.. Statistical data analysis by SPSS software program. The statistics selected for the descriptive data were frequency, percentage, mean and standard deviation. The statistics selected for the inference data were t-test and F-test (In cases where the significance was less than the statistical significance at the 0.05 level, the pair test was performed using the LSD method.).

The results of the research on customer factors revealed that most of the customers were in the area. / Most of the pets treated in the clinic are cats. / Customers mainly use general treatment services. / The frequency with which animals are treated most of them are more than 1 time / year. / The number of pets treated each time are more than 1 type of pets. / Most of the raising types are kept as pets in the house.

The results of the research was measure the level of satisfaction in all 4 aspects of the customer who brought pets to be treated in Satawathas pet clinic. Overall, the satisfaction was at a high level ($\bar{X}=3.93$) in 4 aspects as follows: In terms of location, location and amenities ($\bar{X}=4.09$), followed by the treatment of animals ($\bar{X}=4.07$), public relations and information ($\bar{X}=4.01$) and the cost of treatment ($\bar{X}=3.57$), respectively.

The results of comparison of differences in 4 satisfaction of customers who brought pets to veterinary clinics classified by 6 factors of customers who brought pets found that Different types of pets to be treated. Customers have different in satisfaction with 4 aspects. / The number of pets that heal each time is different. Customers have not difference in satisfaction with 3 aspects (treatment of animals, the cost of treatment, and location, location and amenities) but have difference in satisfaction with with public relations and information. / The frequency of using different services. Customers have not difference in satisfaction with 3 aspects (treatment of animals, the cost of treatment, and location, location and amenities) but have difference in

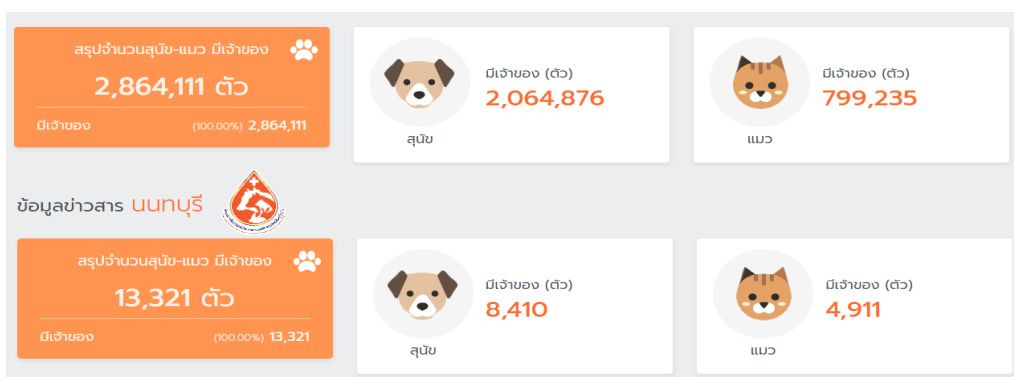
satisfaction with with public relations and information. / Different types of animals husbandry. Customers have not difference in satisfaction with 4 aspects. / Different service types. Customers have not difference in satisfaction with 4 aspects. / Different customer addresses. Customers have not difference in satisfaction with 4 aspects as well.

Keywords: Satisfaction, Customer factors, Satawathas pet clinic

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธุรกิจด้านการบริการเพื่อสุขภาพสัตว์เลี้ยง มีการขยายตัวและตลาดใหญ่มากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้จำนวนประชากรสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นตาม โดยข้อมูลของบริษัท โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ จำกัด ระบุว่าสาเหตุที่ทำให้จำนวนประชากรสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น เกิดจากพฤติกรรมคนที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งจำนวนคนโสดและคนมีอายุยืนมากขึ้น และต้องการสัตว์เลี้ยงมาเติมเต็ม, จำนวนคนแต่งงานน้อยลงหรือการอยู่กับคู่ในเพศเดียวกัน, กลุ่มคนรักสัตว์เลี้ยงเหมือนลูก เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว, วัฒนาการทางการแพทย์ที่ดีขึ้นส่งผลให้สัตว์เลี้ยงมีอายุยืนมากขึ้น และความสะดวกสบายของที่พักอาศัยสำหรับสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้น เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ คอนโดมีเนียม เป็นต้น ทั้งนี้นายศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. เอกซ์บิซันซ์ ออกาไนเซอรั จำกัด ได้เปิดเผยว่าในปี 2563 รูปแบบการเลี้ยงสัตว์ของคนรุ่นใหม่เปลี่ยนไป จากสัตว์เลี้ยงไปเป็นสมาชิกในครอบครัว เลี้ยงสัตว์เสมือนลูก จะเห็นได้จากการเลือกสิ่งที่ดีมีคุณภาพให้กับสัตว์เลี้ยง เช่น อาหาร สิ่งของเครื่องใช้ บริการต่างๆ ส่งผลให้กลุ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยงยังคงเติบโตต่อเนื่อง พบว่ามูลค่าตลาดสัตว์เลี้ยงในปี 2562 ที่ผ่านมามีมูลค่าการเติบโตที่ 35,453 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณร้อยละ 10 โดยแบ่งเป็น ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 45 มูลค่า 15,954 ล้านบาท , ธุรกิจการให้บริการสัตว์เลี้ยง เช่น โรงพยาบาล คลินิก สถานบริการรับฝากเลี้ยง โรงแรมที่พัก สปา คิดเป็นร้อยละ 32 มูลค่า 11,345 ล้านบาท และ ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคสัตว์เลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 23 มูลค่า 8,154 ล้านบาท ทั้งนี้มีข้อมูลการเพิ่มจำนวนประชากรสัตว์เลี้ยงในปีก่อนหน้า เช่น ปี 2560 กรมปศุสัตว์ได้ประมาณการว่า ประเทศไทยมีสัตว์เลี้ยงรวม 13.2 ล้านตัว และปี 2561 กรมปศุสัตว์ได้ประเมินว่า จะมีจำนวนสัตว์เลี้ยงรวมเพิ่มขึ้นเป็น 13.7 ล้านตัว โดยแบ่งเป็นสุนัข ร้อยละ 61 แมวร้อยละ 24 และสัตว์เลี้ยงอื่นๆ ร้อยละ 15 นอกจากนี้ในปี 2562 โครงการสัตว์ปลอดโรค คนปลอดภัย จากโรคพิษสุนัขบ้า ได้ทำฐานข้อมูลการขึ้นทะเบียนสัตว์ (ภาพที่ 1) ได้สรุปจำนวนสุนัข-แมวทั่วประเทศ มีเจ้าของทั้งหมด 2,864,111 ตัว แบ่งเป็นสุนัข 2,064,876 ตัวและแมว 799,235 ตัว และสรุปจำนวนสุนัข-แมวในจังหวัดนนทบุรี มีเจ้าของทั้งหมด 13,321 ตัว แบ่งเป็นสุนัข จำนวน 8,410 และแมว จำนวน 4,911 ตัว เป็นต้น



ภาพที่ 1 แสดงสรุปจำนวนสุนัขและแมวที่ขึ้นทะเบียนสัตว์ในปี 2562 (รอบ 1)
(โครงการสัตว์ปลอดโรค คนปลอดภัย จากโรคพิษสุนัขบ้า,2562)

นอกจากนี้ยังมีปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่มีการชะลอตัวจากสถานการณ์ระบาดของเชื้อ Covid-19 เริ่มมาตั้งแต่ปลายปี 2019 จนมาถึงปัจจุบัน ทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงได้รับผลกระทบในเรื่องค่าใช้จ่ายในครัวเรือน ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงที่เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว หรือแม้แต่การเลี้ยงสัตว์ในเชิงพาณิชย์ก็ต้องจำกัดค่าใช้จ่ายในการรักษา อีกทั้งโรงพยาบาลสัตว์และคลินิกได้จัดตั้งและเปิดให้บริการเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้เพิ่มโอกาสของลูกค้าในการเลือกใช้บริการกับโรงพยาบาลสัตว์และคลินิกรักษาสัตว์มีมากขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์ที่เปิดกิจการด้านการรักษาสัตว์มานานกว่า 4 ปี ซึ่งมีฐานลูกค้ากว่า 4,000 คน ได้ทราบถึงความสำคัญของสถานการณ์ในปัจจุบันที่เกิดขึ้น และได้เล็งเห็นว่า ต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ ณ ปัจจุบัน โดยคำนึงถึงความพึงพอใจในการมาใช้บริการของลูกค้าเป็นหลัก จึงได้มีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า โดยจำแนกตามปัจจัยของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์ และนำข้อมูลที่ได้นี้ไปเลือกใช้ให้เหมาะสม เพื่อให้เกิดการพัฒนาด้านการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า ที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์

สมมุติฐานการวิจัย

- สมมุติฐาน 1 ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน
- สมมุติฐาน 2 ประเภทการให้บริการที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน
- สมมุติฐาน 3 จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มารักษาแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน
- สมมุติฐาน 4 ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน
- สมมุติฐาน 5 ประเภทการเลี้ยงที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน
- สมมุติฐาน 6 ที่อยู่ของลูกค้าที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาของการวิจัยครั้งนี้จะวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้า โดยจำแนกตามปัจจัยของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์ มีตัวแปรในการทำการวิจัย ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษา, ประเภทการให้บริการ, จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มารักษาแต่ละครั้ง, ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษา, ประเภทการเลี้ยงสัตว์, ที่อยู่ของลูกค้า
2. ตัวแปรตาม คือ ด้านการรักษาสัตว์, ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา, ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่นำมาศึกษา คือ กลุ่มลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษา จากข้อมูลของการคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์ ในปี 2563 มีจำนวนลูกค้าที่เข้ารับบริการทั้งสิ้น 1,080 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่

ลูกค้าที่มารักษาสัตว์ในคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์ ขึ้นทะเบียนเป็นสถานพยาบาลสัตว์ประเภทที่ไม่มีที่พักรักษาป่วยไว้ค้างคืน สถานที่ตั้งเลขที่ 55/31-32, ตำบลบ้านใหม่ นนทบุรี 11120 จังหวัดนนทบุรี

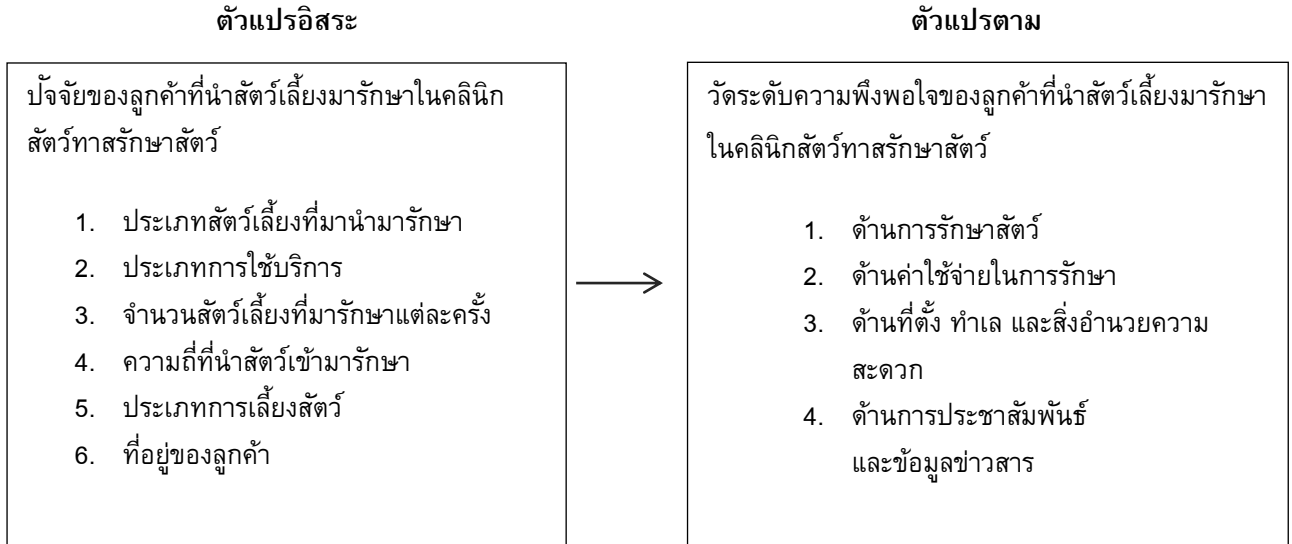
ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ทำการศึกษาดังแต่ 4 เมษายน 2564 ถึง 4 สิงหาคม 2564 เป็นระยะเวลา 5 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

นำข้อมูลงานวิจัยนี้ไปใช้ปรับปรุงพัฒนาการให้บริการของคลินิกสัตว์ทำศัลยกรรมสัตว์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย

1. กฎหมายที่ใช้ควบคุม และลักษณะทั่วไปของสถานพยาบาลสัตว์

กฎหมายที่ใช้ในการควบคุม คือ พระราชบัญญัติสถานพยาบาลสัตว์ พ.ศ. 2533 จะใช้บังคับทั้ง สถานที่พยาบาลสัตว์ และยานพาหนะ ที่ใช้ประกอบวิชาชีพการสัตวแพทย์ ตามกฎหมายว่า ด้วยวิชาชีพการสัตวแพทย์ โดยกระทำเป็นปกติธุระ ไม่ว่าจะได้รับประโยชน์ตอบแทนหรือไม่ แต่จะไม่ใช้บังคับกับสถานพยาบาลสัตว์ที่ดำเนินการโดย กระทรวง ทบวง กรม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษาของรัฐ หน่วยงานอื่นของรัฐ สภากาชาดไทย และสถานที่รวมถึงยานพาหนะใด ซึ่งรัฐมนตรีประกาศกำหนด และไม่รวมถึงสถานที่ขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา ซึ่งประกอบธุรกิจการขายยาโดยเฉพาะ

คลินิกสัตวศาสตร์ หมายถึง สถานพยาบาลสัตว์ประเภทที่ไม่มีที่พักระหว่างป่วยไว้ค้างคืนหรือมีที่พักระหว่างป่วยไว้ค้างคืนไม่เกิน 10 ที่ และมีสัตวแพทย์ปฏิบัติงานไม่น้อยกว่า 1 คน

เนื่องจากคลินิกสัตวศาสตร์จัดทะเบียนเป็นสถานพยาบาลประเภทที่ไม่มีที่พักระหว่างป่วยไว้ค้างคืน ผู้วิจัยจึงขอสรุปลักษณะทั่วไป คือ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวก ปลอดภัย, ลักษณะโครงสร้างอาคารมีความปลอดภัย สะอาดและเหมาะสมต่อสัตวแพทย์ สัตว์ป่วย และเจ้าของสัตว์ป่วย มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 20 ตารางเมตร, พื้นที่ตั้งสถานพยาบาลสัตว์ในอาคารแบ่งสถานที่ให้ชัดเจน ควบคุมการเกิดอันตรายจากสัตว์ป่วยได้, พื้นที่การประกอบกิจการสถานพยาบาลสัตว์จะต้องไม่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกับสถานที่ขายยาตามกฎหมายว่าด้วยยา และต้องไม่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกับกิจการอื่น, อาคารต้องมั่นคงแข็งแรง ไม่อยู่ในสภาพชำรุด, มีแสงสว่างและการระบายอากาศเพียงพอ, การสัญจรและการเคลื่อนย้ายสัตว์ป่วยสะดวก, บริเวณทั้งภายนอกและภายในต้องสะอาด เรียบร้อย, จัดแบ่งพื้นที่ใช้สอยอย่างเหมาะสม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่เจ้าของสัตว์ป่วย, มีห้องตรวจหรือห้องให้การรักษาและผ่าตัดเป็นสัดส่วนและมีติดชิด, มีส่วนที่พักระหว่างรอสัตว์ให้กับเจ้าของ, มีการกำจัดมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลที่เหมาะสมและถูกสุขลักษณะ, มีวิธีการควบคุมการติดเชื้อที่เหมาะสมและถูกสุขลักษณะ, มีห้องน้ำ ห้องส้วมที่ถูกสุขลักษณะอย่างน้อย 1 ห้อง, สถานที่สำหรับพักระหว่างป่วยต้องมีประตูเปิด ปิด แยกที่พักระหว่างป่วยติดชิด และสัตว์ป่วยไม่ติดชิดออกจากกัน มีคอกหรือกรงในขนาดที่

เหมาะสม กับชนิดสัตว์ ตามจำนวนที่ได้รับอนุญาต สามารถควบคุมเสียงและกลิ่น มีระบบระบายอากาศที่ดี มีระบบการทำลายเชื้อโรค และสามารถควบคุมการกระจายเชื้อโรคได้, คอกพักหรือกรงสำหรับสัตว์ป่วย ต้องมีความแข็งแรงและปลอดภัยกับสัตว์ป่วย และมีขนาดเหมาะสม สะดวก, ในกรณีที่สถานพยาบาลสัตว์มีการให้บริการหลายแผนก ต้องมีการแบ่งสัดส่วนแต่ละแผนกออกจากกันอย่างชัดเจน มีลักษณะตรงตามมาตรฐานของการให้บริการตามที่สัตวแพทยสภากำหนด, มีห้องตรวจโรคหรือห้องให้การรักษ และถ้ามีห้องผ่าตัดต้องแยกเป็นสัดส่วน สามารถป้องกันและควบคุมการติดเชื้อ หรือการแพร่กระจายของเชื้อโรค และอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากสัตว์ป่วยได้, มีห้องตรวจ รักษาโรคที่จัดไว้เฉพาะอย่างน้อย 1 ห้อง, หากมีการให้บริการด้านศัลยกรรมต้องมีการควบคุมการติดเชื้อในระหว่างและหลังการผ่าตัดตามหลักวิชาการ และต้องมีพื้นที่ใช้สอยไม่มากกว่า 36 ตารางเมตร, ในกรณีที่มีห้องเอกซเรย์ มีการบริการถ่ายภาพด้วยรังสี หรือคลื่นความถี่สูง ต้องมีพื้นที่แยกโดยเฉพาะ รวมทั้งมีระบบป้องกันและตรวจสอบความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงานและต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมวิทยาศาสตร์ทางการแพทย์

2. แนวคิด, ปัจจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

จิตยาพรเสมอใจ (2550, หน้า 18) (อ้างอิง ลิขมา เนื่องจำนงค์, 2559) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมหรือกระบวนการ การค้นหา การตัดสินใจ การซื้อ การบริโภค และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของแต่ละบุคคล โดยมีคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเองได้

รูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior) มีไว้เพื่อแสดงให้เห็นจุดเริ่มต้นของการทำความเข้าใจกับพฤติกรรมของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป เนื่องจากได้รับสิ่งกระตุ้นที่เข้ามากระทบ ทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดและตอบสนองออกมาเป็นพฤติกรรมให้เห็น โดยสิ่งกระตุ้นแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 คือ ผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ, ราคา เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย, การจัดจำหน่าย เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ และการส่งเสริมการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ได้แก่ สิ่งแวดล้อมระดับมหภาค ซึ่งอยู่ภายนอกองค์กร เช่น สิ่งแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรม เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นดังกล่าว จะมีผลกระทบต่อผู้บริโภค 2 ส่วน คือ ลักษณะของผู้บริโภค (Consumer's Consciousness) และจิตวิทยาของผู้บริโภคเกิดความรู้สึกนึก และกระบวนการตัดสินใจ ทั้ง 6 ข้อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค (What Influences Consumer Behavior) มีดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วยวัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมย่อย ชั้นทางสังคม, ปัจจัยทางด้านสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิงเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมผู้บริโภค ครอบครัวบาทและสถานภาพ, ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความทรงจำ, ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ ลำดับชั้นของวงจรชีวิต อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและแนวความคิดของตนเอง

ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลสิริ ราษฎร์ศิริ (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยทำการสำรวจผ่านแบบสอบถามจำนวน 420 ชุด จากวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two State Sampling) จากเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่นำสัตว์เลี้ยงมาหรือเคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่จัดอยู่ในสถานพยาบาลสัตว์ประเภทที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่ จำนวน 209 แห่งในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่ต่างกัน และด้านทัศนคติและประสบการณ์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

3. แนวคิด, ปัจจัยที่มีผลและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Wallerstein (1972) (อ้างอิง วิวิศนา โชติศักดิ์, 2563) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ความพึงพอใจ เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่ไม่สามารถมองเห็นได้ แต่

ความพึงพอใจสามารถคาดคะเนได้ว่ามีหรือไม่มี จากการสังเกตพฤติกรรมของคนเท่านั้น การที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจจะต้องศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบที่เป็นสาเหตุแห่งความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ แบ่งออกเป็น 2 ความหมาย มีดังนี้ (กิตติกานต์ พรหมเมตจิต (2562))

- 1.ความหมายที่ยึดสถานการณ์ชื่อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลเกิดขึ้นต่อเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังชื่อสถานการณ์หนึ่ง” มักพบใช้การวิจัยการตลาดที่เน้นแนวทางพฤติกรรมศาสตร์
- 2.ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายทางการค้าเป็นหลักให้ความหมายว่า “ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการในระยะเวลาหนึ่ง” ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาพการณ์แสดงออกที่เกิดขึ้นจากการประเมินประสบการณ์ชื่อการใช้สินค้าและบริการ

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อบริการ ของ Aday & Andersen (1975:52-80) (อ้างอิง อัครณี ภัคดิวงษ์ ,2561) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการรักษาพยาบาลในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ.1970 โดยสัมภาษณ์ความคิดเห็นของประชาชนต่อศูนย์บริการทางสุขภาพจำนวน 4,966 ราย พบว่า เรื่องที่ประชาชนไม่พอใจมากที่สุด คือ ความสะดวกในการรับบริการและค่าใช้จ่ายในการรับบริการ และในปี ค.ศ.1971 อดีย์และแอนเดอร์เซน ได้ระบุ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ในการรักษาพยาบาลและความรู้สึกที่ผู้ป่วยได้รับการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยประเมินระบบงานประกันสุขภาพว่า ได้มีการเข้าถึงประชาชน และความพึงพอใจ 6 ประเภท ได้แก่ 1. ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากบริการ ซึ่งแบ่งออกเป็น การใช้เวลารอคอยในสถานบริการ, การได้รับการรักษาดูแลเมื่อมีความต้องการ, ความสะดวกสบายที่ได้รับในสถานบริการ 2. ความพึงพอใจต่อการประสานบริการ ซึ่งแบ่งออกเป็น การได้รับบริการทุกประเภทในสถานที่หนึ่ง แพทย์ได้ให้ความสนใจสุขภาพทั้งหมดของผู้ป่วย อันได้แก่ ด้านร่างกายและด้านจิตใจ, แพทย์ได้มีการติดตามผลการรักษา 3. ความพึงพอใจต่ออรรถาศัยและการให้เกียรติของผู้ให้บริการ ได้แก่ การแสดงอรรถาศัย ท่าทางที่ดี เป็นกันเองของผู้ให้บริการและปฏิบัติต่อผู้รับบริการด้วยท่าทีที่เหมาะสมกับวัย 4. ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากบริการ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุการเจ็บป่วย, ข้อมูลเกี่ยวกับการให้การรักษาแก่ผู้ป่วย เช่น การปฏิบัติตนของผู้ป่วยและการใช้ยา เป็นต้น 5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพของบริการ ได้แก่ คุณภาพของการดูแลทั้งหมดที่ผู้ป่วยได้รับในทัศนะของผู้ป่วยที่มีต่อการบริการของโรงพยาบาล 6. ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ป่วยจ่ายไปกับการรักษาพยาบาล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้ พิมล เมฆสวัสดิ์ (2549: หน้า 27) (อ้างอิง วันทนีย์ ผลสมบูรณ์ อมรรรัตน์ ศรีผดุง และกัญญารัตน์ เหล็กมูล, 2554) 1. ผลลัพธ์บริการ ในการนำเสนอบริการนั้นจะต้องมีผลลัพธ์บริการที่มีคุณภาพและระดับการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้ โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงให้เห็นถึงความต้องการของผู้รับบริการถึงความเอาใจใส่ และความจริงใจต่อการสร้างเสริมคุณภาพของผลลัพธ์บริการที่ส่งมอบให้ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ 2. ราคาบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ใช้เกิดจากการประเมินคุณภาพและรูปแบบการบริการเทียบกับราคาบริการที่ต้องจ่ายออกไป โดยผู้ดำเนินการจะต้องกำหนดเวลา ค่าบริการที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ และเป็นไปตามความเต็มใจที่จะจ่ายของผู้รับบริการ หรือผู้ใช้บริการ 3. สถานที่บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องมองหาสถานที่ในการให้บริการที่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก มีสถานที่ที่กว้างขวางเพียงพอ และต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการหรือผู้ใช้ในทุกด้าน 4. การส่งเสริมแนะนำบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องให้ข้อมูลข่าวสารในเชิงบวกแก่ผู้บริการหรือผู้ใช้ได้นำข้อมูลเหล่านั้นไปช่วยประเมินเพื่อตัดสินใจซื้อบริการต่อไป 5. ผู้ให้บริการ ผู้ดำเนินการจะต้องตระหนักถึงตนเองว่า มีส่วนสำคัญในการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในการบริการของผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการ โดยในการกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการ การวางรูปแบบการบริการจะต้องคำนึงถึงผู้รับบริการหรือผู้ใช้เป็นสำคัญ ทั้งแสดงพฤติกรรมการให้บริการ และนำเสนอบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจ เอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ 6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้ดำเนินการจะต้องสร้างให้เกิดความสวยงามของอาคารสถานที่ผ่านการออกแบบ

ตกแต่ง การแบ่งพื้นที่ใช้สอยที่เหมาะสมลงตัว ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของกิจการบริการ และสื่อภาพลักษณ์นี้ออกไปสู่ ผู้รับบริการหรือผู้ใช้อีกด้วย 7. กระบวนการบริการ ผู้ดำเนินการต่างมุ่งหวังให้เกิดความมีประสิทธิภาพของการจัดระบบ การบริการ เพื่อเพิ่มความคล่องตัว และความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง มี คุณภาพ โดยการนำบุคลากรเทคโนโลยีเข้ามาร่วมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการ และประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้นต่อ ผู้บริการ

การวัดระดับความพึงพอใจการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการใช้เป็นหลักในการประเมินความพึงพอใจ ในการใช้บริการประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2557 หน้า 52-65) (อ้างอิง ลัษมา เนื่องจำนงค์, 2559) 1. ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ เช่น จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอกับความต้องการของผู้มารับ บริการ พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีการบริการที่ดี เป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น 2. ด้านลักษณะและ คุณภาพของการบริการ เช่น ความเหมาะสมของสถานที่ ที่จอดรถเพียงพอ เป็นต้น 3. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ เช่น การรอคิวในการเข้ารับบริการ เป็นต้น 4. ด้านความสะดวกในการใช้บริการ เช่น มีการอำนวยความสะดวกที่ เหมาะสม เป็นต้น 5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการใช้บริการ เช่น การให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ผู้มาใช้บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐพร เนตรแก้ว (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลบ้านโพธิ์ จังหวัด ฉะเชิงเทรา ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 335 คน เครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ หาค่าเฉลี่ย หาร์้อยละ ค่า t-test และ one-way ANOVA และการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ จากการ วิเคราะห์ข้อมูล

มลฤดี วิวัฒน์รุ่งเรืองดี (2563) ศึกษาความพึงพอใจ และหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความ พึงพอใจที่มีต่อการทำงานที่บ้าน (work from home) ของพนักงานบริษัท ABC จำกัดในเขตถนนเพชรบุรีตัด จากกลุ่ม ตัวอย่างเท่ากับ 102 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย t test และ F-test

วิศนา โชติศักดิ์ (2563) ศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Lazada ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจา หน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Lazada ใน จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Lazada ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดสอบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค รวมเท่ากับ 0.94 เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ช่อดาว เมืองพรหม (2562) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อ คุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการ ให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงแก้ไข คุณภาพให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ใช้บริการประเภทผู้ป่วยนอกของ โรงพยาบาลธนบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ F-test กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่ ด้วยวิธี LSD

รัชณี หลงสวาสดี (2562) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลสมเด็จพระพุทธเลิศหล้า ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านขั้นตอนให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านคุณภาพการให้บริการ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ป่วยและญาติที่เข้ามาใช้บริการทางด้านการแพทย์ของโรงพยาบาลสมเด็จพระพุทธเลิศหล้าระหว่างเดือนพฤษภาคม ถึงเดือนมิถุนายน 2562 โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 428 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล 2) แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกผู้ป่วยนอก และ 3) แบบสอบถามปลายเปิด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จุฑาภรณ์ คาโยค วลัยพร ราชคมน์ และวรัญญา เขยตุ้ย (2559) ได้ศึกษาความพึงพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นผู้มารับบริการโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยเก็บข้อมูลจากผู้มารับบริการทันตกรรมจาก 9 คลินิกภายในโรงพยาบาลทันตกรรม ในช่วงเดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2557 จำนวน 440 ราย โดยศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการ 9 ด้าน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 ข้อมูลการรับบริการทางทันตกรรม ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการให้บริการ และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

กฤตภาส ลัยวงศ์ (2556) ได้ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการของสถานพยาบาลสัตว์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีประชากรที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้ คือ ผู้ที่เลี้ยงสัตว์อย่างน้อย 1 ตัว ที่เคยได้เข้าใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ทั้งเพศชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 390 ตัวอย่าง โดยหาค่าแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test ชนิด (One Way ANOVA) และศึกษาระดับความสำคัญปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ(multiple regression analysis)

ปกรณ ทองสิงห์, อารมณ ตัตตะวะศาสตร์ และศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล (2558) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา ซึ่งผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และใช้ TOWS Matrix กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายโดยใช้แนวคิด Balance scorecard

สุพัตรา เอื้ออุทัยรัตน์ (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ความพึงพอใจจากการใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของคนในเขตกรุงเทพมหานคร ในกลุ่มประชากรที่เคยใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณที่มีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถตัดสินใจเข้าใช้บริการได้ด้วยตนเอง และให้ความสำคัญกับความสวยงาม รูปลักษณ์ภายนอก รวมไปถึงผู้ที่ยังคงใช้บริการอยู่ในปัจจุบัน และต้องอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

พัชรี สกฤตธนศักดิ์ และ ชมภู วิวัฒน์วิทย์ (2554) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าของตลาดสดพระราม 5 จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ซื้อสินค้าที่พักอาศัยอยู่ในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 41,742 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำนวน 380 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดสดพระราม 5 เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะ อื่นๆ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความพึง

พอใจด้วยค่า t-test และวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) เท่ากับ 0.05

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรการวิจัยและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่เลือกมาวิจัยในครั้งนี้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย เก็บข้อมูลตั้งแต่ 28 มิถุนายน 2564 ถึง 28 กรกฎาคม เป็นระยะเวลา 1 เดือน ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรเป็นลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาหรือเคยใช้บริการ และที่มีประวัติการนำมารักษาที่คลินิกสัตว์ทาสรีกษาสัตว์อยู่ จำนวน 1,080 คน นำมาคำนวณตามสูตรของ Yamane,1973 โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 292 คน เพื่อให้ค่าสถิติที่ดี ผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามเป็น 300 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มตัวอย่าง คือ แบบสอบถาม

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษารายละเอียดและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของมาเป็นข้อมูลพื้นฐาน ในการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ให้สอดคล้องกับจุดประสงค์และการให้บริการของคลินิกสัตว์ทาสรีกษาสัตว์
2. จัดทำแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้
ส่วนที่ 1 : คำถามเกี่ยวกับปัจจัยของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษา เป็นแบบเลือกตอบ ชนิดแบบสำรวจรายการ จำนวน 6 ข้อ
ส่วนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษา ทั้ง 4 ด้าน เป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ จำนวน 17 ข้อ
3. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทั้งชุด โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา และปรับแก้ไขรายละเอียดข้อคำถามให้สอดคล้อง รวมถึงการจัดแบบฟอร์มที่เหมาะสม จนได้ชุดแบบสอบถามออกมา
4. ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยหรือแบบสอบถาม
5. จัดทำแบบฟอร์มประเมินแบบทดสอบของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 ชุด เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในชุดแบบสอบถามนี้
5.2 เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน คือ นางสาวจุฑารัตน์ เกือกิม, นายพงศ์วัฒน์ เพ็ชรดั่ง และนางสาวรัตนจิตตา คำมา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงในเนื้อหา
5.3 เก็บรวบรวมผลประเมินแบบทดสอบของผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 คน หาค่า IOC และสรุปผลการใช้ได้ของคำถาม
5.4 นำข้อคำถามที่ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 มาปรับปรุง แต่เนื่องจากข้อคำถามแบบสอบถามของผู้วิจัย สรุปผลการใช้ได้ของคำถามพบว่า ค่า IOC มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ทำให้ไม่ได้แก้ไข
5.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบนี้ มาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha coefficient ผลปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.86 แสดงว่า แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้ได้
6. จัดพิมพ์แบบสอบถาม จำนวน 300 ชุด และส่งให้ทางคลินิกสัตว์ทาสรีกษาสัตว์เป็นผู้ดำเนินการแจกจ่ายให้กับพนักงานและดำเนินการเก็บรวบรวมตามเวลาที่กำหนด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คลินิกสัตว์ทาสรีกษาสัตว์ ได้รวบรวมแบบสอบถาม และนำมาให้ผู้วิจัยดำเนินการต่อไป ดังนี้

1. ตรวจสอบความครบถ้วนของจำนวนชุดแบบสอบถาม

2. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา และความถูกต้องในการกรอก
3. ลงรหัส โดยนำแบบสอบถามที่ตรวจแล้วมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ สำหรับลงในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ในคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้หลักทางสถิติมาวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยสถิติที่เลือกใช้ มีดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยของลูกค่านำสัตว์เลี้ยงมารักษา ผู้วิจัยจะใช้สถิติเชิงพรรณนา แสดงผลเป็นค่าความถี่ และค่าร้อยละ และนำเสนอเป็นตารางประกอบคำบรรยาย

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษา ผู้วิจัยจะใช้สถิติเชิงพรรณนา แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแบ่งอันตรภาคชั้น เพื่อหาความหมายของระดับความพึงพอใจในแต่ละตัวเลือก

ส่วนที่ 3 ทดสอบสมมติฐานทั้ง 6 สมมติฐาน ด้วยการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรีกษาสัตว์ โดยจำแนกตามปัจจัยของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาทั้ง 4 ด้าน ผู้วิจัยจะใช้สถิติเชิงอนุมาน มาวิเคราะห์หาค่าสถิติ t-test ใช้ในการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีการแบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม และ F-test ใช้ในการทดสอบความเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีการแบ่งกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปหรือความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และในกรณีพบว่า ค่านัยสำคัญน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ใช้การทดสอบรายคู่ ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference Test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการศึกษายวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรีกษาสัตว์ ทั้ง 6 ปัจจัยได้ดังนี้ สัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาในคลินิก พบว่า แมวเป็นสัตว์เลี้ยงที่ลูกค่านำมารักษาามากที่สุด รองลงมาเป็นสุนัขและสัตว์อื่นๆ ตามลำดับ, ประเภทการใช้บริการ พบว่า ลูกค่านำมาใช้บริการการรักษาทัวไปมากที่สุด รองลงมาคือ ฉีดวัคซีนและทำหมัน ตามลำดับ, จำนวนสัตว์เลี้ยงที่ลูกค่านำมารักษาแต่ละครั้ง พบว่า มีจำนวนมากกว่า 1 ตัวมากที่สุด รองลงมาคือจำนวน 1 ตัว, ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษา ส่วนมากจะมากกว่า 1 ครั้ง/ปี, ประเภทการเลี้ยงสัตว์ พบว่า เลี้ยงเพื่อเป็นสัตว์เลี้ยงในบ้านมากที่สุด รองลงมาคือ เลี้ยงเพื่อการพาณิชย์ และที่อยู่ของลูกค้า พบว่า มีลูกค้าที่อยู่ในจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด รองลงมาคือ ที่อยู่จังหวัดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาคลินิกสัตว์ทาสรีกษาสัตว์ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) ทั้ง 4 ด้าน โดยเรียงลำดับได้ดังนี้

ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความพึงพอใจลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาคลินิกสัตว์ทาสรีกษาสัตว์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$) และเมื่อพิจารณารายย่อยพบว่า สถานที่ตั้งอยู่ในจุดที่เดินทางได้สะดวก มีผลต่อระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาอีก 6 รายการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ที่จอดรถเพียงพอ, ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับคิวในการเข้ารับการตรวจ, สถานที่ภายในร้านสะอาด และบรรยากาศดี, ขนาดของห้องตรวจรักษามีความเหมาะสม, ที่นั่งรอสำหรับเจ้าของสัตว์มีเพียงพอ และสะดวกสบาย และความสะดวกในการค้นหาสถานที่ตั้งของคลินิกผ่านทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ

ด้านการรักษาสัตว์ มีระดับความพึงพอใจลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาคลินิกสัตว์ทาสรีกษาสัตว์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$) และเมื่อพิจารณารายย่อยพบว่า สัตวแพทย์มีความชำนาญในการรักษาและวินิจฉัยโรคได้ถูกต้อง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาอีก 4 รายการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ สัตวแพทย์มีจรรยาบรรณวิชาชีพที่ดี ในการรักษาสัตว์, พนักงานหน้าเคาน์เตอร์สามารถตอบข้อซักถามหรือให้คำแนะนำการดูแลสัตว์ในเบื้องต้นได้,

ผู้ช่วยสัตวแพทย์มีความชำนาญในการจับบังคับสัตว์และปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้ดี และสัตวแพทย์ให้คำแนะนำที่ดีกับเจ้าของสัตว์ เพื่อให้สามารถดูแลสัตว์ป่วยได้ด้วยตนเองที่บ้าน ในระหว่างการรักษา ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร มีระดับความพึงพอใจลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาคลินิกสัตวศาสตร์ทาสรักษาสัตว์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) เรียงลำดับได้ คือ ลูกค้าสามารถติดตามข้อมูลเกี่ยวกับ โปรโมชันและข่าวสารต่างๆ ของคลินิก ผ่านทางสื่อออนไลน์ Facebook และ Line ได้ รองลงมา คือ มีป้ายติดตั้งภายในร้าน เพื่อแจ้งข่าวสารและความเคลื่อนไหวของผลิตภัณฑ์ยา อาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงภายในร้านให้ลูกค้าทราบ

ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา มีระดับความพึงพอใจลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาคลินิกสัตวศาสตร์ทาสรักษาสัตว์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$) และเมื่อพิจารณารายย่อยพบว่า วิธีการชำระเงินที่หลากหลาย และความเหมาะสมของราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมา คือ ได้รับส่วนลดในโครงการต่างๆของคลินิก เช่น โครงการทำหมันสุนัข หรือโครงการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ร่วมกับกรมปศุสัตว์

ผลการทดสอบสมมติฐาน ทดสอบสมมติฐานทั้ง 6 สมมติฐาน ด้วยการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตวศาสตร์ทาสรักษาสัตว์ทั้ง 4 ด้านโดยจำแนกตามปัจจัยของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาทั้ง 6 ปัจจัย ได้ดังนี้

สมมติฐาน 1 ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน

เมื่อทดสอบด้วย F-test ทั้ง 4 ด้าน พบค่านัยสำคัญทั้ง 4 ด้าน มีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด(0.05) และพบว่า ค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเป็นรายคู่ของประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษา โดยภาพรวมมีจำนวน 5 คู่ คือ ด้านการรักษาสัตว์ มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเป็นรายคู่ของประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาจำนวน 2 คู่ คือ สุนัขกับแมว และแมวกับสัตว์ชนิดอื่นๆ, ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเป็นรายคู่ของประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาจำนวน 1 คู่ คือ สุนัขกับแมว , ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยที่แตกต่างกันเป็นรายคู่ของประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาจำนวน 1 คู่ แสดงว่า ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน ทั้ง 4 ด้าน

สมมติฐาน 2 ประเภทการใช้บริการที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน

เมื่อทดสอบด้วย F-test ทั้ง 4 ด้าน พบค่านัยสำคัญทั้ง 4 ด้าน มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด(0.05) แสดงว่า ประเภทการใช้บริการที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน ทั้ง 4 ด้าน

สมมติฐาน 3 จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มารักษาแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน

เมื่อทดสอบด้วย t-test ทั้ง 4 ด้าน พบค่านัยสำคัญทั้ง 3 ด้าน มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด (0.05) แสดงว่า จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มารักษาแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้ง 3 ด้าน ดังนั้นจำนวนสัตว์เลี้ยงที่มารักษาแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันด้านการรักษาสัตว์, จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มารักษาแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา, จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มารักษาแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน ทั้ง 3 ด้าน

และพบว่าด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร มีค่านัยสำคัญน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด(0.05) แสดงว่า จำนวนสัตว์เลี้ยงที่มารักษาแต่ละครั้งที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐาน 4 ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน

เมื่อทดสอบด้วย t-test ทั้ง 4 ด้าน พบค่านัยสำคัญทั้ง 3 ด้าน มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด(0.05) แสดงว่า ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้าจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้ง 3 ด้าน ดังนั้น

ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้ำจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันด้านการรักษาสัตว์, ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้ำจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา, ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้ำจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน ทั้ง 3 ด้าน

และพบว่าด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร มีค่านัยสำคัญน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด(0.05) แสดงว่า ความถี่ที่นำสัตว์เข้ามารักษาที่แตกต่างกัน ลูกค้ำจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐาน 5 ประเภทการเลี้ยงที่แตกต่างกัน ลูกค้ำจะมีความพึงพอใจแตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน

เมื่อทดสอบด้วย t-test ทั้ง 4 ด้าน พบค่านัยสำคัญทั้ง 4 ด้าน มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด(0.05)

แสดงว่า ประเภทการเลี้ยงสัตว์ที่แตกต่างกัน ลูกค้ำจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน ทั้ง 4 ด้าน

สมมติฐาน 6 ที่อยู่ของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ลูกค้ำจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

เมื่อทดสอบด้วย t-test ทั้ง 4 ด้าน พบค่านัยสำคัญทั้ง 4 ด้าน มีค่ามากกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่กำหนด(0.05)

แสดงว่า ที่อยู่ของลูกค้ำที่แตกต่างกัน ลูกค้ำจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทั้ง 4 ด้าน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน ทั้ง 4 ด้าน

ตาราง สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวมของงานวิจัยเพิ่มเติม ได้ดังนี้

ปัจจัยของลูกค้ำที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตวศาสตร์	ความถี่ n=300 (ร้อยละ)	ระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตวศาสตร์ทำรักษาสัตว์								
		ด้านการรักษาสัตว์		ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา		ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก		ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร		รวม
		\bar{x}	แปลผล	\bar{x}	แปลผล	\bar{x}	แปลผล	\bar{x}	แปลผล	
ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษา			แตกต่าง		แตกต่าง		แตกต่าง		แตกต่าง	
สุนัข	80 (26.7)	4.15	มาก	3.72	มาก	4.19	มาก	4.20	มาก	4.06
แมว	204 (68.0)	4.01	มาก	3.52	มาก	4.04	มาก	3.93	มาก	3.87
สัตว์อื่นๆ	16 (5.3)	4.30	มากที่สุด	3.37	มาก	4.14	มาก	3.93	มาก	3.94
ประเภทการใช้บริการรักษาทั่วไป			ไม่แตกต่าง		ไม่แตกต่าง		ไม่แตกต่าง		ไม่แตกต่าง	
ทำหมัน	160 (53.3)	4.05	มาก	3.58	มาก	4.10	มาก	4.00	มาก	3.93
ฉีดวัคซีน	68 (22.7)	4.00	มาก	3.50	มาก	4.05	มาก	4.04	มาก	3.89
ฉีดวัคซีน	72 (24.0)	4.15	มาก	3.63	มาก	4.11	มาก	3.99	มาก	3.97

ตาราง สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวมของงานวิจัยเพิ่มเติม ได้ดังนี้ (ต่อ)

ปัจจัยของลูกค้ำ ที่นำสัตว์เลี้ยง มารักษาใน คลินิกสัตว์ทาส รักษาสัตว์	ความถี่ n=300 (ร้อยละ)		ระดับความพึงพอใจของลูกค้ำที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์									
			ด้านการรักษา สัตว์		ด้านค่าใช้จ่ายใน การรักษา		ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก		ด้านการ ประชาสัมพันธ์ และข้อมูล ข่าวสาร		รวม	
			\bar{X}	แปลผล	\bar{X}	แปลผล	\bar{X}	แปลผล	\bar{X}	แปลผล		
จำนวนสัตว์ เลี้ยงที่นำมา รักษา				ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		
จำนวน 1 ตัว	131	(43.7)	4.12	มาก	3.59	มาก	4.17	มาก	4.06	มาก	3.98	
จำนวนมากกว่า 1 ตัว	169	(56.3)	4.02	มาก	3.55	มาก	4.02	มาก	3.96	มาก	3.89	
ความถี่ที่นำ สัตว์เข้ามา รักษา				ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		
1 ครั้ง/ปี	89	(29.7)	4.11	มาก	3.69	มาก	4.14	มาก	3.99	มาก	3.98	
มากกว่า 1 ครั้ง/ปี	211	(70.3)	4.04	มาก	3.51	มาก	4.06	มาก	4.01	มาก	3.90	
ประเภทการ เลี้ยงสัตว์				ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		
เพื่อการพาณิชย์	72	(24.0)	4.11	มาก	3.89	มาก	4.16	มาก	4.22	มากที่สุด	4.07	
เพื่อเป็นสัตว์เลี้ยง ในบ้าน	228	(76.0)	4.04	มาก	3.48	มาก	4.06	มาก	3.94	มาก	3.88	
ที่อยู่ของลูกค้ำ				ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		ไม่ แตกต่าง		
จังหวัดนนทบุรี	179	(59.7)	4.10	มาก	3.60	มาก	4.13	มาก	4.05	มาก	3.97	
จังหวัดอื่นๆ	121	(40.3)	4.01	มาก	3.51	มาก	4.02	มาก	3.93	มาก	3.87	

จากตาราง เมื่อพิจารณากลุ่มลูกค้ำที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการทั้ง 4 ด้านของคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์ พบว่า กลุ่มลูกค้ำที่นำสุนัข แมว และสัตว์อื่นๆ มารักษา มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ สุนัข (\bar{X} =4.06), สัตว์อื่นๆ (\bar{X} = 3.94) และแมว (\bar{X} =3.87) , กลุ่มลูกค้ำที่มาใช้บริการรักษาทั่วไป ทำหมัน และฉีดวัคซีน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ ฉีดวัคซีน (\bar{X} =3.97), รักษาสัตว์ (\bar{X} =3.93) และทำหมัน (\bar{X} =3.89), กลุ่มลูกค้ำที่นำสัตว์มารักษาจำนวน 1 ตัว และมากกว่า 1 ตัว มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ จำนวน 1 ตัว (\bar{X} =3.98), มากกว่า 1 ตัว (\bar{X} =3.89), กลุ่มลูกค้ำที่นำสัตว์เข้ามารักษา 1 ครั้ง/ปี และมากกว่า 1 ครั้ง/ปี มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ 1 ครั้ง/ปี (\bar{X} =3.98) และมากกว่า 1 ครั้ง/ปี

ปี ($\bar{X}=3.90$), กลุ่มลูกค้าที่เลี้ยงสัตว์เพื่อการพาณิชย์ และเพื่อเป็นสัตว์เลี้ยง มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับ เรียงลำดับ คือ เพื่อการพาณิชย์ ($\bar{X}=4.07$) และเพื่อเป็นสัตว์เลี้ยง ($\bar{X}=3.88$), กลุ่มลูกค้าที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัด นนทบุรีและจังหวัดอื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับ คือ จังหวัดนนทบุรี ($\bar{X}=3.97$) และ จังหวัดอื่นๆ ($\bar{X}=3.87$)

การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยของลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของลูกค้าที่นำสัตว์เข้ามารักษาใน คลินิกสัตวทาสรักษาสัตว์ และเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว ทาสรักษาสัตว์ ทั้ง 4 ด้าน โดยจำแนกตามปัจจัยของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาทั้ง 6 ปัจจัย ทั้งนี้ได้มีกราฟระดับ ความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตวทาสรักษาสัตว์ด้วย พบว่า ลูกค้ามีการใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นคนในพื้นที่นนทบุรี รองลงมาคือ คนนอกพื้นที่ และที่อยู่ของลูกค้าที่แตกต่างกันนี้ มีผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกันด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านการรักษาสัตว์, ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร และด้าน ค่าใช้จ่ายในการรักษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสัตว์เลี้ยงที่นำมาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นสัตว์เลี้ยงในบ้านมากกว่า สัตว์เลี้ยงเพื่อการพาณิชย์ ซึ่งประเภทการเลี้ยงสัตว์ที่แตกต่างกันนี้ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกันด้าน ที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านการรักษาสัตว์, ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร และด้าน ค่าใช้จ่ายในการรักษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ลูกค้าจะนำแมวมาใช้บริการมากกว่าสุนัข และสัตว์อื่นๆ และ พบว่า ประเภทสัตว์เลี้ยงที่ลูกค้านำมารักษาที่แตกต่างกันนี้ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่แตกต่างกันด้านการ รักษาสัตว์ทั้งสุนัขกับแมว และแมวกับสัตว์ชนิดอื่นๆ ,ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านการ ประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร และด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ยังพบว่า จำนวนสัตว์ที่นำมารักษาสัตว์ส่วนใหญ่จะนำมามากกว่า 1 ตัวต่อครั้งของการให้บริการ รองลงมาคือ 1 ตัว จากประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมารักษาที่แตกต่างกันนี้ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกันด้านการรักษา สัตว์, ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา และด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีผลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้าที่แตกต่างกันด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความถี่ที่ นำสัตว์เข้ามารักษา พบว่าลูกค้ามีใช้บริการมากกว่า 1 ครั้ง/ปีมากที่สุด รองลงมาคือ 1 ครั้ง/ปี ซึ่งความถี่ที่นำสัตว์เข้ามา รักษาที่แตกต่างกันนี้ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าไม่แตกต่างกันด้านการรักษาสัตว์, ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา, ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่แตกต่างกัน ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร สำหรับประเภทการให้บริการลูกค้าจะนำสัตว์มาใช้บริการรักษาทั่วไปเป็น หลัก รองลงมาคือ ฉีดวัคซีนและทำหมัน และประเภทการให้บริการที่แตกต่างกันนี้ มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าไม่ แตกต่างกันด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก, ด้านการรักษาสัตว์, ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร และด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การศึกษาวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตวทาสรักษาสัตว์ โดยจำแนกตาม ปัจจัยของลูกค้าทั้ง 4 ด้าน ซึ่งปัจจัยที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษานี้ได้สอดคล้องกับ พิมล เมชสวัสดิ์ (2549: หน้า 27) (อ้างอิง วันทนีย์ ผลสมบูรณ์ อมรรัตน์ ศรีผดุง และกัญญารัตน์ เหล็กมุล, 2554), คำนาย อภิปรัชญาสกุล (2557 หน้า 52-65) (อ้างอิง ลิขมา เนื่องจำนงค์, 2559) และ ปกรณ์ ทองสิงห์, อารมณ ัตตตะวะศาตร์ และศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล (2558) และผลการศึกษานี้ทำให้สามารถจัดอันดับความพึงพอใจของลูกค้าได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก ลูกค้าพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งอยู่ในจุดที่เดินทางได้สะดวกมาก ที่สุดได้ระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับจุฑาภรณ์ คาโยค วลัยพร ราชคมน์ และวรัญญา เขยตุ้ย (2559) ได้ศึกษาความพึง พพอใจ และปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันต แพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ในภาพรวมและรายด้านทั้ง 9 ด้าน อยู่ในระดับมากโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่

ด้านสถานที่ ($\bar{X}=4.43$, $SD = 0.51$) เป็นต้น รองลงมาลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คือ ที่จอดรถเพียงพอ , ความเหมาะสมในการจัดเรียงลำดับคิวในการเข้ารับการตรวจ, สถานที่ภายในร้านสะอาด และบรรยากาศดี, ขนาดของห้องตรวจรักษามีความเหมาะสม, ที่นั่งรอสำหรับเจ้าของสัตว์มีเพียงพอ และสะดวกสบาย และความสะดวกในการค้นหาสถานที่ตั้งของคลินิกผ่านทางอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ เช่นเดียวกับ ซอดาว เมืองพรหม (2562) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ต่อสถานที่จอดรถหรือพื้นที่รับส่งผู้ป่วยที่นั่งรอ ห้องน้ำมีความสะดวกและเพียงพอ, ระยะเวลาในการรอพบแพทย์มีความเหมาะสม และสถานที่มีระเบียบสะอาดและแสงสว่างภายในอาคาร เป็นต้น

อันดับที่ 2 ด้านการรักษาสัตว์ ลูกค้าพึงพอใจต่อความชำนาญในการรักษาและวินิจฉัยโรคได้ถูกต้องของสัตวแพทย์มากที่สุด ซึ่งความพึงพอใจนี้มาจากการให้บริการของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีคะแนนสูงที่สุด เช่นเดียวกับ ญัฐพร เนตรแก้ว (2563) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ผู้มาใช้บริการโรงพยาบาลบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา และ รัชนี้ หลงสวัสดิ์ (2562) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลสมเด็จพระพุทธเลิศหล้า ใน 4 ด้าน พบว่า ด้านบุคลากร ลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และซอดาว เมืองพรหม (2562) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อเจ้าหน้าที่แพทย์พยาบาลตรวจรักษาอย่างมีมาตรฐานถูกต้องตามหลักวิชาการอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ สุพัตรา เอื้ออุทัยรัตน์ (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ความพึงพอใจจากการใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้านผิวพรรณของคนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการคลินิกเสริมความงามมากที่สุดคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ เป็นต้น รองลงมา คือ ความพึงพอใจต่อสัตวแพทย์มีจรรยาบรรณวิชาชีพที่ดีในการรักษาสัตว์, พนักงานหน้าเคาน์เตอร์สามารถตอบข้อซักถามหรือให้คำแนะนำการดูแลสัตว์ในเบื้องต้นได้, ผู้ช่วยสัตวแพทย์มีความชำนาญในการจับบังคับสัตว์และปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้ดี และสัตวแพทย์ให้คำแนะนำที่ดีกับเจ้าของสัตว์ เพื่อให้สามารถดูแลสัตว์ป่วยได้ด้วยตนเองที่บ้าน ในระหว่างการรักษา ตามลำดับ

อันดับที่ 3 ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร ลูกค้าพึงพอใจในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นและข่าวสารต่างๆ ของคลินิก ผ่านทางสื่อออนไลน์ Facebook และ Line อยู่ในระดับมาก รองลง คือ การประชาสัมพันธ์ด้วยการป้ายติดตั้งภายในร้าน เพื่อแจ้งข่าวสารและความเคลื่อนไหวของผลิตภัณฑ์ยา อาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงภายในร้านให้ลูกค้าทราบ ตามลำดับ

อันดับที่ 4 ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา มีระดับความพึงพอใจลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมาคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์โดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายย่อยพบว่า วิธีการชำระเงินที่หลากหลาย และความเหมาะสมของราคา มีความพึงพอใจในระดับมาก เช่นเดียวกับพัชรี สกุรัตนศักดิ์ และ ชมภู วิวัฒน์วิทย์ (2554) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าของตลาดสดพระราม 5 จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ด้านราคาค่าบริการ มีความพึงพอใจในระดับมาก 2 เรื่อง ได้แก่ ราคาสินค้าโดยรวมมีความเหมาะสมสูงสุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ สินค้ามีระดับราคาหลากหลายให้เลือกซื้อ ส่วนที่เหลือมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ ราคาสินค้าถูกกว่าที่อื่น และมีการลดราคาสินค้าบางช่วงเวลาเพื่อเชิญชวนให้คนมาซื้อ เป็นต้น รองลงมาคือ ได้รับส่วนลดในโครงการต่างๆของคลินิก เช่น โครงการทำหมันสุนัข หรือโครงการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ร่วมกับกรมปศุสัตว์ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลของการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตว์ทาสรักษาสัตว์ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะถึงระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านดังนี้

1. ด้านที่ตั้ง ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สถานที่ตั้งอยู่ในจุดที่เดินทางได้สะดวก มีระดับความพึงพอใจจากลูกค้า ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ถือเป็นจุดแข็งของบริษัท ในการเลือกรูปแบบทำเลที่ดี หากในอนาคตมีความต้องการจะขยายสาขาก็สามารถเลือกรูปแบบทำเลให้สอดคล้องกับแหล่งที่อยู่อาศัยนั้นๆของลูกค้าได้ และระดับความพึงพอใจต่ำที่สุดในหัวข้อนี้ คือ ความสะดวกในการค้นหาสถานที่ตั้งของคลินิกผ่านทางอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้มีการเพิ่มช่องทางการค้นหา กำหนดจุดและปรับแก้ไขตำแหน่งของสถานที่ตั้งเป็นประจำทุกปี หรือแม้แต่มีการเคลื่อนย้ายสถานที่ในอนาคต
2. ด้านการรักษาสัตว์ พบว่า ลูกค้าพึงพอใจต่อความชำนาญในการรักษาและวินิจฉัยโรคได้ถูกต้องของสัตวแพทย์เป็นหลัก ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้มีการรักษามาตรฐานการรักษาไว้ เนื่องจากได้ระดับความพึงพอใจจากลูกค้ามากที่สุดถึง 4.62 เมื่อพิจารณาในระดับคะแนนถือว่า สูงที่สุดในทุกข้อย่อยและทุกด้านของความพึงพอใจ และระดับความพึงพอใจต่ำที่สุด คือ สัตวแพทย์ให้คำแนะนำที่ดีกับเจ้าของสัตว์ เพื่อให้สามารถดูแลสัตว์ป่วยได้ด้วยตนเองที่บ้าน ในระหว่างการรักษา ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้สัตวแพทย์มีการตรวจติดตามอาการสัตว์กับลูกค้ามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการโทรศัพท์หรือติดต่อผ่านแอปพลิเคชัน เช่น Line ของคลินิก เป็นต้น
3. ด้านการประชาสัมพันธ์และข้อมูลข่าวสาร พบว่า ลูกค้าพึงพอใจในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นและข่าวสารต่างๆ ของคลินิก ผ่านทางสื่อออนไลน์ Facebook และ Line ได้มากที่สุด แต่การประชาสัมพันธ์ด้วยการป้ายติดตั้งภายในร้าน เพื่อแจ้งข่าวสารและความเคลื่อนไหวของผลิตภัณฑ์ยา อาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงภายในร้านให้ลูกค้าทราบ มีระดับความพึงพอใจต่ำสุด ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะ ให้มีการแจ้งความเคลื่อนไหวของผลิตภัณฑ์ยา อาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง ลงไปในอินเทอร์เน็ต ผ่านทางสื่อออนไลน์ Facebook และ Line เนื่องจากยุคสมัยนี้ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการทางอินเทอร์เน็ตกันมาก ทั้งนี้ยังสามารถลดค่าใช้จ่ายในการทำป้ายได้อีกด้วย
4. ด้านค่าใช้จ่ายในการรักษา พบว่า ลูกค้าให้คะแนนการได้รับส่วนลดในโครงการต่างๆของคลินิก เช่น โครงการทำหมันสุนัข หรือโครงการฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ร่วมกับกรมปศุสัตว์ มีระดับความพึงพอใจที่ต่ำที่สุด เนื่องจากโครงการเหล่านี้ไม่ได้ถูกจัดขึ้นทุกปีและมีระยะเวลาที่กำหนด ทำให้การแจกจ่ายส่วนลดมีข้อจำกัด ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้มีการแจกส่วนลดในรูปแบบที่ง่ายขึ้น นอกเหนือจากการรักษาเพิ่มมากขึ้น เช่น ลด แลก แจก แถม ผลิตภัณฑ์ยา อาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยงที่มีอยู่ภายในคลินิก เป็นต้น

ประโยชน์ที่ได้รับ

จากการศึกษาทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตวศาสตร์รักษาสัตว์ และทราบถึงปัจจัยใดบ้างที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งนี้ข้อมูลดังกล่าวสามารถนำไปสร้างเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เกิดการบริการที่เหมาะสม และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในอนาคตได้

ข้อจำกัดในงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าโดยตรง โดยวิธีการแจกแบบสอบถามเพียงอย่างเดียวถือเป็นข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากวิธีที่เลือกใช้ และมีข้อจำกัดของระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่นำสัตว์เลี้ยงมารักษาในคลินิกสัตวศาสตร์รักษาสัตว์ เนื่องจากใช้เวลาเพียง 1 เดือนเท่านั้น

จากการศึกษาปัจจัยของลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของลูกค้าที่นำสัตว์เข้ามารักษาในคลินิกสัตวศาสตร์รักษาสัตว์ ทั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาปัจจัยบางส่วนเท่านั้น หากแต่มีปัจจัยด้านอื่นๆ อีกที่สามารถนำมาศึกษาเพิ่มเติมได้ ตัวอย่างงานวิจัย เช่น สุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลสิริ ราษฎร์ศิริ (2560) และกฤตภาส ลัยวงศ์ (2556) เป็นต้น

นอกจากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว เรื่องความสำเร็จของงานบริการ ความต้องการและความคาดหวังของผู้ปฏิบัติงานบริการ ก็มีความเรื่องจำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าลูกค้า เมื่อพนักงานมีความพึงพอใจที่ต่องานที่ได้รับมอบหมายคุณภาพของการบริการก็ย่อมจะติดตามไปด้วยเช่นกัน ตัวอย่างงานวิจัยเช่น มลฤดี วิวัฒน์รุ่งเรืองดี (2563)

ศึกษาความพึงพอใจ และหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจที่มีต่อการทำงานที่บ้าน จึงกล่าวได้ว่า การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานก็เป็นการศึกษาที่น่าสนใจ เนื่องจากยังมีงานวิจัยที่สนับสนุนถึงด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ของกฤตภาส ลัยวงศ์ (2556)

บรรณานุกรม

- กฤตภาส ลัยวงศ์. (2556). การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- จุฬารัตน์ คาโยค วลัยพร ราชคมน์ และวรัญญา เขยตุ้ย. (2558). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วารสาร Mahidol R2E e-Journal, 3(2), (กรกฎาคม-ธันวาคม 2559). 93-108.
- ช่อดาว เมืองพรหม. (2562). ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของโรงพยาบาลธนบุรี. สารนิพนธ์ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยสยาม.
- ณัฐพร เนตรแก้ว. (2563). ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โรงพยาบาลบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา. บทความ สาขาจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรกรณ์ ทองสิงห์ อารมณั ตัตตะวะศาสตร์ และศักดิ์ชัย เจริญศิริพรกุล (2558) กลยุทธ์การพัฒนาโรงพยาบาลสัตว์ มหาดไทย ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา. บทความประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการ ระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2558.
- พัชรี สกุศลรัตนศักดิ์ และชมภู วิวัฒน์วิทย์. (2554). ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าในตลาดสด พระราม 5 จังหวัดนนทบุรี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://readgur.com>. (วันที่ค้นข้อมูล : 26 กรกฎาคม 2564).
- มลฤดี วิวัฒน์รุ่งเรืองดี. (2563). ความพึงพอใจที่มีต่อการทำงานที่บ้าน(Work from home)ของพนักงานบริษัท ABC จำกัด ในเขตถนนเพชรบุรีตัดใหม่. บทความ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัชณี หลงสวาสดี. (2562). ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลสมเด็จพระพุทธเลิศหล้า. วารสารหัวหินสุขใจไกลกังวล, 4(3), (กันยายน-ธันวาคม 2562).
- ลัชมา เนื่องจำนงค์. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกรักษาสัตว์ในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง งานนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิวิศนา โชติศักดิ์. (2563). ความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Lazada ในจังหวัด กรุงเทพมหานคร. บทความ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลสิริ ราษฎร์ศิริ. (2560). ปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, 10(3), (กันยายน-ธันวาคม 2560). 419-429.
- สุพัตรา เอื้ออุทัยรัตน์. (2557). การศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ความพึงพอใจจากการใช้บริการคลินิกเสริมความงามด้าน ผิวพรรณของคนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อัศรณี ภักดิ์วงษ์. (2561). การสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน)งานบริการผู้ป่วยนอก งานบริการผู้ป่วยในและงานบริการในชุมชนประจำปีงบประมาณ 2561. วิทยาสตรบัณฑิต สาขาสถิติมหาวิทยาลัยศิลปากร.