

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ จำนวน 400 ชุด และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์ ที่ได้จัดทะเบียนจากกรมปศุสัตว์และผ่านการรับรองมาตรฐานสถานประกอบการสัตว์ จำนวน 14 แห่ง ผลการศึกษาวเคราะห์และแปลผลข้อมูล อธิบายดังนี้

#### ผลการศึกษาผู้บริการสถานพยาบาลสัตว์

ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

#### ผลการศึกษาผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการและสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาอุปสรรคที่พบ

ผลการศึกษาผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาลักษณะของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน อธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

เพศและอายุ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.0 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 48.0 และอายุของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ มีอายุ 20–30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ อายุ 31–40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.0 และน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 เพศและอายุของผู้ใช้บริการ

| อายุของผู้ใช้บริการ | เพศ   |        |       |        | จำนวน<br>(คน) | ร้อยละ |
|---------------------|-------|--------|-------|--------|---------------|--------|
|                     | ชาย   |        | หญิง  |        |               |        |
|                     | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |               |        |
|                     | (คน)  |        | (คน)  |        |               |        |
| น้อยกว่า 20 ปี      | 15    | 8.5    | 43    | 19.2   | 58            | 14.5   |
| 20 - 30 ปี          | 66    | 37.5   | 114   | 50.9   | 180           | 45.0   |
| 31 - 40 ปี          | 38    | 21.6   | 42    | 18.8   | 80            | 20.0   |
| 41 - 50 ปี          | 39    | 22.2   | 9     | 4.0    | 48            | 12.0   |
| 51 - 60 ปี          | 12    | 6.8    | 11    | 4.9    | 23            | 5.8    |
| 61 ปีขึ้นไป         | 6     | 3.4    | 5     | 2.2    | 11            | 2.8    |
| รวม                 | 176   | 100.0  | 224   | 100.0  | 400           | 100.0  |

สถานภาพ และระดับการศึกษา

ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมาคือสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 38.5 และสถานภาพหม้าย คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมาคืออนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 20.5 และมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 12.7 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 สถานภาพ และระดับการศึกษาของผู้ให้บริการ

| N=400                          |            |        |
|--------------------------------|------------|--------|
| ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| สถานภาพ                        |            |        |
| โสด                            | 208        | 52.0   |
| สมรส                           | 154        | 38.5   |
| หม้าย                          | 18         | 4.5    |
| หย่าร้าง                       | 12         | 3.0    |
| แยกกันอยู่                     | 7          | 1.8    |
| ระดับการศึกษา                  |            |        |
| มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า    | 21         | 5.3    |
| มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 51         | 12.7   |
| อนุปริญญาหรือเทียบเท่า         | 82         | 20.5   |
| ปริญญาตรี                      | 194        | 48.5   |
| ปริญญาโท                       | 36         | 9.0    |
| ปริญญาเอก                      | 16         | 4.0    |

อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาคือนักเรียน/ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.8 และประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 19.0 ตามลำดับ และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน อยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.8 และน้อยกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 4

ตาราง 4 อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการ

| N=400                          |            |        |
|--------------------------------|------------|--------|
| ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| อาชีพ                          |            |        |
| ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ         | 61         | 15.3   |
| ลูกจ้าง/ พนักงานบริษัท         | 106        | 26.5   |
| เกษตรกร/ แรงงาน                | 23         | 5.8    |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย    | 76         | 19.0   |
| นักเรียน/ นักศึกษา             | 95         | 23.8   |
| พ่อบ้าน/ แม่บ้าน               | 35         | 8.8    |
| ไม่ระบุ/ว่างงาน                | 4          | 1.0    |
| รายได้ต่อเดือน                 |            |        |
| น้อยกว่า 5,000 บาท             | 82         | 20.5   |
| 5,001-10,000 บาท               | 142        | 35.5   |
| 10,001-20,000 บาท              | 91         | 22.8   |
| 20,001-30,000 บาท              | 46         | 11.5   |
| 30,001บาทขึ้นไป                | 39         | 9.8    |



ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่

ในการศึกษาพฤติกรรมการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ ผลการ ศึกษาวิจัยของข้อมูลประกอบด้วย ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมาบริการ รายการมาใช้บริการ ช่วงเวลา ที่มาใช้บริการประจำ วันที่มาใช้บริการประจำ ความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการ มาใช้บริการต่อครั้ง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ และแหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมา ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมาบริการ

ประเภทสัตว์เลี้ยงที่ผู้บริคนำมาบริการส่วนใหญ่เป็นสุนัข คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมาคือ แมว คิดเป็นร้อยละ 28.8 และกระต่าย คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 5

ตาราง 5 ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมาบริการของผู้ใช้บริการ

| ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมาบริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------|--------|
| สุนัข                          | 312        | 78.0   |
| แมว                            | 115        | 28.8   |
| กระต่าย                        | 70         | 17.5   |
| หนู                            | 46         | 11.5   |
| นก                             | 30         | 7.5    |
| ปลา                            | 20         | 5.0    |

หมายเหตุ \*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

รายการมาใช้บริการ

รายการมาใช้บริการของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่มาใช้บริการตรวจรักษาโรคทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 76.0 รองลงมาคือ โปรแกรมวัคซีน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และการรักษาพยาธิภายใน/พยาธิภายนอก คิดเป็นร้อยละ 39.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 6

ตาราง 6 รายการมาใช้บริการของผู้ใช้บริการ

| รายการการบริการ                               | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------------------|------------|--------|
| ตรวจรักษาโรคทั่วไป                            | 304        | 76.0   |
| รักษาโรคเฉพาะทาง                              | 65         | 16.3   |
| โปรแกรมวัคซีน                                 | 241        | 60.3   |
| การรักษาพยาธิภายใน/ พยาธิภายนอก               | 158        | 39.5   |
| การคุมกำเนิด/ ทำหมัน                          | 75         | 18.8   |
| ศัลยกรรม                                      | 37         | 9.3    |
| การผ่าตัด                                     | 65         | 16.3   |
| ทันตกรรม                                      | 49         | 12.3   |
| อุปกรณ์ไมโครชิพ (เครื่องติดตามตัวสัตว์เลี้ยง) | 13         | 3.3    |
| แลปตรวจ                                       | 49         | 12.3   |
| อัลตราซาวด์                                   | 37         | 9.3    |
| เอกเรย์                                       | 30         | 7.5    |
| ร้านจำหน่ายยา อุปกรณ์และอาหารสัตว์เลี้ยง      | 68         | 17.0   |
| บริการฝากเลี้ยง / ฝากไข่                      | 49         | 12.3   |
| บริการเสริมสวยอาบน้ำ- ตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยง    | 84         | 21.0   |
| บริการศูนย์ฝึกสุนัข                           | 15         | 3.8    |
| บริการสระว่ายน้ำสุนัข                         | 12         | 3.0    |
| บริการนอกสถานที่                              | 44         | 11.0   |
| บริการรถรับส่งสัตว์เลี้ยง                     | 56         | 14.0   |

หมายเหตุ \*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการประจำ

ช่วงเวลาที่ใช้บริการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์เป็นประจำ คือ ช่วงเย็น ในช่วงเวลา 16.01-21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 57.8 รองลงมาคือช่วงเช้า ในช่วงเวลา 08.00-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 21.7 และช่วงกลางวัน ในช่วงเวลา 12.01-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 7

ตาราง 7 ช่วงเวลาที่มาใช้บริการประจำ

| N=400                      |            |        |
|----------------------------|------------|--------|
| ช่วงเวลาที่มาใช้บริการ     | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ช่วงเช้า 08.00-12.00 น.    | 87         | 21.7   |
| ช่วงกลางวัน 12.01-16.00 น. | 56         | 14.0   |
| ช่วงเย็น 16.01-21.00 น.    | 231        | 57.8   |
| นอกช่วงเวลา                | 26         | 6.5    |

วันที่มาใช้บริการประจำ

โดยส่วนใหญ่วันที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์เป็นประจำ ไม่ระบุวันที่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ วันเสาร์-วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 33.5 และวันจันทร์-วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 19.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 8

ตาราง 8 วันที่มาใช้บริการประจำ

| N=400                 |            |        |
|-----------------------|------------|--------|
| วันที่มาใช้บริการ     | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| วันจันทร์ - วันศุกร์  | 80         | 20.0   |
| วันเสาร์ - วันอาทิตย์ | 134        | 33.5   |
| ไม่ระบุวันที่แน่นอน   | 186        | 46.5   |

ความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน

ความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือนของผู้ใช้บริการ โดยส่วนใหญ่มาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.0 และ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 9

ตาราง 9 ความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน

| N=400                           |            |        |
|---------------------------------|------------|--------|
| ความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| 1 ครั้ง                         | 163        | 40.8   |
| 2 ครั้ง                         | 136        | 34.0   |
| 3 ครั้ง                         | 78         | 19.5   |
| มากกว่า 3 ครั้ง                 | 23         | 5.8    |

ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการต่อครั้งของผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วง 101-500 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ 2,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 10

ตาราง 10 ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการต่อครั้ง

| N=400                              |            |        |
|------------------------------------|------------|--------|
| ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการต่อครั้ง | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ต่ำกว่า 100 บาท                    | 12         | 3.0    |
| 101- 500 บาท                       | 117        | 29.3   |
| 501- 1,000 บาท                     | 102        | 25.5   |
| 1,001- 2,000 บาท                   | 68         | 17.0   |
| 2,001 บาทขึ้นไป                    | 101        | 25.3   |



### สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ คือ สถานที่ตั้งใกล้บ้านหรือแหล่งที่พักอาศัย คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ของสถานพยาบาลสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 38.5 และเพื่อน คนใกล้ชิดหรือคนรู้จักแนะนำมา คิดเป็นร้อยละ 36.3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 11

ตาราง 11 สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ

| สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ   | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---------------------------------------------|------------|--------|
| สถานที่ตั้งใกล้บ้าน หรือแหล่งที่พักอาศัย    | 172        | 43.0   |
| ชื่อเสียงของสถานพยาบาลสัตว์ และสัตวแพทย์    | 99         | 24.8   |
| ราคาขอมเยาเป็นกันเอง และมีความสมเหตุสมผล    | 81         | 20.3   |
| รายการพิเศษ โปร โมชัน ส่วนลด ส่วนแถม        | 64         | 16.0   |
| เพื่อน คนใกล้ชิดหรือคนรู้จักแนะนำมา         | 145        | 36.3   |
| สถานที่จอดรถสะดวก กว้างขวางและเพียงพอ       | 76         | 19.0   |
| สถานที่ตั้งหาง่าย และป้ายโฆษณามองเห็นชัดเจน | 118        | 29.5   |
| ความครบวงจร เช่น มีบริการอาบน้ำตัดขน        | 141        | 35.5   |
| สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องดื่ม         | 85         | 21.3   |
| การบริการที่รวดเร็ว ไม่ต้องรอคอยนาน         | 74         | 18.5   |
| ภาพลักษณ์ของสถานพยาบาลสัตว์                 | 154        | 38.5   |

หมายเหตุ \*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาใช้บริการ

แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ โดยส่วนใหญ่มาจากวิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาคือป้ายโฆษณา/ป้ายสถานประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 21.8 และช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 12

ตาราง 12 แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาใช้บริการ

| แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจมาใช้บริการ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-------------------------------------|------------|--------|
| โทรศัพท์                            | 1          | 0.3    |
| ป้ายโฆษณา / ป้ายสถานประกอบการ       | 87         | 21.8   |
| วิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก            | 191        | 47.8   |
| แผ่นพับ/ ใบปลิว                     | 61         | 15.3   |
| วิทยุ                               | 13         | 3.3    |
| หนังสือพิมพ์                        | 33         | 20.8   |
| นิตยสาร                             | 51         | 12.8   |
| ช่องทางอินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์    | 82         | 20.5   |
| การออกแสดงตามงาน หรือบูธต่างๆ       | 45         | 11.3   |

หมายเหตุ \*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากผลการวิจัย จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเนื่องกับประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมา  
รับบริการ พบผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 5,001-10,000 บาทมากที่สุด โดยสุนัขเป็นสัตว์เลี้ยงที่  
นำมาใช้บริการมากที่สุด มีรายละเอียดดังนี้คือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 5,001-10,000 บาท  
นำสุนัขมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 14.5 แมว คิดเป็นร้อยละ 9.5 กระต่าย คิดเป็นร้อยละ 6.0  
หนู คิดเป็นร้อยละ 3.5 นก คิดเป็นร้อยละ 1.5 และปลา คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ รายละเอียด  
ดังตาราง 13

ตาราง 13 รายได้ต่อเนื่องกับประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมาใช้บริการ

| รายได้ต่อเนื่อง<br>(บาท) |        | ประเภทสัตว์เลี้ยงที่นำมาใช้บริการ |       |         |      |      |      | รวม    |
|--------------------------|--------|-----------------------------------|-------|---------|------|------|------|--------|
|                          |        | สุนัข                             | แมว   | กระต่าย | หนู  | นก   | ปลา  |        |
| น้อยกว่า 5,000           | จำนวน  | 56                                | 12    | 7       | 5    | 1    | 1    | 82     |
|                          | ร้อยละ | 14.0%                             | 3.0%  | 1.8%    | 1.3% | 0.3% | 0.3% | 20.5%  |
| 5,001-10,000             | จำนวน  | 58                                | 38    | 24      | 14   | 6    | 2    | 142    |
|                          | ร้อยละ | 14.5%                             | 9.5%  | 6.0%    | 3.5% | 1.5% | 0.5% | 35.5%  |
| 10,001-20,000            | จำนวน  | 51                                | 27    | 6       | 4    | 2    | 1    | 91     |
|                          | ร้อยละ | 12.8%                             | 6.8%  | 1.5%    | 1.0% | 0.5% | 0.3% | 22.8%  |
| 20,001-30,000            | จำนวน  | 27                                | 10    | 5       | 1    | 2    | 1    | 46     |
|                          | ร้อยละ | 6.8%                              | 2.5%  | 1.3%    | 0.3% | 0.5% | 0.3% | 11.5%  |
| 30,001 ขึ้นไป            | จำนวน  | 21                                | 8     | 2       | 1    | 5    | 2    | 39     |
|                          | ร้อยละ | 5.3%                              | 2.0%  | 0.5%    | 0.3% | 1.3% | 0.5% | 9.8%   |
| รวม                      |        | 213                               | 95    | 44      | 25   | 16   | 7    | 400    |
| จำนวน                    |        |                                   |       |         |      |      |      |        |
| รวม                      |        | 53.3%                             | 23.7% | 11.0%   | 6.4% | 4.0% | 1.9% | 100.0% |
| ร้อยละ                   |        |                                   |       |         |      |      |      |        |

จากผลการวิจัย จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเนื่องกับค่าใช้จ่ายในการมาใช้  
บริการต่อครั้ง พบผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 20,001-30,000 บาทมากที่สุด มีรายละเอียดคือ  
ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง น้อยกว่า 5,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการต่อครั้ง 0-100 บาท  
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.0 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 5,001-10,000 บาท และ 10,001-20,000  
บาท มีค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการต่อครั้ง 101-500 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.5 ส่วนผู้ใช้บริการที่  
มีรายได้ต่อเนื่อง 20,001-30,000 บาท มีค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการต่อครั้ง 501-1,000 บาทมากที่สุด  
คิดเป็นร้อยละ 8.0 และผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 30,001 บาทขึ้นไป มีค่าใช้จ่ายในการมาใช้  
บริการต่อครั้ง 1,001-2,000 บาท และ 2,001 บาทขึ้นไป มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 6.7 และ 9.5 ตามลำดับ  
รายละเอียดดังตาราง 14

ตาราง 14 รายได้ต่อเนื่องกับค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการต่อครั้ง

| รายได้ต่อเนื่อง    |        | ค่าใช้จ่ายในการมาใช้บริการต่อครั้ง (บาท) |       |       |       |        | รวม    |
|--------------------|--------|------------------------------------------|-------|-------|-------|--------|--------|
|                    |        | 0                                        | 101   | 501   | 1,100 | 2,000  |        |
|                    |        | -                                        | -     | -     | -     | ขึ้นไป |        |
|                    |        | 100                                      | 500   | 1,000 | 2,000 |        |        |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | จำนวน  | 4                                        | 27    | 10    | 2     | 1      | 44     |
|                    | ร้อยละ | 1.0%                                     | 6.7%  | 2.5%  | 0.5%  | 0.3%   | 11.0%  |
| 5,001-10,000 บาท   | จำนวน  | 3                                        | 34    | 16    | 10    | 9      | 72     |
|                    | ร้อยละ | 0.7%                                     | 8.5%  | 4%    | 2.5%  | 2.2%   | 18.0%  |
| 10,001-20,000 บาท  | จำนวน  | 3                                        | 34    | 21    | 11    | 17     | 86     |
|                    | ร้อยละ | 0.7%                                     | 8.5%  | 5.2%  | 2.7%  | 4.2%   | 21.5%  |
| 20,001-30,000 บาท  | จำนวน  | 1                                        | 22    | 32    | 18    | 36     | 109    |
|                    | ร้อยละ | 0.2%                                     | 5.5%  | 8.0%  | 4.5%  | 9.0%   | 27.2%  |
| 30,001 บาทขึ้นไป   | จำนวน  | 1                                        | 11    | 23    | 27    | 38     | 100    |
|                    | ร้อยละ | 0.2%                                     | 2.7%  | 5.7%  | 6.7%  | 9.5%   | 25.0%  |
| รวมจำนวน           |        | 12                                       | 117   | 102   | 68    | 101    | 400    |
| รวมร้อยละ          |        | 3.0%                                     | 29.3% | 25.5% | 17.0% | 25.3%  | 100.0% |

จากผลการวิจัย จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเนื่องกับความถี่ในการมาใช้บริการ ต่อเดือน พบผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 30,001 บาทขึ้นไปมากที่สุด มีรายละเอียดคือ ผู้ให้บริการมีความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน 2 ครั้ง 3 ครั้ง และ มากกว่า 3 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.7, 7.8 และ 3.3 ตามลำดับ ส่วนผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง น้อยกว่า 5,000 บาท มีความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 15.7 รายละเอียดดังตาราง 15

ตาราง 15 รายได้ต่อเนื่องกับความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน

| รายได้ต่อเนื่อง    |        | ความถี่ในการมาใช้บริการต่อเดือน (ครั้ง) |       |       |           | รวม    |
|--------------------|--------|-----------------------------------------|-------|-------|-----------|--------|
|                    |        | 1                                       | 2     | 3     | มากกว่า 3 |        |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | จำนวน  | 63                                      | 4     | 3     | 1         | 71     |
|                    | ร้อยละ | 15.7%                                   | 1.0%  | 0.7%  | 0.3%      | 17.7%  |
| 5,001-10,000 บาท   | จำนวน  | 40                                      | 17    | 9     | 2         | 68     |
|                    | ร้อยละ | 10.0%                                   | 4.2%  | 2.3%  | 0.5%      | 17.0%  |
| 10,001-20,000 บาท  | จำนวน  | 37                                      | 20    | 12    | 4         | 73     |
|                    | ร้อยละ | 9.3%                                    | 5.0%  | 3.0%  | 1.0%      | 18.5%  |
| 20,001-30,000 บาท  | จำนวน  | 13                                      | 28    | 23    | 3         | 67     |
|                    | ร้อยละ | 3.3%                                    | 7.0%  | 5.7%  | 0.7%      | 16.8%  |
| 30,001 บาทขึ้นไป   | จำนวน  | 10                                      | 67    | 31    | 13        | 121    |
|                    | ร้อยละ | 2.5%                                    | 16.7% | 7.8%  | 3.3%      | 30.3%  |
| รวมจำนวน           |        | 163                                     | 136   | 78    | 23        | 400    |
| รวมร้อยละ          |        | 40.7%                                   | 34.0% | 19.5% | 5.8%      | 100.0% |



จากผลการวิจัย จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเนื่องกับความถี่ในการมาใช้บริการ ต่อเดือน พบผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่องน้อยกว่า 5,000 บาทมากที่สุด โดยผู้ที่มีรายได้ต่อเนื่องน้อยกว่า 5,000 บาท มาใช้บริการในวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.0 ส่วนผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 30,001 บาทขึ้นไป มาใช้บริการในวันจันทร์ถึงวันศุกร์เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.7 และผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 20,001-30,000 บาท มาใช้บริการไม่ ระบุวันที่แน่นอนเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.7 รายละเอียดดังตาราง 16

ตาราง 16 รายได้ต่อเนื่องกับวันที่ผู้ให้บริการมาใช้บริการประจำ

| รายได้ต่อเนื่อง    |        | วันที่มาใช้บริการประจำ |               |                     | รวม    |
|--------------------|--------|------------------------|---------------|---------------------|--------|
|                    |        | จันทร์-ศุกร์           | เสาร์-อาทิตย์ | ไม่ระบุวันที่แน่นอน |        |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | จำนวน  | 27                     | 56            | 13                  | 96     |
|                    | ร้อยละ | 6.7%                   | 14.0%         | 3.3%                | 24.0%  |
| 5,001-10,000 บาท   | จำนวน  | 10                     | 45            | 12                  | 67     |
|                    | ร้อยละ | 2.5%                   | 11.2%         | 3.0%                | 16.8%  |
| 10,001-20,000 บาท  | จำนวน  | 22                     | 34            | 12                  | 68     |
|                    | ร้อยละ | 5.5%                   | 8.5%          | 3.0%                | 17.0%  |
| 20,001-30,000 บาท  | จำนวน  | 36                     | 28            | 23                  | 87     |
|                    | ร้อยละ | 9.0%                   | 7.0%          | 5.7%                | 21.7%  |
| 30,001 บาทขึ้นไป   | จำนวน  | 39                     | 23            | 20                  | 82     |
|                    | ร้อยละ | 9.7%                   | 5.7%          | 5.0%                | 20.5%  |
| รวมจำนวน           |        | 134                    | 186           | 80                  | 400    |
| รวมร้อยละ          |        | 33.5%                  | 46.5%         | 20.0%               | 100.0% |



จากผลการวิจัย จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเนื่องกับช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการประจำ พบผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่องน้อยกว่า 5,000 บาทมากที่สุด มีรายละเอียดคือผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่องน้อยกว่า 5,000 บาท มาใช้บริการในช่วงเช้าเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.7 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 5,001-10,000 บาท มาใช้บริการในช่วงกลางวันเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.2 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 10,001-20,000 บาท มาใช้บริการในช่วงเย็นเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.0 และผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเนื่อง 30,001 บาทขึ้นไป มาใช้บริการนอกช่วงเวลาก็ดังกล่าวเป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.5% รายละเอียดดังตาราง 17

- หมายเหตุ
- ช่วงเวลาเช้า

คือช่วงเวลา 08.00-12.00 น.
- ช่วงกลางวัน

คือช่วงเวลา 12.01-16.00 น.
- ช่วงเย็น

คือช่วงเวลา 16.01-21.00 น.

ตาราง 17 รายได้ต่อเนื่องกับช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการประจำ

| รายได้ต่อเดือน     |        | ช่วงเวลาที่มาใช้บริการประจำ |                 |          |                 | รวม    |
|--------------------|--------|-----------------------------|-----------------|----------|-----------------|--------|
|                    |        | ช่วงเช้า                    | ช่วง<br>กลางวัน | ช่วงเย็น | นอก<br>ช่วงเวลา |        |
| น้อยกว่า 5,000 บาท | จำนวน  | 31                          | 14              | 45       | 1               | 91     |
|                    | ร้อยละ | 7.7%                        | 3.5%            | 11.3%    | 0.3%            | 22.7%  |
| 5,001-10,000 บาท   | จำนวน  | 13                          | 17              | 51       | 5               | 86     |
|                    | ร้อยละ | 3.2%                        | 4.2%            | 12.7%    | 1.2%            | 21.5%  |
| 10,001-20,000 บาท  | จำนวน  | 16                          | 7               | 56       | 4               | 83     |
|                    | ร้อยละ | 4.0%                        | 1.7%            | 14.0%    | 1.0%            | 20.7%  |
| 20,001-30,000 บาท  | จำนวน  | 22                          | 8               | 45       | 7               | 82     |
|                    | ร้อยละ | 5.5%                        | 2.0%            | 11.2%    | 1.7%            | 20.5%  |
| 30,001 บาทขึ้นไป   | จำนวน  | 5                           | 10              | 34       | 9               | 58     |
|                    | ร้อยละ | 1.3%                        | 2.5%            | 8.5%     | 2.5%            | 14.5%  |
| รวมจำนวน           |        | 87                          | 56              | 231      | 26              | 400    |
| รวมร้อยละ          |        | 21.7%                       | 14.0%           | 57.7%    | 6.5%            | 100.0% |

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญในการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ของ  
ผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก  
( $\bar{X}$ =3.68) เมื่อศึกษารายละเอียดของข้อมูล พบว่าส่วนใหญ่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อการที่  
สถานพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ( $\bar{X}$ =3.95) รองลงมาคือ สถานพยาบาลสัตว์มีความ  
พร้อมในด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ยา ( $\bar{X}$ =3.93) และสถานพยาบาลสัตว์มีความ  
น่าเชื่อถือ ( $\bar{X}$ = 3.91) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 18

ตาราง 18 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                                                    | ส่วน                       |                                | ระดับ                           |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
|                                                                        | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ความสำคัญ<br>ต่อการ<br>ตัดสินใจ |
| 1. สถานพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี                         | 3.95                       | 0.43                           | มาก                             |
| 2. สถานพยาบาลสัตว์มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ทาง<br>การแพทย์และเวชภัณฑ์ยา | 3.93                       | 0.36                           | มาก                             |
| 3. สถานพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือ                                    | 3.91                       | 0.38                           | มาก                             |
| 4. สัตว์แพทย์สามารถตรวจรักษาโรคและผ่าตัดได้                            | 3.87                       | 0.45                           | มาก                             |
| 5. มีบริการตรวจรักษา และฉีดวัคซีนนอกสถานที่                            | 3.84                       | 0.33                           | มาก                             |
| 6. มีบริการฝากเลี้ยง และฝากไข่                                         | 3.82                       | 0.53                           | มาก                             |
| 7. มีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยง                                           | 3.66                       | 0.41                           | มาก                             |
| 8. มีบริการเสริมสวยอาบน้ำตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยง                          | 3.6                        | 0.54                           | มาก                             |
| 9. มีบริการร้านยา อุปกรณ์ และอาหารสัตว์เลี้ยง                          | 3.56                       | 0.42                           | มาก                             |
| 10. มีบริการศูนย์ฝึกสุนัข                                              | 3.12                       | 0.67                           | ปานกลาง                         |
| 11. มีบริการสรว่ายน้ำสำหรับสัตว์เลี้ยง                                 | 3.05                       | 0.61                           | ปานกลาง                         |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์                                               | 3.68                       | 0.47                           | มาก                             |

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการในระดับมาก เนื่องจากการที่สถานพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี และมีความพร้อมในด้านอุปกรณ์การแพทย์และเวชภัณฑ์จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการได้มาก

ปัจจัยด้านราคา

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญในการตัดสินใจด้านราคาของผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.62) เมื่อศึกษารายละเอียดข้อมูล พบว่าส่วนใหญ่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อการที่สถานพยาบาลสัตว์กำหนดอัตราค่าผลิตภัณฑ์และบริการสมเหตุสมผล ( $\bar{X}$ =3.73) รองลงมาคือ มีการประกาศและป้ายแสดงอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน ( $\bar{X}$ =3.63) และมีการให้ส่วนลดกับผู้ที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}$ =3.57) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 19

ตาราง 19 ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

| ปัจจัยด้านราคา                                      | ส่วน                       |                                | ระดับ                           |
|-----------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
|                                                     | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ความสำคัญ<br>ต่อการ<br>ตัดสินใจ |
| 1. อัตราค่าผลิตภัณฑ์และบริการมีความสมเหตุสมผล       | 3.73                       | 0.81                           | มาก                             |
| 2. มีการประกาศหรือป้ายแสดงอัตราค่าบริการอย่างชัดเจน | 3.63                       | 0.77                           | มาก                             |
| 3. ให้ส่วนลดกับผู้ที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง      | 3.57                       | 0.76                           | มาก                             |
| 4. มีการให้ผ่อนชำระค่าบริการ                        | 3.56                       | 0.58                           | มาก                             |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านราคา                                 | 3.62                       | 0.73                           | มาก                             |

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้ให้บริการจะนำราคาของการบริการมาเปรียบเทียบกับสถานพยาบาลสัตว์อื่นๆ เมื่อเทียบกับคุณภาพหรือความสมเหตุสมผลของผลิตภัณฑ์หรือบริการกับราคาที่ต้องจ่าย ดังนั้นการมีราคาค่าบริการที่ถูกกว่าสถานพยาบาลอื่นจึงมีส่วนสำคัญมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ เมื่อพบว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการไม่แตกต่างกันมากนัก



ปัจจัยด้านสถานที่

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญในการตัดสินใจด้านสถานที่ของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.60) เมื่อศึกษารายละเอียดข้อมูล พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อสถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย ( $\bar{X}$ =3.85) รองลงมาคือ สถานที่ตั้งหาได้ง่าย สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ( $\bar{X}$ =3.81) และมีบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เช่น การให้คำปรึกษา ( $\bar{X}$ =3.77) ตามลำดับ รายละเอียดตามตาราง 20

ตาราง 20 ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

| ปัจจัยด้านสถานที่                                   | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ<br>ต่อการ<br>ตัดสินใจ |
|-----------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------|
| 1. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย              | 3.85                       | 0.64                                   | มาก                                      |
| 2. สถานที่ตั้งหาได้ง่าย และสะดวกต่อการเดินทาง       | 3.81                       | 0.45                                   | มาก                                      |
| 3. มีบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เช่น ให้คำปรึกษา | 3.77                       | 0.71                                   | มาก                                      |
| 4. อาคารสถานที่สะอาด ได้มาตรฐาน                     | 3.75                       | 0.47                                   | มาก                                      |
| 5. มีบริเวณที่จอดรถกว้างขวาง สะดวก และเพียงพอ       | 3.74                       | 0.56                                   | มาก                                      |
| 6. การตกแต่งสถานที่มีความเหมาะสมและสวยงาม           | 3.64                       | 0.54                                   | มาก                                      |
| 7. มีห้องพักรับรองหรือที่นั่งพักรอแก่ผู้ให้บริการ   | 3.52                       | 0.62                                   | มาก                                      |
| 8. มีบริการห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอ               | 3.46                       | 0.39                                   | ปานกลาง                                  |
| 9. มีแผนผังสัญลักษณ์แสดงทางเดินและห้องอย่างชัดเจน   | 3.25                       | 0.65                                   | ปานกลาง                                  |
| 10. เวลาเปิดปิดสะดวกในการให้บริการแก่ผู้ให้บริการ   | 3.24                       | 0.68                                   | ปานกลาง                                  |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านสถานที่                           | 3.60                       | 0.57                                   | มาก                                      |

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการที่สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัย และแหล่งชุมชน ทำให้ผู้ใช้บริการสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ และพบเห็นได้ง่าย ส่วนบริการทางอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลและเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงง่ายอีกทางหนึ่งแก่ผู้ให้บริการ ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญในการตัดสินใจด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.56) เมื่อศึกษารายละเอียดข้อมูล พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ในวิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก ( $\bar{X}$ =4.14) รองลงมาคือมีการจัดรายการพิเศษ โปรโมชัน ส่วนลด ส่วนแถม ( $\bar{X}$ =3.51) และมีการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสาร ( $\bar{X}$ =3.42) ตามลำดับ รายละเอียดตามตาราง 21

ตาราง 21 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                                                                            | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ<br>ต่อการ<br>ตัดสินใจ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------|
| 1. วิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก                                                                             | 4.14                       | 0.48                                   | มาก                                      |
| 2. มีการจัดรายการพิเศษ โปร โมชัน ส่วนลดส่วนแถม                                                          | 3.51                       | 0.65                                   | มาก                                      |
| 3. มีการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ<br>เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสาร             | 3.42                       | 0.72                                   | ปานกลาง                                  |
| 4. การแจ้งข่าวสารและข้อมูลความเคลื่อนไหวต่างๆ เช่น<br>การแจ้งเตือนการมารับบริการแก่ผู้ให้บริการ         | 3.38                       | 0.70                                   | ปานกลาง                                  |
| 5. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม เช่น การออกพื้นที่<br>ร่วมกับกรมปศุสัตว์ฉีดวัคซีนและทำหมันแก่สุนัขฟรี | 3.34                       | 0.84                                   | ปานกลาง                                  |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด                                                                    | 3.56                       | 0.68                                   | มาก                                      |

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะวิธีการบอกกล่าวปากต่อปากที่มีความรวดเร็วในการประชาสัมพันธ์และค่อนข้างทั่วถึง นอกจากนี้การจัดรายการพิเศษ โปร โมชัน ส่วนลดส่วนแถม ก็เป็นสิ่งที่มีความสำคัญทำให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์มากขึ้น



ปัจจัยด้านบุคลากร

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญในการตัดสินใจด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.79) เมื่อศึกษารายละเอียดข้อมูล พบว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อการมีสัตัวแพทย์มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการรักษาและผ่าตัด ( $\bar{X}$ =3.91) รองลงมาคือ บุคลากรสามารถให้คำแนะนำปรึกษาและคอยแก้ปัญหาให้แก่ผู้ให้บริการได้ ( $\bar{X}$ =3.88) และสัตัวแพทย์มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X}$ =3.85) ตามลำดับ รายละเอียดตามตาราง 22

ตาราง 22 ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

| ปัจจัยด้านบุคลากร                                                     | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ<br>ต่อการ<br>ตัดสินใจ |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------|
| 1. สัตัวแพทย์มีความรู้ความสามารถ และความชำนาญ<br>ในการรักษาและผ่าตัด  | 3.91                       | 0.72                                   | มาก                                      |
| 2. บุคลากรสามารถให้คำแนะนำปรึกษา และคอย<br>แก้ปัญหาให้ผู้ให้บริการได้ | 3.88                       | 0.47                                   | มาก                                      |
| 3. สัตัวแพทย์มีชื่อเสียง และน่าเชื่อถือ                               | 3.85                       | 0.69                                   | มาก                                      |
| 4. บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ และเอาใจใส่ผู้มาใช้บริการดี                 | 3.70                       | 0.71                                   | มาก                                      |
| 5. มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการ                               | 3.63                       | 0.54                                   | มาก                                      |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านบุคลากร                                             | 3.79                       | 0.63                                   | มาก                                      |

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตัวของผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการที่สถานพยาบาลมีสัตัวแพทย์มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในการรักษาและผ่าตัด ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความมั่นใจในคุณภาพเมื่อนำสัตัวเสี่ยงมารับการรักษาจากสัตัวแพทย์

ปัจจัยด้านกระบวนการมาใช้บริการ

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญในการตัดสินใจด้านกระบวนการมาใช้บริการของผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.59) เมื่อศึกษารายละเอียดข้อมูล พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก โดยส่วนมากคือมีความถูกต้องและชัดเจน ( $\bar{X}$ =3.83) รองลงมาคือ มีความสะดวกและรวดเร็ว ( $\bar{X}$ =3.76) และการสื่อสารข้อมูลเกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ ( $\bar{X}$ =3.73) ตามลำดับ รายละเอียดตามตาราง 23

ตาราง 23 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ                       | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ<br>ต่อการ<br>ตัดสินใจ |
|----------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------|
| 1. มีความถูกต้องและชัดเจน                          | 3.83                       | 0.62                                   | มาก                                      |
| 2. มีความสะดวกและรวดเร็ว                           | 3.76                       | 0.60                                   | มาก                                      |
| 3. การสื่อสารข้อมูลเกิดความเข้าใจตรงกัน            | 3.73                       | 0.58                                   | มาก                                      |
| 4. มีการติดตามและประเมินผลการมาใช้บริการ           | 3.68                       | 0.63                                   | มาก                                      |
| 5. มีการดูแลและให้คำปรึกษาแก่ผู้มาใช้บริการ        | 3.62                       | 0.52                                   | มาก                                      |
| 6. มีการรับประกันคุณภาพในการรักษา                  | 3.54                       | 0.44                                   | มาก                                      |
| 7. มีการให้บริการที่เป็นขั้นตอน และเป็นระบบระเบียบ | 3.52                       | 0.58                                   | มาก                                      |
| 8. ให้บริการสัตว์เลี้ยงทุกตัวอย่างเสมอภาคกัน       | 3.50                       | 0.49                                   | มาก                                      |
| 9. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการ         | 3.38                       | 0.41                                   | ปานกลาง                                  |
| 10. มีศูนย์ หรือกล่องรับเรื่องราวความคิดเห็น       | 3.31                       | 0.53                                   | ปานกลาง                                  |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านกระบวนการให้บริการ               | 3.59                       | 0.54                                   | มาก                                      |

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการที่กระบวนการให้บริการมีความถูกต้องชัดเจนและมีความสะดวกรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญในการตัดสินใจด้านกระบวนการมาใช้บริการของผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.64) เมื่อศึกษารายละเอียดข้อมูล พบว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ สถานพยาบาลสัตว์เป็นโรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่ ( $\bar{X}$ =4.54) รองลงมาผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อในระดับมาก ได้แก่การเป็นโรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ ( $\bar{X}$ =4.12) และคลินิกสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ ( $\bar{X}$ =3.51) ตามลำดับ ดังตาราง 24

ตาราง 24 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

| ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร                        | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน                           | ระดับ                           |
|-----------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|---------------------------------|
|                                                     |                            | เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ความสำคัญ<br>ต่อการ<br>ตัดสินใจ |
| 1. โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่    | 4.54                       | 0.38                           | มากที่สุด                       |
| 2. โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ | 4.12                       | 0.46                           | มาก                             |
| 3. คลินิกสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่    | 3.51                       | 0.40                           | มาก                             |
| 4. คลินิกสัตว์แบบไม่มีที่พักสัตว์ป่วย               | 3.41                       | 0.42                           | ปานกลาง                         |
| 5. สถานพยาบาลสัตว์ชั้นสอง                           | 2.62                       | 0.51                           | ปานกลาง                         |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร                | 3.64                       | 0.43                           | มาก                             |

จากผลการวิจัยพบว่า จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านภาพลักษณ์ขององค์กรมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการเป็นโรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากโรงพยาบาลสัตว์ มีความพร้อมในหลายๆ ด้าน เช่น อุปกรณ์ทางการแพทย์ จำนวนบุคลากร จึงสามารถสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้แก่ผู้บริการได้มากกว่า



ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม

จากผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมระดับความสำคัญในการตัดสินใจด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.64) โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านบุคลากร ( $\bar{X}$ =3.79) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}$ =3.68) ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ( $\bar{X}$ =3.64) ด้านราคา ( $\bar{X}$ =3.62) ด้านสถานที่ ( $\bar{X}$ =3.60) ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X}$ =3.59) และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}$ =3.56) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 25

ตาราง 25 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | ระดับความสำคัญ<br>ต่อการตัดสินใจ |
|---------------------------|----------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| ด้านผลิตภัณฑ์             | 3.68                       | 0.47                            | มาก                              |
| ด้านราคา                  | 3.62                       | 0.73                            | มาก                              |
| ด้านสถานที่               | 3.60                       | 0.57                            | มาก                              |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด    | 3.56                       | 0.68                            | มาก                              |
| ด้านบุคลากร               | 3.79                       | 0.63                            | มาก                              |
| ด้านกระบวนการให้บริการ    | 3.59                       | 0.54                            | มาก                              |
| ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร    | 3.64                       | 0.43                            | มาก                              |
| ผลรวมเฉลี่ย               | 3.64                       | 0.74                            | มาก                              |

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์โดยรวม จำแนกตามสถานพยาบาลสัตว์ จากผลการศึกษาวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการโดยรวม จำแนกตามสถานพยาบาลสัตว์ ผลรวมค่าเฉลี่ยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.60) เมื่อศึกษารายละเอียดของข้อมูล พบว่าสถานพยาบาลสัตว์ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ โรงพยาบาลสัตว์เล็กมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ( $\bar{X}$ =3.87) รองลงมาคือโรงพยาบาลสัตว์เพื่อพุน ( $\bar{X}$ =3.83) และโรงพยาบาล



สัตว์เชียงใหม่รักสัตว์ ( $\bar{X}$ =3.75) ตามลำดับ ส่วนสถานพยาบาลสัตว์ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ การดูแลสุขภาพสัตว์ ( $\bar{X}$ = 3.46) รองลงมาคือ นวัตกรรมสุขภาพสัตว์ ( $\bar{X}$ = 3.40) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 26

ตาราง 26 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวม จำแนกตามสถานพยาบาลสัตว์

| รายชื่อสถานพยาบาลสัตว์                 | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน                           | ระดับของปัญหาและ<br>อุปสรรคที่พบ |
|----------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
|                                        |                            | เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) |                                  |
| โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่โชตนา           | 2.80                       | 0.71                           | ปานกลาง                          |
| คลินิกสัตวแพทย์สวนบวกหาด               | 2.77                       | 0.74                           | ปานกลาง                          |
| การดูแลสุขภาพสัตว์                     | 2.74                       | 0.71                           | ปานกลาง                          |
| คลินิกรักษาสัตว์เอ็นที                 | 2.71                       | 0.78                           | ปานกลาง                          |
| นวัตกรรมสุขภาพสัตว์                    | 2.70                       | 0.81                           | ปานกลาง                          |
| โรงพยาบาลสัตว์แม่เหิยะ                 | 2.67                       | 0.74                           | ปานกลาง                          |
| คลินิกรักษาสัตว์บัดดี้                 | 2.67                       | 0.79                           | ปานกลาง                          |
| โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่แม่ริม          | 2.58                       | 0.76                           | ปานกลาง                          |
| เชียงใหม่ลำพูนสัตวแพทย์                | 2.47                       | 0.73                           | น้อย                             |
| โรงพยาบาลสัตว์หมอนุก                   | 2.46                       | 0.77                           | น้อย                             |
| โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่รักสัตว์        | 2.38                       | 0.79                           | น้อย                             |
| โรงพยาบาลสัตว์เพื่อพูน                 | 2.32                       | 0.75                           | น้อย                             |
| โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมากะแมว             | 2.27                       | 0.78                           | น้อย                             |
| โรงพยาบาลสัตว์เล็กมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ | 2.03                       | 0.77                           | น้อย                             |
| ผลรวมเฉลี่ย                            | 2.54                       | 0.76                           | ปานกลาง                          |

ส่วนที่ 4 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ระดับปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่พบ โดยภาพรวม ผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.68) เมื่อศึกษารายละเอียดของข้อมูลพบว่าผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่คือ สัตว์แพทย์ไม่สามารถตรวจรักษาโรคและผ่าตัดได้ทุกอย่าง ( $\bar{X}$ =2.86) รองลงมาคือ สถานพยาบาลสัตว์ไม่มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ยา ( $\bar{X}$ =2.81) และบริการฝากเลี้ยงและฝากไข่ยังไม่มีคุณภาพดีพอ ( $\bar{X}$ =2.79) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 27

ตาราง 27 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการ

| ด้านผลิตภัณฑ์                                                                 | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|---------------------------------|
| 1. สัตว์แพทย์ไม่สามารถรักษาโรค และผ่าตัดได้ทุกอย่าง                           | 2.86                       | 0.70                                   | ปานกลาง                         |
| 2. สถานพยาบาลสัตว์ไม่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์ทาง<br>การแพทย์และเวชภัณฑ์ยา       | 2.81                       | 0.59                                   | ปานกลาง                         |
| 3. บริการฝากเลี้ยงและฝากไข่ยังไม่มีคุณภาพดีพอ                                 | 2.79                       | 0.73                                   | ปานกลาง                         |
| 4. บริการร้านจำหน่ายยา อุปกรณ์ และอาหารสัตว์เลี้ยงยัง<br>ไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ | 2.76                       | 0.54                                   | ปานกลาง                         |
| 5. สถานพยาบาลสัตว์ไม่มีความน่าเชื่อถือ                                        | 2.69                       | 0.85                                   | ปานกลาง                         |
| 6. การบริการนอกสถานที่ ยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ                                | 2.66                       | 0.59                                   | ปานกลาง                         |
| 7. บริการศูนย์ฝึกสุนัขยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ                                 | 2.65                       | 0.64                                   | ปานกลาง                         |
| 8. บริการสระว่ายน้ำยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ                                    | 2.62                       | 0.61                                   | ปานกลาง                         |
| 9. บริการรถรับส่งสัตว์เลี้ยงยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ                           | 2.59                       | 0.72                                   | ปานกลาง                         |
| 10. บริการอาบน้ำตัดแต่งขนยังไม่มีคุณภาพดีเพียงพอ                              | 2.58                       | 0.66                                   | ปานกลาง                         |
| 11. สถานพยาบาลสัตว์ไม่มีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี                           | 2.50                       | 0.80                                   | ปานกลาง                         |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์                                                   | 2.68                       | 0.67                                   | ปานกลาง                         |

ปัจจัยด้านราคา

ระดับปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดด้านราคาที่พบโดยภาพรวม ผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.73) เมื่อศึกษารายละเอียดของข้อมูลพบว่า ผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านราคาในระดับปานกลางทั้งหมด ส่วนใหญ่ได้แก่ ไม่มีการให้ส่วนลดแก่ผู้ที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}$ =2.80) รองลงมาคือไม่มีการประกาศแสดงอัตราค่าบริการหรือไม่มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน ( $\bar{X}$ =2.76) และสถานพยาบาลสัตว์ไม่มีการให้ผ่อนชำระค่าบริการ ( $\bar{X}$ =2.75) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 28

ตาราง 28 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านราคาของผู้ใช้บริการ

| ด้านราคา                                                            | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|---------------------------------|
| 1. ไม่มีการให้ส่วนลดแก่ผู้ที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง              | 2.80                       | 0.70                                   | ปานกลาง                         |
| 2. ไม่มีการประกาศแสดงอัตราค่าบริการหรือไม่มีป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจน | 2.76                       | 0.67                                   | ปานกลาง                         |
| 3. ไม่มีการให้ผ่อนชำระค่าบริการ                                     | 2.75                       | 0.69                                   | ปานกลาง                         |
| 4. อัตราค่าบริการไม่สมเหตุสมผล หรือราคาแพง                          | 2.62                       | 0.53                                   | ปานกลาง                         |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านราคา                                              | 2.73                       | 0.65                                   | ปานกลาง                         |

ปัจจัยด้านสถานที่

ระดับปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดด้านสถานที่ โดยภาพรวมผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านสถานที่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.59) เมื่อศึกษารายละเอียดของข้อมูลพบว่าผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านสถานที่ในระดับปานกลางทั้งหมด กล่าวคือส่วนใหญ่ไม่มีบริเวณที่จอดรถสะดวกกว้างขวางและเพียงพอ ( $\bar{X}$ =2.69) รองลงมาคือ การตกแต่งสถานที่ที่ไม่มีความเหมาะสม ไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่มีความสวยงามเพียงพอ ( $\bar{X}$ =2.67) และสถานที่ไม่สะอาด อากาศไม่ถ่ายเทและมีกลิ่นเหม็น ( $\bar{X}$ =2.65) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 29

ตาราง 29 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านสถานที่ของผู้ใช้บริการ

| ด้านสถานที่                                                                        | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|---------------------------------|
| 1. ไม่มีบริเวณที่จอดรถที่สะดวก กว้างขวาง และเพียงพอ                                | 2.69                       | 0.71                                   | ปานกลาง                         |
| 2. การตกแต่งสถานที่ที่ไม่มีความเหมาะสม ไม่ได้มาตรฐาน<br>หรือไม่มีความสวยงามเพียงพอ | 2.67                       | 0.72                                   | ปานกลาง                         |
| 3. สถานที่ไม่สะอาด อากาศไม่ถ่ายเท และมีกลิ่นเหม็น                                  | 2.65                       | 0.57                                   | ปานกลาง                         |
| 4. สถานที่คับแคบ และอึดอัด                                                         | 2.59                       | 0.68                                   | ปานกลาง                         |
| 5. ไม่มีห้องพักรับรอง หรือที่นั่งรอตรวจแก่ผู้ใช้บริการ                             | 2.58                       | 0.66                                   | ปานกลาง                         |
| 6. ไม่มีแผนผังหรือสัญลักษณ์แสดงทางเดิน ห้องต่างๆ                                   | 2.56                       | 0.58                                   | ปานกลาง                         |
| 7. สถานที่ตั้งหายาก ไม่สะดวกต่อการเดินทาง                                          | 2.53                       | 0.74                                   | ปานกลาง                         |
| 8. ไม่มีบริการห้องน้ำสาธารณะที่สะอาด และเพียงพอ                                    | 2.51                       | 0.80                                   | ปานกลาง                         |
| 9. ไม่มีบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์                                  | 2.50                       | 0.65                                   | ปานกลาง                         |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านสถานที่                                                          | 2.59                       | 0.68                                   | ปานกลาง                         |



ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.63) เมื่อศึกษารายละเอียดของข้อมูล พบว่าผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ คือ การแจ้งข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ( $\bar{X}$ =2.81) รองลงมาคือ ไม่มีการจัดรายการพิเศษ โปรโมชัน ส่วนลด ส่วนแถม ( $\bar{X}$ =2.74) และไม่มีการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ( $\bar{X}$ =2.63) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 30

ตาราง 30 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการ

| ด้านการส่งเสริมการตลาด                               | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|---------------------------------|
| 1. การแจ้งข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง | 2.81                       | 0.55                                   | ปานกลาง                         |
| 2. ไม่มีการจัดรายการพิเศษ โปรโมชัน ส่วนลด ส่วนแถม    | 2.74                       | 0.48                                   | ปานกลาง                         |
| 3. ไม่มีการลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ           | 2.63                       | 0.53                                   | ปานกลาง                         |
| 4. ไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม                    | 2.51                       | 0.62                                   | ปานกลาง                         |
| 5. ข้อมูลข่าวสารผิดพลาด และไม่ทันสมัย                | 2.46                       | 0.71                                   | น้อย                            |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด                 | 2.63                       | 0.58                                   | ปานกลาง                         |

ปัจจัยด้านบุคลากร

ระดับปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดด้านบุคลากรที่พบ โดยภาพรวม ผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านบุคลากรในระดับน้อย ( $\bar{X}$ =2.47) เมื่อศึกษารายละเอียดของข้อมูล พบว่าผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่คือ สัตวแพทย์ไม่มีความรู้ความสามารถ และชำนาญในการรักษาโรคอย่างเพียงพอ ( $\bar{X}$ =2.67) รองลงมาคือ บุคลากรขาดความกระตือรือร้น ไม่เอาใจใส่ผู้ใช้บริการและไม่มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ ( $\bar{X}$ =2.53) และบุคลากรไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่มีความสุภาพเรียบร้อย ไม่อ่อนน้อมถ่อมตนและไม่ให้เกียรติผู้ใช้บริการ( $\bar{X}$ =2.48) ตามลำดับรายละเอียดดังตาราง 31

ตาราง 31 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการ

| ด้านบุคลากร                                                                                    | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|---------------------------------|
| 1. สัตวแพทย์ไม่มีความรู้ความสามารถ และชำนาญในการรักษาโรคอย่างเพียงพอ                           | 2.67                       | 0.54                                   | ปานกลาง                         |
| 2. บุคลากรขาดความกระตือรือร้น ไม่เอาใจใส่ผู้ใช้บริการ และไม่มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ           | 2.53                       | 0.60                                   | ปานกลาง                         |
| 3. บุคลากรไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ไม่มีความสุภาพ ไม่อ่อนน้อมถ่อมตนและไม่ให้เกียรติผู้ใช้บริการ | 2.48                       | 0.67                                   | น้อย                            |
| 4. บุคลากรไม่เพียงพอต่อการให้บริการ                                                            | 2.46                       | 0.66                                   | น้อย                            |
| 5. บุคลากรไม่สามารถให้คำแนะนำปรึกษาและแก้ปัญหาให้กับผู้ใช้บริการได้ดีเพียงพอ                   | 2.45                       | 0.55                                   | น้อย                            |
| 6. สัตวแพทย์ไม่มีชื่อเสียง และขาดความน่าเชื่อถือ                                               | 2.36                       | 0.68                                   | น้อย                            |
| 7. การแต่งกายของบุคลากรไม่มีความเหมาะสม และไม่มีความสุภาพเรียบร้อย                             | 2.32                       | 0.60                                   | น้อย                            |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านบุคลากร                                                                      | 2.47                       | 0.62                                   | น้อย                            |

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ระดับปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดด้านกระบวนการให้บริการที่พบ โดยภาพรวมผู้ให้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านกระบวนการให้บริการในระดับน้อย ( $\bar{X}$ =2.48) ส่วนใหญ่ได้แก่ การติดต่อสื่อสาร หรือให้ข้อมูลกับผู้ให้บริการยังไม่ดีเพียงพอ เช่น เกิดกรณีเข้าใจไม่ตรงกัน ( $\bar{X}$ =2.78) รองลงมาคือ ไม่มีการรับประกันคุณภาพในการรักษา ( $\bar{X}$ =2.67) และไม่มีการติดตามและประเมินผลการรักษาและการมาใช้บริการ ( $\bar{X}$ =2.59) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 32

ตาราง 32 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านกระบวนการให้บริการของผู้ให้บริการ

| ด้านกระบวนการให้บริการ                                                                                   | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|---------------------------------|
| 1. การติดต่อสื่อสารหรือให้ข้อมูลกับผู้ให้บริการยังไม่มี<br>เพียงพอ เช่น เกิดกรณีการเข้าใจข้อมูลไม่ตรงกัน | 2.78                       | 0.59                                   | ปานกลาง                         |
| 2. ไม่มีการรับประกันคุณภาพในการรักษา                                                                     | 2.67                       | 0.65                                   | ปานกลาง                         |
| 3. ไม่มีการติดตาม และประเมินผลการรักษาและการมา<br>ใช้บริการของผู้ให้บริการ                               | 2.59                       | 0.62                                   | ปานกลาง                         |
| 4. คุณภาพในการตรวจรักษาและการให้บริการยังไม่มี<br>ความถูกต้องหรือชัดเจนเพียงพอ                           | 2.58                       | 0.62                                   | ปานกลาง                         |
| 5. ไม่มีศูนย์หรือกล่องรับเรื่องราวความคิดเห็น                                                            | 2.53                       | 0.64                                   | ปานกลาง                         |
| 6. ไม่มีการดูแลผู้ให้บริการในทุกขั้นตอนของการบริการ                                                      | 2.45                       | 0.67                                   | น้อย                            |
| 7. บุคลากรให้บริการแก่สัต์ว์เลี้ยงทุกตัวไม่เสมอภาคกัน                                                    | 2.38                       | 0.61                                   | น้อย                            |
| 8. การให้บริการไม่เป็นขั้นตอน และไม่มีความเป็นระบบ<br>ระเบียบที่ดีพอ                                     | 2.33                       | 0.73                                   | น้อย                            |
| 9. ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ                                                                | 2.27                       | 0.70                                   | น้อย                            |
| 10. ผู้ให้บริการเสียเวลารอคอยนาน และการบริการไม่<br>รวดเร็วทันใจ                                         | 2.24                       | 0.66                                   | น้อย                            |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านกระบวนการให้บริการ                                                                     | 2.48                       | 0.65                                   | น้อย                            |



ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร

ระดับปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่พบ โดยภาพรวมผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านภาพลักษณ์ขององค์กรในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.46) ส่วนใหญ่พบว่าในระดับปานกลาง ภาพลักษณ์ขององค์กรยังไม่สามารถสนองต่อความต้องการได้ทั้งหมด เช่น เป็นโรงพยาบาลสัตว์แต่ไม่สามารถผ่าตัดเฉพาะทางได้ ( $\bar{X}$ =2.50) รองลงมาพบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อย ได้แก่ ภาพลักษณ์ขององค์กรยังไม่มีคุณภาพหรือมีความเหมาะสมเพียงพอ เช่น เป็นโรงพยาบาลสัตว์แต่อุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ยาไม่มีความทันสมัยและล้าหลัง ( $\bar{X}$ =2.42) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 33

ตาราง 33 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของผู้ใช้บริการ

| ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร                                                                                   | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. ยังไม่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้<br>ทั้งหมด เช่น เป็นโรงพยาบาลแต่ผ่าตัดเฉพาะทางไม่ได้ | 2.50                       | 0.65                               | ปานกลาง                         |
| 2. ยังไม่มีคุณภาพหรือมีความเหมาะสมเพียงพอ เช่น เป็น<br>โรงพยาบาลสัตว์แต่อุปกรณ์ทางการแพทย์ไม่ทันสมัย     | 2.42                       | 0.78                               | น้อย                            |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร                                                                     | 2.46                       | 0.72                               | น้อย                            |

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม

โดยภาพรวมพบว่า ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.58) เมื่อศึกษารายละเอียดของข้อมูล พบว่าผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านราคา ( $\bar{X}$ =2.73) รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}$ =2.68) ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}$ =2.63) และด้านสถานที่ ( $\bar{X}$ =2.59) ตามลำดับ ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบในระดับน้อย ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X}$ = 2.48) ด้านบุคลากร ( $\bar{X}$ =2.47) และด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ( $\bar{X}$ =2.46) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 34



ตาราง 34 ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | ระดับปัญหา<br>และอุปสรรคที่พบ |
|---------------------------|----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| ด้านผลิตภัณฑ์             | 2.68                       | 0.67                            | ปานกลาง                       |
| ด้านราคา                  | 2.73                       | 0.65                            | ปานกลาง                       |
| ด้านสถานที่               | 2.59                       | 0.68                            | ปานกลาง                       |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด    | 2.63                       | 0.58                            | ปานกลาง                       |
| ด้านบุคลากร               | 2.47                       | 0.62                            | น้อย                          |
| ด้านกระบวนการให้บริการ    | 2.48                       | 0.65                            | น้อย                          |
| ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร    | 2.46                       | 0.72                            | น้อย                          |
| ผลรวมเฉลี่ย               | 2.58                       | 0.65                            | ปานกลาง                       |

จากผลการวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่พบโดยรวม จำแนกตามสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคเฉลี่ยในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.54) เมื่อศึกษารายละเอียดของข้อมูล พบว่าสถานพยาบาลสัตว์ที่ผู้บริการพบปัญหาและอุปสรรคเฉลี่ยในระดับปานกลาง ได้แก่ โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่โชตนา ( $\bar{X}$ =2.80) รองลงมาคือ คลินิกสัตว์แพทย์สวนบวหาด ( $\bar{X}$ =2.77) และการุณสัตว์แพทย์ ( $\bar{X}$ =2.74) ตามลำดับ ส่วนสถานพยาบาลสัตว์ที่ผู้บริการพบปัญหาและอุปสรรคเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ เชียงใหม่ลำพูนสัตว์แพทย์ ( $\bar{X}$ =2.47) รองลงมาคือโรงพยาบาลสัตว์หมอนุก ( $\bar{X}$ =2.46) และโรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่รักสัตว์ ( $\bar{X}$ =2.38) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 35

ตาราง 35 ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการมาใช้บริการ จำแนกตามสถานพยาบาลสัตว์

| รายชื่อสถานพยาบาลสัตว์                 | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับปัญหา<br>และอุปสรรค<br>ที่พบ |
|----------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
| โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่โชตนา           | 2.80                       | 0.71                               | ปานกลาง                           |
| คลินิกสัตว์แพทย์สวนบวกหาด              | 2.77                       | 0.74                               | ปานกลาง                           |
| การุณสัตว์แพทย์                        | 2.74                       | 0.71                               | ปานกลาง                           |
| คลินิกรักษาสัตว์เอ็นที                 | 2.71                       | 0.78                               | ปานกลาง                           |
| นวัตรัฐสัตว์แพทย์                      | 2.70                       | 0.81                               | ปานกลาง                           |
| โรงพยาบาลสัตว์แม่เหิยะ                 | 2.67                       | 0.74                               | ปานกลาง                           |
| คลินิกรักษาสัตว์บัดดี้                 | 2.67                       | 0.79                               | ปานกลาง                           |
| โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่แมร์ม           | 2.58                       | 0.76                               | ปานกลาง                           |
| เชียงใหม่ลำพูนสัตว์แพทย์               | 2.47                       | 0.73                               | น้อย                              |
| โรงพยาบาลสัตว์หมอนูก                   | 2.46                       | 0.77                               | น้อย                              |
| โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่รักสัตว์        | 2.38                       | 0.79                               | น้อย                              |
| โรงพยาบาลสัตว์เฟื้อพูน                 | 2.32                       | 0.75                               | น้อย                              |
| โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมากะแมว             | 2.27                       | 0.78                               | น้อย                              |
| โรงพยาบาลสัตว์เล็กมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ | 2.03                       | 0.77                               | น้อย                              |
| ผลรวมเฉลี่ย                            | 2.54                       | 0.76                               | ปานกลาง                           |

ผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการและสถานพยาบาลสัตว์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลทั่วไปของสถานพยาบาลสัตว์

ได้แก่ ชื่อ ปีที่ก่อตั้ง ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ วันและเวลาให้บริการ ผู้ประกอบการ ดังตาราง 36

ตาราง 36 ข้อมูลทั่วไปของสถานพยาบาลสัตว์

| รายชื่อสถานพยาบาลสัตว์                    | ปีที่ก่อตั้ง | ที่อยู่/สถานที่ตั้ง                | โทรศัพท์   | วันและเวลาที่ให้บริการ            |                | ผู้ประกอบการ               |
|-------------------------------------------|--------------|------------------------------------|------------|-----------------------------------|----------------|----------------------------|
|                                           |              |                                    |            | จันทร์-ศุกร์                      | เสาร์-อาทิตย์  |                            |
| 1. โรงพยาบาลสัตว์เล็กมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ | 2537         | ถ.เลียบคลองชลประทาน ต.สุเทพ        | 053-948031 | 09.00-20.00 น.                    | 09.30-15.30 น. | ส.พญ.พิมพ์ลดา อิงคินันท์   |
| 2. โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมากะแมว             | 2538         | 225/10-12 ถ.มหิดล ต.ป่าแดด         | 053-948032 | ทุกวันเปิดทุกวัน 20.00 - 08.00 น. |                |                            |
| 3. โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่โชตนา           | 2535         | 250/17 ถ.เชียงใหม่ลำปาง ต.ป่าตัน   | 053-204215 | 09.00-20.00 น.                    | 09.30-18.00 น. | น.สพ.จักรกฤษณ์ จิตติสุทธิ  |
| 4. เชียงใหม่ลำพูนสัตว์แพทย์               | 2545         | 537/17 ถ.เชียงใหม่ลำพูน ต.หนองหอย  | 053-215333 | 09.00-19.00 น.                    | 09.00-12.00 น. | น.สพ.พงษ์เผ่า หอสดิย์ธรรม  |
| 5. โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่                | 2536         | 242 ถ.วิศาล ต.หายยา                | 053-329787 | 09.30-20.30 น.                    | 09.00-20.00 น. | น.สพ.ขวัญชัย คนมี          |
| 6. โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่รักสัตว์        | 2549         | 11/1 ม. 4 ต.หายยา                  | 053-200535 | เปิดบริการ 24 ชั่วโมง             |                | น.สพ. มະນະชาติ เจนเจริญ    |
| 7. โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่แมริม           | 2535         | 94/17-18 ถ.โชตนา ต.ช้างเผือก       | 053-247959 | เปิดบริการ 24 ชั่วโมง             |                | น.สพ. พรศักดิ์ ศิษย์ชัยชนะ |
| 8. โรงพยาบาลสัตว์หมอนุก                   | 2535         | 164/69 ถ.ช้างคลาน ต.ช้างคลาน       | 053-408368 | เปิดบริการทุกวัน 09.00-20.00 น.   |                | น.สพ. สมพร พรวิเศษศิริกุล  |
| 9. โรงพยาบาลสัตว์แม่เหิระ                 | 2548         | 220 ถ. วงแหวนรอบกลาง ต.แม่เหิระ    | 053-818905 | เปิดบริการทุกวัน 09.00-19.00 น.   |                | ส.พญ.จุฑามาศ ศฤงคาร        |
| 10. คลินิกกริภัยสัตว์เอ็นที               | 2544         | 34 ถ.เชียงใหม่พร้าว ต.ฟ้าฮ่าม      | 053-111443 | เปิดบริการทุกวัน 08.30-20.00 น.   |                | น.สพ.มงคล ศรีจันทร์        |
| 11. คลินิกกริภัยสัตว์กรุณสัตว์แพทย์       | 2548         | 14/1 ถ.เชียงใหม่สันกำแพง ต.ท่าศาลา | 053-353063 | เปิดบริการทุกวัน 09.00-20.00 น.   |                | น.สพ. สยาม หนูปัทยา        |
| 12. นวัตกรรมสัตว์แพทย์                    | 2548         | 111 ถ.กองทราย ต.วัดเกต             | 053-117342 | เปิดบริการทุกวัน 09.00-20.00 น.   |                | ส.พญ.สมบัติยา กองแก้ว      |
| 13. คลินิกกริภัยสัตว์บัดดี้               | 2548         | 34/3 ถ.หัตถิเสวี ต.ศรีภูมิ         | 053-249956 | เปิดบริการทุกวัน 09.00-20.00 น.   |                | น.สพ. ชวัลรัฐ สุนทรวีทย์   |
| 14. คลินิกสัตว์แพทย์ส่วนบวกหาด            | 2548         | 15/22 ถ.บำรุงศรี ต.พระสิงห์        | 053-227342 | เปิดบริการทุกวัน 10.00-21.00 น.   |                | ส.พญ.การะเกศ ก่อพงศาสตร์   |
|                                           |              |                                    | 053-815022 | เปิดบริการวันจ-ส 17.00-20.00 น.   |                | น.สพ. นิวัฒน์ สีนสุวงศ์    |
| หยุดวันอาทิตย์                            |              |                                    |            |                                   |                |                            |



- หมายเหตุ 1. โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่ ได้แก่ โรงพยาบาลสัตว์บ้านหมากะแมว  
โรงพยาบาลสัตว์เล็กมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โรงพยาบาลสัตว์เพื่อพุน และโรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่รักสัตว์
2. โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ ได้แก่ โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่  
โชตนา โรงพยาบาลสัตว์เชียงใหม่แมร์ม โรงพยาบาลสัตว์หมอนุก และโรงพยาบาลสัตว์แม่เหิยะ
3. คลินิกสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ ได้แก่ เชียงใหม่ลำพูนสัตวแพทย์ และ  
คลินิกรักษาสัตว์เอ็นที
4. คลินิกสัตว์แบบไม่มีที่พักสัตว์ป่วย ได้แก่ คลินิกรักษาสัตว์บัดดี้ การุณสัตวแพทย์  
คลินิกสัตวแพทย์สวนบวกหาด และนรรัฐสัตวแพทย์

ภาพลักษณ์ของสถานพยาบาลสัตว์

ภาพลักษณ์ของสถานพยาบาลสัตว์ส่วนใหญ่ เป็น โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์  
ป่วยเกิน 10 ที่ โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ และคลินิกสัตว์แบบไม่มีที่พักสัตว์  
ป่วย คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาก็คือคลินิกสัตว์มีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ คิดเป็นร้อยละ 14.3  
ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 37

ตาราง 37 ภาพลักษณ์หรือรูปแบบของสถานพยาบาลสัตว์

| N=400                                            |         |        |
|--------------------------------------------------|---------|--------|
| ภาพลักษณ์หรือรูปแบบของสถานพยาบาลสัตว์            | ความถี่ | ร้อยละ |
| โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่    | 4       | 28.6   |
| โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ | 4       | 28.6   |
| คลินิกสัตว์มีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่       | 2       | 14.3   |
| คลินิกสัตว์ไม่มีที่พักสัตว์ป่วย                  | 4       | 28.6   |
| สถานพยาบาลสัตว์ชั้นสอง                           | 0       | 0      |

รายการให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์

สถานพยาบาลสัตว์ทั้งหมดร้อยละ 100.0 มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ให้บริการ  
ได้แก่ การตรวจรักษาโรคทั่วไป โปรแกรมวัคซีน โปรแกรมการรักษาพยาธิภายใน / ภายนอก การ  
คุมกำเนิด / ทำหมัน แลป/ ตรวจพิเศษ รองลงมาก็คือ ศัลยกรรม และร้านจำหน่ายยา อุปกรณ์และ  
อาหารสัตว์เลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 85.7 และบริการฝากเลี้ยง/ ฝากใช้สัตว์ป่วย บริการนอกสถานที่  
อุปกรณ์เอกเรย์ และผ่าตัดเฉพาะทาง คิดเป็นร้อยละ 78.6 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 38



ตาราง 38 รายการให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์

| รายการให้บริการ                                | ความถี่ | ร้อยละ |
|------------------------------------------------|---------|--------|
| ตรวจรักษาโรคทั่วไป                             | 14      | 100.0  |
| ตรวจรักษาโรคเฉพาะทาง                           | 7       | 50.0   |
| โปรแกรมวัคซีน                                  | 14      | 100.0  |
| โปรแกรมการรักษาพยาธิภายใน / ภายนอก             | 14      | 100.0  |
| ทันตกรรม                                       | 8       | 57.1   |
| ศัลยกรรม                                       | 12      | 85.7   |
| ผ่าตัดเฉพาะทาง                                 | 10      | 71.4   |
| การคุมกำเนิด / ทำหมัน                          | 14      | 100.0  |
| แลป/ ตรวจพิเศษ                                 | 14      | 100.0  |
| เครื่องเอกเรย์                                 | 10      | 71.1   |
| เครื่องอัลตราซาวด์                             | 7       | 50.0   |
| เครื่องดมยาสลบ                                 | 7       | 50.0   |
| เครื่องตรวจวัดคลื่นหัวใจ                       | 8       | 57.1   |
| อุปกรณ์ไมโครชิพ (เครื่องติดตามตัวสัตว์เลี้ยง)  | 5       | 35.7   |
| บริการฝากเลี้ยง ฝากใช้สัตว์ป่วย                | 11      | 78.6   |
| บริการเสริมสวย อาบน้ำ- ตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยง    | 7       | 50.0   |
| บริการร้านจำหน่ายยา อุปกรณ์และอาหารสัตว์เลี้ยง | 12      | 85.7   |
| บริการนอกสถานที่                               | 11      | 78.6   |
| บริการรถรับส่ง                                 | 3       | 21.4   |
| บริการสระว่ายน้ำ                               | 2       | 14.3   |
| บริการศูนย์ฝึกสุนัข                            | 1       | 7.1    |

หมายเหตุ \*ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

เวลาเปิดให้บริการ และเวลาปิดให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์

จากผลการศึกษาพบว่า สถานพยาบาลสัตว์ส่วนใหญ่เปิดให้บริการในเวลา 9.00 น. คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 14.3 และเปิดให้บริการในเวลา 17.30 น. ในเวลา 08.30 น. และในเวลา 10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 39

เวลาปิดให้บริการ ส่วนใหญ่ปิดให้บริการในเวลา 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ไม่มีการปิดให้บริการ คิดเป็นร้อยละ 21.4 และปิดให้บริการเวลา 19.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 39

ตาราง 39 เวลาเปิดให้บริการ และเวลาปิดให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์

| N=14                     |         |        |
|--------------------------|---------|--------|
| ลักษณะของสถานพยาบาลสัตว์ | ความถี่ | ร้อยละ |
| เวลาเปิดให้บริการ        |         |        |
| เปิด 24 ชม.              | 2       | 14.3   |
| เปิด 8.30 น.             | 1       | 7.1    |
| เปิด 9.00 น.             | 9       | 64.3   |
| เปิด 10.00 น.            | 1       | 7.1    |
| เปิด 17.00 น.            | 1       | 7.1    |
| เวลาปิดให้บริการ         |         |        |
| ไม่มีการปิดบริการ        | 3       | 21.4   |
| ปิด 19.00 น.             | 2       | 14.3   |
| ปิด 20.00 น.             | 7       | 50.0   |
| ปิด 20.30 น.             | 1       | 7.1    |
| ปิด 21.00 น.             | 1       | 7.1    |

ลักษณะความเป็นเจ้าของ รายได้ต่อเดือน และจำนวนผู้ใช้บริการต่อวัน  
ของสถานพยาบาลสัตว์

จากผลการศึกษาพบว่า ลักษณะความเป็นเจ้าของของสถานพยาบาลสัตว์ ส่วนใหญ่เปิดดำเนินการเป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาก็คือ เช่า คิดเป็นร้อยละ 35.7 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 40

รายได้ต่อเดือนของสถานพยาบาลสัตว์ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 100,000-500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาก็คือ 1,000,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.6 และ 501,000-1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 40

จำนวนผู้ใช้บริการต่อวันของสถานพยาบาลสัตว์ ส่วนใหญ่มีผู้มาใช้บริการจำนวน 0 - 20 คน และ 21-30 คนต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาก็คือ 51-60 คน และ 31-40 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ 41-50 คน และ 61 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 40

ตาราง 40 รายได้ต่อเดือน และจำนวนผู้ใช้บริการต่อวันของสถานพยาบาลสัตว์

| N=14                     |         |        |
|--------------------------|---------|--------|
| ลักษณะของสถานพยาบาลสัตว์ | ความถี่ | ร้อยละ |
| ลักษณะความเป็นเจ้าของ    |         |        |
| เป็นของตัวเอง            | 9       | 64.3   |
| เช่า                     | 5       | 35.7   |
| รายได้ต่อเดือน           |         |        |
| 50,000-100,000 บาท       | 1       | 7.1    |
| 100,000-500,000 บาท      | 7       | 50.0   |
| 501,000-1,000,000 บาท    | 2       | 14.3   |
| 1,000,001 บาท ขึ้นไป     | 4       | 28.6   |
| จำนวนผู้ใช้บริการต่อวัน  |         |        |
| 0-20 คน                  | 4       | 28.6   |
| 21-30 คน                 | 4       | 28.6   |
| 31-40 คน                 | 2       | 14.3   |
| 41-50 คน                 | 1       | 7.1    |
| 51-60 คน                 | 2       | 14.3   |
| 61 คนขึ้นไป              | 1       | 7.1    |

เพศ อายุ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน ของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 71.4 และเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 28.6 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 41

อายุของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 30-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือช่วงอายุ 41-45 ปี และช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.4 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 41

สถานภาพของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 92.9 รองลงมาคือสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 41

ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาคือระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 41

ตาราง 41 ลักษณะของผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์

| N=14                  |         |        |
|-----------------------|---------|--------|
| ลักษณะของผู้ประกอบการ | ความถี่ | ร้อยละ |
| เพศ                   |         |        |
| ชาย                   | 10      | 71.4   |
| หญิง                  | 4       | 28.6   |
| อายุ                  |         |        |
| 30-35 ปี              | 7       | 50.0   |
| 36-40 ปี              | 1       | 7.1    |
| 41-45 ปี              | 3       | 21.4   |
| 46 ปีขึ้นไป           | 3       | 21.4   |
| สถานภาพ               |         |        |
| โสด                   | 1       | 7.1    |
| สมรส                  | 13      | 92.9   |
| ระดับการศึกษา         |         |        |
| ปริญญาตรี             | 12      | 85.7   |
| ปริญญาโท              | 2       | 14.3   |



ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถานพยาบาลสัตว์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เฉลี่ยโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.89) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่าผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการมีความพร้อมด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ยา ( $\bar{X}$ =4.57) รองลงมาคือผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากในส่วนของสถานพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ( $\bar{X}$ =4.22) และสถานพยาบาลสัตว์มีสัตวแพทย์ที่มีความชำนาญงาน สามารถตรวจรักษาโรคและผ่าตัดได้ทุกอย่าง ( $\bar{X}$ =4.19) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 42

ตาราง 42 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                                                | ส่วน                       |                                |                    |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------|--------------------|
|                                                                    | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ |
| 1. สถานพยาบาลสัตว์มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์ทางการแพทย์และเวชภัณฑ์ยา | 4.57                       | 0.43                           | มากที่สุด          |
| 2. สถานพยาบาลสัตว์มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี                     | 4.22                       | 0.56                           | มาก                |
| 3. สัตวแพทย์สามารถตรวจรักษาโรค ผ่าตัดได้ทุกอย่าง                   | 4.19                       | 0.41                           | มาก                |
| 4. สถานพยาบาลสัตว์มีความน่าเชื่อถือ                                | 4.08                       | 0.67                           | มาก                |
| 5. มีบริการจำหน่ายยา อุปกรณ์ และอาหารสัตว์เลี้ยง                   | 3.91                       | 0.48                           | มาก                |
| 6. มีบริการฝากเลี้ยง และฝากใช้สัตว์ป่วย                            | 3.87                       | 0.44                           | มาก                |
| 7. มีบริการอาบน้ำตัดแต่งขนสัตว์เลี้ยง                              | 3.67                       | 0.66                           | มาก                |
| 8. มีบริการตรวจรักษา และฉีดวัคซีนนอกสถานที่                        | 3.66                       | 0.48                           | มาก                |
| 9. มีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยง                                       | 3.63                       | 0.76                           | มาก                |
| 10. มีบริการสระอาบน้ำสำหรับสัตว์เลี้ยง                             | 3.53                       | 0.68                           | มาก                |
| 11. มีบริการศูนย์ฝึกสุนัข                                          | 3.45                       | 0.75                           | ปานกลาง            |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์                                           | 3.89                       | 0.57                           | มาก                |

ปัจจัยด้านราคา

ภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านราคาเฉลี่ยในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.52) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญระดับมากกับการกำหนดอัตราราคา โดยพิจารณาจากต้นทุนเป็นหลัก ( $\bar{X}$ =3.76) รองลงมาคือ การกำหนดอัตราราคาโดยพิจารณาความสมเหตุสมผล ( $\bar{X}$ =3.75) และการกำหนดอัตราราคาโดยพิจารณาคู่แข่ง ( $\bar{X}$ =3.52) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 43

ตาราง 43 ระดับความสำคัญของปัจจัยราคาต่อผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านราคา                                 | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------------|
| 1. การกำหนดอัตราราคา พิจารณาจากต้นทุน          | 3.76                       | 0.45                            | มาก                |
| 2. การกำหนดอัตราราคา มีความสมเหตุสมผล          | 3.75                       | 0.67                            | มาก                |
| 3. การกำหนดอัตราราคา พิจารณาจากคู่แข่ง         | 3.52                       | 0.62                            | มาก                |
| 4. ให้ส่วนลดกับผู้ที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง | 3.47                       | 0.73                            | ปานกลาง            |
| 5. มีการผ่อนชำระค่าบริการ                      | 3.13                       | 0.56                            | ปานกลาง            |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านราคา                            | 3.52                       | 0.60                            | มาก                |

ปัจจัยด้านสถานที่

ภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านสถานที่เฉลี่ยในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.70) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากในสถานที่ตั้ง  
ทาง่ายสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X}$ =3.96) รองลงมาคือสถานที่ตั้งอยู่ใกล้  
แหล่งที่พักอาศัย ของผู้ให้บริการ ( $\bar{X}$ =3.89) และบริเวณที่จอดรถสะดวกต่อการเข้าออก มีความ  
กว้างขวาง และสามารถจอดรถได้อย่างเพียงพอ ( $\bar{X}$ =3.87) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 44

ตาราง 44 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ต่อผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านสถานที่                                                          | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|----------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------------|
| 1. สถานที่ตั้งหาได้ง่ายและสะดวกต่อการเดินทาง<br>มาใช้บริการของผู้ใช้บริการ | 3.96                       | 0.56                            | มาก                |
| 2. สถานที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งที่พักอาศัยผู้ให้บริการ                         | 3.89                       | 0.67                            | มาก                |
| 4. บริเวณที่จอดรถมีความสะดวก กว้างขวาง<br>และเพียงพอต่อการใช้งาน           | 3.87                       | 0.52                            | มาก                |
| 5. มีห้องพักรับรอง หรือนั่งพักรอตรวจเพียงพอ                                | 3.78                       | 0.78                            | มาก                |
| 6. การตกแต่งสถานที่มีความเหมาะสมและสวยงาม                                  | 3.75                       | 0.66                            | มาก                |
| 7. มีบริการห้องน้ำที่สะอาด และเพียงพอ                                      | 3.68                       | 0.48                            | มาก                |
| 8. เวลาเปิดปิดของสถานพยาบาลสัตว์สะดวกต่อ<br>การให้บริการแก่ผู้ให้บริการ    | 3.67                       | 0.58                            | มาก                |
| 9. สามารถปรับปรุงและขยายได้อีกในอนาคต                                      | 3.66                       | 0.56                            | มาก                |
| 10. อาคารสถานที่สะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็นอับ<br>และอากาศถ่ายเทได้สะดวก         | 3.55                       | 0.59                            | มาก                |
| 11. มีบริการทางอินเทอร์เน็ตหรือเว็บไซต์                                    | 3.54                       | 0.45                            | มาก                |
| 12. มีแผนผังหรือสัญลักษณ์แสดงทางเดินและ<br>ห้องต่างๆ อย่างชัดเจน           | 3.31                       | 0.76                            | ปานกลาง            |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านสถานที่                                                     | 3.70                       | 0.61                            | มาก                |

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเฉลี่ยในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.50) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากกับวิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก ( $\bar{X}$ =3.86) รองลงมาคือการแจ้งข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ทั่วถึง ( $\bar{X}$ =3.61) และผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับการมีส่วนร่วมกิจกรรมทางสังคม เช่น การออกนอกพื้นที่ร่วมกับกรมปศุสัตว์ รักษาโรคและฉีดวัคซีนฟรีแก่สุนัข ( $\bar{X}$ =3.43) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 45

ตาราง 45 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                                                                                     | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------------|
| 1.วิธีการบอกกล่าวปากต่อปาก                                                                                       | 3.86                       | 0.39                            | มาก                |
| 2. การแจ้งข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ทั่วถึง                                                                      | 3.61                       | 0.57                            | มาก                |
| 3. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม เช่น<br>การออกนอกพื้นที่ร่วมกับกรมปศุสัตว์ รักษา<br>โรคและฉีดวัคซีนฟรีแก่สุนัข | 3.43                       | 0.72                            | ปานกลาง            |
| 4. การลงโฆษณาในสื่อต่างๆ เช่น วิทยู                                                                              | 3.34                       | 0.54                            | ปานกลาง            |
| 5. การจัดรายการพิเศษ โปรโมชั่น ส่วนลดแถม                                                                         | 3.25                       | 0.67                            | ปานกลาง            |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด                                                                                | 3.50                       | 0.58                            | มาก                |



ปัจจัยด้านบุคลากร

ภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคลากรเฉลี่ยในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.84) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการที่พนักงานมีจิตใจที่รักสัตว์ ( $\bar{X}$ =4.62) รองลงมาในระดับมากคือ สัตวแพทย์ที่มีความรู้ความสามารถ ความชำนาญในการรักษาเฉพาะทาง ( $\bar{X}$ =3.88) และสัตวแพทย์มีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X}$ =3.86) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 46

ตาราง 46 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคลากรต่อผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านบุคลากร                                                   | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|---------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------------|
| 1. พนักงานมีจิตใจที่รักสัตว์                                        | 4.62                       | 0.41                            | มากที่สุด          |
| 2. สัตวแพทย์มีความรู้ความสามารถและความ<br>ชำนาญในการรักษาเฉพาะทาง   | 3.88                       | 0.53                            | มาก                |
| 3. สัตวแพทย์มีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ                        | 3.86                       | 0.58                            | มาก                |
| 4. มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการ                          | 3.82                       | 0.67                            | มาก                |
| 5. พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และเอาใจใส่<br>ผู้ให้บริการดี             | 3.78                       | 0.58                            | มาก                |
| 6. พนักงานสามารถให้คำแนะนำปรึกษาและ<br>แก้ปัญหาแก่ผู้ให้บริการได้   | 3.76                       | 0.64                            | มาก                |
| 7. มีสวัสดิการ โบนัส และประกันสังคม                                 | 3.65                       | 0.76                            | มาก                |
| 8. พนักงานมีวุฒิการศึกษา และประสบการณ์การ<br>การทำงานเกี่ยวกับสัตว์ | 3.34                       | 0.65                            | ปานกลาง            |
| 9. มีชุดยูนิฟอร์มแก่พนักงาน                                         | 3.31                       | 0.48                            | ปานกลาง            |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านบุคลากร                                              | 3.84                       | 0.59                            | มาก                |

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.78) เมื่อศึกษารายละเอียดพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับการรักษาและบริการที่มีความถูกต้องชัดเจน ( $\bar{X}$ =4.72) รองลงมาคือผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากกับการสื่อสารข้อมูลเกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ ( $\bar{X}$ =3.95) และกระบวนการให้บริการมีความสะดวกและรวดเร็ว ( $\bar{X}$ =3.89) ตามลำดับรายละเอียดดังตาราง 47

ตาราง 47 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ                                                  | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------|--------------------|
| 1. การรักษาและบริการ มีความถูกต้อง ชัดเจน                                     | 4.72                       | 0.56                            | มากที่สุด          |
| 2. การสื่อสารข้อมูลเกิดความเข้าใจตรงกัน<br>ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ | 3.95                       | 0.57                            | มาก                |
| 3. กระบวนการให้บริการมีความสะดวก และ<br>รวดเร็ว                               | 3.89                       | 0.67                            | มาก                |
| 4. ให้บริการแก่สัตว์เลี้ยงทุกตัวเสมอภาคกัน                                    | 3.86                       | 0.48                            | มาก                |
| 5. กระบวนการให้บริการเป็นขั้นตอน เป็นระบบ<br>ระเบียบ และไม่ซับซ้อน            | 3.76                       | 0.47                            | มาก                |
| 6. มีการติดตาม และประเมินผลการรักษาและ<br>การให้บริการ                        | 3.75                       | 0.68                            | มาก                |
| 7. ผู้ประกอบการเข้ามาดูแล และบริหารงานเอง                                     | 3.70                       | 0.66                            | มาก                |
| 8. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสบายแก่ผู้ให้บริการ<br>เช่น เครื่องดื่ม โทรศัพท์       | 3.67                       | 0.39                            | มาก                |
| 9. มีการรับประกันคุณภาพการรักษาและบริการ                                      | 3.56                       | 0.75                            | มาก                |
| 10. มีพนักงานคอยช่วยเหลือ ให้บริการ และดูแล<br>ผู้ให้บริการตลอดเวลา           | 3.56                       | 0.54                            | มาก                |
| 11. มีศูนย์หรือกล่องรับเรื่องราวความคิดเห็น                                   | 3.21                       | 0.66                            | ปานกลาง            |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านกระบวนการให้บริการ                                             | 3.78                       | 0.58                            | มาก                |

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร

ภาพรวมผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรในระดับมาก ( $\bar{X}=3.60$ ) เมื่อศึกษารายละเอียด พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในส่วนของสถานพยาบาลสัตว์เป็นโรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่ ( $\bar{X}=4.52$ ) รองลงมาผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากกับภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นโรงพยาบาล สัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ ( $\bar{X}=4.21$ ) และคลินิกสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ ( $\bar{X}=3.67$ ) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 48

ตาราง 48 ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรต่อผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร                        | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วน<br>เบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับ<br>ความสำคัญ<br>ต่อการ<br>ตัดสินใจ |
|-----------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------|------------------------------------------|
| 1. โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่    | 4.52                       | 0.43                                   | มากที่สุด                                |
| 2. โรงพยาบาลสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่ | 4.21                       | 0.51                                   | มาก                                      |
| 3. คลินิกสัตว์แบบมีที่พักสัตว์ป่วยไม่เกิน 10 ที่    | 3.67                       | 0.58                                   | มาก                                      |
| 4. คลินิกสัตว์แบบไม่มีที่พักสัตว์ป่วย               | 3.11                       | 0.64                                   | ปานกลาง                                  |
| 5. สถานพยาบาลสัตว์ชั้นสอง                           | 2.48                       | 0.47                                   | น้อย                                     |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร                   | 3.60                       | 0.53                                   | มาก                                      |

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม

จากผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.69) ซึ่งมีรายละเอียดเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}$ =3.89) ด้านบุคลากร ( $\bar{X}$ =3.84) ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{X}$ =3.78) ด้านสถานที่ ( $\bar{X}$ =3.70) ด้านภาพลักษณ์องค์กร ( $\bar{X}$ =3.60) ด้านราคา ( $\bar{X}$ =3.52) และด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X}$ =3.50) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 49

ตาราง 49 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อผู้ประกอบการ

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | ระดับความสำคัญ<br>ต่อการตัดสินใจ |
|---------------------------|----------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| ด้านผลิตภัณฑ์             | 3.89                       | 0.57                            | มาก                              |
| ด้านราคา                  | 3.52                       | 0.60                            | มาก                              |
| ด้านสถานที่               | 3.70                       | 0.61                            | มาก                              |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด    | 3.50                       | 0.58                            | มาก                              |
| ด้านบุคลากร               | 3.84                       | 0.59                            | มาก                              |
| ด้านกระบวนการให้บริการ    | 3.78                       | 0.58                            | มาก                              |
| ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร    | 3.60                       | 0.53                            | มาก                              |
| ผลรวมเฉลี่ย               | 3.69                       | 0.59                            | มาก                              |

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของสถานพยาบาลสัตว์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.54) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ผู้ประกอบการพบปัญหาและอุปสรรคในระดับมาก ได้แก่ การละทิ้งสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X}$ =3.89) รองลงมาคือ มีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ไม่ทันสมัยและมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ( $\bar{X}$ =3.51) และปัญหาที่พบในระดับปานกลางคือ ความรู้ความชำนาญในการรักษาของสัตวแพทย์ที่ยังไม่ดีเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X}$ =3.22) โดยเฉพาะสัตวแพทย์ที่เพิ่งจบใหม่มักจะขาดประสบการณ์และความชำนาญใน



การวินิจฉัย และการตรวจรักษาโรค ส่งผลให้โรคและความเจ็บป่วยของสัตว์เลี้ยงไม่หายขาดหรือไม่ประสบความสำเร็จในการรักษาเท่าที่ควร รายละเอียดดังตาราง 50

ตาราง 50 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                                                       | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. การละทิ้งสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการ                                    | 3.89                       | 0.45                               | มาก                             |
| 2. อุปกรณ์ทางการแพทย์ไม่ทันสมัย และมีจำนวนไม่<br>เพียงพอต่อความต้องการใช้ | 3.51                       | 0.78                               | มาก                             |
| 3. ความรู้และความชำนาญในการรักษาของ<br>สัตวแพทย์ยังไม่ดีเพียงพอ           | 3.22                       | 0.48                               | ปานกลาง                         |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์                                                  | 3.54                       | 0.57                               | มาก                             |

ปัจจัยด้านราคา

ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบในปัจจัยด้านราคาของผู้ประกอบการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ( $\bar{X}$ =2.74) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่าในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการจะมีการต่อรองราคาเพื่อขอลดค่าบริการ ( $\bar{X}$ =3.24) รองลงมาพบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อยคือ ผู้ใช้บริการขอติดค้างหนี้หรือไม่ชำระค่าบริการ ( $\bar{X}$ =2.23) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 51

ตาราง 51 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านราคาของผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านราคา                        | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|---------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. การต่อรองราคาเพื่อขอลดค่าบริการ    | 3.24                       | 0.53                               | ปานกลาง                         |
| 2. การไม่ชำระค่าบริการของผู้ใช้บริการ | 2.23                       | 0.56                               | น้อย                            |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านราคา                   | 2.74                       | 0.55                               | ปานกลาง                         |



**ปัจจัยด้านสถานที่**

ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบในปัจจัยด้านสถานที่ของผู้ประกอบการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.45$ ) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ในระดับปานกลางพบปัญหาและอุปสรรคในเรื่องของสถานที่คับแคบ อัดอัด ไม่กว้างขวาง โอ้อ่า ( $\bar{X}=2.56$ ) และในระดับน้อยพบปัญหาและอุปสรรคในเรื่องของสถานที่ไม่สะอาด มีกลิ่นเหม็น และอากาศไม่ถ่ายเท ( $\bar{X}=2.48$ ) นอกจากนี้สถานพยาบาลสัตว์ก็ยังประสบปัญหาบริเวณที่จอดรถไม่กว้างขวาง ไม่สะดวกต่อการเข้าออกของรถ และมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X}=2.30$ ) ตามลำดับรายละเอียดดังตาราง 52

**ตาราง 52 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านสถานที่ของผู้ประกอบการ**

| ปัจจัยด้านสถานที่                                                                                        | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. สถานที่คับแคบ อัดอัด และไม่กว้างขวาง โอ้อ่า                                                           | 2.56                       | 0.67                               | ปานกลาง                         |
| 2. อาคารสถานที่ไม่สะอาด มีกลิ่นเหม็น และอากาศไม่ถ่ายเท                                                   | 2.48                       | 0.62                               | น้อย                            |
| 3. บริเวณที่จอดรถไม่สะดวกต่อการเข้าออกของรถ<br>พื้นที่ไม่กว้างขวาง และไม่เพียงพอต่อความ<br>ต้องการใช้งาน | 2.30                       | 0.56                               | น้อย                            |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านสถานที่                                                                                   | 2.45                       | 0.62                               | น้อย                            |

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด**

ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}=2.49$ ) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ในระดับปานกลางพบปัญหาและอุปสรรคในเรื่องของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ( $\bar{X}=2.57$ ) และพบปัญหาและอุปสรรคในระดับน้อยในส่วนของสถานพยาบาลสัตว์ขาดการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์จากรัฐบาล ( $\bar{X}=2.41$ )ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 53

ตาราง 53 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด                                  | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง                            | 2.57                       | 0.52                               | ปานกลาง                         |
| 2. สถานพยาบาลสัตว์ขาดการสนับสนุนและ<br>ประชาสัมพันธ์จากรัฐบาล | 2.41                       | 0.46                               | น้อย                            |
| ผลรวมค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด                          | 2.49                       | 0.49                               | น้อย                            |

ปัจจัยด้านบุคลากร

ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบในปัจจัยด้านบุคลากรของผู้ประกอบการ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.91) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ในระดับปานกลางพบปัญหาและอุปสรรคในเรื่องของการลาออกของพนักงาน ( $\bar{X}$ =3.38) รองลงมาคือพนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ( $\bar{X}$ =2.78) และพนักงานไม่ซื่อสัตย์ มีการลักขโมย ( $\bar{X}$ =2.56) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 54

ตาราง 54 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านบุคลากรของผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านบุคลากร                      | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|----------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. การลาออกของพนักงาน                  | 3.38                       | 0.43                               | ปานกลาง                         |
| 2. พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอ            | 2.78                       | 0.67                               | ปานกลาง                         |
| 3. พนักงานไม่ซื่อสัตย์ และมีการลักขโมย | 2.56                       | 0.68                               | ปานกลาง                         |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านบุคลากร                 | 2.91                       | 0.59                               | ปานกลาง                         |



ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบในปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =3.01) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ในระดับปานกลางพบปัญหาและอุปสรรคในเรื่องของการสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจไม่ตรงกัน มีความผิดพลาดและไม่ชัดเจน ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล( $\bar{X}$ =3.01) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 55

ตาราง 55 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านกระบวนการให้บริการของผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ                                                                                                                | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. การสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ใช้บริการ<br>เกิดความเข้าใจไม่ตรงกัน มีความผิดพลาดและไม่<br>ชัดเจน ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนของข้อมูล | 3.01                       | 0.48                               | ปานกลาง                         |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านกระบวนการให้บริการ                                                                                                           | 3.01                       | 0.48                               | ปานกลาง                         |

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร

ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบในปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของสถานพยาบาลสัตว์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.87) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ในระดับปานกลางพบปัญหาและอุปสรรคในเรื่องความไม่เข้มงวดในมาตรฐานสถานพยาบาลสัตว์ของรัฐบาล ( $\bar{X}$ =2.87) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 56

ตาราง 56 ปัญหาและอุปสรรคที่พบด้านภาพลักษณ์ขององค์กรของผู้ประกอบการ

| ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร              | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน<br>(S.D.) | ระดับของ<br>ปัญหาและ<br>อุปสรรค |
|-------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| 1. ความไม่เข้มงวดในมาตรฐานสถานพยาบาลสัตว์ | 2.96                       | 0.67                               | ปานกลาง                         |
| ผลรวมเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร         | 2.96                       | 0.67                               | ปานกลาง                         |



ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวม

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่าโดยภาพรวม ระดับปัญหาและอุปสรรคที่พบของผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์ จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.87) สำหรับรายละเอียดในแต่ละด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังต่อไปนี้ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.54) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =3.01) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ขององค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.96) ปัจจัยด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.91) ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.74) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}$ =2.49) และปัจจัยด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X}$ =2.45) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 57

ตาราง 57 ปัญหาและอุปสรรคที่พบของผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ค่าเฉลี่ย<br>( $\bar{X}$ ) | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน (S.D.) | ระดับปัญหา<br>และอุปสรรคที่พบ |
|---------------------------|----------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| ด้านผลิตภัณฑ์             | 3.54                       | 0.57                            | มาก                           |
| ด้านราคา                  | 2.74                       | 0.55                            | ปานกลาง                       |
| ด้านสถานที่               | 2.45                       | 0.62                            | น้อย                          |
| ด้านการส่งเสริมการตลาด    | 2.49                       | 0.49                            | น้อย                          |
| ด้านบุคลากร               | 2.91                       | 0.59                            | ปานกลาง                       |
| ด้านกระบวนการให้บริการ    | 3.01                       | 0.48                            | ปานกลาง                       |
| ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร    | 2.96                       | 0.67                            | ปานกลาง                       |
| ผลรวมเฉลี่ย               | 2.87                       | 0.57                            | ปานกลาง                       |

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาอุปสรรคที่พบ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ พบว่าโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเหมือนกัน โดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.89) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.84) และด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.78) ตามลำดับ ส่วนผู้ให้บริการให้ความสำคัญในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.79) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.68) และด้านภาพลักษณ์ขององค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.64) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 58

ตาราง 58 ผลการศึกษาเปรียบเทียบระดับความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ผู้ประกอบการ |      |                    | ผู้ให้บริการ |      |                    |
|---------------------------|--------------|------|--------------------|--------------|------|--------------------|
|                           | Mean         | S.D. | ระดับ<br>ความสำคัญ | Mean         | S.D. | ระดับ<br>ความสำคัญ |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | 3.89         | 0.57 | มาก                | 3.68         | 0.47 | มาก                |
| 2. ด้านราคา               | 3.52         | 0.60 | มาก                | 3.62         | 0.73 | มาก                |
| 3. ด้านสถานที่            | 3.70         | 0.61 | มาก                | 3.60         | 0.57 | มาก                |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 3.50         | 0.58 | มาก                | 3.56         | 0.68 | มาก                |
| 5. ด้านบุคลากร            | 3.84         | 0.59 | มาก                | 3.79         | 0.63 | มาก                |
| 6. ด้านกระบวนการให้บริการ | 3.78         | 0.58 | มาก                | 3.59         | 0.54 | มาก                |
| 7. ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร | 3.60         | 0.59 | มาก                | 3.64         | 0.43 | มาก                |
| ผลรวมค่าเฉลี่ย            | 3.69         | 0.59 | มาก                | 3.64         | 0.58 | มาก                |

ปัญหาและอุปสรรคที่พบ

ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคที่พบของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ พบว่าโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน โดยผู้ประกอบการพบปัญหาและอุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$ =3.54) รองลงมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =3.01) และด้านภาพลักษณ์ขององค์กร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.96) ตามลำดับ ส่วนผู้ใช้บริการพบปัญหาและอุปสรรคด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.73) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.68) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}$ =2.63) ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง 59

ตาราง 59 ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัญหาและอุปสรรคที่พบของผู้ประกอบการและผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์

| ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด | ผู้ประกอบการ |      |           | ผู้ใช้บริการ |      |           |
|---------------------------|--------------|------|-----------|--------------|------|-----------|
|                           | Mean         | S.D. | ระดับ     | Mean         | S.D. | ระดับ     |
|                           |              |      | ความสำคัญ |              |      | ความสำคัญ |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์          | 3.54         | 0.57 | มาก       | 2.68         | 0.67 | ปานกลาง   |
| 2. ด้านราคา               | 2.74         | 0.55 | ปานกลาง   | 2.73         | 0.65 | ปานกลาง   |
| 3. ด้านสถานที่            | 2.45         | 0.62 | น้อย      | 2.59         | 0.68 | ปานกลาง   |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด | 2.49         | 0.49 | น้อย      | 2.63         | 0.58 | ปานกลาง   |
| 5. ด้านบุคลากร            | 2.91         | 0.59 | ปานกลาง   | 2.47         | 0.62 | น้อย      |
| 6. ด้านกระบวนการให้บริการ | 3.01         | 0.48 | ปานกลาง   | 2.48         | 0.65 | น้อย      |
| 7. ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร | 2.96         | 0.67 | ปานกลาง   | 2.46         | 0.72 | น้อย      |
| ผลรวมค่าเฉลี่ย            | 2.87         | 0.57 | ปานกลาง   | 2.58         | 0.65 | ปานกลาง   |