

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในเขตที่มีจำนวนสถานพยาบาลสัตว์ที่มีการจดทะเบียนกับกรมปศุสัตว์มากที่สุด คือ เขตดอนเมือง บางเขน บางกะปิ และลาดพร้าว ผู้วิจัยทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (proportionate sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (sample size) ใช้วิธีกำหนดโดยการใช้สูตรคำนวณ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เพื่อให้กำหนดจำนวนตัวอย่างในแต่ละเขตได้ลงตัว

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรอิสระ (independent variables) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่พักอาศัย ตัวแปรตาม (dependent variables) ได้แก่ พฤติกรรมการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร (5Ws และ 1H) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix-7Ps) ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือซึ่งเป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (checklist) ในเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่พักอาศัย

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ใช้แบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (checklist) ในเรื่อง 5Ws และ 1H อันได้แก่ จุดประสงค์ในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ วิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ช่วงเวลาในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ และสถานพยาบาลสัตว์ที่ใช้บริการ

ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญที่ผู้ใช้บริการให้กับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด พนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ เป็นแบบสอบถามซึ่งประกอบไปด้วยข้อคำถามปลายปิด (close-ended question) ซึ่งมีลักษณะเป็นข้อคำถามเลือกตอบแบ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และการปรับปรุงเกี่ยวกับการใช้บริการซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (open-ended question)

การรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยการใช้แบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ค่าไคสแควร์ (χ^2) ค่าที (t test) One-way ANOVA และ Scheffé

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปผลได้ ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท และพักอาศัย บ้านเดี่ยว

พฤติกรรมการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

พฤติกรรมการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ สรุปผลได้ ดังนี้

ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการตรวจรักษา เลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เพราะใกล้บ้าน/เดินทางสะดวก ตัดสินใจใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้วยตัวเอง ใช้บริการ โดยพาสัตว์เลี้ยงมารับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์ เวลาส่วนใหญ่ที่ใช้บริการ คือ 12.00-18.00 น. และนิยมพาสัตว์เลี้ยงไปรักษาที่โรงพยาบาลสัตว์

สรุปผลเป็นรายด้านได้ ดังนี้

1. ด้านจุดประสงค์ในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ตรวจรักษา ป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ ซึ้ออาหาร/อุปกรณ์สำหรับ สัตว์เลี้ยง อาบน้ำ-ตัดขน ฟากเลี้ยง และอื่น ๆ

2. ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

ผู้ใช้บริการมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ใกล้บ้าน/เดินทางสะดวก มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ราคาสมเหตุสมผล มีผลิตภัณฑ์ และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ คนรู้จักแนะนำ ความสะอาดสวยงามของสถานที่ และมีการให้ข้อมูล ข่าวสาร และโปรโมชั่นต่าง ๆ

3. ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการ
เรียงตามลำดับ ดังนี้ ตัวเอง คนในครอบครัว และเพื่อน

4. ด้านวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

ผู้ให้บริการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เรียงตามลำดับ ดังนี้ พาสัตว์เลี้ยงมา
รับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์ ใช้บริการนอกสถานที่ ขอคำปรึกษาทางโทรศัพท์/เว็บไซต์
ของสถานพยาบาลสัตว์ และอื่น ๆ

5. ช่วงเวลาในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

ช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เรียงตามลำดับ ดังนี้
12.00-18.00 น. 18.00 - เที่ยงคืน และ 06.00-12.00 น.

6. สถานพยาบาลสัตว์ที่ใช้บริการ

สถานพยาบาลสัตว์ที่ผู้ให้บริการพาสัตว์เลี้ยงไปรักษา เรียงตามลำดับ ดังนี้
โรงพยาบาลสัตว์ และคลินิกรักษาสัตว์

ระดับความสำคัญที่ผู้ให้บริการให้กับส่วนประสมทางการตลาด ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

ระดับความสำคัญที่ผู้ให้บริการให้กับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ
สถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวม ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด
ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ใน
ระดับมากที่สุด 1 ด้าน คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ระดับมาก 5 ด้าน เรียงตามลำดับ
ดังนี้ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ ด้านราคา ด้านกระบวนการ
ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และระดับปานกลาง
1 ด้าน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด สรุปผลเป็นรายด้านได้ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทาง
การตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ โดยภาพรวม
อยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้

สามารถให้บริการด้านการผ่าตัดได้ทุกประเภท ให้บริการครบวงจรทั้งรักษา ผ่าตัด อาบน้ำ-ตัดขน และฝากเลี้ยง มีคลินิกโรคเฉพาะทาง เปิด 24 ชั่วโมง และมีอาหาร และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงจำหน่ายหลากหลาย

2. ด้านราคา ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ค่ารักษาและบริการมีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดภายหลังการรับบริการ ระบุอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน มีการประเมินค่าใช้จ่ายให้ก่อนรับบริการ และราคาในการรักษาและบริการถูกกว่าสถานพยาบาลสัตว์ใกล้เคียง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ เดินทางสะดวก สถานพยาบาลสัตว์อยู่ใกล้ที่พักอาศัยหรือที่ทำงาน และมีที่จอดรถได้สะดวก และระดับปานกลาง 2 ข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีบริการรักษานอกสถานที่/ถึงบ้าน และมีบริการรถรับส่งสัตว์เลี้ยง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ มีการบริการสังคม เช่น จิตเวชขึ้น ทำหมันสุนัขและแมวจรจัด และอยู่ในระดับปานกลาง 4 ข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อเจ้าของสัตว์เลี้ยง มีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิก มีพนักงานในการแนะนำสินค้าและบริการของสถานพยาบาลสัตว์ และมีการลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร ใบปลิว

5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ สัตวแพทย์มีความเชี่ยวชาญ แม่นยำในการวินิจฉัยโรค สัตวแพทย์สามารถให้คำอธิบายในเรื่องต่าง ๆ และให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี พนักงานให้ความเอาใจใส่ต่อสัตว์เลี้ยง

เป็นอย่างดี และอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ พนักงานมีความกระตือรือร้น และความเต็มใจในการให้บริการ และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสและสุภาพ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษา มีการรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ มีบริการที่สะดวก รวดเร็ว มีการแจ้งเตือนนัดหมายทางโทรศัพท์/SMS/ไปรษณียบัตร และมีการโทรศัพท์สอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการ

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีการแยกห้องสัตว์ป่วยติดเชื้อมีและไม่ติดเชื้อออกจากกัน ความสะอาดของอุปกรณ์ต่าง ๆ และสถานพยาบาลสัตว์/ไม่มีกลิ่นเหม็น มีเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัยครบถ้วน มีการแบ่งพื้นที่การให้บริการเป็นสัดส่วนและเหมาะสม และมีการแยกห้องพักสัตว์แต่ละประเภท

ผลการเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรม

ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร

สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. ด้านจุดประสงค์ในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

1.1 เพศ ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน ใช้บริการอาบน้ำ-ตัดขน ของสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 อายุ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน ใช้บริการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการที่สถานภาพสมรสต่างกัน ใช้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครทุกบริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ใช้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ตรวจรักษา ป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ ฝากเลี้ยง และอาบน้ำ-ตัดขน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 อาชีพ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน ใช้บริการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.6 รายได้ต่อเดือน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน ใช้บริการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ และฝากเลี้ยง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.7 ที่พักอาศัย ผู้ใช้บริการที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน ใช้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การตรวจรักษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

2.1 เพศ ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ คนรู้จักแนะนำ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 อายุ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชันต่าง ๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ ใกล้บ้าน/เดินทางสะดวก มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชันต่าง ๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวก

รวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่าง ๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และความสะอาดสวยงามของสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 อาชีพ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่าง ๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.6 รายได้ต่อเดือน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ ราคาสมเหตุสมผล มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่าง ๆ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.7 ที่พักอาศัย ผู้ใช้บริการที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกันมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นต่าง ๆ และ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ด้านวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

4.1 เพศ ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ คือ การใช้บริการนอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 อายุ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ คือ การใช้บริการนอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ คือ การใช้บริการนอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ได้แก่ พาสัตว์เลี้ยงมารับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์ และการใช้บริการนอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 อาชีพ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ คือ การใช้บริการนอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.6 รายได้ต่อเดือน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ คือ การใช้บริการนอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.7 ที่พักอาศัย ผู้ใช้บริการที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ คือ การใช้บริการนอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ด้านช่วงเวลาในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีช่วงเวลาที่ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ด้านสถานพยาบาลสัตว์ที่ใช้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่พักอาศัยต่างกัน มีสถานพยาบาลสัตว์ที่ใช้บริการ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการ
สถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม
ลักษณะทางประชากรศาสตร์**

สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ด้านราคา ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้าน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ผู้ใช้บริการที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางสรุปผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร และการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนบุคคล	เพศ	อายุ	สถานภาพสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ที่พักอาศัยปัจจุบัน
พฤติกรรมในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร							
1. ด้านจุดประสงค์ในการมาใช้บริการสถานพยาบาล- (อานน้ำ-ตัดขน)	*	*		(ตรวจรักษา ป้องกัน โรค ฟกเคือง และ อาบนํ้า-ตัดขน)	(ใช้บริการป้องกัน โรคและฟกเคือง)	*	(การตรวจรักษา)
2. ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาล- สัตว์	*	*	*	มีการให้ข้อมูล ข่าวสารและโปรโมชันต่าง ๆ	มีการให้ข้อมูลข่าวสาร มีการให้ข้อมูลข่าวสาร และโปรโมชันต่าง ๆ และมีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ	*	

ตาราง 80 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	เพศ	อายุ	สถานภาพสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ที่พักอาศัยปัจจุบัน
3. ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการ							
สถานพยาบาลสัตว์							
4. ด้านวิธีการในการให้บริการ	*	*	*	*	*	*	*
สถานพยาบาลสัตว์	การใช้บริการนอกสถานที่	การใช้บริการนอกสถานที่	การใช้บริการนอกสถานที่	พาสัตว์เลี้ยงมารับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์และการใช้บริการนอกสถานที่	การใช้บริการนอกสถานที่	การใช้บริการนอกสถานที่	การใช้บริการนอกสถานที่
5. ด้านช่วงเวลาในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์							
6. ด้านสถานพยาบาลสัตว์ที่ใช้บริการ							
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร							
1. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	*					*	*
2. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์	*	*					*

ตาราง 80 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	เพศ	อายุ	สถานภาพสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ที่พักอาศัยปัจจุบัน
3. ด้านราคา	*						
4. ด้านกระบวนการให้บริการ						*	
5. ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ	*		*				*
6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย							*
7. ด้านการส่งเสริมการตลาด							
ภาพรวม	*						*

การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลตามพฤติกรรมในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

พฤติกรรมในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ด้านจุดประสงค์ในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์มากที่สุด 3 อันดับแรก ดังนี้ ตรวจรักษา (ร้อยละ 88.75) ป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ (ร้อยละ 79.25) และซื้ออาหาร/อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง (ร้อยละ 55.00) อาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการส่วนใหญ่มักมองว่า สถานพยาบาลสัตว์มักโดดเด่นในเรื่องของการตรวจรักษาและป้องกันโรคมกกว่าด้านอื่นและเป็นหน้าที่หลักของสถานพยาบาลสัตว์ ดังนั้น วัตถุประสงค์ที่มาส่วนใหญ่จึงมักเป็นไปเพื่อการรักษา ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ สนธยา เขื่อนเพชร (2551) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ที่บ่อยที่สุด คือ การรักษาโรคสัตว์

2. ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์มากที่สุด 3 อันดับแรก ดังนี้ ใกล้บ้าน/เดินทางสะดวก (ร้อยละ 70.75) มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ (ร้อยละ 58.75) และราคาสมเหตุสมผล (ร้อยละ 58.25) อาจเนื่องมาจากสถานพยาบาลสัตว์ที่อยู่ใกล้บ้านจะช่วยลดภาระเรื่องค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประหยัดเวลาเดินทาง และหากสัตว์เลี้ยงเกิดป่วยกะทันหันก็สามารถเข้ารับการรักษาได้ทันท่วงที ในขณะที่ปัจจัยด้านประสิทธิภาพของบุคลากรและราคาค่าบริการจะถูกพิจารณาเป็นอันดับต่อมา ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อภิษฎา วังมูล (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ใช้บริการตัดสินใจ

เลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่ใกล้บ้าน และสอดคล้องกับผลวิจัยของ วรากร เกศชชา (2548) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์เลี้ยงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในด้านต่าง ๆ ที่ผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ การที่สัตวแพทย์สามารถอธิบายถึงโรคและการรักษาได้อย่างชัดเจน การมีประกาศแสดงอัตราค่าบริการ และมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง อีกทั้งสอดคล้องกับผลวิจัยของสนธยา เชื้อนเพชร (2551) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พบว่า เหตุผลของการมาใช้บริการเพราะอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน และส่วนใหญ่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับอัตราค่าบริการและสินค้ามีราคาถูก มีความสะดวกในการเดินทาง และพนักงานใส่ใจและปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน

3. ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้ใช้บริการมากที่สุด คือ ตัวเอง (ร้อยละ 66.30) อาจเนื่องมาจากผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อายุระหว่าง 20-40 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยที่มีความเป็นผู้ใหญ่ สามารถรับผิดชอบและตัดสินใจด้วยตนเองได้ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ สนธยา เชื้อนเพชร (2551) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พบว่า ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ ผู้ที่ตัดสินใจนำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ส่วนใหญ่จะตัดสินใจเอง

4. ด้านวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยพาสัตว์เลี้ยงมารับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์ (ร้อยละ 95.50) อาจเนื่องมาจากการพาสัตว์เลี้ยงเข้ามาบริการที่สถานพยาบาลสัตว์จะสะดวกต่อการรักษา และวินิจฉัยโรคมากกว่า เพราะมียาและอุปกรณ์ในการรักษา เช่น เอ็กซเรย์ อุปกรณ์ให้น้ำเกลือ ถังออกซิเจน เป็นต้น และมีบุคลากรที่ช่วยอำนวยความสะดวก รวมทั้งเจ้าของสัตว์สามารถปรึกษา รับฟังการวินิจฉัยโรคจากสัตวแพทย์ และสอบถามทำความเข้าใจในอาการป่วย การดูแลรักษา และข้อมูลอื่น ๆ ที่ต้องการได้อย่างละเอียดและชัดเจนมากกว่า การใช้บริการนอกสถานที่และการปรึกษาทางโทรศัพท์ หรืออาจเป็นเพราะผู้ให้บริการส่วนใหญ่ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่อยู่ใกล้บ้าน สามารถเดินทางได้โดยสะดวก

จึงนิยมนำมารับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ วรากร เกสัชชา (2548) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาล-สัตว์เลี้ยงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในด้านต่าง ๆ ที่ผู้มาใช้บริการให้ความสำคัญได้แก่ การที่สัตวแพทย์สามารถอธิบายถึงโรคและการรักษาได้อย่างชัดเจน และมีที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง

5. ด้านช่วงเวลาในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์มากที่สุด คือ เวลา 12.00-18.00 น. (ร้อยละ 46.50) ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ สนธยา เชื้อนเพชร (2551) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย พบว่า ช่วงเวลาที่ใช้บริการส่วนใหญ่ คือ 13.00 น. -17.00 น.

6. ด้านสถานพยาบาลสัตว์ที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการนิยมใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ มากกว่าคลินิกรักษาสัตว์ อาจเนื่องมาจากโรงพยาบาลสัตว์สามารถให้บริการแบบครบวงจร มากกว่าคลินิก มีความพร้อมด้านบุคลากร อุปกรณ์ ยารักษาโรค และความสามารถในการรองรับสัตว์ป่วยมากกว่าคลินิกรักษาสัตว์ และ โรงพยาบาลสัตว์ยังมีความพร้อมในการรักษาด้วยการผ่าตัดมากกว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2550, หน้า 68) ที่ว่าลูกค้ามีความต้องการบริการแบบครบทุกอย่างในขั้นตอนเดียว และต้องการความสะดวกสบายโดยยอมจ่ายเงินเพิ่มมากขึ้นสำหรับการให้บริการที่ดีกว่า

สมมติฐาน ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพ-สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่พักอาศัย) ต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน

1. เพศ ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีการใช้บริการอาบน้ำ-ตัดขน การเลือกใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์เพราะคนรู้จักแนะนำ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ และมีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์นอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน

2. อายุ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน จะมีการใช้บริการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการเพราะการให้ข้อมูลข่าวสาร

และโปรโมชันต่าง ๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ และมีวิธีการในการให้บริการ สถานพยาบาลสัตว์นอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน

3. สถานภาพสมรส ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน จะมีการเลือกใช้บริการ เพราะใกล้บ้าน/เดินทางสะดวก มีการให้ข้อมูลข่าวสารและ โปรโมชันต่าง ๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์นอกสถานที่ และมีช่วงเวลาที่ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน

4. ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีใช้บริการตรวจรักษา ป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ ฝากเลี้ยง และอาบน้ำ-ตัดขน มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์เพราะราคาสมเหตุสมผล มีการให้ข้อมูลข่าวสารและ โปรโมชันต่าง ๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์โดยการพาสัตว์เลี้ยงมา รับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์ และการใช้บริการนอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน

5. อาชีพ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน จะมีการใช้บริการในการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ เพราะราคาสมเหตุสมผล มีการให้ข้อมูลข่าวสารและ โปรโมชันต่าง ๆ คนรู้จักแนะนำ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ มีรูปแบบการให้บริการนอกสถานที่ และมีช่วงเวลาที่ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน

6. รายได้ต่อเดือน ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกัน มีการใช้บริการในการป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ และฝากเลี้ยง มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์เพราะราคาสมเหตุสมผล มีการให้ข้อมูลข่าวสารและ โปรโมชันต่าง ๆ มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และความสะอาดสวยงาม

ของสถานที่ มีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์นอกสถานที่ และมีช่วงเวลาที่ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน

7. ที่พักอาศัย ผู้ใช้บริการที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน จะมีการใช้บริการในการตรวจรักษา มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์เพราะมีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชันต่าง ๆ และมีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ และมีวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์นอกสถานที่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน

ส่วนด้านสถานพยาบาลสัตว์ที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีสถานพยาบาลสัตว์ที่ให้บริการไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะนิยมใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์มากกว่าคลินิกรักษาสัตว์ อาจเนื่องมาจากโรงพยาบาลสัตว์มีความพร้อมในการรักษาและอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงได้มากกว่า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของบุคลากร อุปกรณ์ ยาและเวชภัณฑ์ ขั้นตอนการบริการ สถานที่ และอื่น ๆ ซึ่งสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการเข้ารับบริการและสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากกว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จึงเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์มากกว่าคลินิกรักษาสัตว์ สอดคล้องกับแนวคิดของ สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2550, หน้า 68) ที่อธิบายถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าว่า พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้แก่ การคำนึงถึงความสะดวกสบายโดยลูกค้ายอมจ่ายเงินเพิ่มมากขึ้นสำหรับการให้บริการที่ดีกว่า สำหรับโรงพยาบาลสัตว์อาจตอบสนองความต้องการด้านการอำนวยความสะดวกสบายได้มากกว่าคลินิกรักษาสัตว์ เช่น มีที่จอดรถมากกว่าเนื่องจากมีพื้นที่ให้บริการมากกว่า มีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยง มีจำนวนบุคลากรที่ให้บริการมากกว่า บางแห่งมีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ทำให้ขั้นตอนการให้บริการรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ให้บริการยังต้องการบริการแบบครบทุกอย่างในขั้นตอนเดียว ซึ่งโรงพยาบาลสัตว์สามารถตอบสนองความต้องการด้านนี้ได้ดีกว่าคลินิกรักษาสัตว์ เนื่องจากมีความพร้อมด้านบุคลากร อุปกรณ์และยารักษาโรคมากกว่า โรงพยาบาลสัตว์สามารถให้บริการได้ครบวงจรทั้ง รักษา ผ่าตัด อาบน้ำ-ตัดขน ผ่าก่เลี้ยง จำหน่ายอาหารและอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาลสัตว์บางแห่งมีแผนก

รักษาโรคเฉพาะทางเหมือนโรงพยาบาลคน เช่น โรคไต โรคหัวใจ โรคกระดูก โรคต่อมไทรอยด์ โรคทางระบบประสาท โรคตา โรคผิวหนัง ฟังชั่น เป็นต้น ซึ่งจะทำให้ประหยัดเวลาและสะดวกสบายมากขึ้น

ส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์

อภิปรายผลได้ ดังนี้

ผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ ด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดและผู้ให้บริการให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด อาจเนื่องมาจากธุรกิจบริการเป็นธุรกิจที่ใช้บุคลากรเป็นหลักในการประกอบธุรกิจ ตามแนวความคิดของ ยุพาวรรณวรรณวณิช (2549, หน้า 2-4) ซึ่งในธุรกิจรักษาสัตว์ต้องอาศัยสัตวแพทย์เป็นผู้ให้บริการหลัก ส่วนเครื่องมืออื่น ๆ ถือเป็นอุปกรณ์สนับสนุนเท่านั้น เป็นธุรกิจที่เน้นในเรื่องของคุณภาพในการรักษา ต้องอาศัยความรู้ ความชำนาญเฉพาะด้าน ผู้ให้บริการจึงให้ความสำคัญในด้านพนักงานผู้ให้บริการมากที่สุด และผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547, หน้า 64-79) ที่ได้อธิบายถึงส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการว่ามีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป คือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยในการส่งมอบบริการ คุณภาพของบริการจะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยประกอบกัน ทั้งความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ของบุคลากร ทัศนคติไมตรีของพนักงานและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอนการส่งมอบบริการที่มีการประสานเชื่อมโยงกันอย่างดีจะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ การกำหนดราคาของการบริการที่เหมาะสมก็มีความสำคัญเช่นกัน โดยผู้ให้บริการจะคำนึงถึงคุณภาพของการบริการที่ได้รับเปรียบเทียบกับราคา หากการบริการไม่ได้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งมากเท่ากับราคาที่เพิ่มอาจทำให้ลูกค้าเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่นได้ นอกจากนี้ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความสะอาดสวยงามของสถานที่ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้า

ใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวคือ ลูกค้าน่าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับผลวิจัยของ อภิษฎา วังมูล (2551) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง

สมมติฐาน ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และที่พักอาศัย) ต่างกัน จะให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ต่างกัน

การทดสอบสมมติฐาน

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ด้านราคา ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน
2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน
3. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน
4. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน

5. ผู้ใช้บริการที่มีที่พักอาศัยปัจจุบันต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐาน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการหรือวางแผนการตลาดของสถานพยาบาลสัตว์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าในด้านต่าง ๆ ดังนี้

ผลการวิจัยทางด้านพฤติกรรมการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

1. ด้านจุดประสงค์ในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ สถานพยาบาลสัตว์ควรเน้นการให้บริการทางด้านการตรวจรักษาและป้องกันโรค เนื่องจากการให้บริการหลักและมีผู้ใช้บริการมากที่สุด ดังนั้นสถานพยาบาลสัตว์ต้องมีการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการของสัตวแพทย์และผู้ช่วยสัตวแพทย์เพราะเป็นผู้ให้บริการทางด้านนี้โดยตรง สัตวแพทย์ต้องมีความเชี่ยวชาญในการวินิจฉัย มีความสามารถในการรักษาโรคสัตว์ และสามารถสื่อสารพูดคุยให้ความเข้าใจแก่เจ้าของสัตว์ได้เป็นอย่างดี ผู้ช่วยสัตวแพทย์ต้องมีความสามารถในการควบคุมสัตว์ มีทักษะในการช่วยสัตวแพทย์ทำงาน มีจิตใจพร้อมให้บริการ และมีความเอาใจใส่ต่อสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี

ในส่วนของการรักษาโรคและอุปกรณ์ในการรักษาต่าง ๆ ควรมีพร้อมตามความจำเป็น เช่น กล้องจุลทรรศน์ อุปกรณ์ช่วยชีวิตและอุปกรณ์ผ่าตัด อุปกรณ์สำหรับทำแผล เครื่องเอ็กซเรย์ เครื่องอัลตราซาวด์ เครื่องตรวจเลือด เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมไปถึงความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการด้วย ส่วนบริการอื่น ๆ เช่น อาหาร/อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง อาบน้ำ-ตัดขน และบริการฝากเลี้ยงก็เป็นบริการเสริม หากสถานพยาบาลสัตว์มีบริการต่าง ๆ เหล่านี้ก็จะทำให้สถานพยาบาลสัตว์มีบริการแบบครบวงจรมากขึ้น ซึ่งจะเพิ่มทางเลือกในการตัดสินใจในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์มากยิ่งขึ้นได้

2. ด้านเหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่อยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวกมากที่สุด ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในการเลือกทำเลที่ตั้งของสถานพยาบาลสัตว์ โดยเลือกที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน มีการคมนาคมสะดวก และมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ

3. ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ จากการวิจัยนี้บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์มากที่สุด คือ ตัวเอง รองลงมา คือ คนในครอบครัว สถานพยาบาลสัตว์อาจประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับ ใบปลิวตามบ้านที่อยู่ในละแวกใกล้เคียง เพื่อแนะนำบริการของสถานพยาบาลสัตว์ มีการส่งเสริมการตลาดโดยให้สิทธิประโยชน์แก่ลูกค้าหรือสมาชิก เช่น มีการทำโปรแกรมป้องกันโรคราคาพิเศษ ให้ส่วนลดค่าบริการและอุปกรณ์/อาหารสัตว์เลี้ยง เป็นต้น และสถานพยาบาลสัตว์สามารถเพิ่มรายได้โดยการแนะนำบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพิ่มเติมให้แก่ลูกค้า

4. ด้านวิธีการในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ จากการวิจัยนี้พบว่า ผู้ใช้บริการพาสัตว์เลี้ยงมารับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์มากที่สุด สถานพยาบาลสัตว์จึงควรอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ ตั้งแต่การเลือกทำเลที่ตั้งของสถานพยาบาลสัตว์ที่อยู่ในย่านชุมชน มีการคมนาคมสะดวก มีที่จอดรถให้แก่ลูกค้า เมื่อเข้าไปในสถานพยาบาลสัตว์ควรมีเจ้าหน้าที่ที่ให้คำแนะนำในการใช้บริการ มีการบริการที่สะดวกรวดเร็ว มีอุปกรณ์เครื่องมือที่จำเป็นครบถ้วน และมีสภาพแวดล้อมในสถานพยาบาลสัตว์ที่สะอาดและเหมาะสม

ถึงแม้ว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่จะพาสัตว์เลี้ยงมารับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์ แต่ก็ยังมีผู้ให้บริการบางส่วนที่ใช้บริการนอกสถานที่ และขอคำปรึกษาทางโทรศัพท์หรือ

เว็บไซต์ของสถานพยาบาลสัตว์ด้วย ดังนั้นหากสถานพยาบาลสัตว์จัดหาบริการเหล่านี้ให้แก่ลูกค้าได้ ก็จะทำให้สถานพยาบาลสัตว์สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ครบถ้วนยิ่งขึ้น

5. ด้านช่วงเวลาในการมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ จากผลการวิจัย ช่วงเวลาที่มีการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด คือ 12.00-18.00 น. รองลงมาคือ 18.00 น. - เทียงคีน สถานพยาบาลสัตว์จึงควรมีการจัดพนักงานที่ให้บริการในช่วงเวลานี้อย่างเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการและจัดกระบวนการในการให้บริการให้มีความสะดวกรวดเร็ว

6. ด้านสถานพยาบาลสัตว์ที่ให้บริการ จากการวิจัยนี้พบว่าผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์มากกว่าคลินิกรักษาสัตว์ อาจเนื่องมาจากโรงพยาบาลสัตว์มีการบริการที่ครบวงจร มีความพร้อมทางด้านบุคลากรและอุปกรณ์เครื่องมือในการรักษามากกว่าคลินิกรักษาสัตว์ ดังนั้นหากผู้ที่ต้องการเปิดสถานพยาบาลสัตว์มีเงินทุนมากพอ อาจพิจารณาเปิดโรงพยาบาลสัตว์ แต่ทั้งนี้ควรสำรวจความต้องการของคนในชุมชนในละแวกนั้นและความพร้อมในการเปิดโรงพยาบาลสัตว์ของผู้ประกอบการด้วย

ผลการวิจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

1. ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ จากผลการวิจัยพบว่าสถานพยาบาลสัตว์ควรมีการบริการที่ครบวงจรถ้าเป็นไปได้เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการความสะดวกสบายในการใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์จึงควรมีความสามารถให้บริการด้านการผ่าตัดได้ทุกประเภท มีการให้บริการครบวงจรทั้งรักษา ผ่าตัด อาบน้ำ-ตัดขน และฝากเลี้ยง มีคลินิกรักษาโรคเฉพาะทาง เปิด 24 ชั่วโมง และมีอาหารและอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยงจำหน่ายหลากหลาย แต่ทั้งนี้การจะมีบริการใดบ้างในสถานพยาบาลสัตว์นั้นก็ขึ้นอยู่กับเงินทุนความสามารถของสถานพยาบาลสัตว์และความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นสถานพยาบาลสัตว์ต้องกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มีการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นและความต้องการในการใช้บริการ และเมื่อทราบความต้องการของลูกค้าเป้าหมายแล้วก็กำหนดสินค้าและบริการของสถานพยาบาลสัตว์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและหากต้องการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สถานพยาบาลสัตว์ต้องมีสินค้าและบริการ

ที่ดีเหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้า นอกจากนี้สถานพยาบาลสัตว์อาจจัดให้มีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์หรือทางเว็บไซต์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าด้วย

2. ด้านราคา สิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการมากที่สุดจากการสำรวจ คือ ค่ารักษาและบริการมีความเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ ซึ่งหมายความว่าผู้ใช้บริการประเมินราคาที่เหมาะสมเทียบกับคุณภาพของการบริการที่ได้รับ นอกจากนี้ควรมีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดภายหลังการรับบริการ สถานพยาบาลสัตว์ควรติดป้ายแสดงอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน มีการประเมินค่าใช้จ่ายพร้อมอธิบายรายละเอียดให้ก่อนรับบริการ และหากสถานพยาบาลสัตว์มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่ต่ำกว่าสถานพยาบาลสัตว์ใกล้เคียงแต่ให้บริการได้เท่าเทียมกันก็อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการได้

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการเดินทางที่สะดวกมากที่สุด ดังนั้นสถานพยาบาลควรตั้งอยู่ในบริเวณชุมชนมีการคมนาคมสะดวก และมีที่จอดรถอย่างเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ นอกจากนี้อาจจัดให้มีบริการนอกสถานที่ และบริการรับ-ส่งสัตว์เลี้ยง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการด้วย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการบริการสังคมมากที่สุด สถานพยาบาลสัตว์อาจจัดกิจกรรมบริการสังคมกับชุมชนใกล้เคียง หรือหน่วยงานเพื่อสาธารณประโยชน์ เช่น ฉีดวัคซีน ทำหมันสุนัขและแมวจรจัด ซึ่งจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานพยาบาลสัตว์ด้วย นอกจากนี้สถานพยาบาลสัตว์อาจประชาสัมพันธ์โดยการจัดกิจกรรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการป้องกันโรคแก่เจ้าของสัตว์เลี้ยง มีการจัดบริการเสริมหรือมอบสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับลูกค้าหรือสมาชิก มีการจัดพนักงานเพื่อให้คำแนะนำในเรื่องสินค้าและบริการของสถานพยาบาลสัตว์ และประชาสัมพันธ์โดยใช้สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ บทความ จดหมายข่าว นิตยสาร เพื่อเสนอข่าวสารของสถานพยาบาลสัตว์

5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ปัจจัยด้านนี้เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดและเป็นส่วนที่พบปะโดยตรงกับลูกค้า ลูกค้าจะเกิดความพอใจในงานบริการนั้นหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับบริการของพนักงาน พนักงานผู้-

ให้บริการ โดยเฉพาะสัตวแพทย์ควรมีความเชี่ยวชาญ แม่นยำในการวินิจฉัยโรค สามารถให้คำอธิบายและคำแนะนำแก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงได้เป็นอย่างดี พนักงานควรมีใจรักในงานบริการและอาชีพ มีความเอาใจใส่ดูแลสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี ดังนั้น สถานพยาบาลสัตว์จึงควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน ควรมีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานอยู่เสมอ รวมทั้งมีการสร้างแรงจูงใจพนักงานที่ทำงานดีมีความสามารถให้ทำงานกับสถานพยาบาลสัตว์ได้เต็มที่และยาวนาน นอกจากนี้จำนวนพนักงานควรมีเพียงพอต่อการให้บริการด้วย

6. ด้านกระบวนการให้บริการ สัตวแพทย์ควรมีการชี้แจงรายละเอียดการรักษา เพื่อให้ผู้ใช้บริการทราบว่าสัตว์เลี้ยงของตนป่วยเป็นอะไร มีการรักษาอย่างไรบ้าง และควรดูแลต่อไปอย่างไร ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดในกระบวนการให้บริการ สถานพยาบาลสัตว์ควรรับฟังความคิดเห็นจากผู้ใช้บริการ โดยอาจตั้งกล่องรับความคิดเห็น ให้ลูกค้าการประเมินการให้บริการของพนักงานเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ให้ดียิ่งขึ้น ขั้นตอนการบริการต้องสะดวกรวดเร็ว อาจมีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการค้นหาข้อมูลประวัติสัตว์เลี้ยงและการคิดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะช่วยให้ขั้นตอนการให้บริการมีประสิทธิภาพและมีความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น การมีบริการแจ้งเตือนนัดหมาย และมีการติดตามสอบถามอาการของสัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับการรักษา ก็จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ นอกจากนี้ในโรงพยาบาลสัตว์ขนาดใหญ่อาจจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่ช่วยอำนวยความสะดวกและแนะนำขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้าด้วย

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของสถานพยาบาลสัตว์ จากผลการวิจัยนี้พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากรองลงมาจากด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยสิ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การแยกห้องสัตว์ป่วยติดเชื้อและไม่ติดเชื้อออกจากกัน รองลงมาคือ ความสะอาดของอุปกรณ์ต่าง ๆ และสถานพยาบาลสัตว์ไม่มีกลิ่นเหม็น ดังนั้นสถานพยาบาลสัตว์ควรให้ความสำคัญเรื่องความสะอาดและความปลอดภัยของอุปกรณ์การแพทย์และสถานที่ ควรจัดให้มีพนักงานทำความสะอาดบ่อย ๆ เพื่อไม่ให้สถานพยาบาลสัตว์มีกลิ่นเหม็น ควรจัดแบ่งพื้นที่ในการให้บริการเป็นสัดส่วน เช่น เขตตรวจรักษา เขตพักฟื้นสัตว์ เขตสัตว์ติดเชื้อ/ไม่ติดเชื้อ เป็นต้น และหาก

เป็นไปได้ สถานพยาบาลสัตว์ควรมีการแยกห้องพักสัตว์แต่ละประเภท เช่น สุนัข แมว และสัตว์เลี้ยงอื่น ๆ เพื่อความสะดวกในการจัดการดูแล และลดความเครียดของสัตว์เลี้ยง ในการอยู่ร่วมกับสัตว์ประเภทอื่น นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงลักษณะของ สถานพยาบาลสัตว์ให้เป็นไปตามมาตรฐานลักษณะของสถานพยาบาลสัตว์ที่กำหนด โดยสำนักควบคุมป้องกันและบำบัดโรคสัตว์ กรมปศุสัตว์ด้วย

จากระดับความสำคัญที่ผู้ใช้บริการให้กับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านพนักงานผู้ให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ของสถานพยาบาลสัตว์ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. รูปแบบการวิจัย อาจเปลี่ยนจากแบบสอบถาม เป็นแบบสัมภาษณ์ โดยอาจกำหนด ตัวแปรตามเช่นเดิม เพื่อให้ได้ข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่ลึกซึ้งตรงตามพฤติกรรม และความต้องการของผู้ใช้บริการที่แท้จริง
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ประเภทและจำนวนของ สัตว์เลี้ยง ความถี่ในการใช้บริการ วันที่มาใช้บริการ เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์มากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการทำวิจัยในเขตอื่นๆของกรุงเทพมหานครด้วย เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ ที่มีสถานพยาบาลสัตว์ในกรุงเทพมหานคร
4. ควรมีการสำรวจจำนวนผู้เลี้ยงสัตว์ และจำนวนสัตว์เลี้ยงประเภทต่าง ๆ ใน กรุงเทพมหานครด้วย เพื่อที่จะได้ทราบจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ชัดเจน



ภาคผนวก ก

IOC

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC--Index of Item-Objective Congruence)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	ผลคะแนนรายข้อจากผู้เชี่ยวชาญ (R)				ค่า IOC
	R1	R2	R3	รวม	
1	1	1	1	3	1
2	1	1	0	2	0.67
3	1	1	1	3	1
4	1	1	1	3	1
5	1	1	1	3	1
6	0	1	1	2	0.67
7	1	1	0	2	0.67

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

ข้อคำถาม	ผลคะแนนรายข้อจากผู้เชี่ยวชาญ (R)				ค่า IOC
	R1	R2	R3	รวม	
1	1	1	1	3	1
2	1	1	1	3	1
3	0	1	1	2	0.67
4	0	1	1	2	0.67
5	1	1	1	3	1
6	1	1	1	3	1

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญที่ผู้ใช้บริการให้กับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ
สถานพยาบาลสัตว์

ข้อคำถาม	ผลคะแนนรายข้อจากผู้เชี่ยวชาญ (R)				ค่า IOC
	R1	R2	R3	รวม	
1	1	1	1	3	1
2	1	1	1	3	1
3	1	1	1	3	1
4	1	1	1	3	1
5	0	1	1	2	0.67
6	1	0	1	2	0.67
7	0	1	1	2	0.67
8	0	1	1	2	0.67
9	1	1	1	3	1
10	1	1	1	3	1
11	0	1	1	2	0.67
12	1	1	1	3	1
13	1	1	1	3	1
14	1	1	1	3	1
15	0	1	1	2	0.67
16	0	1	1	2	0.67
17	0	1	1	2	0.67
18	0	1	1	2	0.67
19	0	1	1	2	0.67
20	0	1	1	2	0.67
21	1	1	1	3	1

ผลคะแนนรายชื่อจากผู้เชี่ยวชาญ (R)					
ข้อคำถาม	R1	R2	R3	รวม	ค่า IOC
22	1	1	1	3	1
23	1	1	1	3	1
24	1	1	1	3	1
25	1	1	1	3	1
26	1	1	1	3	1
27	1	1	1	3	1
28	1	1	1	3	1
29	1	1	1	3	1
30	1	1	1	3	1
31	0	1	1	2	0.67
32	1	1	1	3	1
33	1	1	1	3	1
34	1	1	1	3	1
35	1	1	1	3	1

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

พฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ
สถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาชั้นปริญญาโท
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและ
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์
ในเขตกรุงเทพมหานคร

จึงใคร่ขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริงของท่าน
และขอขอบคุณทุกท่านไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงและเกี่ยวข้องกับตัวท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

- | | | | |
|------------------|---|--|---|
| 1. เพศ | ☐ 1. ชาย | ☐ 2. หญิง | |
| 2. อายุ | ☐ 1. ต่ำกว่า 20 ปี | ☐ 2. 20-30 ปี | ☐ 3. 31-40 ปี |
| | ☐ 4. 41-50 ปี | ☐ 5. 51-60 ปี | ☐ 6. มากกว่า 60 ปี |
| 3. สถานภาพสมรส | ☐ 1. โสด | ☐ 2. สมรส | |
| | ☐ 3. หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ | | |
| 4. ระดับการศึกษา | ☐ 1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี | ☐ 2. ปริญญาตรี | |
| | ☐ 3. ปริญญาโท | ☐ 4. ปริญญาเอก | |
| 5. อาชีพ | ☐ 1. แม่บ้าน/พ่อบ้าน | ☐ 2. นักศึกษา | |
| | ☐ 3. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | ☐ 4. พนักงานบริษัทเอกชน | |
| | ☐ 5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว | ☐ 6. อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ☐ 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ☐ 2. 20,001-40,000 บาท
☐ 3. 40,001-60,000 บาท ☐ 4. มากกว่า 60,000 บาท
7. ที่พักอาศัยปัจจุบัน ☐ 1. บ้านเดี่ยว ☐ 2. ทาวเฮาส์
☐ 3. อาคารพาณิชย์ ☐ 4. คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนต์

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

1. ท่านใช้บริการใดของสถานพยาบาลสัตว์บ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. ตรวจรักษา
☐ 2. ป้องกันโรค เช่น ฉีดวัคซีน ป้องกันเห็บหมัด พยาธิหัวใจ
☐ 3. ฝากเลี้ยง
☐ 4. ซื้ออาหาร/อุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง
☐ 5. อาบน้ำ-ตัดขน
☐ 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ทำไมท่านจึงเลือกมาใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์แห่งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ
☐ 2. ราคาสมเหตุสมผล
☐ 3. ใกล้บ้าน/เดินทางสะดวก
☐ 4. มีการให้ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชันต่าง ๆ
☐ 5. คนรู้จักแนะนำ
☐ 6. มีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ
☐ 7. ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ
☐ 8. ความสะอาดสวยงามของสถานที่

3. บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของท่าน

- ☐ 1. ตัวเอง ☐ 2. คนในครอบครัว
☐ 3. เพื่อน ☐ 4. บุคคลที่มีชื่อเสียง

4. ท่านใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์อย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. พาสัตว์เลี้ยงมารับบริการที่สถานพยาบาลสัตว์
- ☐ 2. ใช้บริการนอกสถานที่
- ☐ 3. ขอคำปรึกษาทางโทรศัพท์/เว็บไซต์ของสถานพยาบาลสัตว์
- ☐ 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ช่วงเวลาใดที่ท่านมักจะมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์

- ☐ 1. 6.00-12.00 น. ☐ 2. 12.00-18.00 น.
- ☐ 3. 18.00 น. - เที่ยงคืน ☐ 4. หลังเที่ยงคืน - 6 โมงเช้า

6. โดยส่วนใหญ่ท่านพาสัตว์เลี้ยงไปรักษาที่ใด

- ☐ 1. โรงพยาบาลสัตว์ ☐ 2. คลินิกรักษาสัตว์

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญที่ผู้ให้บริการให้กับส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการ
สถานพยาบาลสัตว์

คำชี้แจง ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ของท่าน ท่านได้ให้ระดับความสำคัญของ
ปัจจัยต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความสำคัญในการใช้บริการ
สถานพยาบาลสัตว์ของท่านมากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดในการใช้ บริการสถานพยาบาลสัตว์	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	1	2	3	4	5
ด้านผลิตภัณฑ์/การให้บริการ					
1. ให้บริการครบวงจรทั้งรักษา ผ่าตัด อาบน้ำ-ตัดขน และฝากเลี้ยง					
2. เปิด 24 ชั่วโมง					
3. สามารถให้บริการด้านการผ่าตัดได้ ทุกประเภท					
4. มีคลินิกรักษาโรคเฉพาะทาง					

ส่วนประสมทางการตลาดในการใช้ บริการสถานพยาบาลสัตว์	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
5. มีอาหารและอุปกรณ์สำหรับสัตว์ เลี้ยงจำหน่ายหลากหลาย					
ด้านราคา 6. มีการประเมินค่าใช้จ่ายให้ก่อน รับบริการ					
7. ราคาในการรักษาและบริการถูกกว่า สถานพยาบาลสัตว์ใกล้เคียง					
8. ระบุอัตราค่าบริการไว้อย่างชัดเจน					
9. ค่ารักษาและบริการมีความเหมาะสม กับการบริการที่ได้รับ					
10. มีการแจกแจงค่าใช้จ่ายอย่างละเอียด ภายหลังการรับบริการ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 11. สถานพยาบาลสัตว์อยู่ใกล้ที่พัก อาศัยหรือที่ทำงาน					
12. เดินทางสะดวก					
13. มีที่จอดรถได้สะดวก					
14. มีบริการรักษานอกสถานที่/ถึงบ้าน					
15. มีบริการรับส่งสัตว์เลี้ยง					
ด้านการส่งเสริมการตลาด 16. มีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับสมาชิก					
17. มีการลงโฆษณาในสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสารใบปลิว					
18. มีพนักงานในการแนะนำสินค้า และบริการของสถานพยาบาลสัตว์					
19. มีการบริการสังคม เช่น นวัตกรรม ทำหมันสุนัขและแมวจรจัด					

ส่วนประสมทางการตลาดในการใช้ บริการสถานพยาบาลสัตว์	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
20. มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มี ประโยชน์ต่อเจ้าของสัตว์เลี้ยง					
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ 21. สัตวแพทย์มีความเชี่ยวชาญ แม่นยำในการวินิจฉัยโรค					
22. สัตวแพทย์สามารถให้คำอธิบาย ในเรื่องต่าง ๆ และให้คำแนะนำได้ เป็นอย่างดี					
23. พนักงานมีความกระตือรือร้นและ ความเต็มใจในการให้บริการ					
24. พนักงานให้ความเอาใจใส่ต่อ สัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดี					
25. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส และสุภาพ					
ด้านกระบวนการให้บริการ 26. มีการแจ้งเตือนนัดหมายทาง โทรศัพท์/SMS/ไปรษณียบัตร					
27. มีบริการที่สะดวก รวดเร็ว					
28. มีการชี้แจงรายละเอียดการรักษา					
29. มีการรับฟังความคิดเห็นจาก ผู้ใช้บริการ					
30. มีการโทรศัพท์สอบถามอาการของ สัตว์เลี้ยงหลังเข้ารับบริการ					
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของ สถานพยาบาลสัตว์ 31. มีเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ ที่ทันสมัยครบถ้วน					

ส่วนประสมทางการตลาดในการใช้ บริการสถานพยาบาลสัตว์	ระดับความสำคัญ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
	1	2	3	4	5
32. ความสะอาดของอุปกรณ์ต่าง ๆ และสถานพยาบาลสัตว์/ไม่มีกลิ่น เหม็น					
33. มีการแบ่งพื้นที่การให้บริการเป็น สัดส่วน และเหมาะสม					
34. มีการแยกห้องพักสัตว์แต่ละประเภท					
35. มีการแยกห้องสัตว์ป่วยติดเชื้และไม่ติดเชื้ ออกจากกัน					

ส่วนที่ 4 ท่านมีข้อเสนอแนะหรือปรับปรุงเกี่ยวกับการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์
ด้านใดบ้าง

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม