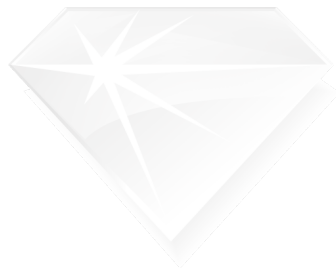


การศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์  
ในจังหวัดสระบุรีของผู้บริโภค

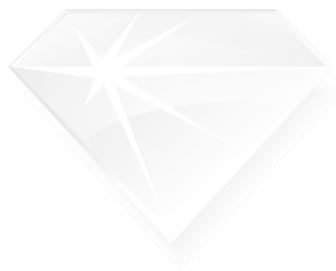
The Study of Service Quality Affecting Consumer Satisfaction at  
Veterinary Hospitals in Saraburi Province



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

การศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์  
ในจังหวัดสระบุรีของผู้บริโภค

The Study of Service Quality Affecting Consumer Satisfaction  
at Veterinary Hospitals in Saraburi Province



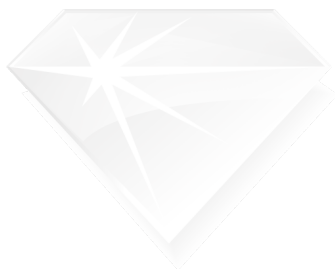
**BANGKOK**  
**UNIVERSITY**  
สวลี พาที  
THE CREATIVE UNIVERSITY

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ปีการศึกษา 2565

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัด  
สระบุรีของผู้บริโภค

ผู้วิจัย สวลี พาที



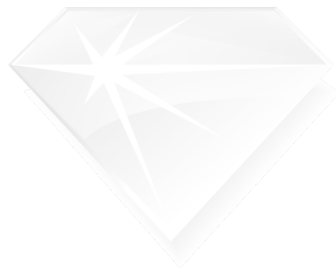
ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี

ผู้เชี่ยวชาญ

ดร.สุเมธี วงศ์ศักดิ์



**BANGKOK  
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

สวลี พาที. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มกราคม 2567, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.  
การศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีของ  
ผู้บริโภค (73 หน้า)  
อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี

## บทคัดย่อ

การศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลของคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของ  
ผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพ  
บริการของผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี 2) เพื่อศึกษาระดับความภักดี (Loyalty) ของ  
ผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อ  
ความภักดี (Loyalty) ของผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่ม  
ตัวอย่าง คือ ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่พักอาศัยในจังหวัดสระบุรี ช่วงอายุระหว่าง 25-45 ปี  
โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 385 คน ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ โดยมี  
ค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.965 และการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย  
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิง  
พหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ  
สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนอง  
ลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ด้าน  
ความน่าเชื่อถือ ไม่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ทั้งนี้ผลการ  
ศึกษาจะเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีใช้เป็นข้อมูลประกอบการ  
ปรับปรุง และพัฒนามาตรฐานการให้บริการเพื่อสร้างความภักดีของผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดความพึง  
พอใจในการให้บริการจนนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำได้ในอนาคตได้

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความเป็นรูปธรรมของการบริการ, ความน่าเชื่อถือ, การตอบสนองลูกค้า,  
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า, การเข้าใจและรู้จักลูกค้า, ความภักดี

Phatee, S. Master of Business Administration, January 2024, Graduate School, Bangkok University.

The Study of Service Quality Affecting Consumer Satisfaction at Veterinary Hospitals in Saraburi Province (73 pp.)

Advisor: Asst. Prof. Sasiprapa Phanthanasaewee, Ph.D.

### ABSTRACT

The study of service quality affecting consumer satisfaction at veterinary hospitals in Saraburi province by purposed 1) to study consumer satisfaction toward service quality at veterinary hospitals in Saraburi province 2) to study consumers' loyalty level at veterinary hospitals in Saraburi province and 3) to analyze influence of service quality that affected to loyalty of consumer at veterinary hospitals in Saraburi province. This study was quantity research. The sample group was 385 male and female who lived in Saraburi, aged between 25-45 years, and selected by purposive sampling. The research tool was questionnaire which had a reliability value of 0.965. The data analysis included descriptive statistics consisted of percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing using multiple regression analysis.

The results found that service quality factors that affected to consumers' loyalty at veterinary hospitals in Saraburi province was service concreteness, customer response, providing confidence to customers, understanding, and knowing customers significantly. While the reliability aspect It didn't affect to consumers' loyalty at veterinary hospitals in Saraburi province. Though, the results of the study would be useful to veterinaries' operators in Saraburi Province as information for service standards' improvement and development. To create consumers' loyalty among consumers for their satisfaction in the service and leads them to come back again in the future.

*Keywords: Service Quality, Tangibles, Reliability, Responsive, Assurance, Empathy, Loyalty*

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ใน จังหวัดสระบุรี ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดี จาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิประภา พันธนาเสวี ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่เมตตาให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็น รวมถึงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ตลอดการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้งานวิจัยชิ้นนี้ออกมาได้อย่างครบถ้วนที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์ท่านอื่น ๆ ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ ให้คำปรึกษาตลอด การศึกษา ที่สามารถนำมาใช้ประยุกต์เข้ากับการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ทุกท่านผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีที่มีส่วนทำให้งานวิจัยครั้งนี้ออกมาสมบูรณ์ รวมไปถึงขอบคุณครอบครัว เพื่อน ๆ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้กำลังใจ ให้คำปรึกษาจนการศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงอย่างดี

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งผู้ที่สนใจในด้านนี้ และสามารถนำไปพัฒนาขยายผลต่อไปได้ และหากในงานครั้งนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยต้องขอ อภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

**BANGKOK**  
**UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

สวลี พาที

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่ใช้ในการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องคุณภาพบริการ (Service Quality Satisfaction)	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องความภักดี (Brand Loyalty)	10
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
2.4 กรอบแนวคิด	19
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรและตัวอย่าง	21
3.2 เครื่องที่ใช้ในการศึกษา	22
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ	23
3.4 การแปลผลข้อมูล	25
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	26
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรี	27
4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	32
4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรี	39



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในจังหวัดสระบุรี	45
4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	46
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	50
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	52
5.3 อภิปรายผล	53
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้	56
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป	57
บรรณานุกรม	59
ภาคผนวก	62
ประวัติผู้เขียน	73

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: แสดงค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัท	24
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามเพศ	27
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามอายุ	28
ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามสถานภาพ	28
ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามระดับการศึกษา	29
ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	29
ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามอาชีพ	30
ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามสมาชิกครอบครัว	31
ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามอำเภอที่อาศัยในจังหวัดสระบุรี	31
ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามสัตว์เลี้ยง	32
ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้บริการรักษาสัตว์เป็นประจำในเขตจังหวัดสระบุรี	33
ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	34
ตารางที่ 4.12: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	35
ตารางที่ 4.13: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามความถี่ในการนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	36
ตารางที่ 4.14: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	36
ตารางที่ 4.15: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามเหตุผลสำคัญของการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	37

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.16: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	38
ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการภาพรวม	39
ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	40
ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ	41
ตารางที่ 4.20: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีคุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า	42
ตารางที่ 4.21: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีคุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	43
ตารางที่ 4.22: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีต่อคุณภาพบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	44
ตารางที่ 4.23: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นที่มีต่อความจงรักภักดี (Brand Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	45
ตารางที่ 4.24: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างคุณภาพบริการในภาพรวม ที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	46
ตารางที่ 4.25: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างคุณภาพบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	47
ตารางที่ 4.26: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	49

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดงานวิจัย

หน้า

19



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาวิจัย

สภาพสังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทยในปัจจุบันมีค่านิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงโดยยกย่องให้เป็นสมาชิกของครอบครัว การปฏิบัติต่อสัตว์เลี้ยงมีสถานภาพใกล้เคียงกับมนุษย์ ด้วยรูปแบบการดำรงชีวิตของคนไทยที่เปลี่ยนไป แต่งานน้อยลงและช้าลง นิยมเป็นครอบครัวขนาดเล็กที่มีลูกน้อยหรือไม่มีลูก รวมถึงนิยมอยู่เป็นโสดมากขึ้นส่งผลให้เกิดค่านิยมการเลี้ยงสัตว์โดยเฉพาะสุนัขเป็นเสมือนลูกเพื่อเติมเต็มให้เป็นครอบครัวที่สมบูรณ์ (ปัทมา เหมือนสมัย, 2562) ขณะเดียวกันธุรกิจให้บริการของสัตว์เลี้ยงที่มีบริการเช่นเดียวกับที่ให้บริการคน เช่น การทำสปา การจัดฌาปนกิจ เห็นได้ว่าแม้การให้บริการดังกล่าวมีอัตราค่าบริการสูง แต่เจ้าของสัตว์เลี้ยงยินดีจ่าย ส่งผลให้ธุรกิจเหล่านี้เติบโตต่อเนื่องอย่างโดดเด่น

ธุรกิจสัตว์เลี้ยงมีการเติบโตเป็นอย่างมาก โดยตลาดสัตว์เลี้ยงของโลกในปี ค.ศ. 2026 มีการประเมินไว้ว่าธุรกิจสัตว์เลี้ยงจะมีมูลค่าสูง 217,615 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเติบโตเฉลี่ยปีละ 7.2% ในขณะที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ คาดการณ์ว่ามูลค่าตลาดสัตว์เลี้ยงของไทยจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 8.4% หรือมีมูลค่าประมาณ 66,748 ล้านบาท ซึ่งตลาดสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยมีแบ่งส่วนมากที่สุดคือธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง รองมาคือธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง อาทิ สถานพยาบาลสัตว์หรือโรงพยาบาลสัตว์ คลินิกสัตว์ อ่างน้ำตัดขน สปาสัตว์เลี้ยง โรงเรียนฝึก และธุรกิจบริการอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับอัตราการเลี้ยงสัตว์ในไทย จากฐานข้อมูลเพื่อการขึ้นทะเบียนสุนัขและแมว ว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมากในทุกปี โดยปัจจุบันจังหวัดสระบุรีมีการขึ้นทะเบียนสุนัขและแมวที่มีเจ้าของจำนวน 28,467 ตัว (ศูนย์สารสนเทศกรมปศุสัตว์, 2566)

ธุรกิจสถานพยาบาลสัตว์มีการแข่งขันกันภายในอย่างสูงมาก จากข้อมูลข้างต้นเห็นได้ว่ามีสถิติการเปิดคลินิกและโรงพยาบาลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สถานพยาบาลสัตว์บางแห่งตั้งอยู่ในเขตเดียวกัน ทำให้สถานพยาบาลสัตว์ต้องมีการปรับตัว เพื่อตอบสนองต่อความปรารถนาในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่รักสัตว์เลี้ยง ทางเลือกที่สำคัญคือการพัฒนาในด้านของคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจและความเชื่อใจไว้วางใจของผู้บริโภคที่เป็นผู้ให้บริการ และเพิ่มโอกาสในการที่ผู้ให้บริการจะกลับมาใช้ซ้ำอีกในอนาคต รวมถึงมีการวางแผนที่ดีจึงทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้ และมีผลประกอบการที่ดี ดังนั้น ประเด็นคำถามที่ว่าสถานพยาบาลสัตว์จะต้องดำเนินการอย่างไร ถึงจะมีการให้บริการที่มีคุณภาพ เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจแก่ผู้ให้บริการ ซึ่งจังหวัดสระบุรี มีสถานพยาบาลสัตว์ที่ได้ใบอนุญาตจัดตั้งและดำเนินการสถานพยาบาลสัตว์จากกรมปศุสัตว์ จำนวน 43 แห่ง (สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสระบุรี, 2566) โดยสถานพยาบาลสัตว์แต่ละปีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 10% เป็นผลจาก

การมีวิวัฒนาการทางการแพทย์ดีขึ้น ประกอบกับความรู้ความสามารถของสัตวแพทย์ที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้สัตว์เลี้ยงมีอายุที่ยืนยาวนานมากขึ้น ย่อมทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงระหว่างสถานพยาบาลสัตว์ ฉะนั้นสถานพยาบาลสัตว์จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์หรือรูปแบบการดำเนินงานเพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของสัตว์เลี้ยง สถานพยาบาลสัตว์หลายแห่งหันมาใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาสร้างความแตกต่าง และการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่เจ้าของสัตว์เลี้ยง ทั้งในความสามารถในการให้บริการที่ตรงมาตรฐาน รวมถึงการบริการที่ตรงกับคุณภาพการให้บริการ ที่องค์กรคาดหวัง และเหนือกว่าความคาดหวังของผู้รับบริการตั้งไว้ ซึ่งเครื่องมือสำหรับการวัดคุณภาพการบริการ SERVQUAL เป็นความสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการแก่ผู้รับบริการ การสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้รับบริการ และความเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ คุณภาพการให้บริการทุกด้านล้วนถือเป็นปัจจัยหลักในการทำธุรกิจ ที่ทำให้ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่เขาคาดหวัง เห็นได้ว่าคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 2013) ด้วยเหตุข้างต้น หากการบริการนั้นมีคุณภาพสอดคล้องและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ให้รู้สึกคุ้มค่าถึงสิ่งที่ได้รับเปรียบเทียบกับสิ่งที่เสียไป จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ และเกิดความเชื่อมั่นประทับใจในการบริการนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม จากทบทวนงานวิจัยในอดีตมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดคุณภาพบริการ และความภักดีอาทิ การศึกษาของ กรสุมา สุวัฒน์ชะชัย (2563) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์เล็ก ของคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือส่งผลทางบวก ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ งานวิจัยในอดีตของ กัญญารัตน์ สุกุลถาวร (2564) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อร้าน petcare ซึ่งเป็นการศึกษาโดยใช้แนวคิดคุณภาพการบริการ ใน 5 ด้าน โดยพบว่า คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้บริโภคมากที่สุดคือในด้านรูปธรรมของการบริการ ขณะที่ยานวิจัยในอดีตของ โสรจจะราช เถระพันธ์ (2561) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ ส่งผลต่อความไว้วางใจความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี โดยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความความมั่นใจส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้งานวิจัยในอดีตของ วรกมลวรรณ รักษา (2565) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจสระว่ายน้ำสุนัข นอกจากนี้

ยังสอดคล้องกับ Amelia, Kadarisma, Fitriani & Ahmadi (2020) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการที่คลินิกสัตวแพทย์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากคลินิกสัตวแพทย์ดำเนินธุรกิจด้านบริการ พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจ ซึ่งปัจจัยสำคัญของความภักดีของผู้บริโภค ดังนั้น เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ คลินิกสัตวแพทย์จึงควรปรับปรุงคุณภาพการบริการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคใหม่และรักษาธุรกิจให้มีผลกำไร เห็นได้ว่าการให้ความสำคัญกับการคุณภาพการบริการย่อมทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และส่งผลต่อความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป

ดังนั้น ในการทำการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องการศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางที่สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพบริการที่เหมาะสม รวมถึงประกอบการตัดสินใจในการวางแผนที่จะพัฒนาธุรกิจบริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีให้สามารถพัฒนาศักยภาพให้ตรงความปรารถนาของผู้บริโภคเพื่อที่จะสร้างความภักดี (Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี
- 1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความภักดี (Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี
- 1.2.3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดี (Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยนี้ ใช้รูปแบบการวิจัยในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ซึ่งกำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

- 1) ประชากร คือ ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่พักอาศัยในจังหวัดสระบุรี ช่วงอายุระหว่าง 25-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรช่วงวัยทำงาน กลุ่มผู้บริโภคที่มีแนวโน้มเติบโตพร้อมกับกำลังซื้อหลักที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ รวมถึงเป็นช่วงวัยที่นิยมเลี้ยงสัตว์มากแทนการมีลูกในปัจจุบัน นอกจากนี้ กลุ่มประชากรดังกล่าวยังเป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงสูงสุดด้วย (Marketingoops, 2564) มีจำนวนประชากรประมาณ 643,828 คน (แผนพัฒนาจังหวัดสระบุรี, 2566)

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่พักอาศัยในจังหวัดสระบุรี โดยผู้ศึกษากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีคำนวณของ Yamane (1967) ซึ่งกำหนดที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 รวมถึงกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

3) ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี โดยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ

3.1) ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพบริการ (Service Quality Satisfaction) จากแนวคิดและทฤษฎีของ Parasuraman, et al. (2013) ประกอบด้วย

- ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)
- ความน่าเชื่อถือ (Reliability)
- การตอบสนองลูกค้า (Responsive)
- การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)
- การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

3.2) ตัวแปรตาม คือ ความภักดี (Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ตามกรอบแนวคิดของ Singh & Saini (2016) ประกอบด้วย

- ด้านพฤติกรรม (Behavior)
- ด้านทัศนคติ (Attitude)

4) สถานที่ศึกษาที่ผู้วิจัยใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านออนไลน์ จะทำการรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากกลุ่มผู้บริโภคที่มีการเลี้ยงสัตว์ และเคยใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี ช่วงอายุระหว่าง 25-45 ปี โดยส่งลิงก์ Google Form: <https://forms.gle/YeW7418metVzwBtV7> ไปยังกลุ่มใน Facebook ได้แก่ Facebook: THE PETS HOME Saraburi ซึ่งมีจำนวนสมาชิก ณ เดือนมกราคม อยู่ที่ 15,500 คน ([https://web.facebook.com/THEPETSHOMEsaraburi/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/THEPETSHOMEsaraburi/?_rdc=1&_rdr)), Facebook: สระบุรีหาบ้านน้องหมาแมวฟรี (ห้ามจำหน่าย) ซึ่งมีจำนวนสมาชิก ณ เดือนมกราคม อยู่ที่ 31,423 คน (<https://web.facebook.com/groups/596742520942257/members>) และ Facebook: ข่าวด่วน สระบุรี ซึ่งมีจำนวนสมาชิก ณ เดือนมกราคม อยู่ที่ 200,000 คน ([https://www.facebook.com/groups/saraburihotnews/?locale=th\\_TH](https://www.facebook.com/groups/saraburihotnews/?locale=th_TH)) โดยเจาะจงคนที่เลี้ยงสัตว์ ในพื้นที่เป้าหมายวิจัย โดยผู้วิจัยถามคำถามเพื่อคัดกรองเกี่ยวกับผู้ที่เคยใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี



## 1.4 ประโยชน์ที่ใช้ในการศึกษา

1.4.1 เพื่อให้ทราบความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เพื่อเป็นประโยชน์กับผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี และผู้ที่เกี่ยวกับธุรกิจใกล้เคียงสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้สำหรับวางแผนในการพัฒนาธุรกิจสถานพยาบาลสัตว์ไม่ว่าจะเป็นความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการแก่ผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจ ให้ตอบสนองตรงตามความต้องการผู้ใช้บริการ และปรับปรุงการให้บริการที่สอดคล้องกับความเห็นของผู้บริโภคให้เกิดความภักดีของผู้ใช้บริการดียิ่งขึ้นต่อไป

1.4.2 เพื่อผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี และผู้ที่เกี่ยวกับธุรกิจใกล้เคียง นำผลการศึกษามความภักดีเป็นข้อมูลประกอบการปรับปรุง และพัฒนามาตรฐานการให้บริการ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี และพฤติกรรมความภักดีของผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดความพึงพอใจในการให้บริการ และเกิดความเชื่อมั่นในสิ่งที่ได้รับจนนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำได้ในอนาคตได้

1.4.3 เพื่อเป็นประโยชน์กับนักวิชาการ นักวิจัยอื่น ๆ รวมถึงผู้ที่สนใจในการศึกษาต่อยอด เกี่ยวกับการศึกษาคุณภาพบริการ สำหรับเป็นประโยชน์ทางวิชาการ เกี่ยวกับการศึกษาคุณภาพบริการสถานพยาบาลสัตว์ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการตอบสนองการให้บริการความต้องการของการให้บริการ ในที่นี้ ผู้ใช้บริการปรารถนาจากการให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี โดยสามารถวัดคุณภาพการบริการ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ใช้แนวคิดของ Parasuraman, et al. (2013) เป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้าน ประกอบด้วย

1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ ลักษณะที่ปรากฏเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานพยาบาล หรือทางกายภาพ อาทิ เครื่องมืออุปกรณ์ที่เหมาะสมในการรักษาสัตว์ สถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ การให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ที่สอดคล้องตามที่สัญญาไว้กับผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วนไม่มีข้อผิดพลาด สามารถให้บริการรักษาได้อย่างมีเหมาะสม เป็นมาตรฐานเดียวกัน

3) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) คือ การที่ผู้ให้บริการมีความเต็มใจ และเต็มใจในการให้บริการ ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น ตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วเมื่อถูกผู้รับบริการร้องขอความช่วยเหลือ รวมถึงความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ

4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) คือ การที่ผู้ให้บริการสถานพยาบาลมีการให้บริการที่ตั้งใจ และใส่ใจต่อผู้ใช้บริการ เข้าใจถึงปัญหาต่อความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละราย การดูแลเอาใจใส่เสมือนว่าผู้ใช้บริการเป็นคนพิเศษ

5) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) คือ การที่ผู้ให้บริการสถานพยาบาลมีการให้บริการที่ตั้งใจ คอยสังเกตพฤติกรรม และใส่ใจต่อผู้ใช้บริการ เข้าใจถึงปัญหาต่อความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละราย พนักงานสามารถจดจำรายละเอียด การดูแลเอาใจใส่เสมือนว่าผู้ใช้บริการเป็นคนพิเศษ

ความภักดี (Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี หมายถึง การที่ผู้ใช้บริการ มีทัศนคติที่ดีต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี มีความเชื่อมั่นและเต็มใจของผู้รับบริการต่อการใช้บริการอีกครั้ง และอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลจากความภักดีแบ่งได้ 2 ด้าน คือ

1) ด้านพฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การที่ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะใช้บริการอีกครั้งจากผู้ให้บริการเดิม และต้องการรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาวกับผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ รวมถึงการแนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการต่อไป

2) ด้านทัศนคติ (Attitude) หมายถึง การที่ผู้รับบริการมีทัศนคติเชิงบวกกับสถานพยาบาลสัตว์ อาทิ เมื่อสัตว์เลี้ยงเจ็บป่วยก็จะนึกถึงสถานพยาบาลสัตว์เป็นแห่งแรก และไม่มีความคิดที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์แห่งอื่น เนื่องด้วยมีความพอใจและความมั่นใจต่อการให้บริการ

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาล สัตว์ในจังหวัดสระบุรีของผู้บริโภค โดยทบทวนจากแนวคิดและทฤษฎี จากเอกสารทางวิชาการ งานวิจัยและสื่อต่างๆ ที่มีการรวบรวมไว้ในอดีต เพื่อนำมาเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาเพื่อตอบวัตถุประสงค์งานวิจัยนี้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องคุณภาพบริการ (SERVICE QUALITY SATISFACTION)
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty)
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 กรอบแนวคิด

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องคุณภาพบริการ (SERVICE QUALITY SATISFACTION)

นักวิชาการ นักวิจัยต่างให้ความหมายของคุณภาพการบริการไว้ ดังนี้

Millet (2009) ได้อธิบายว่า คุณภาพการบริการ คือ การวัดของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับในด้าน ความเป็นเลิศที่ได้รับบริการ โดยเป็นการประเมินหรือให้ระดับความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของการ บริการที่มีต่อการบริการโดยรวม ว่ามีความเป็นเลิศเหนือบริการอื่นใด ๆ ที่บุคคลนั้นคาดหวังหรือเคย ได้รับบริการหรือรับรู้มา

Chen & Chen (2010) ได้อธิบายว่า คุณภาพการให้บริการเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ธุรกิจสามารถ นำมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้หน้าคู่แข่งในตลาดได้

Parasuraman, et al. (2013) ได้อธิบายว่า คุณภาพของบริการ เริ่มจากเห็นถึงความ แตกต่างของการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกับคุณภาพของการบริการ โดยส่วนใหญ่เห็นว่าความ พึงพอใจของผู้ใช้นั้นเป็นทักษะหรือความรู้สึกที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาสั้น ๆ ขณะที่คุณภาพของการ บริการนั้นเป็นสิ่งที่มาจากการที่ผู้ใช้บริการวัดจากการปฏิบัติงานในระยะยาว

สุพจน์ วิริยะสาธร (2554) ได้อธิบายว่า คุณภาพบริการ เป็นการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ

กนกวรรณ นาสมปอง (2555) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) คือ การสร้างความพอใจให้สนองต่อความปรารถนาของผู้ใช้บริการ คุณภาพของบริการเป็นปัจจัยสำคัญ ต่อการสร้าง ความแตกต่างให้กับธุรกิจ ให้มีคุณภาพสูงกว่าคู่แข่งได้

จากการศึกษาความหมายของคุณภาพการบริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) คือ ความปรารถนาที่ผู้ใช้บริการพึงจะได้รับจากการให้บริการ รวมถึงการวัดซึ่งบริการเหล่านั้นเป็นการตัดสินใจหรือทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อผู้ที่ให้บริการ

เครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ

การวัดคุณภาพการบริการ หมายถึง เกณฑ์การประเมินเทียบกับความคาดหวังผู้ใช้บริการ หรือกล่าวได้ว่า การวัดความแตกต่างของความคิดเห็นส่วนตัวในเชิงนามธรรมระหว่างความพอใจ ความและคุณค่าที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการ ซึ่งเครื่องมือที่นิยมของนักวิชาการที่นำมาใช้ในการวัดคุณภาพการบริการนั้น คือการศึกษาในอดีตของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) วิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างคุณภาพการบริการในระยะเริ่มแรก เป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพการบริการซึ่งเป็นลักษณะของวัดการรับรู้พื้นฐานของผู้ใช้บริการ ซึ่งกำหนดมิติที่ใช้ประเมินทั้งสิ้น 10 ด้าน ประกอบด้วย

- 1) ลักษณะของการบริการ (Appearance) คือ ลักษณะรูปแบบที่ปรากฏหรือจับต้องได้ภายนอกของการให้บริการ
- 2) ความไว้วางใจ (Reliability) คือ การให้บริการอย่างถูกต้อง ตรงไปตรงมา สอดคล้องกับคำมั่นสัญญาได้อย่างครบถ้วน
- 3) ความกระตือรือร้น (Responsiveness) คือ การแสดงความตั้งใจที่จะช่วยเหลือตอบสนองอย่างรวดเร็วกับผู้ใช้บริการทันทีทันใด
- 4) สมรรถนะ (Competence) คือ ทักษะ ความรู้ที่มีผลต่อการดำเนินงาน ประสิทธิภาพที่ทำงานบรรลุผลได้
- 5) ความมีไมตรีจิต (Courtesy) คือ การมีจิตใจในการให้บริการที่ดี มีความสุภาพ อ่อนโยน การบริการ ด้วยใบหน้าแจ่มใส เป็นมิตร
- 6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ เป็นความเชื่อสัตย์ของผู้ให้บริการ โดยการสร้างความเชื่อมั่นของผู้ให้บริการ
- 7) ความปลอดภัย (Security) คือ การที่ทำให้รอดจากความเสียหาย อันตรายหรือปัญหาต่าง ๆ
- 8) การเข้าถึงบริการ (Access) คือ การติดต่อเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความสะดวก ไม่ยุ่งยาก
- 9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) คือ การที่จะสร้างความเข้าใจและสื่อสารความหมายไปยังผู้ใช้บริการ
- 10) การเข้าใจผู้ใช้บริการ (Understanding of Customer) คือ การเรียนรู้ต่อความปรารถนาของผู้ใช้บริการ และมีความตั้งใจที่จะตอบสนองต่อความปรารถนาของผู้ใช้บริการ

ในระยะถัดมา Parasuraman, et al. (1988) ทำการพัฒนาศึกษาเพิ่มเติม โดยใช้ปัจจัย 10 ด้านพัฒนาเป็นเครื่องมือสำหรับใช้ในการวัดคุณภาพบริการ “SERVQUAL” ซึ่งได้แก่ ปัจจัยในการประเมินคุณภาพบริการ (Parasuraman, et al., 1988, p. 23) ได้แก่ คุณภาพที่ถูกประเมินโดยผู้ให้บริการ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภคร และ การเข้าใจและรู้จักผู้บริโภคร (Empathy)

อย่างไรก็ตาม เครื่องมือวัดคุณภาพตามแนวความคิดของ Parasuraman, et al. (2013) ที่ว่า คุณภาพบริการ (Service Quality Satisfaction) เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการคาดหวังที่จะได้รับจากการบริการในการให้บริการผู้ให้บริการจะวัดจากเครื่องมือวัดคุณภาพ การบริการซึ่งเป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้าน ดังนี้

1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏเป็น สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานพยาบาล หรือทางกายภาพ อาทิ เครื่องมืออุปกรณ์ที่เหมาะสมในการ รักษาสัตว์ สถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก รวมถึงการสถานพยาบาลสัตว์มีสิ่งอำนวยความสะดวก ครบถ้วนและเพียงพอต่อผู้ให้บริการ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่งสำหรับรอ เป็นต้น

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ที่ สอดคล้องตามที่สัญญาให้ไว้กับผู้ให้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วนไม่มีข้อผิดพลาด สามารถช่วยแก้ไข ปัญหาให้กับผู้ให้บริการด้วยความเต็มใจ และระมัดระวังไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด พนักงานเพียงพอต่อ การให้บริการ ช่วยตอบข้อสงสัยกับผู้ให้บริการได้ เพื่อให้ผู้ให้บริการเชื่อถือได้ว่าการบริการที่ได้รับไป ตามมาตรฐานและมีความปลอดภัย

3) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง การที่สถานพยาบาลสัตว์มีความ รวดเร็วในการตอบสนองต่อความตั้งใจที่จะช่วยเหลือผู้ให้บริการ พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น รวมถึงความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ มีการให้บริการ อย่างรวดเร็วไม่ให้อารมณ์รวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้นเห็นผู้ให้บริการแล้วต้องรีบต้อนรับให้การ ช่วยเหลือ ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย รวดเร็ว เช่น ไม่ต้องรอคิว และ กระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4) การให้ความมั่นใจแก่ผู้บริโภคร (Assurance) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการ สถานพยาบาลสถานพยาบาลสัตว์เก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไว้เป็นความลับ พนักงานมีทักษะและ ความชำนาญในการบริการ รู้สึกความปลอดภัย สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยง มีการ ให้บริการที่ตั้งใจ และใส่ใจต่อผู้ให้บริการ เข้าใจถึงปัญหาต่อความต้องการของผู้ให้บริการแต่ละราย การดูแลเอาใจใส่เสมือนว่าผู้ให้บริการเป็นคนพิเศษ

5) การเข้าใจและรู้จักผู้บริโภคร (Empathy) หมายถึง การที่พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้บริการผู้ใช้บริการ ด้วยความเป็นกันเอง ให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการทุกระดับ ด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกัน และแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ รวมถึงการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการ สามารถจดจำรายละเอียด เช่น ชื่อสัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการได้ รวมถึงการที่พนักงานคอยสังเกตพฤติกรรม ความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเรื่องคุณภาพการบริการ ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงเลือกแนวคิดของ Parasuraman, et al. (2013) เป็นการวัดคุณภาพจาก 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองของผู้ให้บริการ (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ (Assurance) และการเข้าใจและรู้จักผู้ให้บริการ (Empathy) เพื่อประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการศึกษาการศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เพื่อตอบวัตถุประสงค์ต่อไป

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องความภักดี (Brand Loyalty)

Lau & Lee (1999) ได้อธิบายว่า ความภักดีต่อตราสินค้า นั้น มีนักการตลาดที่สนใจเนื่องจากเป็นสิ่งที่ช่วยประเมินผู้ให้บริการที่มาใช้บริการ ต่อการซื้อหรือใช้บริการอีกครั้ง รวมถึงการสื่อสารต่อไปยังผู้อื่น โดยสามารถช่วยสร้างประโยชน์กับธุรกิจได้

Smith & Wright (2004) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมด้านความภักดีจะส่งผลโดยตรงต่อผลประกอบการสำหรับธุรกิจบริการ กล่าวคือ ถ้าผู้ให้บริการมีพฤติกรรมด้านความภักดี จะมีการชักจูงให้เกิดผู้ให้บริการรายใหม่ต่อธุรกิจบริการนั้น แล้วจึงเกิดเป็นพฤติกรรมด้านความภักดี

Schiffman & Kanuk (2007) ได้อธิบายว่า ความภักดี เป็นทัศนคติของผู้ใช้บริการที่พอใจต่อการซื้อตราสินค้าเดิมอีกครั้งในผลิตภัณฑ์ของธุรกิจ ได้แก่ (1) ความภักดีด้านทัศนคติ (Attitudinal Loyalty) คือมีทัศนคติในด้านตราสินค้า (2) ความภักดีด้านพฤติกรรม (Behavioral Loyalty) คือผู้ให้บริการพยายามในการซื้อสินค้าอย่างต่อเนื่อง รวมถึงยึดมั่นต่อตราสินค้า

Hollanf & Byon (2009) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมด้านความภักดีคือ การให้บริการที่มีคุณภาพ รวมไปถึงทัศนคติที่ดี และรับรู้ถึงความคุ้มค่า

Aker (2014) ได้อธิบายว่า ความภักดี คือ ทัศนคติที่ดีของผู้ใช้บริการที่มีความตั้งใจที่จะซื้ออีกครั้ง และสนับสนุนตราสินค้าที่พึงพอใจโดยจะใช้บริการนั้นอย่างเสมอ โดยเมื่อผู้ให้บริการพอใจในบริการก็จะเกิดความจงรักภักดีและเกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ซึ่งมีอิทธิพลให้ผู้ประกอบการได้รับผลกำไรในระยะยาว

Singh & Saini (2016) ได้อธิบายว่า ความภักดี คือพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันต่อตราสินค้าในระยะยาว โดยมีความปรารถนาที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้งซ้ำ และการมีความพึงพอใจในทางบวก และมักจะบอกต่อถึงประสบการณ์ที่ใช้บริการ รวมถึงช่วยแนะนำให้ผู้อื่นใช้บริการ

ดำรง ศักดิ์ชัยสนิท (2547) ได้อธิบายว่า ความภักดี คือ การที่ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกใช้ทางบวกต่อตราสินค้าใด ๆ ก็ตามที่สามารถสนองต่อความปรารถนาและสร้างทัศนคติที่ดีให้กับผู้ใช้บริการได้ ทำให้แสดงออกเป็นพฤติกรรมในการซื้อด้วยการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ หรือมีการซื้อเป็นประจำสม่ำเสมอ เนื่องจากผู้ใช้บริการตระหนักถึงคุณค่าของตราสินค้า นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังอาจแสดงพฤติกรรมการโฆษณาแบบปากต่อปากซึ่งจะช่วยลดต้นทุนในการโฆษณาให้กับธุรกิจได้

วรรณพร ไกรเลิศ (2547) ได้อธิบายว่า ความภักดี คือ การที่ผู้ใช้บริการนึกถึงได้ถึงความภักดีของธุรกิจในการพยายามจะส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ดี มีคุณภาพ และคุ้มค่า เพื่อให้สามารถตอบรับต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ ทำให้เกิดเป็นความเข้าใจอันดีงามในใจผู้บริโภค ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อที่ถี่ขึ้น จนเกิดเป็นความผูกพันต่อตราสินค้านั้น ๆ และรู้สึกภักดีในที่สุด แต่สำหรับผู้บริโภคที่รู้สึกว่าตนเองเป็นเพียงหนึ่งในผู้บริโภคหลายร้อยคนของธุรกิจ ก็จะไม่รู้สึกผูกพันใด ๆ และไม่เกิดเป็นความภักดีต่อตราสินค้าด้วยเช่นกัน

ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549) ได้อธิบายว่า ความภักดี คือ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการ อันนำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาว อย่างไรก็ตาม ความภักดีนั้น ไม่ได้เป็นเพียงการใช้บริการซ้ำอีกครั้งเท่านั้น แต่ยังรวมถึงทัศนคติที่ดี ซึ่งการซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการไม่ได้ความถึงความภักดีเสมอไป หากแต่ผู้บริโภคเกิดความคุ้นเคยก็เป็นได้

จากการทบทวนความหมายของความภักดี (Loyalty) สรุปว่าความภักดี คือความปรารถนาของผู้ใช้บริการที่มีทัศนคติในทางบวกในการใช้บริการ และใช้บริการต่อไปในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง มีผลทำให้เกิดเป็นการใช้บริการซ้ำที่นำไปสู่ความสัมพันธ์ระยะยาว และเกิดเป็นความรู้สึกไม่อยากจะเปลี่ยนไปใช้บริการแห่งอื่น ๆ นอกจากนี้ยังอาจเกิดพฤติกรรมการโฆษณาแบบปากต่อปากขึ้น ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเติบโตและสำเร็จของธุรกิจ

#### องค์ประกอบของความภักดี

ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549) ได้อธิบายว่า การวัดความภักดี จำแนกได้ 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) การวัดมิติด้านพฤติกรรม (2) การวัดมิติด้านทัศนคติ และ (3) การวัดมิติแบบผสม โดยการวัดความภักดีในมิติด้านพฤติกรรม จะพิจารณาจากรูปแบบลักษณะการซื้ออีกครั้งที่เกิดขึ้นเป็นประจำ รวมถึงการสังเกตได้จากลักษณะบางอย่างที่ผู้ใช้บริการแสดงออก เช่น การไม่เปลี่ยนใจไปใช้ตราสินค้าอื่น การแนะนำหรือบอกต่อสินค้าหรือบริการให้บุคคลอื่น หรือบุคคลใกล้ชิด รวมถึงการปกป้องตราสินค้า เมื่อบุคคลอื่นกล่าวว่าในเชิงลบต่อตราสินค้าหรือบริการที่ผู้ใช้บริการมีความภักดี

Singh & Saini (2016) ได้อธิบายว่า ความภักดีเป็นทัศนคติในทางบวกที่มีต่อตราสินค้าเดิม โดยปัจจัยสำคัญที่ความภักดีมีความสำคัญต่อธุรกิจ คือ เมื่อผู้ใช้บริการมีความภักดีต่อธุรกิจหรือตราสินค้าย่อมส่งผลให้เกิดส่วนครองตลาดเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความยึดมั่นที่ผู้ใช้บริการมีต่อตราสินค้า และเมื่อผู้ใช้บริการมีความภักดีในระดับสูงย่อมมีการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นองค์ประกอบที่ทำให้ผู้ใช้บริการซื้อซ้ำ นอกจากนี้ การวัดระดับความภักดีในด้านพฤติกรรมและทัศนคตินั้น แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

- 1) ความภักดีในระดับต่ำ คือ ความผูกพันเชิงจิตวิทยาระดับต่ำ ขณะเดียวกันมีความคงที่ในมิติด้านพฤติกรรมระดับต่ำ
- 2) ความภักดีแฝง คือ ความผูกพันเชิงจิตวิทยาระดับสูง แต่มีความคงที่ในมิติด้านพฤติกรรมระดับต่ำ
- 3) ความภักดีเทียม คือ ความผูกพันเชิงจิตวิทยาระดับต่ำ แต่มีความคงที่ในมิติด้านพฤติกรรมระดับสูง
- 4) ความภักดีในระดับสูง คือ ความผูกพันเชิงจิตวิทยาระดับสูง ขณะเดียวกันมีความคงที่ในมิติด้านพฤติกรรมระดับสูง

ซึ่งความภักดีของ Singh & Saini (2016) ยังแบ่งได้ 2 ส่วน คือ ด้านพฤติกรรม (Behavior) และด้านทัศนคติ (Attitude) ประกอบด้วย

ด้านพฤติกรรม (Behavior) คือ เป็นความภักดีที่ถูกแสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมที่สามารถวัดผลได้ง่าย ลักษณะความสัมพันธ์ของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ส่งผลต่อความสัมพันธ์ในระยะยาว มีพฤติกรรมที่ยังคงใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ต่อไป ความปรารถนาของผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการต่อไป รวมถึงการบอกเล่าต่อไปยังบุคคลอื่นมาใช้บริการโดยการเล่าถึงประสบการณ์ในการมาใช้บริการ และเมื่อมีโอกาสจะแนะนำให้คนอื่นมาใช้บริการ

ด้านทัศนคติ (Attitude) เป็นการที่ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกหรือความเต็มใจในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์อีกครั้ง การบอกเล่าถึงตราสินค้าต่อในทางที่ดี มีความไว้วางใจและคิดถึงตราสินค้าเป็นแรกเสมอ รวมถึงพอใจที่จะใช้บริการต่อไป ด้านทัศนคติที่มีต่อผู้ให้บริการโดยคิดว่าจะไม่เปลี่ยนไปใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่อื่นแม้จะมีการบอกเล่าว่าดีกว่า สามารถอธิบายทัศนคติได้ 3 ส่วน คือ ความเชื่อมั่น การเข้าไปอยู่กลางใจผู้บริโภค และความง่ายในการเข้าถึง มีรายละเอียด คือ

ความเชื่อมั่น (Confidence) ความภักดีต่อธุรกิจหรือตราสินค้าโดยจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในธุรกิจนั้น ๆ กล่าวได้ว่าเมื่อผู้ใช้บริการรู้สึกต้องการใช้บริการโดยที่ยังไม่เคยใช้บริการมาก่อน ขั้นแรกผู้ใช้บริการย่อมจะทำการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อ



แต่เมื่อมีธุรกิจสถานพยาบาลสัตว์ที่ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเชื่อมั่นได้แล้ว ในการใช้บริการครั้งต่อไป ผู้ใช้บริการจะตัดสินใจได้ง่ายและเร็วขึ้นเนื่องจากไม่ต้องเสียเวลาหาข้อมูลอีก

การเข้าไปอยู่กลางใจผู้บริโภค (Centrality) โดยความภักดีต่อตราสินค้าจะเกิดขึ้น เมื่อผู้ใช้บริการสามารถเชื่อมโยงตราสินค้านั้นเข้ากับระบบความเชื่อของตนเองได้ ทำให้ตราสินค้านั้นประทับอยู่ในใจของผู้ใช้บริการ และเมื่อผู้ใช้บริการเกิดความต้องการในสินค้าประเภทนั้น ภาพของตราสินค้าก็จะเข้ามาในความคิดของผู้ใช้บริการเป็นอันดับต้นๆ

ความง่ายในการเข้าถึง (Accessibility) ธุรกิจหรือตราสินค้าใด ๆ ที่สามารถเข้าไปอยู่ในความคิดของผู้ใช้บริการได้โดยง่าย จะทำให้เกิดความภักดีต่อธุรกิจตามมาโดยง่ายเช่นกัน โดยความง่ายในการเข้าถึงนี้อาจหมายถึงการที่ธุรกิจมีการแสดงภาพลักษณ์คุณประโยชน์หลักของธุรกิจที่ชัดเจน รวมถึงการที่ธุรกิจมีการสื่อสารกับผู้ใช้บริการอยู่เสมอ

ธุรกิจจำเป็นต้องแสดงออกให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงความภักดีที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการก่อน เมื่อผู้ใช้บริการรู้สึกว่าตนเป็นหนึ่งในคนพิเศษของธุรกิจก็จะทำให้เกิดเป็นความภักดี โดยสามารถแบ่งความภักดีออกเป็น 2 ส่วน คือ ความภักดีด้านพฤติกรรม และความภักดีด้านทัศนคติ ซึ่งช่วยป้องกันไม่ทำให้ผู้ใช้บริการหันไปภักดีกับที่อื่น ทั้งยังมีแนวโน้มที่ตั้งใจว่าจะใช้บริการอีกครั้งที่เดิมในอนาคต

นักวิชาการท่านอื่น ได้อธิบายเกี่ยวกับการวัดความภักดี แบ่งเป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย ความภักดีเชิงพฤติกรรม (Behavioral Loyalty) และความภักดีเชิงทัศนคติ (Attitudinal Loyalty) โดยความภักดีเชิงพฤติกรรม คือ การที่ผู้ใช้บริการเกิดพฤติกรรมซื้อสินค้าและใช้บริการอีกครั้ง โดยหากผู้ประกอบการเก็บข้อมูลผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่องก็อาจทำให้ ผู้ใช้บริการในระยะยาว ขณะเดียวกัน ความภักดีเชิงทัศนคติ คือ การที่ผู้ใช้บริการมีทัศนคติ รวมถึงการกล่าวถึงในเชิงบวก เกี่ยวกับธุรกิจ อีกทั้งมีความทัศนคติที่ดี และมีแนวโน้มที่ตั้งใจว่าจะใช้บริการอีกครั้งที่เดิมในอนาคต รวมไปถึงการแนะนำบอกต่อกับบุคคลอื่น (Odin, Odin & Valette-Florence, 2001, p. 76; Gomez, Arranz & Cillan, 2006, p. 388)

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเรื่องความภักดี (Brand Loyalty) การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงเลือกแนวคิดของ Singh & Saini (2016) จำแนกความภักดี เป็น 2 ด้าน ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรม (Behavior) คือ ผู้ใช้บริการยังคงใช้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงยังแนะนำให้บุคคลอื่นให้มาใช้บริการโดยเล่าถึงประสบการณ์ที่เคยมาใช้บริการ ซึ่งเป็นทัศนคติที่ต้อต้องการบอกต่อกับบุคคลต่าง ๆ ที่รู้จัก และด้านทัศนคติ (Attitude) คือ มีการนึกถึงสถานพยาบาลสัตว์ที่เคยใช้บริการโดยไม่เปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น แม้ว่าจะมีการบอกเล่าจากบุคคลอื่น หรือมีการเปรียบเทียบกับสถานที่อื่นว่าดีกว่า เพราะมีความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีที่ส่งผลต่อการใช้บริการต่อเนื่อง

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลสิริ ราชภูริศิริ (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และศึกษาพฤติกรรมของเจ้าของสัตว์เลี้ยงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่นำสัตว์เลี้ยงมาใช้หรือเคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่จัดอยู่ในสถานพยาบาลสัตว์ประเภทมีที่พักสัตว์ป่วยเกิน 10 ที่ วิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการศึกษาวิจัยและนำเสนอผลการศึกษาที่ได้ผ่านรูปแบบพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ในเรื่องเพศที่มีความแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ที่ต่างกัน นอกจากนี้กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ในส่วนของโรงพยาบาลสัตว์และการส่งเสริมทางการตลาด

คชาภรณ์ ศิริรัตน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทกับคลินิกศัลยกรรมสัตว์ในเขตจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทกับ คลินิกศัลยกรรมสัตว์ในเขตจังหวัดนครปฐม และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ โรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทกับคลินิกศัลยกรรมสัตว์ในเขตจังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีการสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ จำนวน 404 คน จากผู้บริการโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทกับคลินิกศัลยกรรมสัตว์ในเขตจังหวัดนครปฐม และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ท มากกว่าคลินิกศัลยกรรมสัตว์ ในเขตจังหวัดนครปฐม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของการบริการ คุณค่าของการบริการและคุณภาพของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ความพึงพอใจของผู้บริการส่งผลต่อความภักดีของผู้บริการและ ข้อร้องเรียนของผู้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รุ่งทิพย์ นิลพัท (2561) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต โดยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโล รังสิต เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้รับบริการจากโรงพยาบาลตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 350 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าคุณภาพการให้บริการความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโล

รังสิต มากที่สุดในด้านการสร้างความเชื่อมั่น รองมาคือคุณภาพการให้บริการด้านความเป็น  
รูปธรรมของการให้บริการ

ประภัสสร วงษ์อนุ (2563) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณค่าด้านราคา คุณภาพบริการของ  
คลินิกสัตว์เลี้ยงต่อความพึงพอใจความเชื่อถือว่าไว้วางใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคใน  
จังหวัดสระบุรี โดยมีขอบเขตด้านเนื้อหามุ่งศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้ใช้บริการคลินิกสัตว์เลี้ยงใน  
จังหวัดสระบุรี ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการคลินิกสัตว์เลี้ยงในจังหวัดสระบุรี ระดับความคิดเห็น  
เกี่ยวกับคุณภาพบริการ คุณค่าด้านราคา ความพึงพอใจ ความเชื่อถือว่าไว้วางใจ และความตั้งใจเชิง  
พฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการคลินิกสัตว์เลี้ยง และ  
อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณค่าด้านราคาและคุณภาพบริการ  
ของคลินิกสัตว์เลี้ยงส่งผลต่อความเชื่อถือว่าไว้วางใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการคลินิกสัตว์เลี้ยงในจังหวัด  
สระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กัญญารัตน์ สุกุลถาวร (2564) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อร้าน  
๒๙ Petcare โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความภักดีของลูกค้าต่อร้าน ๒๙ Petcare และเพื่อ  
ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการใน ที่มีต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อร้าน ๒๙ Petcare เป็นการ  
วิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาใช้บริการร้าน ๒๙ Petcare จำนวน 330 คน และสถิติที่  
ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยแบบ  
พหุคูณ พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการให้ความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการของร้าน ๒๙ Petcare ด้านความ  
เป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลต่อลูกค้ามากที่สุด ขณะที่ด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้าน  
๒๙ Petcare พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อลูกค้ามากที่สุด

วรกมลวรรณ รักษา (2565) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ  
และการรับคุณค่าของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานครและ  
ปริมณฑล งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ  
และการรับคุณค่าของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัข พบว่า การตอบสนองความ  
ต้องการในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการรับคุณค่าของผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านความ  
น่าเชื่อถือและความเอาใจใส่ในการบริการ ทั้งนี้ คุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค  
เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาธุรกิจสระว่ายน้ำสุนัข

Byrne (2010) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและความภักดี (ทัศนคติและ  
พฤติกรรม) ในคลินิกสัตวแพทย์ ในประเด็นความไว้วางใจ ความมุ่งมั่น คุณค่าที่รับรู้ และลักษณะ  
ความสัมพันธ์ คำตอบรวบรวมจากเจ้าของสัตว์เลี้ยง 351 ราย ผ่านช่องทางออนไลน์ได้รับการ  
วิเคราะห์โดยใช้คำอธิบายและการอนุมานทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่าความภักดีทางทัศนคติ (AL)  
มีความสัมพันธ์เชิงบวกที่แข็งแกร่งกับการสื่อสารหลายจุดในคลินิกสัตวแพทย์ในขณะที่ความสัมพันธ์

กับพฤติกรรมความภักดี (BL) ไม่ชัดเจน ผลการวิจัยเพิ่มเติมชี้ให้เห็นว่า AL ซึ่งได้รับอิทธิพลจากความไว้วางใจในการสัตัวแพทย์ การสื่อสารจากเจ้าหน้าที่ และความมุ่งมั่น มีความสัมพันธ์เชิงบวกที่แข็งแกร่งด้วยความตั้งใจด้านพฤติกรรมเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์และบริการที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงบริโภคนี่ คลินิกสัตวแพทย์หลักของตน และลดบทบาทของต้นทุนในการรับการดูแลด้านสัตวแพทย์การค้นพบนี้สามารถช่วยเจ้าของและผู้จัดการคลินิกสัตวแพทย์ในการพัฒนาและนำไปปฏิบัติได้กลยุทธ์ความสัมพันธ์ที่ปรับปรุงความภักดีของเจ้าของสัตว์เลี้ยง

Amelia, et al. (2020) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการที่คลินิกสัตวแพทย์ในกรุงกัวลาลัมเปอร์ เนื่องจากคลินิกสัตวแพทย์ดำเนินธุรกิจด้านบริการ การให้ความสำคัญกับการรับรู้ของลูกค้าต่อบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ จากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน ซึ่งประกอบด้วยห้าส่วนข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ความคาดหวัง และการรับรู้ลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของคลินิกสัตวแพทย์ ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าตามลำดับถูกสุ่มหมุนเวียน มิติคุณภาพการบริการที่ศึกษาในการวิจัย ได้แก่ ที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเห็นอกเห็นใจ และราคา ที่ข้อมูลที่รวบรวมได้รับการวิเคราะห์โดยใช้ซอฟต์แวร์ SPSS และจัดตารางเป็นคำอธิบาย ความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอย มิติข้อมูลทั้งหมดที่ใช้มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญกับแต่ละมิติอื่น มิติคุณภาพการบริการ ที่จับต้องได้ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเห็นอกเห็นใจ เป็นปัจจัยสำคัญของความภักดีของผู้บริโภค ดังนั้น เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ คลินิกสัตวแพทย์จึงควรปรับปรุงคุณภาพการบริการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคใหม่และรักษารัฐกิจให้มีผลกำไร

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการและความภักดี ยังไม่พบการศึกษาในหัวข้อคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ทำให้ผู้ศึกษาเห็นความสำคัญของการศึกษาในเรื่องนี้

ผลที่ได้จากการศึกษาตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จของธุรกิจ เพราะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขันคุณภาพการบริการสามารถรักษาผู้บริโภคไว้ได้ในระยะยาว จึงมีความสำคัญที่ต้องตอบสนองความคาดหวัง หรือความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการ เนื่องจากคุณภาพการบริการที่ดีทำให้ผู้บริโภคมีความภักดี ซึ่งการวัดคุณภาพการบริการมีปัจจัยสำคัญ 5 ข้อหลัก ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) ส่วนความภักดี คือมีความเชื่อมั่นและเต็มใจของผู้รับบริการต่อการใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรม (Behavior) และด้านทัศนคติ (Attitude)

ซึ่งการสรุปดังกล่าวนำไปสู่สมมติฐานเกี่ยวกับการศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

โดยจากการศึกษาในอดีตของ กัญญารัตน์ สุกุลถาวร (2564) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อร้าน ๒๙ Petcare ซึ่งเป็นการศึกษาซึ่งใช้แนวคิดคุณภาพการบริการใน 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการแก่ผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจ โดยพบว่า คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคมากที่สุดคือในด้านรูปธรรมของการบริการ นอกจากนี้ยังรวมถึงการศึกษาของ Amelia, et al. (2020) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการที่คลินิกสัตว์แพทย์ในกรุงกัวลาลัมเปอร์ เนื่องจากคลินิกสัตว์แพทย์ดำเนินธุรกิจด้านบริการ การให้ความสำคัญกับการรับรู้ของลูกค้าต่อบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ ประกอบด้วย สิ่งที่ต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน ความเห็นอกเห็นใจ พบว่า คุณภาพการบริการด้านความมั่นใจ ซึ่งปัจจัยสำคัญของความภักดีของผู้บริโภค ข้อค้นพบข้างต้นพัฒนาเป็นสมมติฐานหลักได้ว่า

สมมติฐานที่ 1 คือ คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี โดยมีสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 คุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

มาจากข้อค้นพบการศึกษาในอดีตของ กัญญารัตน์ สุกุลถาวร (2564) พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการให้ความคิดเห็นว่าคุณภาพการของร้าน ๒๙ Petcare ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลต่อลูกค้ามากที่สุด และยังสอดคล้องกับ ประภัสสร วงษ์อนุ (2563) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของคุณค่าด้านราคา คุณภาพบริการของคลินิกสัตว์เลี้ยงต่อความพึงพอใจความเชื่อถือว่าไว้วางใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี พบว่าคุณภาพบริการของคลินิกสัตว์เลี้ยงส่งผลต่อความเชื่อถือว่าไว้วางใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการคลินิกสัตว์เลี้ยงในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะทีผลการศึกษารุ่นทิพย์ นิลพัท (2561) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ มีความสัมพันธ์เป็นอันดับสองกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต

สมมติฐานที่ 1.2 คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

มาจากข้อค้นพบการศึกษาในอดีตของ กรสุมา สุวัฒน์ชะชัย (2563) พบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจผู้ใช้บริการต่อการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ฉะนั้นการบริการด้วยความถูกต้องจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมุ่งเน้น รวมถึงความ

รอบคอบในการตรวจวินิจฉัยเพื่อรักษาสัตว์ และสอดคล้องกับ Amelia, et al. (2020) พบว่า มิติคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ เป็นปัจจัยสำคัญส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการที่คลินิกสัตว์แพทย์ในกรุงเทพมหานคร และยังสอดคล้องกับ วรกมลวรรณ รักษา (2565) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการรับคุณค่าของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัข

สมมติฐานที่ 1.3 คุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

มาจากข้อค้นพบการศึกษาในอดีตของ กัญญารัตน์ สุกุลถาวร (2564) พบว่า ด้านการตอบสนองลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภคที่มีต่อร้าน ๒๙ Petcare โดยร้านมุ่งเน้นการพัฒนาอบรมบุคลากรที่ดีของผู้ให้บริการ การแต่งกายและความสะอาดของพนักงาน และยังสอดคล้องกับ ชลธิชา ทองอ่อน (2566) พบว่า การตอบสนองความต้องการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น โดยให้ความสำคัญในด้านการสื่อสารได้หลายช่องทาง เน้นความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ สามารถให้บริการได้ 2 ชั่วโมงจะส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในขอนแก่น

สมมติฐานที่ 1.4 คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

มาจากข้อค้นพบการศึกษาในอดีตของ Amelia, et al. (2020) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าต่อคุณภาพการบริการที่คลินิกสัตว์แพทย์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากคลินิกสัตว์แพทย์ดำเนินธุรกิจด้านบริการ พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจ ซึ่งปัจจัยสำคัญของความภักดีของผู้บริโภค ดังนั้น เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ คลินิกสัตว์แพทย์จึงควรปรับปรุงคุณภาพการบริการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคใหม่และรักษาธุรกิจให้มีผลกำไร และยังสอดคล้องกับ วรกมลวรรณ รักษา (2565) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการรับคุณค่าของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การตอบสนองความต้องการในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการรับคุณค่าของผู้บริโภคมากที่สุด

สมมติฐานที่ 1.5 คุณภาพการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

มาจากข้อค้นพบการศึกษาในอดีตของ ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลสิริ ราษฎร์ศิริ (2560) พบว่า ด้านการเข้าใจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และยังสอดคล้องกับ ชลธิชา ทองอ่อน (2566) พบว่า การเข้าใจและเข้าถึงลูกค้า

ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในเมืองจังหวัดขอนแก่น โดยให้ความสำคัญกับการที่รับคำปรึกษาจากสัตวแพทย์ได้หลายช่องทาง รวมถึงกระบวนการนัดหมายต้องไม่มีความซับซ้อน

## 2.4 กรอบแนวคิด

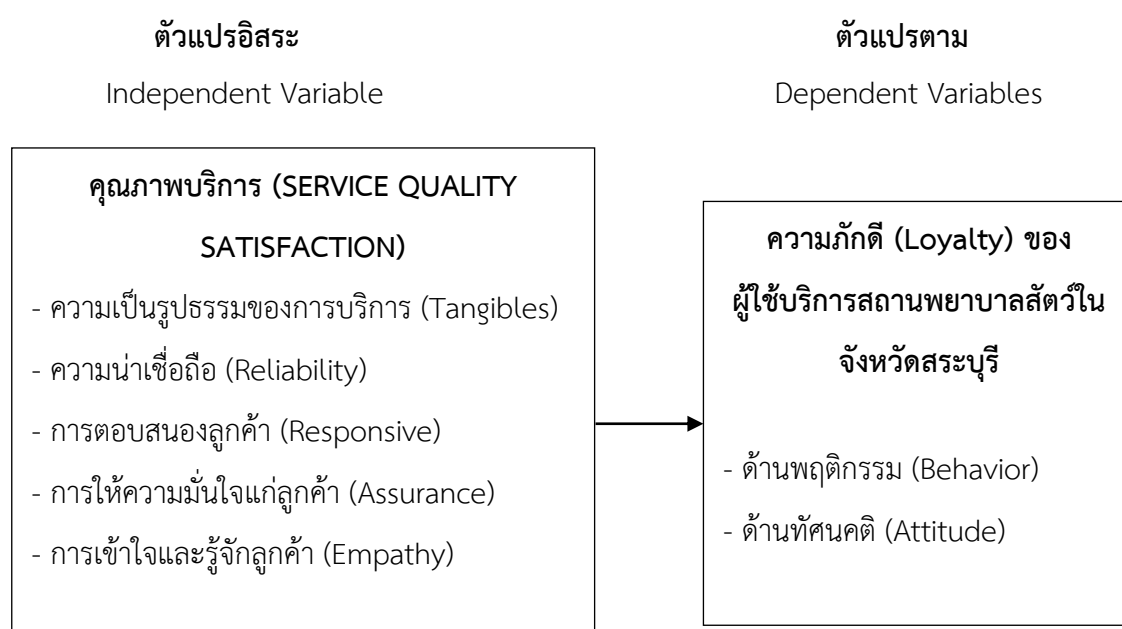
การศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เพื่อสามารถตอบวัตถุประสงค์ทั้งกำหนดไว้ โดยมีกรอบแนวคิด ดังนี้

ตัวแปรอิสระ คือ คุณภาพบริการ จากแนวคิดและทฤษฎีของ Parasuraman, et al. (2013) ประกอบด้วย

- ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)
- ความน่าเชื่อถือ (Reliability)
- การตอบสนองลูกค้า (Responsive)
- การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)
- การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

ตัวแปรตาม คือ ความภักดี (Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จากแนวคิดของ Singh & Saini (2016) ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรม (Behavior) และด้านทัศนคติ (Attitude)

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดงานวิจัย



ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระ คือคุณภาพบริการ จากแนวคิดและทฤษฎีของ Parasuraman, et al. (2013) สามารถสรุปองค์ประกอบของตัวแปร เป็น 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏเป็น สิ่งอำนวยความสะดวกของสถานพยาบาล หรือทางกายภาพ อาทิ เครื่องมืออุปกรณ์ที่เหมาะสมในการรักษาสัตว์ สถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและเพียงพอต่อ ผู้ใช้บริการ

2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ที่ สอดคล้องตามสัญญาที่ไว้กับผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง ครบถ้วนไม่มีข้อผิดพลาด สามารถให้บริการ รักษาได้อย่างมีเหมาะสม เป็นมาตรฐานเดียวกัน

3) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความเต็มที่ และ เต็มใจในการให้บริการ ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น ตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วเมื่อถูก ผู้รับบริการร้องขอความช่วยเหลือ รวมถึงความเพียงพอของจำนวนผู้ให้บริการ

4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสถานพยาบาล มีการให้บริการที่ตั้งใจ และใส่ใจต่อผู้ใช้บริการ เข้าใจถึงปัญหาต่อความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละ ราย การดูแลเอาใจใส่เสมือนว่าผู้ใช้บริการเป็นคนพิเศษ

5) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความตั้งใจ และใส่ใจผู้บริโภคน เข้าใจต่อความปรารถนาของผู้ใช้บริการแต่ละราย การดูแลเอาใจใส่เสมือนว่าผู้บริโภคนเป็นคนพิเศษ

ตัวแปรตาม คือ ความภักดี (Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จากแนวคิดของ Singh & Saini (2016) ซึ่งอธิบายไว้ว่าความภักดี คือ การที่ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี มีความเชื่อมั่นและเต็มใจของ ผู้รับบริการต่อการใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรม (Behavior) และด้าน ทัศนคติ (Attitude)



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยทำการศึกษาคูณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีของผู้บริโภค ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสืบค้น จากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยจากแหล่งต่าง ๆ มากำหนด โดยมีขั้นตอนของระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

#### 3.1 ประชากรและตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคที่เลี้ยงสัตว์ และเคยใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี แต่ด้วยไม่ทราบจำนวนของผู้บริโภคที่แท้จริง จึงกำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งเพศชายและหญิงที่พักในจังหวัดสระบุรี อายุระหว่าง 25-45 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรช่วงวัยทำงาน มีกำลังซื้อหลัก รวมถึงเป็นช่วงวัยที่นิยมเลี้ยงสัตว์มากในปัจจุบัน (Marketingoops, 2564) มีจำนวนประชากรทั้งหมดประมาณ 643,828 คน (แผนพัฒนาจังหวัดสระบุรี, 2566)

##### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่พักอาศัยในจังหวัดสระบุรี โดยผู้ศึกษากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีคำนวณของ Yamane (1967) ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดค่าคลาดเคลื่อนที่ 0.05 โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการเจาะจงกลุ่มผู้บริโภคช่วงวัยทำงาน อายุระหว่าง 25-45 ปี ซึ่งปัจจุบันเป็นกลุ่มที่มีสัตว์เลี้ยงเป็นของตัวเอง ให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงของตนเองเหมือนสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ กลุ่มประชากรดังกล่าวยังเป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงสูงสุดด้วย (Marketingoops, 2564) โดยเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสระบุรีที่เคยมีประสบการณ์ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคตามวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งส่งแบบไปยังกลุ่มตัวอย่างที่มีความสะดวกและยินดีในการตอบแบบสอบถาม เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง

ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เลือกตัวอย่าง ดังนี้

1) คำนวณกลุ่มประชากรทั้งหมด ซึ่งเป็นประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่พักอาศัยในจังหวัดสระบุรี ช่วงอายุระหว่าง 25-45 ปี โดยมีจำนวนประชากร 643,828 คน (แผนพัฒนาจังหวัดสระบุรี, 2566) ผู้วิจัยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1967)

กำหนดให้  $n$  = จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนของประชากร

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ร้อยละ 0.05)

$$\begin{aligned} \text{สูตรของ Yamane (1967)} \quad n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{643,828}{(1 + 643,828)(0.05)^2} \\ n &= 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

2) จากการคำนวณข้างต้น พบว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 คน

3) การสุ่มตัวอย่างใช้แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเจาะจงกลุ่มผู้บริโภครที่มีการเลี้ยงสัตว์ และเคยใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ โดยเจาะจงเฉพาะผู้บริโภครที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสระบุรี ช่วงอายุระหว่าง 25-45 ปี โดยส่งลิงก์ Google Form: <https://forms.gle/YeW7418metVzwBtV7> ไปยังกลุ่มใน Facebook ได้แก่ Facebook: THE PETS HOME Saraburi ซึ่งมีจำนวนสมาชิก ณ เดือนมกราคม อยู่ที่ 15,500 คน ([https://web.facebook.com/THEPESHOMEsaraburi/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/THEPESHOMEsaraburi/?_rdc=1&_rdr)), Facebook: สระบุรี หาบ้านน้องหมาแมวฟรี (ห้ามจำหน่าย) ซึ่งมีจำนวนสมาชิก ณ เดือนมกราคม อยู่ที่ 31,423 คน (<https://web.facebook.com/groups/596742520942257/members>) เนื่องด้วยกลุ่มดังกล่าวเป็นแหล่งรวมตัวของผู้บริโภครที่มีการเลี้ยงสัตว์ และเพจข่าวด่วนสระบุรีซึ่งมีผู้ติดตาม จำนวน 200,000 คน ([https://www.facebook.com/groups/saraburihotnews/?locale=th\\_TH](https://www.facebook.com/groups/saraburihotnews/?locale=th_TH)) ซึ่งเป็นกลุ่มที่รวมกลุ่มคนที่อาศัยในพื้นที่จังหวัดสระบุรีซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายวิจัย โดยผู้วิจัยถามคำถามเพื่อคัดกรองเกี่ยวกับผู้ที่เคยใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องมาวิเคราะห์ผลการศึกษาต่อไป

### 3.2 เครื่องที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ทำวิจัยใช้แบบสอบถามออนไลน์สำหรับเก็บข้อมูลผ่าน Google Form จากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่เคยใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี โดยผู้วิจัยศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ เอกสาร และงานวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างและปรับปรุงแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ประกอบอาชีพ สมาชิกในครอบครัว และอำเภอที่อาศัยในจังหวัดสระบุรี โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) โดยประกอบไปด้วยข้อคำถามแบบนามธรรม (Nominal) และแบบเรียงลำดับ (Ordinal)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย 8 ข้อคำถาม ได้แก่ ท่านเลี้ยงสัตว์ชนิดใด สถานบริการที่ท่านเลือกใช้บริการรักษาสัตว์

วัตถุประสงค์ของการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ความถี่ในการนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ เหตุผลสำคัญของการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในสระบุรี และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี โดยเป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-end Questionnaire) โดยประกอบไปด้วยข้อคำถามแบบนามธรรม (Nominal) และแบบเรียงลำดับ (Ordinal)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ซึ่งคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ประกอบด้วย 25 ข้อคำถาม โดยข้อคำถามเป็นข้อคำถามอัตราภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert เป็นการวัดเพื่อแสดงระดับ 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุด ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย 5 ข้อคำถาม โดยข้อคำถามเป็นข้อคำถามอัตราภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert เป็นการวัดเพื่อแสดงระดับ 5 ระดับ ตั้งแต่น้อยที่สุดถึงมากที่สุด ดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของผู้ใช้บริการ โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิด

### 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ

แบบสอบถามในครั้งนี้ ผู้วิจัยร่างแบบสอบถามโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย รวมถึงมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

3.3.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ตรวจสอบและปรับปรุงร่างแบบสอบถาม ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ทำการเรียบเรียงแล้ว เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) ของแบบสอบถาม รวมถึงเพื่อขอคำแนะนำในการนำไปปรับปรุงแก้ไขให้มีประสิทธิภาพ

3.3.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทำการทดสอบใช้ (Try Out) กับผู้ที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด คือเป็นผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 40 คน เพื่อนำมาหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณหาค่าตามสูตรแบบสัมประสิทธิ์อัลฟาตามวิธีการของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ดังตาราง 3.1

ตารางที่ 3.1: แสดงค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค

ข้อคำถาม	ค่าความเชื่อมั่น	
	40 คน	385 คน
ปัจจัยคุณภาพบริการ (Service Quality Satisfaction) โดยรวม	0.974	0.974
- ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	0.905	0.885
- ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.917	0.917
- การตอบสนองลูกค้า (Responsive)	0.928	0.924
- การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	0.944	0.913
- การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)	0.950	0.924
ความภักดี (Loyalty) โดยรวม	0.965	0.947
- ด้านพฤติกรรม (Behavior)	0.932	0.906
- ด้านทัศนคติ (Attitude)	0.950	0.909
<b>ค่าโดยรวม</b>	<b>0.965</b>	<b>0.979</b>

จากตาราง การวิเคราะห์ผลการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach Alpha Coefficient) กลุ่มทดลอง 40 คน ได้ค่าโดยรวมเท่ากับ 0.965 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์การยอมรับที่มีค่ามากกว่า 0.7 (กองกฤษ ไตชัยวัฒน์, 2560) จำแนกเป็นรายด้านมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.974 ปัจจัยความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเท่ากับ

0.905 ปัจจัยความน่าเชื่อถือ มีค่าเท่ากับ 0.917 ปัจจัยการตอบสนองลูกค้า มีค่าเท่ากับ 0.928 ปัจจัยการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่าเท่ากับ 0.944 ปัจจัยการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่าเท่ากับ 0.950 และปัจจัยความภักดี โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.965 ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามนี้ มีค่ามากกว่า 0.7 หรือมีความน่าเชื่อถือเหมาะสม สามารถเก็บแบบสอบถาม 385 ตัวอย่างต่อไปได้

ขณะเดียวกัน เมื่อเก็บแบบสอบถามครบ 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยนำวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี 385 คน ได้ค่าโดยรวมเท่ากับ 0.979 จำแนกเป็นรายด้านมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาพบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการ โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.974 ปัจจัยความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเท่ากับ 0.885 ปัจจัยความน่าเชื่อถือ มีค่าเท่ากับ 0.917 ปัจจัยการตอบสนองลูกค้า มีค่าเท่ากับ 0.924 ปัจจัยการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่าเท่ากับ 0.913 ปัจจัยการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่าเท่ากับ 0.924 และปัจจัยความภักดี โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.947 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 โดยผ่านตามเกณฑ์ความเชื่อมั่น (Nunnally, 1978) โดยเหมาะสมในการดำเนินการวิเคราะห์วิจัยต่อไป

### 3.4 การแปลผลข้อมูล

ผู้วิจัยแปลผลข้อมูลคะแนนแบบสอบถามเพื่ออธิบายความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยกำหนดค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณ รวมถึงแต่ละช่วงชั้น มีการกำหนดคำอธิบาย (ธนดล แก้วนคร, 2560) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.08 \end{aligned}$$

ช่วงชั้น	แปลผล
1.00 – 1.80	ระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	ระดับน้อย
2.61 – 3.40	ระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	ระดับมาก
4.21 – 5.00	ระดับมากที่สุด

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีการทางสถิติ โดยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### 3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

3.5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี และพฤติกรรมผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ใช้การหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage)

3.5.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 3.5.2 การทดสอบสมมติฐานสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การทดสอบวิเคราะห์สมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้เพื่อตอบวัตถุประสงค์ โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานหลักไว้ว่า คุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ซึ่งหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อวิเคราะห์สมมติฐาน ได้แก่

สมมติฐานที่ 1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานที่ 1.2 ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานที่ 1.3 ด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานที่ 1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานที่ 1.5 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาปัจจัยในคุณภาพบริการ (Service Quality Satisfaction) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีของผู้บริโภค เพื่อใช้ในการอธิบายที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในแต่ละตัว จากการเก็บรวบรวมจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน ผลการวิเคราะห์แบ่งเป็นทั้งสิ้น 5 ส่วน คือ

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรี
- 4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี
- 4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรี
- 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี
- 4.5 การวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรี

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	112	29.1
หญิง	239	62.1
เพศทางเลือก	34	8.8
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.1 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า กลุ่มผู้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมาเพศชาย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 และเพศทางเลือก มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	18	4.7
21 – 30 ปี	100	26.0
31 – 40 ปี	94	24.4
41 – 50 ปี	83	21.6
51 – 60 ปี	26	6.8
61 ปีขึ้นไป	64	16.6
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.2 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่อายุ 21 – 30 ปี มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองมาคืออายุ 31 – 40 ปีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และอายุไม่เกิน 20 ปี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	226	58.7
สมรส	150	39.0
หม้าย/หย่าร้าง	9	2.3
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.3 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7



รองมาคือสมรส จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	77	20.0
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	238	61.8
สูงกว่าปริญญาตรี	70	18.2
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.4 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองมาคือการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	88	22.9
15,001 – 25,000 บาท	72	18.7
25,001 – 35,000 บาท	98	25.5
35,001 – 45,000 บาท	81	21.0
45,001 – 55,000 บาท	32	8.3
มากกว่า 55,001 บาท	14	3.6
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.5 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 55,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และมากกว่า 55,001 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	36	9.4
พนักงานบริษัท	135	35.1
ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	87	22.6
เกษตรกร	4	1.0
ผู้ประกอบการ, ธุรกิจส่วนตัว	47	12.2
รับจ้างอิสระ	23	6.0
อื่นๆ เช่นเกษียณอายุ	53	13.8
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.6 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองมาคืออาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 อาชีพอื่นๆ เช่นเกษียณอายุ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อาชีพผู้ประกอบการ, ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 อาชีพนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 อาชีพรับจ้างอิสระ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอาชีพเกษตรกร จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามสมาชิกครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 2 คน	81	21.0
3 - 4 คน	218	56.6
5 คนขึ้นไป	86	22.3
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.7 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 รองมาคือจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5 คนขึ้นไป จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 2 คน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามอำเภอที่อาศัยในจังหวัดสระบุรี

อำเภอที่อาศัยในจังหวัดสระบุรี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เมืองสระบุรี	101	26.2
แก่งคอย	49	12.7
หนองแค	189	49.1
วิหารแดง	9	2.3
หนองแซง	4	1.0
บ้านหมอ	5	1.3
ดอนพุด	10	2.6
เสาไห้	4	1.0
มวกเหล็ก	4	1.0
วังม่วง	5	1.3
เฉลิมพระเกียรติ	5	1.3
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.8 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า กลุ่มผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่อยู่อำเภอหนองแค จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองมาคืออาศัยในจังหวัดสระบุรีที่อำเภอเมืองสระบุรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 อาศัยในจังหวัดสระบุรีที่อำเภอแก่งคอย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 อาศัยในจังหวัดสระบุรีที่อำเภอดอนพุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 อาศัยในจังหวัดสระบุรีที่อำเภอวิหารแดง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 อาศัยในจังหวัดสระบุรีที่อำเภอบ้านหมอ อำเภอวังม่วง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอาศัยอยู่ที่อำเภอเสาไห้ อำเภอมวกเหล็ก และอำเภอหนองแซง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

#### 4.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามสัตว์เลี้ยง

สัตว์เลี้ยง	จำนวน (คน)		ร้อยละ
	เลือก	ไม่เลือก	
สุนัข	เลือก	248	64.4
	ไม่เลือก	137	35.6
แมว	เลือก	252	65.5
	ไม่เลือก	133	34.5
นก	เลือก	9	2.3
	ไม่เลือก	376	97.7
กระต่าย	เลือก	18	4.7
	ไม่เลือก	367	95.3
ปลา	เลือก	5	1.3
	ไม่เลือก	380	98.7
สัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ (EXOTIC PET)	เลือก	32	8.3
	ไม่เลือก	353	91.7
อื่น ๆ	เลือก	4	1.0
	ไม่เลือก	381	99.0
หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก			

ตารางที่ 4.9 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่เลี้ยงแมวมากที่สุด เลือกตอบจำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองมาคือเลี้ยงสุนัข เลือกตอบจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4 เลี้ยงสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ (EXOTIC PET) เลือกตอบจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 เลี้ยงกระต่าย เลือกตอบจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 เลี้ยงนก เลือกตอบจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 เลี้ยงปลา เลือกตอบจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และลำดับสุดท้ายคือเลี้ยงสัตว์ชนิดอื่น ๆ เลือกตอบจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้บริการรักษาสัตว์เป็นประจำในเขตจังหวัดสระบุรี

สถานพยาบาลสัตว์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานพยาบาลที่เป็นคลินิกใกล้บ้าน	299	77.7
โรงพยาบาลสัตว์, คลินิกบริการของภาครัฐ	17	4.4
ให้สัตวแพทย์มารักษาที่บ้าน	34	8.8
ซื้อมารักษาเอง	30	7.8
อื่น ๆ	5	1.3
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.10 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่เลือกใช้บริการรักษาสัตว์เป็นประจำที่สถานพยาบาลที่เป็นคลินิกใกล้บ้าน จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 77.7 รองมาคือให้สัตวแพทย์มารักษาที่บ้าน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รองมาคือซื้อมารักษาเอง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 โรงพยาบาลสัตว์, คลินิกบริการของภาครัฐ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ	จำนวน (คน)		ร้อยละ
	เลือก	ไม่เลือก	
ด้านการป้องกันโรค (ฉีดวัคซีน ถ่ายพยาธิ)	เลือก	301	78.2
	ไม่เลือก	84	21.8
ด้านอายุรกรรม (การรักษาโรคทั่วไป)	เลือก	284	73.8
	ไม่เลือก	101	26.2
ด้านห้องปฏิบัติการ (X-ray, ตรวจเลือด)	เลือก	147	38.2
	ไม่เลือก	238	61.8
ด้านสูติกรรม (ทำหมัน, ทำคลอด)	เลือก	134	34.8
	ไม่เลือก	251	65.2
ด้านทันตกรรม (ขูดหินปูน, ถอนฟัน)	เลือก	23	6.0
	ไม่เลือก	362	94
ด้านศัลยศาสตร์ (กระดูก, ข้อต่อ, เนื้อเยื่อ)	เลือก	27	7.0
	ไม่เลือก	358	93
ด้านงานบริการ (อาบน้ำ, ตัดขน, ฝากเลี้ยง, ฝากรักษา)	เลือก	74	19.2
	ไม่เลือก	311	80.8
ซื้อสินค้า (อาหารสัตว์, อาหารประกอบการรักษาโรค, อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง)	เลือก	146	37.9
	ไม่เลือก	239	62.1
หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก			

ตารางที่ 4.11 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี สรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีคือด้านการป้องกันโรค (ฉีดวัคซีน ถ่ายพยาธิ) เลือกตอบจำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 78.2 รองมาคือ ด้านอายุรกรรม (การรักษาโรคทั่วไป) เลือกตอบจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 ด้านห้องปฏิบัติการ (X-ray, ตรวจเลือด) เลือกตอบจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ด้านซื้อสินค้า (อาหารสัตว์, อาหารประกอบการรักษาโรค, อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง) เลือกตอบจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 ด้านสูติกรรม (ทำหมัน, ทำคลอด) เลือกตอบจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ด้าน

งานบริการ (อาบน้ำ, ตัดขน, ฝากเลี้ยง, ฝากรักษา) เลือกตอบจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2  
 ด้านศาสตร์ (กระดูก, ข้อต่อ, เนื้อเยื่อ) เลือกตอบจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และด้านพัน  
 ตกรรม (ชุดหินปูน, ถอนฟัน) เลือกตอบจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.12: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง  
 ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 500 บาท	45	11.7
501 – 1,000 บาท	149	38.7
1,001 – 1,500 บาท	75	19.5
1,501 – 2,000 บาท	92	23.9
2,001 – 3,000 บาท	15	3.9
3,001 บาทขึ้นไป	9	2.3
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.12 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคย  
 เข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า พฤติกรรมของ  
 ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการ  
 สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเท่ากับ 501 – 1,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7  
 รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 1,501 – 2,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 มี  
 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ  
 ครั้ง ไม่เกิน 500 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 2,001 – 3,000  
 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้ง 3,001 บาทขึ้นไป จำนวน 9 คน  
 คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามความถี่ในการนำสัตว์  
เลี้ยงไปใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ความถี่ในการนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	109	28.3
ปีละ 2-3 ครั้ง	150	39.0
ปีละ 4-5 ครั้ง	87	22.6
ปีละ 6-7 ครั้ง	18	4.7
มากกว่าปีละ 7 ครั้งขึ้นไป	21	5.5
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.13 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่มีความถี่ในการนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีปีละ 2-3 ครั้ง จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองมาคือมีความถี่ในการนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ปีละ 4-5 ครั้ง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 มากกว่าปีละ 7 ครั้งขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และความถี่ในการนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีปีละ 6-7 ครั้ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ  
สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08.00 - 11.59 น.	37	9.6
12.00 - 15.59 น.	62	16.1
16.00 - 19.59 น.	255	66.2
20.00 - 22.00 น.	31	8.1
รวม	385	100.0



ตารางที่ 4.14 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่มีช่วงเวลาที่ใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ช่วง 16.00 - 19.59 น. จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองมาคือมีช่วงเวลาที่ใช้บริการ 12.00 - 15.59 น. จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 มีช่วงเวลาที่ใช้บริการ 08.00 - 11.59 น. จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 และมีช่วงเวลาที่ใช้บริการ 20.00 - 22.00 น. จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามเหตุผลสำคัญของการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

เหตุผลสำคัญของการเลือกใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	จำนวน (คน)		ร้อยละ
ใกล้บ้าน เดินทางได้สะดวก	เลือก	332	86.2
	ไม่เลือก	53	13.8
ราคาสมเหตุสมผล	เลือก	212	55.1
	ไม่เลือก	173	44.9
มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ	เลือก	61	15.8
	ไม่เลือก	324	84.2
ความสะอาดสวยงามของสถานที่	เลือก	61	15.8
	ไม่เลือก	324	84.2
มีชื่อเสียง หรือภาพลักษณ์ที่ดี	เลือก	67	17.4
	ไม่เลือก	318	82.6
ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ	เลือก	77	20.0
	ไม่เลือก	308	80
ความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ในการดูแลรักษา	เลือก	191	49.6
	ไม่เลือก	194	50.4
หมายเหตุ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ตัวเลือก			

ตารางที่ 4.15 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี สรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่มีเหตุผลสำคัญของการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเนื่องจากใกล้บ้าน เดินทางได้สะดวก เลือกตอบจำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 86.2 รองมาคือราคาสมเหตุสมผล เลือกตอบจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 เนื่องจากความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ในการดูแลรักษา เลือกตอบจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ เลือกตอบจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีชื่อเสียง หรือภาพลักษณ์ที่ดี เลือกตอบจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ และความสะอาดสวยงามของสถานที่ มีจำนวนผู้เลือกตอบเท่ากันจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16: จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุคคลในครอบครัว	73	19.0
การบอกกล่าวจากผู้อื่น เช่น เพื่อน คนรู้จัก	245	63.6
อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์	63	16.4
ป้ายโฆษณา/แผ่นพับ/เอกสารแจก	4	1.0
รวม	385	100.0

ตารางที่ 4.16 แสดงผลจากการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีผ่านการบอกกล่าวจากผู้อื่น เช่น เพื่อน คนรู้จัก จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองมาคือรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากบุคคลในครอบครัว จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 รับรู้ผ่านอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านป้ายโฆษณา/แผ่นพับ/เอกสารแจก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

### 4.3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรี

ตารางที่ 4.17: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการภาพรวม

คุณภาพบริการ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.26	0.481	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.33	0.534	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.19	0.538	มาก
ด้านการให้ความมั่นใจต่อการบริการ	4.27	0.493	มากที่สุด
ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	4.24	0.504	มากที่สุด
รวม	4.26	0.465	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีโดยรวม ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.463 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.534 รองมาคือด้านการให้ความมั่นใจต่อการบริการ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.493 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.481 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.504 ขณะที่ผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากในด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsive) มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.538 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีคุณภาพบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	$\bar{x}$	S.D.	การแปรผล
สถานพยาบาลสัตว์ที่ท่านเลือกใช้บริการมีเครื่องมืออุปกรณ์เหมาะสมในการรักษาสัตว์	4.33	0.556	มากที่สุด
สถานพยาบาลสัตว์ที่ท่านเลือกใช้บริการมีการรักษาความสะอาด เป็นอย่างดี	4.25	0.549	มากที่สุด
พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์มีการแต่งกายที่ดูสะอาด เรียบร้อย เหมาะสมพร้อมให้บริการ	4.27	0.560	มากที่สุด
สถานพยาบาลสัตว์ที่ท่านเลือกใช้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและเพียงพอต่อลูกค้า เช่น ที่นั่งสำหรับรอ ที่จอดรถ เป็นต้น	4.20	0.628	มาก
สถานพยาบาลสัตว์ตั้งอยู่ในสถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก	4.26	0.604	มากที่สุด
รวม	4.26	0.481	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยรวม ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.481 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้บริการมีเครื่องมืออุปกรณ์เหมาะสมในการรักษาสัตว์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.556 รองมาคือพนักงานของสถานพยาบาลสัตว์มีการแต่งกายที่ดูสะอาด เรียบร้อย เหมาะสมพร้อมให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.560 สถานพยาบาลสัตว์ตั้งอยู่ในสถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.604 สถานพยาบาลสัตว์ที่ท่านเลือกใช้บริการมีการรักษาความสะอาด เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.549 ขณะที่ผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากกว่าสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและเพียงพอต่อผู้ให้บริการ เช่น ที่นั่งสำหรับรอ ที่จอดรถ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.628 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีคุณภาพบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ

ด้านความน่าเชื่อถือ	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
สัตวแพทย์สามารถให้บริการรักษาได้อย่างมีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน	4.35	0.563	มากที่สุด
สัตวแพทย์มีความเชี่ยวชาญ หรือตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้รับบริการอย่างถูกต้อง เชื่อถือได้	4.41	0.597	มากที่สุด
สถานพยาบาลสัตว์มีการให้บริการที่ตรงตามเวลาที่กำหนดหรือได้แจ้งไว้	4.27	0.676	มากที่สุด
สัตวแพทย์มีความสามารถ ในการวินิจฉัยได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนไม่มีข้อผิดพลาด	4.36	0.646	มากที่สุด
พนักงานให้บริการด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด	4.28	0.586	มากที่สุด
รวม	4.33	0.534	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.534 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าสัตวแพทย์มีความเชี่ยวชาญ หรือตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้รับบริการอย่างถูกต้อง เชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.597 รองมาคือสัตวแพทย์มีความสามารถ ในการวินิจฉัยได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนไม่มีข้อผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.646 สัตวแพทย์สามารถให้บริการรักษาได้อย่างมีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.563 พนักงานให้บริการด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.586 และสถานพยาบาลสัตว์มีการให้บริการที่ตรงตามเวลาที่กำหนดหรือได้แจ้งไว้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.676 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มี  
คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า

ด้านการตอบสนองลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น	4.24	0.589	มากที่สุด
พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้การตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อผู้ใช้บริการร้องขอความช่วยเหลือ	4.21	0.530	มากที่สุด
พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.23	0.594	มากที่สุด
พนักงานมีความเพียงพอต่อการให้บริการ	4.18	0.612	มาก
สามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย เช่น ไม่ต้องรอคิวนาน	4.10	0.724	มาก
รวม	4.19	0.538	มาก

จากตารางที่ 4.20 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ด้านการตอบสนองลูกค้า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.538 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าพนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.589 รองมาคือพนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการด้วยความเต็มใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.594 พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้การตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อผู้ใช้บริการร้องขอความช่วยเหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.530 ขณะที่ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากกว่าพนักงานมีความเพียงพอต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.612 และสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย เช่น ไม่ต้องรอคิวนาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.724 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มี  
คุณภาพบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	การแปรผล
พนักงานมีทักษะและความชำนาญในการบริการ สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยง	4.21	0.569	มากที่สุด
ท่านรู้สึกมั่นใจว่าสถานพยาบาลสัตว์เก็บข้อมูลส่วนตัว ของลูกค้าไว้เป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ	4.37	0.549	มากที่สุด
ท่านรู้สึกมั่นใจในการบริการว่าสัตว์เลี้ยงของท่านจะ ได้รับการรักษาหรือดูแลเป็นอย่างดี	4.27	0.586	มากที่สุด
ท่านรู้สึกมีความมั่นใจกับการให้บริการของ พนักงานด้วยความสุภาพ ให้เกียรติ	4.26	0.561	มากที่สุด
ท่านรู้สึกมีความมั่นใจกับความรู้ที่ได้รับของพนักงาน ในการตอบคำถาม	4.25	0.590	มากที่สุด
รวม	4.27	0.493	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีที่มี  
ต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ด้าน  
การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด โดยมี  
ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.493 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาล  
สัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าสถานพยาบาลสัตว์เก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไว้เป็นความลับ  
ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.37 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.549 รองมาคือรู้สึกมั่นใจในการ  
บริการว่าสัตว์เลี้ยงจะได้รับการรักษาหรือดูแลเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
0.586 มีความมั่นใจกับการให้บริการของพนักงานด้วยความสุภาพ ให้เกียรติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26  
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.561 มีความมั่นใจกับความรู้ที่ได้รับของพนักงานในการตอบคำถาม มี  
ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.590 ขณะที่ผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรี  
เห็นด้วยมากกว่าพนักงานมีทักษะและความชำนาญในการบริการ สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่  
เจ้าของสัตว์เลี้ยง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.569 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ที่มีต่อ  
คุณภาพบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	การแปรผล
พนักงานผู้ให้บริการทำความเข้าใจต่อความต้องการ ของผู้ใช้บริการด้วยความตั้งใจ	4.21	0.573	มากที่สุด
สถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความเป็นมิตร	4.28	0.543	มากที่สุด
พนักงานให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการทุกระดับด้วย ความเสมอภาค เท่าเทียมกัน	4.28	0.585	มากที่สุด
พนักงานสามารถจดจำรายละเอียด เช่น ชื่อสัตว์ เลี้ยงของท่านได้	4.19	0.579	มาก
พนักงานคอยสังเกตพฤติกรรม และสามารถให้ คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการตรงตามความต้องการ ของท่าน	4.25	0.590	มากที่สุด
รวม	4.24	0.504	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีที่มี  
ต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ด้าน  
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย  
อยู่ที่ 4.24 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.504 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์  
จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าสถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความเป็นมิตร และพนักงานให้  
ความสำคัญกับผู้ให้บริการทุกระดับด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน เท่ากับ 4.28  
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.543, 0.585) รองมาคือพนักงานคอยสังเกตพฤติกรรม และสามารถให้  
คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
0.590) พนักงานผู้ให้บริการทำความเข้าใจต่อความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยความตั้งใจ มีค่าเฉลี่ย  
อยู่ที่ 4.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.573) และพนักงานสามารถจดจำรายละเอียด เช่น ชื่อสัตว์เลี้ยงได้  
โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.579) ตามลำดับ



#### 4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ตารางที่ 4.23: ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นที่มีต่อความจงรักภักดี (Brand Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ความจงรักภักดี	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ท่านมีความเต็มใจที่จะใช้บริการซ้ำจากผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์	4.33	0.639	มากที่สุด
ท่านได้บอกถึงแง่มุมดี ๆ ของสถานพยาบาลสัตว์ให้ผู้อื่นได้รับทราบ	4.27	0.583	มากที่สุด
ท่านจะแนะนำผู้อื่นที่ท่านรู้จักมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์	4.31	0.635	มากที่สุด
เมื่อสัตว์เลี้ยงเจ็บป่วยหรือต้องการคำปรึกษาท่านจะนึกถึงสถานพยาบาลสัตว์ที่ท่านใช้บริการเป็นอันดับแรก	4.34	0.657	มากที่สุด
ท่านประทับใจสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้มากกว่าที่อื่น	4.28	0.664	มากที่สุด
ท่านมีความพึงพอใจและความมั่นใจเชื่อใจต่อการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์	4.30	0.615	มากที่สุด
รวม	4.30	0.564	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีที่มีต่อปัจจัยด้านความจงรักภักดี (Brand Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีภาพรวม ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.564 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าเมื่อสัตว์เลี้ยงเจ็บป่วยฯ หรือต้องการคำปรึกษาจะนึกถึงสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.657 รองมาคือมีความเต็มใจที่จะใช้บริการซ้ำจากผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.635) ท่านจะแนะนำผู้อื่นที่ท่านรู้จักมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.639 มีความพึงพอใจและความมั่นใจเชื่อใจต่อการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์

มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.615 ผู้ใช้บริการประทับใจสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้มากกว่าที่อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.664 และผู้ให้บริการได้บอกถึงแง่มุมดี ๆ ของสถานพยาบาลสัตว์ให้ผู้อื่นได้รับทราบ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.583 ตามลำดับ

#### 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.24: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างคุณภาพบริการในภาพรวม ที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	0.057		0.374	0.709
ภาพรวมคุณภาพบริการ	0.997	0.822	28.277	0.000*

$R = 0.822$ ,  $R^2 = 0.676$ , Adjusted R Square = 0.675,  $F = 799.606$ ,  $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Analysis) ค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.676 ผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายได้ว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เป็นผลมาจากภาพรวมปัจจัยคุณภาพบริการ 67.6% ส่วนที่เหลืออีก 33.4% มาจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

จากค่า Sig. มีค่า เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า คุณภาพบริการในภาพรวม มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.822 ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการในภาพรวม ที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี หรือกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการในภาพรวม มีผลเพิ่ม 1 หน่วย จะมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเพิ่มขึ้น 0.822 หน่วย

ตารางที่ 4.25: ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างคุณภาพบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	0.181	0.143		1.272	0.204
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)	0.398	0.070	0.339	5.533	0.000*
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.039	0.055	0.037	0.700	0.491
ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsive)	0.793	0.036	0.784	2.532	0.000*
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)	0.343	0.075	0.299	4.421	0.000*
ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)	0.466	0.077	0.416	5.912	0.000*

$R = 0.851$ ,  $R^2 = 0.725$ , Adjusted R Square = 0.721,  $F = 207.637$ ,  $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณของคุณภาพบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี มีค่า  $R^2$  เท่ากับ 0.725 กล่าวได้ว่า ความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เป็นผลมาจากปัจจัยด้านคุณภาพบริการ 72.5% ส่วนที่เหลืออีก 28.5% มาจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณา โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์สมมติฐานย่อยได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการวิเคราะห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.339 แสดงว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี หรืออธิบายได้ว่า หากด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเพิ่มขึ้น 0.339 หน่วย

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการวิเคราะห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.491 ซึ่งสูงกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการวิเคราะห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.784 แสดงว่า ด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี หรืออธิบายได้ว่า หากด้านการตอบสนองลูกค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเพิ่มขึ้น 0.784 หน่วย

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการวิเคราะห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.299 แสดงว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี หรืออธิบายได้ว่า หากด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเพิ่มขึ้น 0.299 หน่วย

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการวิเคราะห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของรูปคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.416 แสดงว่า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี หรืออธิบาย

ได้ว่า หากด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้าเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ  
สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเพิ่มขึ้น 0.416 หน่วย

ตารางที่ 4.26: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.1: ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.2: ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3: ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.4: ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.5: ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี	ยอมรับสมมติฐาน

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ปัจจัย พบว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

ขณะที่ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านที่ปฏิเสธสมมติฐาน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอนแนะที่ได้จากจากการทดสอบสมมติฐาน และการอภิปรายผลนั้น ผู้วิจัยนำมาเปรียบเทียบกับแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทบทวนไว้ในบทที่ 2 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

การเก็บรวบรวมจากผู้บริโภคที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดสระบุรี ที่เคยเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี จำนวน 385 คน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี พบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีที่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วง 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสดมากที่สุด จบการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 - 4 คน และส่วนใหญ่อาศัยในจังหวัดสระบุรีที่อำเภอหนองแค

5.1.2 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี พบว่าผู้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่เลี้ยงแมวมากที่สุด เลือกใช้บริการรักษาสัตว์เป็นประจำที่สถานพยาบาลที่เป็นคลินิกใกล้บ้าน มีวัตถุประสงค์ของการใช้บริการด้านการป้องกันโรค (ฉีดวัคซีน ถ่ายพยาธิ) มากที่สุด มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเท่ากับ 501 - 1,000 บาท มีความถี่ในการนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีปีละ 2 - 3 ครั้ง มีช่วงเวลาที่ใช้บริการ ช่วง 16.00-19.59 น. เหตุผลสำคัญของการเลือกใช้บริการเนื่องจากใกล้บ้าน เดินทางได้สะดวก และมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีผ่านการบอกกล่าวจากผู้อื่น เช่น เพื่อน คนรู้จัก

5.1.3 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพบริการภาพรวม โดยผู้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า ผู้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดในด้านความน่าเชื่อถือ รองมาคือด้านการให้ความมั่นใจต่อการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า และด้านการตอบสนองลูกค้า และสรุปเป็นรายด้านดังนี้

1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยรวม ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้บริการมีเครื่องมืออุปกรณ์เหมาะสมในการรักษาสัตว์ พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์มีการแต่งกายที่ดูสะอาด เรียบร้อย เหมาะสมพร้อมให้บริการ สถานพยาบาลสัตว์ตั้งอยู่ในสถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก สถานพยาบาลค่าสัตว์ที่ท่านเลือกใช้บริการมีการรักษาความสะอาด เป็นอย่างดี ขณะที่ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากกว่าสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและเพียงพอต่อผู้ให้บริการ เช่น ที่นั่งสำหรับรอ ที่จอดรถ เป็นต้น

2) ด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวม ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าสัตวแพทย์มีความเชี่ยวชาญ หรือตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้รับบริการอย่างถูกต้อง เชื่อถือได้ สัตวแพทย์มีความสามารถ ในการวินิจฉัยได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนไม่มีข้อผิดพลาด สัตวแพทย์สามารถให้บริการรักษาได้อย่างมีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน พนักงานให้การบริการด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด และสถานพยาบาลสัตว์มีการให้บริการที่ตรงตามเวลาที่กำหนดหรือได้แจ้งไว้

3) ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยรวม ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าพนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการด้วยความเต็มใจ พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้การตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อผู้บริการร้องขอความช่วยเหลือ ขณะที่ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากกว่าพนักงานมีความเพียงพอต่อการให้บริการและสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย เช่น ไม่ต้องรอคิวนาน

4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยรวม ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าสถานพยาบาลสัตว์เก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไว้เป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ รู้สึกมั่นใจในการบริการว่าสัตว์เลี้ยงจะได้รับการรักษาหรือดูแลเป็นอย่างดี มีความมั่นใจกับในการให้บริการของพนักงานด้วยความสุภาพ ให้เกียรติ มีความมั่นใจกับความรู้ที่ได้รับของพนักงานในการตอบคำถาม ขณะที่ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากกว่าพนักงานมีทักษะและความชำนาญในการบริการ สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยง

5) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยรวม ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าสถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความเป็นมิตร และพนักงานให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการทุกระดับด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกัน พนักงานคอยสังเกตพฤติกรรม และสามารถให้

คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการตรงตามความต้องการ พนักงานผู้ให้บริการทำความเข้าใจต่อความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยความตั้งใจและพนักงานสามารถจดจำรายละเอียด เช่น ชื่อสัตว์เลี้ยงได้

5.1.4 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อความจงรักภักดี (Brand Loyalty) ของผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ของผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีภาพรวม ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุด เมื่อแยกเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรีเห็นด้วยมากที่สุดว่าเมื่อสัตว์เลี้ยงเจ็บป่วยๆ หรือต้องการคำปรึกษาจะนึกถึงสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้บริการเป็นอันดับแรก รองมาคือมีความเต็มใจที่จะใช้บริการซ้ำจากผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการจะแนะนำผู้อื่นที่รู้จักมาใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ความพึงพอใจและความมั่นใจเชื่อใจต่อการให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ผู้ใช้บริการประทับใจสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้มากกว่าที่อื่น และผู้ให้บริการได้บอกถึงแง่มุมดี ๆ ของสถานพยาบาลสัตว์ให้ผู้อื่นได้รับทราบ

## 5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 พบว่า ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 พบว่า ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 พบว่า ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 พบว่า ยอมรับสมมติฐาน ปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



### 5.3 อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลวิจัยจากการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐานมาอธิบายเชื่อมโยงกับการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยในอดีตที่มีการศึกษาไว้ โดยสามารถอภิปรายแยกตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผลการวิจัยปรากฏว่ายอมรับสมมติฐานคือปัจจัยด้านคุณภาพบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากคุณภาพการให้บริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการหรือลักษณะที่ปรากฏซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานพยาบาลสัตว์ อาทิ การที่มีเครื่องมืออุปกรณ์ที่เหมาะสมในการรักษาสัตว์ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ที่สามารถให้บริการรักษาสัตว์เลี้ยงได้อย่างมีเหมาะสม เป็นมาตรฐานเดียวกัน การตอบสนองผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์โดยที่หมอ หรือเจ้าหน้าที่ที่มีความเต็มใจ และกระตือรือร้นที่จะตอบสนองต่อผู้ใช้บริการที่พาสัตว์มารับรักษา การให้ความมั่นใจโดยที่เจ้าหน้าที่ของสถานพยาบาลสัตว์ใส่ใจต่อผู้ใช้บริการ สามารถจดจำเจ้าของสัตว์เลี้ยงหรือชื่อของสัตว์เลี้ยงได้ และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า การที่ผู้ให้บริการสถานพยาบาลมีการให้บริการที่ตั้งใจ คอยสังเกตพฤติกรรมของเจ้าของสัตว์เลี้ยงและสัตว์เลี้ยงที่เข้ามารับการรักษา โดยปัจจัยต่าง ๆ ถือเป็นปัจจัยหลักในการทำธุรกิจ ที่ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่คาดหวัง ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการและเกิดความเชื่อมั่นในสิ่งที่ได้รับ จนนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำได้ในอนาคต แสดงให้เห็นปัจจัยด้านคุณภาพบริการมีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ ซึ่งคุณภาพการให้บริการในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการ การสร้างความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจ ซึ่งคุณภาพการให้บริการทุกด้านล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ (Parasuraman, et al., 2013) นอกจากนี้ผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้นยังสอดคล้องกับประเด็นการศึกษาของ กัญญารัตน์ สุกุลถาวร (2564) โดยพบว่า คุณภาพการบริการ ได้แก่ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ การตอบสนองต่อความต้องการแก่ผู้ใช้บริการ การสร้างความมั่นใจ และความเห็นอกเห็นใจมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังรวมถึงการศึกษาของ Amelia, et al. (2020) พบว่าคลินิกสัตวแพทย์ดำเนินธุรกิจด้านบริการ การให้ความสำคัญกับความภักดีของลูกค้าของลูกค้าต่อบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ

สมมติฐานที่ 1.1 ผลการวิจัยปรากฏว่ายอมรับสมมติฐานคือความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากสถานพยาบาลสัตว์เป็นงานบริการรูปแบบหนึ่ง การที่สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีมีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการรักษาสัตว์ที่มีความทันสมัย เหมาะสมสำหรับการรักษาสัตว์ รวมถึงพนักงานของสถานพยาบาลสัตว์มีการแต่งกายที่ดูสะอาด มียูนิฟอร์มของสถานพยาบาลสัตว์ที่เรียบร้อยพร้อมให้บริการ อีกทั้งสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีตั้งอยู่ในสถานที่แหล่งชุมชน และสามารถเดินทางไปยังสถานพยาบาล

สัตว์ได้สะดวก สิ่งเหล่านี้แสดงถึงความเป็นรูปธรรมของการบริการย่อมมีผลทำให้เกิดความภักดีของผู้ใช้บริการ ซึ่ง Kitapci, Akdogan & Dortyol (2014) กล่าวว่าคุณภาพการบริการในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้จากการสัมผัสได้จากภายนอก เช่น การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศ เครื่องมืออุปกรณ์ พนักงานให้บริการ รวมไปถึงสภาพแวดล้อมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากหากสร้างการรับรู้ที่ดีจะส่งผลให้เลือกใช้บริการของผู้บริโภคได้ อีกทั้งผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้นมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งทิพย์ นิลพิท (2561) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการมีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต ซึ่งการให้บริการเป็นขั้นตอน เข้าถึงได้ง่าย โดยมีป้ายสัญลักษณ์สำหรับบอกทางชัดเจน รวมถึงการแต่งกายของบุคลากรดูสวยงามสะอาดเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ มองเห็นความเป็นรูปธรรมการให้บริการอย่างชัดเจนที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

สมมติฐานที่ 1.2 ผลการวิจัยปรากฏว่าปฏิเสหสมมติฐานหรือไม่ตรงกับสมมติฐาน คือ ความน่าเชื่อถือไม่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากผู้ใช้บริการจะมาใช้บริการเมื่อสัตว์เลี้ยงเพื่อฉีดวัคซีนป้องกันโรค และการรักษาโรคทั่วไปเมื่อสัตว์มีความเจ็บป่วย รวมถึงจากผลข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีส่วนใหญ่มีเหตุผลสำคัญของการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีเนื่องจากใกล้บ้าน เดินทางได้สะดวกเป็นหลัก เพื่อความสะดวก และการที่สัตว์ได้รับการรักษาอย่างทันท่วงที ซึ่งในการที่สถานพยาบาลสัตว์ที่มีความน่าเชื่อถือ เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ จึงไม่มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ โดยหากสถานพยาบาลสัตว์ใหญ่ที่น่าเชื่อถือแต่สถานพยาบาลสัตว์ดังกล่าวอยู่ไกลจากที่อยู่ จึงไม่ได้มีผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความต้องการใช้ซ้ำอีกครั้ง โดย Su, et al. (2016) กล่าวว่า การให้บริการที่ตรงต่อเวลา มีความจริงใจในการแก้ปัญหาให้แก่ผู้รับบริการได้ทันทีทันใดไม่ได้มีความสำคัญกับผู้บริโภค ขณะเดียวกันการศึกษาในอดีตของ วรกมลวรรณ รักษา (2565) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสระวายน้ำสุนัข

สมมติฐานที่ 1.3 ผลการวิจัยปรากฏว่ายอมรับสมมติฐาน คือการตอบสนองลูกค้ามีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากการที่สถานพยาบาลสัตว์มีการให้บริการกับเจ้าของสัตว์เลี้ยงด้วยความกระตือรือร้น รวมถึงพนักงานของสถานพยาบาลสัตว์สามารถตอบสนองกับผู้ใช้บริการเมื่อถูกร้องขอความช่วยเหลืออย่างรวดเร็ว เช่น เมื่อเจ้าของสัตว์เลี้ยงร้องขอให้ดูอาการของสัตว์เลี้ยงเมื่อมีอาการผิดปกติ ซึ่งบริการด้วยความพร้อมที่จะให้บริการด้วยความเต็มใจ ซึ่งการตอบสนองลูกค้าย่อมมีผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความภักดีต่อสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วรกมลวรรณ รักษา (2565) ที่กล่าวว่าการตอบสนองกับ

ความปรารถนาของผู้ใช้บริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่มีความเต็มใจและความพร้อมที่จะให้บริการ รวมถึงความสนใจอย่างยิ่งต่อการแก้ปัญหาให้ผู้ให้บริการ เป็นผลสำคัญต่อการเลือกใช้ของผู้ใช้บริการ อีกทั้งผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้นมีความสอดคล้องกับการศึกษาที่ว่า การตอบสนองความต้องการในการให้บริการมีอิทธิพลต่อการรับคุณค่าของผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการรับคุณค่าของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัข นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ชลธิชา ทองอ่อน (2566) พบว่า การตอบสนองความต้องการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น โดยให้ความสำคัญในด้านการสื่อสารได้หลายช่องทาง เน้นความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ สามารถให้บริการได้ 2 ชั่วโมงจะส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในขอนแก่นได้

สมมติฐานที่ 1.4 ผลการวิจัยปรากฏว่ายอมรับสมมติฐาน คือการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้ามีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากการที่สถานพยาบาลสัตว์สามารถเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ซึ่งเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงเป็นความลับ ไม่เปิดเผยข้อมูลการรักษาสัตว์ต่อสาธารณะโดยที่ไม่ได้รับอนุญาต เช่น นำรูปการรักษาสัตว์ไปเผยแพร่ต่อโดยที่ไม่ได้ขออนุญาตเจ้าของสัตว์เลี้ยงก่อน นอกจากนี้การที่สัตว์เลี้ยงของผู้ใช้บริการได้รับการรักษาหรือดูแลจากเจ้าหน้าที่พนักงานเป็นอย่างดี อีกทั้งการที่พนักงานมีความชำนาญในการบริการ สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงได้ เช่น การอธิบายรายละเอียดเบื้องต้นต่อการรักษา โดยมีผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความภักดีต่อสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ซึ่งการที่ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยทุกครั้งเมื่อเข้ารับบริการ มีความพึงพอใจกับความรู้อของพนักงานที่ให้บริการด้วยความสุภาพในการตอบปัญหาข้อสงสัยและความรู้ของพนักงานในการตอบคำถาม (Rajaguru, 2016) อีกทั้งผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้นมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ รุ่งทิพย์ นิลพัทธ์ (2561) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยบุคลากรของโรงพยาบาลมีทักษะที่ดีในการให้บริการ มีการสื่อสารอย่างตรงประเด็นยอมทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นว่าจะได้รับการบริการที่ดีในครั้งต่อไป นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Amelia, et al. (2020) พบว่า คุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจเป็นปัจจัยส่งผลต่อความภักดีของผู้บริโภค ฉะนั้น คลินิกสัตวแพทย์จึงควรปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และดึงดูดผู้ใช้บริการใหม่

สมมติฐานที่ 1.5 ผลการวิจัยปรากฏว่ายอมรับสมมติฐาน คือการเข้าใจและรู้จักลูกค้ามีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากการที่สถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความเป็นมิตร รวมถึงพนักงานให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของสัตว์ด้วยความเสมอภาค อีกทั้งการที่พนักงานคอยสังเกตพฤติกรรมรวมถึงสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการตรงตามความต้องการของเจ้าของสัตว์ย่อมมีผลทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความภักดีได้

ซึ่งคุณภาพการบริการในส่วนของการเข้าใจและรู้จักลูกค้าหรือการเอาใจใส่ของพนักงานทั้งก่อนการให้บริการ ขณะบริการ รวมถึงหลังการให้บริการผู้บริโภคที่แตกต่าง ซึ่งทำให้ลูกค้าประทับใจได้ (Parasuraman, et al., 2013) อีกทั้งผลการทดสอบสมมติฐานข้างต้นมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลสิริ ราษฎร์ศิริ (2560) พบว่า ด้านการเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพการบริการด้านการเข้าใจลูกค้าจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยทำให้โรงพยาบาลสัตว์ประสบความสำเร็จ และยังคงสอดคล้องการศึกษาในอดีตของ ชลธิชา ทองอ่อน (2566) พบว่า การเข้าใจและเข้าถึงลูกค้าส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ในเมืองจังหวัดขอนแก่น โดยให้ความสำคัญกับการที่รับคำปรึกษาจากสัตวแพทย์ได้หลายช่องทาง รวมถึงกระบวนการนัดหมายต้องไม่มีความซับซ้อน

#### 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

จากผลการศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี เพื่อให้ผู้ประกอบการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี และผู้ที่เกี่ยวข้องนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้สำหรับวางแผนในการพัฒนารูปร่างสถานพยาบาลสัตว์ให้ตอบสนองตรงตามความต้องการ และปรับปรุงการให้บริการที่สอดคล้องกับความเห็นของผู้บริโภคให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ผู้วิจัยนำเสนอเป็นข้อเสนอแนะการนำไปใช้จากข้อที่ยอมรับสมมติฐานดังนี้

5.4.1 จากผลการศึกษาด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่าผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพด้วยการสร้างความแตกต่างการให้บริการด้วยเครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับการรักษาสัตว์ที่มีความเหมาะสมสำหรับการรักษาสัตว์ให้ตรงตามอาการ โดยเครื่องมือสำหรับการรักษาสัตว์ควรมีความทันสมัย รวมถึงการให้ความสำคัญกับคุณภาพของยารักษาสัตว์ นอกจากนี้ในภาพลักษณ์ของพนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ ควรจะมียูนิฟอร์มของพนักงาน เพื่อให้พนักงานดูสะอาด เรียบร้อย และมีความเหมาะสมอยู่เสมอเพื่อให้ดูเป็นระเบียบมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาใช้บริการมีความประทับใจ นอกจากนี้สถานพยาบาลสัตว์เลือกตั้งอยู่ในพื้นที่ชุมชน เพื่อให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถเดินทางได้สะดวก อีกทั้งสถานพยาบาลสัตว์ควรมีพื้นที่ไว้สำหรับให้ผู้ใช้บริการจอดรถ และพื้นที่สำหรับให้เจ้าของสัตว์นั่งรอเข้ารับบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงเกิดความภักดีและใช้บริการซ้ำได้

5.4.2 จากการศึกษาด้านการตอบสนองลูกค้า พบว่าผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาในด้านการตอบสนองของพนักงาน โดยสถานพยาบาลสัตว์ควรมุ่งหลักการต้องมีจิตใจในการให้บริการ โดยพนักงานจะต้องมีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่พาสัตว์เลี้ยงมารักษา โดยเมื่อเจ้าของสัตว์เลี้ยงมีการร้องขอความช่วยเหลือพนักงานก็ควรจะต้องมีความพร้อมเต็มใจ และตอบสนองอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้การจัดลำดับคิวต่อ

การรักษาสัตว์ควรมีความเหมาะสม เช่น มีหน่วยฉุกเฉินของการรักษาสัตว์ โดยที่จะไม่ได้เรียงลำดับตามคิวที่ได้รับ การจัดลำดับคิวควรเป็นตามอาการของสัตว์เลี้ยงที่มา ถ้าสัตว์เลี้ยงที่มีอาการฉุกเฉินวิกฤตกว่า ควรจะได้รับการเข้ารักษาก่อน เนื่องจากเจ้าของสัตว์เลี้ยงย่อมมีความกังวลกับความเจ็บป่วยของสัตว์ การตอบสนองของพนักงานที่รวดเร็วย่อมเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความภักดี

5.4.3 จากการศึกษาด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า พบว่าผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีควรมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความรู้ความสามารถในการตอบคำถามหรือข้อสงสัยของเจ้าของสัตว์เลี้ยงได้ทันที โดยที่มีการจัดอบรมและให้ความรู้กับพนักงานผู้ให้บริการเสมอ โดยเมื่อเจ้าของสัตว์เลี้ยงลงทะเบียนเพื่อรอเข้ารับการรักษา พนักงานควรจะสามารถอธิบายแนวปฏิบัติเบื้องต้นในการให้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่นำสัตว์เลี้ยงมารับการรักษา เพื่อให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงเกิดความไว้วางใจขณะที่รอเข้ารับการรักษา นอกจากนี้สถานพยาบาลสัตว์จะต้องให้ความสำคัญกับการเก็บข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของสัตว์เลี้ยงและสัตว์เลี้ยงควรจะต้องเก็บเป็นความลับ โดยที่สถานพยาบาลสัตว์จะต้องไม่เปิดเผยต่อสาธารณะหรือเปิดเผยให้ผู้อื่นทราบ เช่น การนำภาพของสัตว์เลี้ยงที่มารักษาหรือใช้บริการไปแชร์ต่อลงเพจของสถานพยาบาลสัตว์โดยที่ยังไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของสัตว์เลี้ยง เป็นต้น นอกจากนี้การรักษาหรือดูแลสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดีเพื่อสร้างมั่นใจให้กับเจ้าของสัตว์เลี้ยงต่อการใช้บริการต่อเนื่อง

5.4.4 จากการศึกษาด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า พบว่าผู้ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีควรให้ความสำคัญกับการวางแผนการให้บริการโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบฐานเก็บข้อมูลสัตว์เลี้ยงที่มาเข้ารับการรักษา รวมถึงเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพของสัตว์เลี้ยง รวมถึงทราบถึงความต้องการของสัตว์เลี้ยงที่เข้ารับบริการในแต่ละราย ซึ่งจะเป็นผลดีในการให้บริการตรงกับสัตว์เลี้ยงของมารับบริการ เนื่องจากสัตว์เลี้ยงต่าง ๆ ไม่สามารถพูดหรือบอกกล่าวถึงอาการได้ พนักงานจำเป็นต้องคอยสังเกตพฤติกรรมให้ความใส่ใจมากยิ่งขึ้นต่อท่าทางของสัตว์เลี้ยงที่มารับบริการ การให้บริการของพนักงานควรให้บริการด้วยความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มเป็นมิตร บริการด้วยความเท่าเทียมกัน ทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงไว้วางใจ สบายใจต่อการรับบริการ

## 5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพด้านการบริการและนักวิจัย นักวิชาการและผู้สนใจศึกษาต่อไปเป็นประโยชน์ทางวิชาการ ผู้วิจัยนำเสนอสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

- 1) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงที่พักอาศัยในจังหวัดสระบุรี เจาะจงศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่เคยเข้าใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี ดังนั้นในการศึกษาครั้งถัดไป ควรขยายกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ผลการศึกษาที่มีความ

ครอบคลุมและแตกต่างกัน โดยผลการวิจัยแสดงข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดสระบุรีที่ว่าคุณภาพการบริการ 4 ด้านที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์จังหวัดสระบุรี คือความเป็นรูปธรรมของการบริการ การตอบสนองลูกค้า การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ฉะนั้น การศึกษาควรขยายผลการศึกษาในพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย เพราะประชากรในแต่ละพื้นที่ย่อมมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน และเพื่อเปรียบเทียบรูปแบบของการให้บริการเพื่อให้ผลที่แตกต่างมาประยุกต์ใช้เพื่อให้การบริการของสถานพยาบาลสัตว์ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพื้นที่อื่นให้ดียิ่งขึ้น

2) ในการศึกษาครั้งนี้ ควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นอื่นที่เกี่ยวกับธุรกิจบริการ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพด้านการบริการ ของ Parasuraman, et al. (2013) นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยที่ใช้ศึกษาสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 67.6 ส่วนที่เหลือนั้นมาจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา การศึกษาครั้งถัดไปซึ่งควรเลือกตัวแปรอื่น ๆ มาพิจารณาเพิ่ม เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่มีความหลากหลายและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาทิ ปัจจัยด้านความพึงพอใจ (Kotler, 2016) หรือปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า (Sweeney & Soutar, 2001) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเป็นแนวทางในการวางแผนให้กับสถานพยาบาลเพื่อส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจต่อไป

3) ในการศึกษาครั้งนี้ ผลการวิเคราะห์พบว่าคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองลูกค้า มีผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการที่ผู้ใช้บริการต้องการการตอบสนองกับความปรารถนาของผู้ใช้บริการ ฉะนั้นครั้งถัดไปควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นเรื่องการศึกษาการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้าและความผูกพันกับลูกค้าในแรงงานบริการที่ส่งผลต่อความภักดี ซึ่งลักษณะของเป็นการตอบสนองความต้องการลูกค้า ตลอดจนถึงใจลูกค้าใช้บริการไปอย่างยาวนานซึ่งย่อมจะเป็นผลต่อเนื่องให้เกิดความภักดี

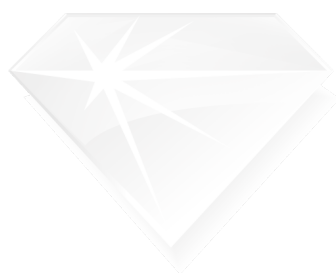
### บรรณานุกรม

- กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). *สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการ และงานลงทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. การศึกษาเฉพาะบุคคล* ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กรสุมา สุวัฒน์ชัย. (2563). *คุณภาพการบริการและการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์เล็กของคณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.* วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ก่องกฤษณ์ โตชัยวัฒน์. (2560). *เขียนข้อเสนอวิจัย (Proposal) ทำได้ง่าย ๆ.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัญญารัตน์ สกฤตถาวร. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่มีต่อร้าน ๒๙ petcare.* สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- คชาภรณ์ ศิริรัตน์. (2561). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ไอเว็ทท์กับคลินิกศัลยกรรม สัตว์ในเขตจังหวัดนครปฐม.* การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ณัฐพัชร์ ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). *คู่มือสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า.* กรุงเทพฯ: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทด. (2547). *หลักการตลาด.* กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- ชนดล แก้วนคร. (2560). *อิทธิพลของเทคโนโลยี ส่วนผสมทางการตลาดและภาพลักษณ์ทำให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการ Grab Taxi.* การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประภัสสร วงษ์อนุ. (2563). *อิทธิพลของคุณค่าด้านราคา คุณภาพบริการของคลินิกสัตว์เลี้ยงเสี่ยงต่อความพึงพอใจ ความเชื่อไว้วางใจ และความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี.* การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปัทมา เหมือนสมัย. (2562). *การตั้งชื้อสุนัขในประเทศไทย ภาพสะท้อนสังคมไทย. วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ, 26(2), 316-346.*
- แผนพัฒนาจังหวัดสระบุรี. (2566). *แผนพัฒนาจังหวัดสระบุรี (พ.ศ. 2566- 2570).* สืบค้นจาก [efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.saraburi.go.th/web2/files/com\\_strategy/2021-11\\_f8f5bfa97e21c4b.pdf](http://www.saraburi.go.th/web2/files/com_efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://www.saraburi.go.th/web2/files/com_strategy/2021-11_f8f5bfa97e21c4b.pdf).

- รุ่งทิพย์ นิลพัท. (2561). *คุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการโรงพยาบาล เปาโลรังสิต. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- วรวงมลาวรรณ รักษา. (2565). *คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการรับคุณค่าของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสระว่ายน้ำสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- ววรรณพร ไกรเลิศ. (2547). *ลูกค้ายืดหยุ่น: กลเม็ดเคล็ดลับในการผูกใจและสร้างสายสัมพันธ์ที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.บิซิเนส เพรส.*
- ศุภชาติ เอี่ยมรัตน์กุล และวิมลสิริ ราชภูริศิริ. (2560). ปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย, มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขามนุษยศาสตร์, 10(3), 1906-3431.*
- ศูนย์สารสนเทศกรมปศุสัตว์. (2566). *รายชื่อสถานพยาบาลสัตว์ทั่วประเทศ. สืบค้นจาก* <https://vetservice.dld.go.th/index.php/th/2018-10-11-10-06-56/2022-08-29-05-01-18/807-01>.
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดสระบุรี. (2566). *สถานพยาบาลสัตว์. สืบค้นจาก* <https://pvlo-sbr.dld.go.th/webnew/index.php/th/>.
- สุพจน์ วิริยะสาธิต. (2554). *คุณภาพการให้บริการของตลาดรังสิตจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- โสรัจจะราช เถระพันธ์. (2561). *คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้รับบริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*
- Aker, D. A. (2014). *Aaker on branding 20: Principles that drive success*. New York: Morgan James.
- Amelia, R., Kadarisma, G., Fitriani, N., & Ahmadi, Y. (2020). The effect of online mathematics learning on junior high school mathematic resilience during covid-19 pandemic. *Journal of Physics: Conference Series, 1657, 1-8.*
- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming (2<sup>nd</sup> ed.)*. New York: Taylor and Francis Group.
- Chen, C. F., & Chen, F. S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management, 31(1), 29-35.*



- Gomez, B. G., Arranz, A. G., & Cillan, J. G. (2006). The role of loyalty programs in behavioral and affective loyalty. *Journal of Consumer Marketing*, 23(7), 387-396.
- Kotler, P. (2016). *Democracy in decline: Rebuilding its future*. New York: Sage.
- Lau, G., & Lee, S. (1999). Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty. *Journal of Market-Focused Management*, 4, 341-370.
- Marketingoops. (2564). รู้ไว้ได้เปรียบ!!! สรุป Insight ทุก 'Generation' และ เทรนด์ 'พฤติกรรมผู้บริโภค' แห่งปี 2021. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/insight-and-customer-trends-2021/>.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: McGraw-Hill.
- Odin, Y., Odin, N., & Valette-Florence, P. (2001). Conceptual and operational aspects of brand loyalty an empirical investigation. *Journal of Business Research*, 53, 75-84.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *Delivery quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: Free Press.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Singh, J., & Saini, S. (2016). Importance of CEM in CRM-CL framework. *Journal of Modelling in Management*, 11(1), 91-115.
- Smith, R. E., & Wright, W. F. (2004). Determinants of customer loyalty and financial performance. *Journal of management accounting research*, 16(1), 183-205.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2001). Consumer perceived value: The development of multiple item scale. *Journal of Retailing*, 77(2), 203-220.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Harper & Row.



ภาคผนวก

**BANGKOK  
UNIVERSITY**

THE CREATIVE UNIVERSITY

## แบบสอบถาม

### เรื่อง การศึกษาคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ ในจังหวัดสระบุรีของผู้บริโภค

.....

**คำชี้แจง:** แบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยในคุณภาพบริการ (Service Quality Satisfaction) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี (Brand Loyalty) ในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีของผู้บริโภค ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถาม โดยผลการศึกษารั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำข้อมูลไปประมวลผลและวิเคราะห์ผลเพื่อนำไปใช้ประกอบการศึกษา โดยคำตอบของท่านจะถือเป็นความลับเฉพาะผู้วิจัยและจะไม่มีผลต่อท่าน ทั้งนี้แบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการ (Service Quality Satisfaction)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความจงรักภักดี (Brand Loyalty) ของผู้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีของผู้บริโภค

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

## 1. เพศ

- 1) ชาย                       2) หญิง                       3) LGBTQ+

## 2. อายุ

- 1) ไม่เกิน 20 ปี  
 2) 21-30 ปี  
 3) 31-40 ปี  
 4) 41-50 ปี  
 5) 51-60 ปี  
 6) 61 ปีขึ้นไป

## 3. สถานภาพสมรส

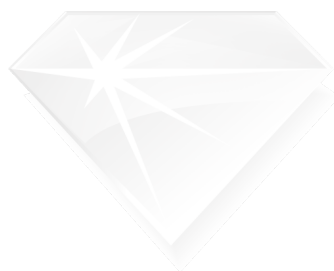
- 1) โสด  
 2) สมรส  
 3) หม้าย/หย่าร้าง

## 4. ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี  
 2) ปริญญาตรี  
 3) สูงกว่าปริญญาตรี

## 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท  
 2) 15,001-25,000 บาท  
 3) 25,001-35,000 บาท  
 4) 35,001-45,000 บาท  
 5) 45,001-55,000 บาท  
 6) 55,001 บาท ขึ้นไป



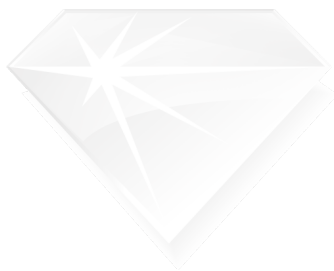
**BANGKOK**  
**UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

## 6. ท่านประกอบอาชีพอะไร

- 1) นักเรียน นิสิต นักศึกษา
- 2) พนักงานบริษัท
- 3) ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ
- 4) เกษตรกร
- 5) ผู้ประกอบการ, ธุรกิจส่วนตัว
- 6) รับจ้างอิสระ
- 7) อื่น ๆ เช่นเกษียณอายุ โปรตระบุ.....

## 7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- 1) 1-2 คน
- 2) 3-4 คน
- 3) 5 คนขึ้นไป



## 8. ท่านอาศัยอยู่พื้นที่อำเภอใดในจังหวัดสระบุรี

- 1) เมืองสระบุรี
- 2) แก่งคอย
- 3) หนองแค
- 4) วิหารแดง
- 5) หนองแซง
- 6) บ้านหมอ
- 7) ดอนพุด
- 8) หนองโดน
- 9) พระพุทธบาท
- 10) เสาไห้
- 11) มวกเหล็ก
- 12) วังม่วง
- 13) เฉลิมพระเกียรติ

**BANGKOK**  
**UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. ท่านเลี้ยงสัตว์ชนิดใด (เลือกตอบเพียงข้อเดียวหรือมากกว่า 1 ข้อ)

- 1) สุนัข
- 2) แมว
- 3) นก
- 4) กระต่าย
- 5) หนู
- 6) ปลา
- 7) สัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ (EXOTIC PET)
- 8) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

2. สถานบริการที่ท่านเลือกใช้บริการรักษาสัตว์เป็นประจำในเขตจังหวัดสระบุรี (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

- 1) สถานพยาบาลที่เป็นคลินิกใกล้บ้าน
- 2) โรงพยาบาลสัตว์, คลินิกบริการของภาครัฐ
- 3) โรงพยาบาลสัตว์เอกชน
- 4) ให้สัตวแพทย์มารักษาที่บ้าน
- 5) ซ้ำยารักษาเอง
- 6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. วัตถุประสงค์ของการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) ด้านการป้องกันโรค (ฉีดวัคซีน ถ่ายพยาธิ)
- 2) ด้านอายุรกรรม (การรักษาโรคทั่วไป)
- 3) ด้านห้องปฏิบัติการ (X-ray, ตรวจเลือด)
- 4) ด้านสูติกรรม (ทำหมัน, ทำคลอด)
- 5) ด้านทันตกรรม (ขูดหินปูน, ถอนฟัน)
- 6) ด้านศัลยศาสตร์ (กระตุก, ข้อมต่อ, เนื้อเยื่อ)
- 7) ด้านงานบริการ (อาบน้ำ, ตัดขน, ฝากเลี้ยง, ฝากรักษา)
- 8) ซื้อสินค้า (อาหารสัตว์, อาหารประกอบการรักษาโรค, อุปกรณ์สัตว์เลี้ยง)
- 9) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

- 1) ไม่เกิน 500 บาท
- 2) 501-1,000 บาท
- 3) 1,001-1,500 บาท
- 4) 1,501-2,000 บาท
- 5) 2,001-3,000 บาท
- 6) 3,001 บาทขึ้นไป

5. ความถี่ในการนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

- 1) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- 2) ปีละ 2-3 ครั้ง
- 3) ปีละ 4-5 ครั้ง
- 4) ปีละ 6-7 ครั้ง
- 5) มากกว่าปีละ 7 ครั้งขึ้นไป

6. ช่วงเวลาที่ใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรี

- 1) 08.00-11.59 น.
- 2) 12.00-15.59 น.
- 3) 16.00-19.59 น.
- 3) 20.00-22.00 น.
- 4) 22.00 เป็นต้นไป

7. เหตุผลสำคัญของการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- 1) ใกล้บ้าน เดินทางได้สะดวก
- 2) ราคาสมเหตุสมผล
- 3) มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุมความต้องการ
- 4) ความสะอาดสวยงามของสถานที่
- 5) มีชื่อเสียง หรือภาพลักษณ์ที่ดี
- 6) ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการ
- 7) ความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ในการดูแลรักษา
- 8) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ท่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานพยาบาลสัตว์ในจังหวัดสระบุรีจากแหล่งใด.

- 1) บุคคลในครอบครัว
- 2) การบอกกล่าวจากผู้อื่น เช่น เพื่อน คนรู้จัก
- 3) อินเทอร์เน็ต /เว็บไซต์
- 4) โทรทัศน์
- 5) ป้ายโฆษณา/แผ่นพับ/เอกสารแจก
- 6) นิตยสาร
- 7) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (Service Quality Satisfaction)

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาคำตอบในข้อต่อไปนี้ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ระดับความคิดเห็น	5	=	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	4	=	เห็นด้วย
	3	=	ไม่แน่ใจ
	2	=	ไม่เห็นด้วย
	1	=	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อ	คำถาม	ระดับความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)</b>						
1	สถานพยาบาลสัตว์ที่ท่านเลือกใช้บริการมีเครื่องมืออุปกรณ์เหมาะสมในการรักษาสัตว์					
2	สถานพยาบาลสัตว์ที่ท่านเลือกใช้บริการมีการรักษาความสะอาด เป็นอย่างดี					
3	พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์มีการแต่งกายที่ดูสะอาด เรียบร้อย เหมาะสมพร้อมให้บริการ					



ข้อ	คำถาม	ระดับความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
4	สถานพยาบาลสัตว์ที่ท่านเลือกใช้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและเพียงพอต่อลูกค้า เช่น ที่นั่งสำหรับรอ ที่จอดรถ เป็นต้น					
5	สถานพยาบาลสัตว์ตั้งอยู่ในสถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก					
<b>ความน่าเชื่อถือ (Reliability)</b>						
6	สัตวแพทย์สามารถให้บริการรักษาได้อย่างมีคุณภาพเป็นมาตรฐานเดียวกัน					
7	สัตวแพทย์มีความเชี่ยวชาญ หรือตอบข้อสงสัยให้แก่ผู้รับบริการอย่างถูกต้อง เชื่อถือได้					
8	สถานพยาบาลสัตว์มีการให้บริการที่ตรงตามเวลาที่กำหนดหรือได้แจ้งไว้					
9	สัตวแพทย์มีความสามารถในการวินิจฉัยได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนไม่มีข้อผิดพลาด					
10	พนักงานให้การบริการด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด					
<b>การตอบสนองลูกค้า (Responsive)</b>						
11	พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความกระตือรือร้น					
12	พนักงานของสถานพยาบาลสัตว์ให้การตอบสนองอย่างรวดเร็วเมื่อผู้ใช้บริการร้องขอความช่วยเหลือ					
13	พนักงานมีความพร้อมที่จะให้บริการด้วยความเต็มใจ					
14	พนักงานมีความเพียงพอต่อการให้บริการ					

ข้อ	คำถาม	ระดับความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
15	สามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย เช่น ไม่ต้องรอนาน					
<b>การให้ความมั่นใจต่อการบริการ (Assurance)</b>						
16	พนักงานมีทักษะและความชำนาญในการบริการ สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่เจ้าของสัตว์เลี้ยง					
17	ท่านรู้สึกมั่นใจว่าสถานพยาบาลสัตว์เก็บข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าไว้เป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ					
18	ท่านรู้สึกมั่นใจในการบริการว่าสัตว์เลี้ยงของท่านจะได้รับการรักษาหรือดูแลเป็นอย่างดี					
19	ท่านรู้สึกมีความมั่นใจกับการให้บริการของพนักงานด้วยความสุภาพ ให้เกียรติ					
20	ท่านรู้สึกมีความมั่นใจกับความรู้ที่ได้รับของพนักงานในการตอบคำถาม					
<b>การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)</b>						
21	พนักงานผู้ให้บริการทำความเข้าใจต่อความต้องการของผู้ใช้บริการด้วยความตั้งใจ					
22	สถานพยาบาลสัตว์ให้บริการด้วยความเป็นมิตร					
23	พนักงานให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการทุกระดับด้วยความเสมอภาค เท่าเทียมกัน					
24	พนักงานสามารถจดจำรายละเอียด เช่น ชื่อสัตว์เลี้ยงของท่านได้					
25	พนักงานคอยสังเกตพฤติกรรม และสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับการบริการตรงตามความต้องการของท่าน					

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับความจงรักภักดี (Brand Loyalty) ของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์  
ในจังหวัดสระบุรี

**คำชี้แจง:** โปรดพิจารณาคำตอบในข้อต่อไปนี้ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ระดับความคิดเห็น	5	=	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	4	=	เห็นด้วย
	3	=	ไม่แน่ใจ
	2	=	ไม่เห็นด้วย
	1	=	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ข้อ	คำถาม	ระดับความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
1	<b>ด้านพฤติกรรม (Behavior)</b> ท่านมีความเต็มใจที่จะใช้บริการซ้ำจากผู้ให้บริการ สถานพยาบาลสัตว์					
2	ท่านได้บอกถึงแง่มุมดี ๆ ของสถานพยาบาลสัตว์ให้ ผู้อื่นได้รับทราบ					
3	ท่านจะแนะนำผู้อื่นที่ท่านรู้จักมาใช้บริการ สถานพยาบาลสัตว์					
4	<b>ด้านทัศนคติ (Attitude)</b> เมื่อสัตว์เลี้ยงเจ็บป่วยหรือต้องการคำปรึกษาท่าน จะนึกถึงสถานพยาบาลสัตว์ที่ท่านใช้บริการเป็น อันดับแรก					
5	ท่านประทับใจสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือกใช้มากกว่า ที่อื่น					
6	ท่านมีความพึงพอใจและความมั่นใจเชื่อใจต่อการ ให้บริการสถานพยาบาลสัตว์					

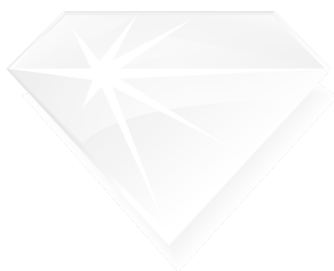
ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาสละเวลา ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY

**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวสวลี พาทิ
อีเมล	sawalee.phat@bumail.net
ประวัติการศึกษา	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประสบการณ์ทำงาน	ปัจจุบัน ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว



**BANGKOK  
UNIVERSITY**  
THE CREATIVE UNIVERSITY