

# อิทธิพลของปัจจัยประชากรศาสตร์และคุณภาพการให้บริการที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ำใหม่ กรณีศึกษา โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่)

อณัฐชา ภูวงษ์<sup>1</sup>

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส<sup>2</sup>

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาอิทธิพลของเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ำใหม่ โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) (2) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ำใหม่ โดยจำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ำใหม่ ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกค้ำใหม่ที่เข้ารับบริการและชำระค่าบริการ ในช่วงวันที่ 20 ตุลาคม ถึง 30 พฤศจิกายน 2564 ซึ่งทราบขนาดประชากรแน่นอน จำนวน 600 คน ทดสอบสมมติฐานจะวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ Independent sample t-test, one way ANOVA (F-test) เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบรายคู่ด้วยวิธี LSD และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ และอายุของลูกค้ำใหม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ำใหม่ โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) อย่างมีนัยสำคัญ ( $p \leq 0.05$ ) ส่วนระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ของลูกค้ำใหม่ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ( $p \leq 0.05$ ) ขณะที่ คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ำใหม่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ( $p \leq 0.01$ )

**คำสำคัญ:** โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4, คุณภาพการให้บริการ, การตัดสินใจใช้บริการ

---

<sup>1</sup> นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Master student, Master of Business Administration Program in Management, Dhurakij Pundit University

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และปริญญาเอก มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

Assistant Professor and D.B.A., Dhurakij Pundit University

**DEMOGRAPHIC FACTORS INFLUENCE ON SERVICE QUALITY  
AND SERVICE DECISIONS OF NEW CUSTOMERS: A CASE STUDY  
OF 4 VETERINARY HOSPITALS (HEAD OFFICE)**

**ABSTRACT**

The objectives of this research are (1) to study the influence of gender on the decision to use the service of new customers at 4 veterinary hospitals (Head Office). (2) To compare the level of decision-making in using the service of new customers classified by demographic factors (3) to study the relationship between service quality and the decision to use the service of new customers. The research population used in the study were new customers who received services and paid for services during the period of 20 October to 30 November 2021. The size of the research population is 600 people according to the medical records department of the 4 veterinary hospitals (Head Office). The hypothesis testing was analyzed by using inferential statistical values such as independent sample t-test, one way ANOVA (F-test), along with comparison of pairwise mean difference by LSD method and correlation analysis at a significance level of 0.05. The hypothesis testing results, it was found that the gender and age of the aforementioned customers influenced the decision to use the service at the 4 veterinary hospitals (Head Office) significantly ( $p \leq 0.05$ ). The level of education, occupation, status and income of new customers. There was no significant influence on the service decision ( $p \leq 0.05$ ), while the quality of service and the service decision of new customers were significantly higher ( $p \leq 0.01$ ).

**Keywords :** 4 veterinary hospitals, service quality, service decision

## 1. บทนำ

ปัจจุบันทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ในยุคกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยจะมีคนที่อาศัยอยู่ตามลำพังมากยิ่งขึ้น รวมทั้งครอบครัวคนไทยจะมีขนาดเล็กลง เนื่องจากแต่งงานช้า มีลูกช้า จึงทำให้ต้องหาสัตว์เลี้ยงเป็นเพื่อนคลายเหงาที่สามารถเลี้ยงได้อย่างใกล้ชิด ได้แก่ สุนัข แมว หรือ กระต่าย เป็นต้น ทั้งนี้การเลี้ยงสัตว์เลี้ยงไม่ได้เป็นเฉพาะกลุ่มดังกล่าวข้างต้นเท่านั้น แต่ยังเป็นเทรนด์ในการเลี้ยงของผู้มีชื่อเสียงในวงสังคมชั้นสูง หรือ ดาราอีกด้วย จึงส่งผลให้แนวโน้มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมีการเติบโตขยายตัวไปพร้อมๆ กันด้วย ประเทศไทยวันนี้ไม่เพียงกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย ครอบครัวยังมีขนาดเล็กลง ล้อมรอบด้วยจำนวนคนโสดที่เพิ่มมากขึ้น หลายคนจึงนิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมาเติมเต็มช่องว่าง หน้าที่ของสุนัขจึงไม่ใช่แค่การเฝ้าบ้านอย่างในอดีต แต่กลายเป็นน้องหรือลูกรักที่ถูกฟูมฟักเลี้ยงแบบเป็น Pet parent บ่อยๆ ที่เห็นคนเงินรพพาน้องหมาน้องแมวไปเดินในห้างสรรพสินค้า หรือการพาไปกินอาหารตามคาเฟ่สัตว์เลี้ยงจนเป็นภาพชินตา ยิ่งไปกว่านั้นยังมีงานวิจัยระบุว่า การมีสัตว์เลี้ยงช่วยให้สภาพจิตใจดีขึ้น สัตว์เลี้ยงจึงถูกเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ร่วมอาศัยที่เข้ามามีบทบาทและกลายเป็นส่วนหนึ่งในครอบครัวที่มนุษย์ให้ความสำคัญใส่ใจในทุกรายละเอียดทั้งสุขภาพ อนามัย ชีวิตความเป็นอยู่รวมถึงจิตใจของสัตว์เลี้ยง สุรัตน์ ลีลาทวิวัฒน์ (2561) ส่งผลให้ธุรกิจสถานพยาบาลสัตว์เลี้ยงมีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง สำหรับธุรกิจบริการแล้ว สิ่งสำคัญที่นอกเหนือจากข้อจำกัดด้านคุณภาพในการดูแลรักษาสัตว์เลี้ยงโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการก็ถือเป็นสิ่งสำคัญด้วยเช่นเดียวกัน เนื่องจากโรงพยาบาลสัตว์ เปรียบเสมือนธุรกิจบริการ ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพด้านการให้บริการจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องจึงถือเป็นเรื่องที่สำคัญด้วยเช่นเดียวกัน อารยา ผลสุวรรณ (2561)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา อิทธิพลของปัจจัยประชากรศาสตร์และคุณภาพการให้บริการที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ กรณีศึกษา โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) เพื่อเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจการบริการสัตว์เลี้ยงรายอื่นๆ รวมทั้งธุรกิจการบริการที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน พัฒนา ปรับปรุง และกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่)
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) โดยจำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ (อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน)
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่)

## 3. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการทำวิจัยในประเด็นต่างๆ ดังนี้

### 3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัย เรื่อง อิทธิพลของปัจจัยประชากรศาสตร์และคุณภาพการให้บริการที่มีต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ (New cases) กรณีศึกษา โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ และคุณภาพการให้บริการ ส่วนตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการ

### 3.2 ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริโภคซึ่งเป็นลูกค้าใหม่ และเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยง นำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการและชำระค่าบริการในโรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) ในช่วงวันที่ 20 ตุลาคม ถึง 30 พฤศจิกายน 2564 ซึ่งทราบขนาดประชากรที่แน่นอน จำนวน 600 คน (แผนกเวชระเบียน โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 สำนักงานใหญ่) กำหนดขนาดตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Taro Yamane

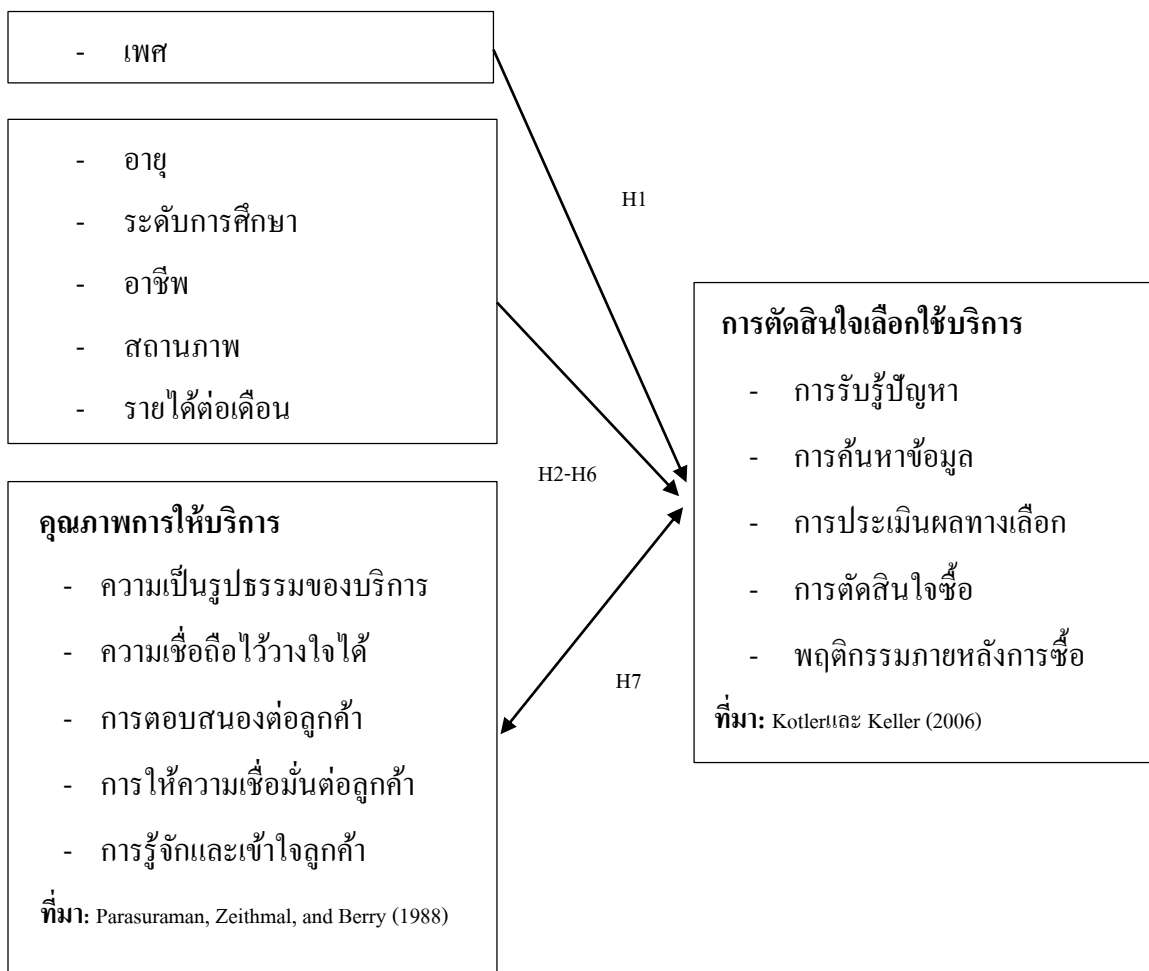
### 3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเริ่มศึกษาวิจัย ตั้งแต่วันที่ 16 สิงหาคม ถึง 5 ธันวาคม 2564 จนเสร็จสิ้นการวิจัย ซึ่งเวลาประมาณ 4 เดือน

#### 4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

#### 5. ระเบียบวิธีวิจัย

##### 5.1 ประชากรที่ใช้ศึกษา

ผู้บริโภคนซึ่งเป็นลูกค้าใหม่ (New cases) ที่นำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการและชำระค่าบริการในโรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) ในช่วงวันที่ 20 ตุลาคม ถึง 30 พฤศจิกายน 2564 ซึ่ง

ทราบขนาดประชากรแน่นอน จำนวน 600 คน (แผนกเวชระเบียน โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 สำนักงานใหญ่)

## 5.2 แผนการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non-probability sampling) คือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเลือกลูกค้าใหม่ที่นำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการ และชำระค่าบริการ ในโรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) ในช่วงวันที่ 20 ตุลาคม ถึง 30 พฤศจิกายน 2564 รวมทั้ง ตัวอย่างต้องสะดวกในการตอบแบบสอบถามจนครบตามจำนวน

## 5.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยทั้งนี้ในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ตอนที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ

## 5.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ศึกษาอิทธิพลของของเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ การศึกษานี้วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยค่าสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ การศึกษานี้วิเคราะห์ด้วยค่าสถิติ F-test (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากนั้น เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยแบบรายคู่ (Multiple comparison) ด้วยวิธี LSD

ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงปริมาณด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient; r) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

## 6. ผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในกลุ่มอายุ ต่ำกว่า 30ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพ

โสด และมีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 15,001-25,000 บาท การศึกษาข้อมูลคุณภาพการให้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ, รองลงมาคือ ความเชื่อถือไว้วางใจ, การรู้จักและเข้าใจลูกค้า, การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า, และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การตอบสนองต่อลูกค้า และการศึกษาข้อมูลการตัดสินใจใช้บริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การรับรู้ปัญหา, การประเมินทางเลือก, พฤติกรรมหลังการให้บริการ, การตัดสินใจใช้บริการ, และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การค้นหาข้อมูล

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มตัวอย่าง ด้วยค่า Levene's Test มีค่าเท่ากับ 4.17 ค่า  $p$  เท่ากับ 0.04 แสดงว่า ความแปรปรวนของทั้งสองกลุ่มไม่เท่ากัน พบว่า การตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) ระหว่างเพศชายและเพศหญิง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยที่การตัดสินใจของเพศชาย สูงกว่าเพศหญิง ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** การทดสอบสมมติฐานค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่: โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ชาย	130	4.74	0.29	3.07	0.002*
หญิง	170	4.63	0.37		

หมายเหตุ. \*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามอายุ พบว่า กลุ่มอายุต่างๆ มีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ของลูกค้าใหม่	ระหว่างกลุ่ม	0.72	2	0.36	3.15	0.04*
	ภายในกลุ่ม	34.07	297	0.12		
	รวม	34.79	299			

หมายเหตุ. \*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

นอกจากนี้ มีการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มอายุต่าง ๆ มีการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 30 – 39 ปี และกลุ่มอายุ 40 ปีขึ้นไป ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามอายุ

อายุ	Mean	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 39 ปี	40 ปีขึ้นไป
		4.63	4.71	4.74
ต่ำกว่า 30 ปี	4.63		0.88*	0.12*
30 – 39 ปี	4.71			0.28
40 ปีขึ้นไป	4.74			

หมายเหตุ. \*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ 0.05

ขณะที่ ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 4



ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามสถานภาพ

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ของลูกค้าใหม่	ระหว่างกลุ่ม	0.22	4	0.07	0.63	0.60 <sup>ns</sup>
	ภายในกลุ่ม	34.57	295	0.12		
	รวม	34.79	299			

หมายเหตุ: ns หมายถึง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตาม ระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ของลูกค้าใหม่	ระหว่างกลุ่ม	0.19	2	0.10	0.81	0.45 <sup>ns</sup>
	ภายในกลุ่ม	34.60	297	0.12		
	รวม	34.79	299			

หมายเหตุ: ns หมายถึง ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

และผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 6 ขณะที่ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า รายได้ต่อเดือนมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 7

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบความแตกต่างการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ของลูกค้าใหม่	ระหว่างกลุ่ม	0.63	6	0.11	0.91	0.49 <sup>ns</sup>
	ภายในกลุ่ม	34.16	293	0.12		
	รวม	34.79	299			

หมายเหตุ: ns หมายถึง ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 7 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ จำแนกตามรายได้

การตัดสินใจใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ของลูกค้าใหม่	ระหว่างกลุ่ม	0.29	3	0.10	0.82	0.48 <sup>ns</sup>
	ภายในกลุ่ม	34.50	296	0.12		
	รวม	34.79	299			

หมายเหตุ: ns หมายถึง ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ พบว่า คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ( $p < 0.01$ ) ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่อโรงพยาบาลสัตว์มีระดับคุณภาพการให้บริการสูงจะทำให้ลูกค้าใหม่ (New cases) ตัดสินใจใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์เพิ่มขึ้นร้อยละ 66.5 อย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่)

คุณภาพการให้บริการ	การตัดสินใจใช้บริการ	
	ค่าสหสัมพันธ์	.665
Sig.	0.000**	
ระดับความสัมพันธ์	สูง	

หมายเหตุ. \*\* มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ( $p < 0.01$ )

## 7. การอภิปรายผล

จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) พบว่า เพศที่ต่างกันส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการต่างกัน ผลการศึกษาวิจัยได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลศิริ ราษฎร์ศิริ, 2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการทดสอบสมมุติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ กลุ่มอายุต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wenjun Jiang (2018) พบว่า ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ของผู้บริโภคชาวจีนที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคชาวจีนในเขต กรุงเทพมหานคร และปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือน มีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิป พวงดี และพัชรหทัยจารุทวิผลบุญกุล, 2560) ได้ทำการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในเขตจังหวัดปทุมธานีไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการทดสอบสมมุติฐานคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าใหม่

โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 (สำนักงานใหญ่) พบว่า คุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ( $p \leq 0.01$ ) ซึ่งอธิบายได้ว่า เมื่อโรงพยาบาลสัตว์มีระดับคุณภาพการให้บริการสูงจะทำให้ลูกค้าใหม่ (New cases) ตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 66.5 อย่างมีนัยสำคัญยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุทธิวิมล คชรัตน์ (2563) ที่ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการโรงพยาบาลนายนอน จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยการตอบสนองต่อลูกค้า ปัจจัยความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ปัจจัยการให้ความ เชื่อมมั่นต่อลูกค้าและปัจจัยความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวรรณฯ พะสิราช (2562) ที่ได้ศึกษาคุณภาพการบริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 8. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ด้านที่ 1 จากผลการศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการ ผู้ประกอบการจะต้องมุ่งเน้นในเรื่องคุณภาพการให้บริการแก่บุคลากรภายใน โรงพยาบาล In-House Training และเพิ่มแผนฝึกอบรมภายนอกองค์กร Public Training เพิ่มตัวชี้วัด โดยขอรับรองคุณภาพจาก ISO 9001: 2515 ในส่วนผู้ปวยนอกและผู้ปวยใน หัวหน้างานผลักดันลูกน้องในแผนกให้รู้จักกระบวนการการทำงานที่ถูกต้องและตรวจสอบประเมินผลผลการทำงานอย่างต่อเนื่อง

ด้านที่ 2 จากผลการศึกษาเรื่องการลดระยะเวลาในการเข้าใช้บริการ ทำการเทียบเคียงค่ามาตรฐานเวลาในระหว่างการเข้ารับบริการ โดยใช้ KPIs เป็นตัวกำหนด, ดูจำนวนเคสว่าเพียงพอกับบุคลากร เมื่อทราบปัญหาทำการวิเคราะห์เพิ่ม Action plan, ให้ลูกค้าแอดไลน์เพื่อแจ้งประวัติการรักษาทางออนไลน์ก่อนมาใช้บริการ ทำการจองแพทย์ออนไลน์, อบรมสัตวแพทย์ให้รู้จักควบคุมบทสนทนาในห้องตรวจให้เหมาะสม

ด้านที่ 3 จากผลการศึกษาด้านการส่งเสริมการตลาด ทำ Google AdWords คือการซื้อโฆษณาให้ Website โรงพยาบาลสัตว์ขึ้นบน Search Engine ใน Google เพิ่ม Influencer ในการโปรโมท และติดตามเทคโนโลยีใหม่ๆอยู่เสมอเพื่อนำมาทำ Marketing

ด้านที่ 4 จากผลการศึกษาผู้ประกอบการจะต้องปรับในส่วนของการตอบสนองต่อกลุ่มประชากรศาสตร์ ด้านเพศและอายุ เช่น การจัดแคมเปญ โปรโมชัน หรือกิจกรรม ที่ตอบโจทย์และสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง เช่น กิจกรรมถ่ายภาพกับสัตว์เลี้ยงพร้อมติดแฮชแท็ก Facebook หรือ Instagram โรงพยาบาลสัตว์ สัตวแพทย์ 4 เพื่อลุ้นรับของรางวัล Gift voucher อาบน้ำตัดขนสัตว์เลี้ยงฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น

## บรรณานุกรม

กิตติศักดิ์ แสงทอง, บุปษชาติ แต่งเกลี้ยง, นภาพร เทพรักษา, พุทธิวิมล คลรัตน์ และศิริลักษณ์ หนูทอง.

(2020). ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารการบริหารท้องถิ่น*, 13(2), 171-184.

พุทธิวิมล คลรัตน์. (2563). ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการ โรงพยาบาลนาบอน จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารการบริหารท้องถิ่น*, 13 (2), 171-184.

ศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล. (18 สิงหาคม 2563). ตลาดไหนไม่โตแต่ตลาดธุรกิจสัตว์เลี้ยงโต. สืบค้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2564, จาก <https://www.thairath.co.th/business/market/1912957>

ศุภชาติ เอี่ยมรัตนกุล และวิมลศิริ ราษฎร์ศิริ. (2560). ปัจจัยและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 10(3), 413-429.

สุรัตน์ ติลาทวิวัฒน์. (2561). Pet Parent การเติบโตของธุรกิจสัตว์เลี้ยงจุดประกายความคิดธุรกิจ SME. *วารสารการบริหารท้องถิ่น*, 12(55): 2-2.

สุวรรณ พะสิราข. (2562). คุณภาพการบริการและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลดีบุก. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2 (2), 96-110.

อธิป พวงดี และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล. (2560) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสุนัขสำเร็จรูปของผู้เลี้ยงสุนัขในเขตจังหวัดปทุมธานี. วารสารการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 12. มหาวิทยาลัยรังสิต.

อารยา ผลสุวรรณ. (2561). เปิดร้านทั้งทีเปิดให้มีมาตรฐานของโรงพยาบาลสัตว์. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.readvpn.com/Topic/Info/3be6c872-1f47-459b-b9f7-8cf67754a27e>.

Wenjun Jiang. (2561). การศึกษาปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลคุณภาพการให้บริการและคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.