

ความคาดหวังของลูกค้าและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการของสถานพยาบาลสัตว์
ในเขตกรุงเทพมหานคร

ฉัตรชนก เกษดี และ ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

THE EFFECTS OF CUSTOMER'S EXPECTATIONS AND THE EFFECTIVENESS OF
SERVICE RECOVERY ON PET HOSPITAL IN BANGKOK

Chatchanok Katdee and Yupawan Vannavanit

Business Administration, Kasetsart University, Thailand

E-mail address: chatchanok.kj@gmail.com

วันที่รับบทความ (Received) 14 มีนาคม 2562

วันที่ได้รับบทความฉบับแก้ไข (Revised) 2 มิถุนายน 2563

วันที่ตอบรับบทความ (Accepted) 22 มีนาคม 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของลูกค้า และประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยได้รับบริการที่ผิดพลาดจากสถานพยาบาลสัตว์ ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 385 แห่ง จากผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพของการฟื้นฟูบริการ มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ โดยรวม แต่ในรายด้านพบว่า ด้านการรักษาลูกค้า ปัจจัยที่มีอิทธิพล ได้แก่ ความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการ ส่วนด้านความจงรักภักดี ปัจจัยที่มีอิทธิพล ได้แก่ ประสิทธิภาพของการฟื้นฟูบริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: การฟื้นฟูบริการ ความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการ ประสิทธิภาพของการฟื้นฟูบริการ

Abstract

The purposes of this research were to study customer's expectation and the effectiveness of service recovery affecting the service recovery outcomes of pet hospital in Bangkok. The Questionnaires were collected from 385 customers who had experienced service failures by the pet hospitals during one year ago. Finding reveal that, the effectiveness of service recovery was founds to affected the overall outcomes and customer loyalty. But customer's expectation and the effectiveness of service recovery were found to affected customer retention at a statistical significance level of 0.05.

Keywords: Service Recovery, Customers' Service Recovery Expectation, The Effectiveness of Service Recovery

บทนำ

ด้วยสภาพสังคมและวิถีชีวิตในประเทศไทยที่เปลี่ยนไป มีการขยายตัวของกลุ่มผู้สูงอายุ ลักษณะครอบครัวเดี่ยวและผู้อาศัยคนเดียวที่เพิ่มขึ้น ทำให้การเลี้ยงสัตว์เป็นที่นิยมมากขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562) การเลี้ยงสัตว์นอกจากจะช่วยให้คลายความเหงาแล้ว ยังสามารถช่วยลดความเครียดได้และด้วยพฤติกรรมของเจ้าของสัตว์เลี้ยงบางคนได้ให้ความสำคัญกับสัตว์เลี้ยงมาก ๆ เพราะมีความผูกพันจากการที่ได้ทำกิจกรรมร่วมกันและมีความรู้สึกรักเปรียบเสมือนคนในครอบครัว จึงทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงมีความเอาใจใส่ทั้งในเรื่องของอาหาร ที่อยู่อาศัยและการดูแลสุขภาพพรีกษาโรค ทำให้มีสถานพยาบาลสัตว์ขนาดเล็กที่เน้นการให้บริการด้านการรักษาเป็นหลัก ไปจนถึงสถานพยาบาลสัตว์ขนาดใหญ่ที่ให้บริการด้านต่าง ๆ ทั้งการรักษาโรค บริการเสริมอื่น ๆ เช่น บริการอาบน้ำตัดขน (Grooming) บริการโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง สระว่ายน้ำ บริการขายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Shop) เป็นต้น

การแข่งขันของสถานพยาบาลสัตว์ในประเทศไทยค่อนข้างสูง โดยในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นมีสถานพยาบาลสัตว์ที่กรมปศุสัตว์รับรอง ทั้งหมด 479 แห่ง (กรมปศุสัตว์, 2561) ดังนั้นทำให้เจ้าของสัตว์มีทางเลือกที่จะใช้บริการสถานพยาบาลสัตว์ได้หลากหลายตามความต้องการ ทำให้ในธุรกิจสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครต้องพยายามนำเสนอบริการที่ดีมีมาตรฐานแก่ลูกค้า แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้สำหรับในธุรกิจบริการต่าง ๆ นั่นคือ บริการที่ผิดพลาด ทั้งที่เกิดจากความผิดพลาดของบุคลากร ขั้นตอนการปฏิบัติงาน และความไม่สมดุลของข้อมูลส่งผลให้เกิดความไม่เข้าใจ และสร้างความไม่พึงพอใจในบริการ (เมสิณี วิสิฐนรภัทร, 2561) เป็นผลให้เกิดการบอกต่อในเชิงลบ ทำให้สถานพยาบาลสัตว์จัดการผลกระทบได้ยาก ซึ่งการบอกต่อในเชิงลบของลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจากการได้รับบริการที่ผิดพลาด ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของสถานพยาบาลสัตว์ไม่ดี มีผลให้เกิดการสูญเสียลูกค้าเดิมไป และเสียโอกาสในการสร้างลูกค้าใหม่ในอนาคตด้วยเช่นกัน ดังนั้นสถานพยาบาลสัตว์ต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องทำการฟื้นฟูบริการ ซึ่งเป็นแนวทางที่สถานพยาบาลสัตว์ใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากบริการที่ผิดพลาด (Wirtz and Lovelock, 2016) เพื่อทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการรักษาลูกค้าและกลับมาใช้บริการของสถานพยาบาลสัตว์ต่อไป ซึ่งการจะฟื้นฟูบริการที่ผิดพลาดให้สำเร็จแล้วเกิดผลลัพธ์ดังกล่าวนั้น นอกจากจะเป็นผลมาจากประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการแล้ว ความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการก็มีผลด้วยเช่นกัน (Hess, Ganesan and Klein, 2003) ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาความคาดหวังของลูกค้าและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ ได้แก่ การรักษาลูกค้าและความจงรักภักดีของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการ ที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตกรุงเทพมหานคร

การฟื้นฟูบริการ

การฟื้นฟูบริการ (Service Recovery) หมายถึง กระบวนการและแนวทางที่ผู้ให้บริการหรือธุรกิจบริการใช้ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากบริการที่ผิดพลาด (Wirtz and Lovelock, 2016) และทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น สามารถรักษาลูกค้าให้มีความตั้งใจกลับมาใช้บริการต่อไป ลดโอกาสในการเกิดพฤติกรรมในเชิงลบได้

ความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการ

ความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการ (Customers' Service Recovery Expectations) หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการได้รับการแก้ไขปัญหาจากบริการที่ผิดพลาด (Hess *et al.*, 2003) หากสิ่งที่ได้รับนั้นมากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่คาดหวัง จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจากการฟื้นฟูบริการ

Lewis and Spyropoulos (2001) ได้นำเสนอประเภทของความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการ ประกอบไปด้วย

1. การได้รับการขอโทษ (Apology) จากผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้าได้รับบริการที่ผิดพลาด และเกิดความไม่พึงพอใจ
2. การได้รับค่าชดเชยต่อความเสียหายอย่างเป็นธรรม (Fair Fix) โดยมีความหมายรวมถึงเสียหายที่เกิดขึ้นต่อร่างกาย จิตใจ ทรัพย์สินและเวลา
3. การได้รับการดูแลอย่างเอาใจใส่ (Treat and Care) การรับฟังปัญหาของลูกค้าด้วยความเข้าใจ และแจ้งถึงวิธีการที่ธุรกิจใช้แก้ไขปัญหาที่เกิดจากบริการที่ผิดพลาด
4. การได้รับสิ่งชดเชยที่มีมูลค่าเพิ่มเติม (Value-added Atonement) เพื่อชดเชยต่อความรู้สึกของลูกค้าที่ได้รับบริการที่ผิดพลาด เช่น การได้รับส่วนลดสำหรับใช้บริการในครั้งถัดไป หรือได้รับกระเช้าสินค้าเพื่อแสดงคำขอโทษจากบริษัท เป็นต้น

จากสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจะได้รับจากการฟื้นฟูบริการ สามารถสรุปได้เป็น 2 ด้านดังนี้ (Miller, Craighead and Karwan, 2000)

1. ด้านจิตใจ (Psychological) ซึ่งลูกค้าคาดหวังจะได้รับการขอโทษ การดูแลอย่างเอาใจใส่ และการรับฟังปัญหาจากลูกค้าด้วยความเข้าใจ

2. ด้านรูปธรรม (Tangible) ซึ่งลูกค้าคาดหวังจะได้รับค่าชดเชยต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อร่างกาย จิตใจ ทรัพย์สินและเวลา รวมไปถึงการเสนอสิ่งที่มีมูลค่าเพิ่มเติม

ประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการ

ประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการ (The Effectiveness of Service Recovery) หมายถึง วิธีการ ประเมินผลการฟื้นฟูบริการ โดยลูกค้าที่ได้รับการฟื้นฟูบริการ (Weun, Beatty and Jones, 2004) ออกมา เป็นความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้น ซึ่งลูกค้าจะประเมินผลการฟื้นฟูบริการผ่านแนวคิดการรับรู้ความยุติธรรม (Perceived Justice) โดยจะเทียบความรู้สึกที่ได้รับจากบริการที่ผิดพลาดกับสิ่งที่ได้รับจากวิธีการฟื้นฟูบริการ ว่ามีความเท่าเทียมและเป็นธรรมมากน้อยเพียงใดจะพิจารณาใน 4 มิติ (Ambrose, Hess and Ganesan, 2007) ประกอบไปด้วย

1. การรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทน (Distributive Justice) คือ การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับ ความเท่าเทียมของผลตอบแทนในรูปธรรมที่ได้รับจากการฟื้นฟูบริการโดยผู้ให้บริการ
2. การรับรู้ความยุติธรรมด้านกระบวนการ (Procedural Justice) คือ การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับ ความเท่าเทียมของนโยบาย ขั้นตอนปฏิบัติงานของธุรกิจที่ใช้ในการฟื้นฟูบริการ
3. การรับรู้ความยุติธรรมด้านปฏิสัมพันธ์ (Interactional Justice) คือ การรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับ ความเท่าเทียมของการได้รับการดูแลส่วนบุคคลจากพนักงาน ด้วยความสุจริตจริงใจ
4. การรับรู้ความยุติธรรมด้านข้อมูลข่าวสาร (Informational Justice) คือ การรับรู้ของลูกค้า เกี่ยวกับการให้ข้อมูลที่เป็นจริงเกี่ยวกับสาเหตุของความผิดพลาดที่เกิดขึ้นอย่างสมเหตุสมผล รวมไปถึงการแจ้ง ข้อมูลต่าง ๆ และติดตามผลกับลูกค้าตลอดกระบวนการฟื้นฟูบริการ

ผลลัพธ์จากการฟื้นฟูบริการ

ผลลัพธ์จากการฟื้นฟูบริการ (Service Recovery Outcomes) หมายถึง ความสำเร็จในการฟื้นฟู บริการ โดยลูกค้ามีความรู้สึกพึงพอใจเพิ่มขึ้น (Lewis and McCann, 2004) และส่งผลให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อ ธุรกิจ ได้แก่ การรักษาลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้า

การรักษาลูกค้า (Customer Retention) คือ การที่ลูกค้ามีความรู้สึกพึงพอใจจากการได้รับการฟื้นฟู บริการ แล้วตัดสินใจว่าจะยังคงใช้บริการกับธุรกิจบริการนี้ต่อไป (Kwon and Kim, 2012)

ความจงรักภักดี (Loyalty) คือ ความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจบริการใดธุรกิจหนึ่งมากกว่าคู่แข่ง รายอื่น ๆ ทั้งในเชิงพฤติกรรม และเชิงทัศนคติ (ฉัตยาพร เสมอใจ, ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ และ วัชรพงษ์ พณิต อารัง, 2561)

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังของลูกค้าและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการของสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังของลูกค้าและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการ มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์

1.1 ความคาดหวังของลูกค้าด้านจิตใจ ด้านรูปธรรมและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการในการรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทน ด้านกระบวนการ ด้านปฏิสัมพันธ์และด้านข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังของลูกค้าและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการ มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ ด้านการรักษาลูกค้า

2.1 ความคาดหวังของลูกค้าด้านจิตใจ ด้านรูปธรรมและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการในการรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทน ด้านกระบวนการ ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ ด้านการรักษาลูกค้า

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังของลูกค้าและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการ มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ ด้านความจงรักภักดี

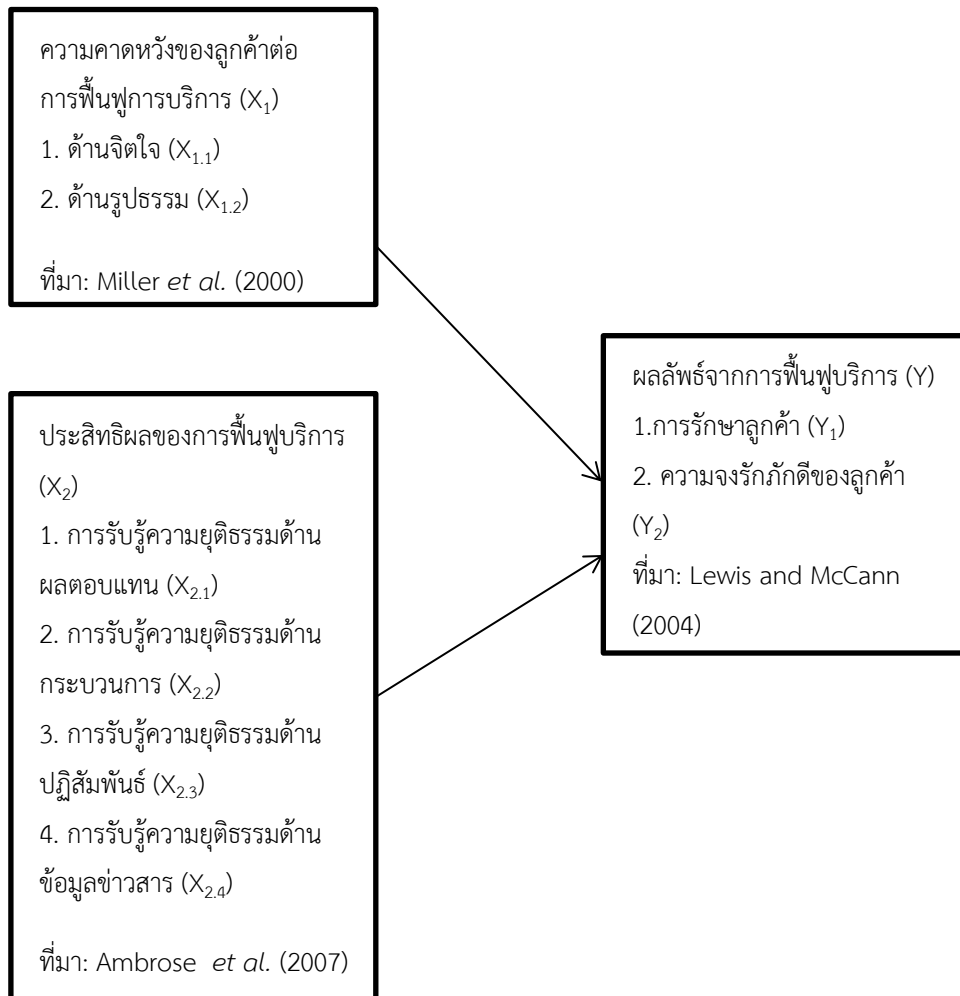
3.1 ความคาดหวังของลูกค้าด้านจิตใจ ด้านรูปธรรมและประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการในการรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทน ด้านกระบวนการ ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านข้อมูลข่าวสาร มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ ด้านความจงรักภักดี

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เคยได้รับบริการที่ผลิตผลจากสถานพยาบาลสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างทำการสุ่มจากประชากร โดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1977) ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 ตัวอย่าง

2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) โดยเลือกเขตจากเขตที่มีสถานพยาบาลสัตว์ที่ได้รับรองจากกรมปศุสัตว์มากที่สุดและสถานพยาบาลสัตว์แต่ละแห่งมีขั้นตอนปฏิบัติเกี่ยวกับการฟื้นฟูบริการที่ผลิตผล หลังจากนั้นทำการแจกแบบสอบถามในแต่ละแห่ง ในจำนวนเท่า ๆ กัน จำนวน 17 ชุด ซึ่งจะเลือกแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความเต็มใจให้ข้อมูล โดยมี

การใช้คำถามคัดกรองเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เคยได้รับบริการที่ผลิตพลาตจากสถานพยาบาลสัตว์ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา โดยมีรายละเอียดของวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดของวิธีการสุ่มตัวอย่าง

เขต	จำนวนสถานพยาบาลสัตว์ที่มี	จำนวนสถานพยาบาลสัตว์ที่เลือก	จำนวนแบบสอบถามที่แจก
วังทองหลาง	8	4	68
บางเขน	7	4	68
บางแค	6	3	51
บึงกุ่ม	6	3	51
วัฒนา	6	3	51
บางกะปิ	5	2	34
ประเวศ	5	2	34
สวนหลวง	5	2	34
รวม	48	23	391

ที่มา: กรมปศุสัตว์ (2561)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยพัฒนาและดัดแปลงมาจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดของบริษัท สถานพยาบาลสัตว์เอกชนแห่งหนึ่ง ทางผู้วิจัยนำไปตรวจสอบหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC : Index of Item Objective Congruence) โดยผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบ ทั้งหมด 3 ท่าน ได้แก่ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดของบริษัท สถานพยาบาลสัตว์เอกชนแห่งหนึ่งและสัตวแพทย์ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.95

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้สัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งหมด 391 ชุด แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง เหลือทั้งสิ้น 385 ชุด แล้วจึงนำข้อมูลตัวแปร X_1 , X_2 และ Y มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลจากตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมาวิเคราะห์ต่อ โดยใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน การวิจัยทั้งหมด 3 สมมติฐาน โดยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อสรุปการวิจัย สามารถนำเสนอได้ดังนี้

1. ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จากจำนวน 385 คน เป็นเพศหญิงมากที่สุด ช่วงอายุที่มีจำนวนมากที่สุด คือ อายุ 51-60 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 45,000 บาทขึ้นไป โดยประเภทของสัตว์เลี้ยงที่นำมาใช้ บริการ คือ สุนัข มีจำนวนมากที่สุด ส่วนด้านระยะเวลาที่เคยใช้บริการของกลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุด คือ ไม่เกิน 6 เดือนและประเภทของบริการที่ผิดพลาดที่พบมากที่สุด คือ ด้านบริการหลักของทางสถานพยาบาลสัตว์ รองลงมา คือ ด้านการตอบสนองต่อการร้องขอเพิ่มเติมและด้านความพร้อมของบุคลากร

2. ความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการ วิเคราะห์จากการใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคาดหวังต่อการฟื้นฟูบริการ โดยรวมในระดับมาก สำหรับในรายด้าน พบว่า

2.1 ด้านจิตใจ มีระดับความคาดหวังในระดับมากที่สุด โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคาดหวังมากที่สุด ได้แก่ การได้รับการขอโทษ การได้รับการเอาใจใส่และจริงใจ การรับฟังปัญหาอย่างตั้งใจและเข้าใจในปัญหาอย่างแท้จริง

2.2 ด้านรูปธรรม มีระดับความคาดหวังในระดับมาก โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคาดหวังมากที่สุดในด้านรูปธรรม ได้แก่ การแจ้งขั้นตอนการแก้ไขปัญหาจากบริการที่ผิดพลาดและการแจ้งสาเหตุของความผิดพลาดที่แท้จริงอย่างสมเหตุสมผลและการแจ้งวิธีป้องกันความผิดพลาดในอนาคต

3. ประสิทธิภาพของการฟื้นฟูบริการ วิเคราะห์จากการใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมาก ในประสิทธิภาพของการฟื้นฟูบริการ โดยรวม สำหรับในรายด้าน พบว่า

3.1 การรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทน มีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นปานกลาง โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมาก ได้แก่ การได้รับการชดเชยและดูแลให้ได้รับความสะดวกสบายตลอดการเข้ารับบริการ

3.2 การรับรู้ความยุติธรรมด้านกระบวนการ มีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมาก โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมาก ได้แก่ ความสามารถในการจัดการปัญหาที่เกิดจากบริการที่ผิดพลาด การใช้เวลาในการแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม วิธีการที่ใช้เหมาะสม มีนโยบายเพื่อใช้จัดการกับปัญหาจากบริการที่ผิดพลาดอย่างชัดเจนและเป็นธรรม

3.3 การรับรู้ความยุติธรรมด้านปฏิสัมพันธ์ มีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมาก โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมาก ได้แก่ การกล่าวขอโทษอย่างจริงใจ การดูแลด้วยความเป็นมิตรและจริงใจ การสื่อสารและแสดงออกด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ให้ความสนใจในการรับฟังปัญหาและเข้าใจถึงปัญหาอย่างแท้จริง

3.4 การรับรู้ความยุติธรรมด้านข้อมูลข่าวสาร มีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมาก โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมาก ได้แก่ การแจ้งขั้นตอนปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหา การแจ้งข้อมูลในระหว่างขั้นตอนการแก้ไข และติดตามผลอย่างสม่ำเสมอและการสื่อสารอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา

4. ผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ วิเคราะห์จากการใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นโดยรวม ที่ระดับเห็นด้วยมาก สำหรับในรายด้าน พบว่า

4.1 ด้านการรักษาลูกค้า มีระดับความคิดเห็นที่ระดับเห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่าง ให้ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ จะนำสัตว์เลี้ยงกลับมาใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์อีกและมีความมั่นใจว่าทางสถานพยาบาลสัตว์จะสามารถดูแลสัตว์เลี้ยงของท่านได้ดีต่อไป

4.2 ด้านความจงรักภักดี มีระดับความคิดเห็นที่ระดับเห็นด้วยมาก โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่าง ให้ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก ได้แก่ การนำสัตว์เลี้ยงมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ มีความรู้สึกผูกพันกับสถานพยาบาลสัตว์ การนึกถึงสถานพยาบาลสัตว์แห่งนี้เป็นที่แรกเมื่อมีความต้องการจะใช้บริการและการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ

5. การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สามารถสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พบว่า ประสิทธิภาพของการฟื้นฟูบริการ มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ โดยรวมและในสมมติฐานย่อยที่ 1.1 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ความยุติธรรมด้านปฏิสัมพันธ์ ความคาดหวังของลูกค้าด้านรูปธรรม การรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทนและความคาดหวังของลูกค้าด้านจิตใจ ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการและประสิทธิภาพของการฟื้นฟูบริการ มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์สถานพยาบาลสัตว์ ด้านการรักษาลูกค้า โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพของการฟื้นฟูบริการ รองลงมา เป็นความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการ ในสมมติฐานย่อยที่ 2.1 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ความยุติธรรมด้านปฏิสัมพันธ์ ความคาดหวังของลูกค้าด้านรูปธรรม การรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทนและความคาดหวังของลูกค้าด้านจิตใจ ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 3 ประสิทธิภาพของการฟื้นฟูบริการ มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ ด้านความจงรักภักดี ในสมมติฐานย่อยที่ 3.1 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ความยุติธรรมด้านปฏิสัมพันธ์ การรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทน ความคาดหวังของลูกค้าด้านรูปธรรมและความคาดหวังของลูกค้าด้านจิตใจ ตามลำดับ

ผู้วิจัยแสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) จากการทดสอบสมมติฐานทั้งหมด 3 สมมติฐาน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัย	ผลลัพธ์ของ สถานพยาบาลสัตว์ โดยรวม (Y)	ผลลัพธ์ของ สถานพยาบาลสัตว์ด้าน การรักษาลูกค้า (Y ₁)	ผลลัพธ์ของ สถานพยาบาลสัตว์ ด้านความจงรักภักดี (Y ₂)
ความคาดหวังของลูกค้าต่อ การฟื้นฟูบริการ (X ₁)	0.086	0.098*	0.068
ด้านจิตใจ (X _{1.1})	-0.144*	-0.129*	-0.147*
ด้านรูปธรรม (X _{1.2})	0.224*	0.224*	0.206*
ประสิทธิผลของการฟื้นฟู บริการ (X ₂)	0.453*	0.447*	0.423*
การรับรู้ความยุติธรรมด้าน ผลตอบแทน (X _{2.1})	0.203*	0.178*	0.211*
การรับรู้ความยุติธรรมด้าน กระบวนการ (X _{2.2})	0.016	-0.025	0.055
การรับรู้ความยุติธรรมด้าน ปฏิสัมพันธ์ (X _{2.3})	0.370*	0.351*	0.360*
การรับรู้ความยุติธรรมด้าน ข้อมูลข่าวสาร (X _{2.4})	-0.071	0.007	-0.142

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประเภทของบริการที่ผิดพลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับ ส่วนใหญ่ คือ ระยะเวลาเวลาในการรอเพื่อใช้บริการนาน ของประเภทของบริการที่ผิดพลาดทั้งหมด แต่ในด้านที่มีจำนวนน้อย เช่น ห้องพักฟื้นสำหรับสัตว์เลี้ยงไม่สะอาด หรือบริการอาบน้ำตัดขน เป็นต้น อาจเกิดจากที่ผู้ตอบแบบสอบถามบางรายไม่เคยใช้บริการในส่วนนี้ ทำให้ไม่พบบริการที่ผิดพลาดดังกล่าวและสถานพยาบาลสัตว์บางแห่ง ไม่ได้มีบริการดังกล่าว ทำให้ไม่พบบริการที่ผิดพลาดในส่วนนี้

2. จากการศึกษาผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลลัพธ์จากการฟื้นฟูบริการในด้านการรักษาลูกค้าและด้านความจงรักภักดี ในระดับเห็นด้วยมาก ซึ่งจากผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การฟื้นฟูบริการของสถานพยาบาลสัตว์นั้น ช่วยให้กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการที่สถานพยาบาลสัตว์อีกและจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ จึงกล่าวได้ว่า การฟื้นฟูบริการเป็นการรักษาลูกค้าและสร้างความจงรักภักดีให้แก่สถานพยาบาลสัตว์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย

ต่าง ๆ ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการฟื้นฟูบริการของ Miller *et al.* (2000) และ Komunda and Osarenkhoe (2012) ว่าการฟื้นฟูบริการจะช่วยให้เกิดการรักษาลูกค้าและความจงรักภักดีให้แก่บริษัทได้

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน ในกรณีที่ไม่มีสอดคล้องเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการ ที่ไม่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์จากการฟื้นฟูบริการของสถานพยาบาลสัตว์ โดยรวม เนื่องจากความคาดหวังของลูกค้าแต่ละรายจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับระดับความรุนแรงของความผิดพลาดของบริการ ความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีต่อสถานพยาบาลสัตว์ในแต่ละที่และการรับรู้คุณภาพบริการ ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ ไม่ได้ทำการศึกษาและควบคุมในส่วนนี้ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดในการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นไปตามการศึกษาของ Hess *et al.* (2003) และ Jha and Balaji (2015) ที่ได้ผลการศึกษาดังกล่าว ความสัมพันธ์ของลูกค้าที่มีต่อบริษัท การรับรู้คุณภาพบริการ มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการ โดยลูกค้าที่มีความสัมพันธ์และความจงรักภักดีต่อบริษัทก่อนได้รับบริการที่ผิดพลาดที่สูง จะเกิดความคาดหวังต่อการได้รับการฟื้นฟูบริการสูงตามไปด้วยและด้วยความคาดหวังที่สูงมาก จะทำให้ประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการลดลง ส่งผลให้ความพึงพอใจน้อยจนทำให้รักษาลูกค้าไว้ได้ยาก ส่วนปัจจัยด้านประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ambrose *et al.* (2007) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแบบของการรับรู้ความยุติธรรมใน 4 มิติ ได้แก่ ด้านผลตอบแทน ด้านกระบวนการ ด้านปฏิสัมพันธ์และด้านข้อมูลข่าวสาร นั้นมีผลต่อความพึงพอใจ แล้วความพึงพอใจจะส่งผลต่อพฤติกรรมที่ดี เช่น การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ คือ Jung and Seock (2017) ที่พบว่า การรับรู้ความยุติธรรมใน 3 มิติ ได้แก่ ด้านผลตอบแทน ด้านกระบวนการและด้านปฏิสัมพันธ์ โดยศึกษากับผู้ที่ใช้บริการเว็บไซต์เพื่อซื้อสินค้าทางออนไลน์ แต่ในกรณีของผลการศึกษางานวิจัยนี้ ที่มีผลไม่สอดคล้องกับงานวิจัยข้างต้น ได้แก่ การรับรู้ความยุติธรรมด้านกระบวนการและด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างในด้านทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา เนื่องจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะทำการศึกษาที่ต่างประเทศ ทำให้มีความแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่ในประเทศไทย นอกจากนี้อาจจะมีอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ทางผู้วิจัยไม่ได้นำมาศึกษา ร่วมในการงานวิจัยนี้ด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับความคาดหวังของลูกค้าต่อการฟื้นฟูบริการด้านจิตใจ จากการวิเคราะห์การตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ได้ให้คะแนนความคาดหวังในด้านนี้ที่ระดับมากที่สุด ดังนั้น ทางผู้บริหารสถานพยาบาลสัตว์ควรให้ความสำคัญในมาตรฐานการบริการ การฝึกอบรมกับเจ้าหน้าที่ให้มีขั้นตอนปฏิบัติงาน ทักษะการปฏิบัติงาน การรับมือกับความผิดพลาดในบริการอย่างมีมาตรฐานในทุกระดับปฏิบัติการ ถ้าหากขาดตกบกพร่องในส่วนนี้ไปจะทำให้ลูกค้าที่ได้รับบริการที่ผิดพลาดมีความรู้สึกไม่พึงพอใจมากยิ่งขึ้นและส่งผลให้ฟื้นฟูบริการได้ยากขึ้นด้วย ส่วนในด้านรูปธรรมควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการตอบสนองกับลูกค้าเมื่อมีการที่ผิดพลาด จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ได้ให้คะแนนความคาดหวังในด้านนี้ที่ระดับมาก ในประเด็นของการแจ้งสาเหตุของความผิดพลาด ขั้นตอนการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากบริการที่

ผิดพลาด และมีวิธีการป้องกันความผิดพลาดในอนาคต ดังนั้น ทางสถานพยาบาลต้องเตรียมนโยบายและกลยุทธ์ไว้สำหรับจัดการและรับมือกับบริการที่ผิดพลาดในด้านรูปธรรมไว้ด้วย

2. ด้านประสิทธิผลของการฟื้นฟูบริการ เนื่องจากผลการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความยุติธรรมด้านผลตอบแทนและด้านปฏิสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของสถานพยาบาลสัตว์ ดังนั้น การจะฟื้นฟูบริการกับลูกค้าที่ได้รับบริการที่ผิดพลาด ให้มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการต่อไป และเกิดความจงรักภักดี ทางผู้บริหารสถานพยาบาลสัตว์ต้องมีการวางกลยุทธ์สำหรับการชดเชยต่อความเสียหาย การแสดงความขอโทษต่อลูกค้า รวมไปถึงการมีมาตรฐานการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ให้มีความสุภาพ อ่อนน้อม แสดงความเป็นมิตรและดูแลให้ได้รับความสะดวกสบายตลอดการเข้าใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. เนื่องจากข้อจำกัดของผู้วิจัยในด้านกลุ่มตัวอย่างและระยะเวลา ทำให้ต้องเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยได้รับบริการที่ผิดพลาดจากสถานพยาบาลสัตว์ทั้งหมด ในเขตกรุงเทพมหานคร แต่การศึกษาความคาดหวังของลูกค้า ควรจะศึกษาไปที่แต่ละบริษัท เพราะสถานพยาบาลสัตว์แต่ละที่มีมาตรฐานการบริการ บุคลากร เครื่องมือ สถานที่และชื่อเสียงแตกต่างกัน ซึ่งมีผลให้ระดับความคาดหวังของลูกค้าในเบื้องต้นไม่เท่ากัน จะทำให้ได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ดำเนินงานของบริษัทในแต่ละที่ได้ดีกว่า

2. ควรศึกษาไปที่ธุรกิจบริการอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบผลการวิจัย เนื่องจากในงานวิจัยนี้ศึกษาที่ธุรกิจสถานพยาบาลสัตว์ ซึ่งจะมีความแตกต่างจากธุรกิจบริการอื่น ๆ ทั้งในด้านความต้องการ ความคาดหวังและวิธีการดำเนินของธุรกิจ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและเหมาะสมในแต่ละธุรกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กรมปศุสัตว์. (2561). **สถานพยาบาลสัตว์ที่กรมปศุสัตว์รับรอง**. (Online). สืบค้นเมื่อ 30 กรกฎาคม 2561. จาก www.dcontrol.dld.go.th.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). **ธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยง**. (Online). สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2562. จาก www.dbd.go.th.
- ฉัตยาพร เสมอใจ, ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ และ วัชรพงษ์ พินิตธารง. (2561). วิธีเปลี่ยนความผิดพลาดในการบริการเป็นความภักดี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์**. 3(3), 1-13.
- เมสินี วิสิฐนรภัทร. (2561). **ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดบริษัท สถานพยาบาลสัตว์ทองหล่อ จำกัด**. สัมภาษณ์, 26 กันยายน 2561
- Ambrose, M., Hess, R. L., and Ganesan, S. (2007). The relationship between justice and attitudes: An examination of justice effects on event and system-related attitudes. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 103(1), 21-36.

- Cochran, W. G. (1997). **Sampling Techniques**. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Hess, R. L., Ganesan, S., and Klein, N. M. (2003). Service failure and recovery: The impact of relationship factors on customer satisfaction. **Journal of the academy of marketing science**, 31(2), 127.
- Jha, S. and Balaji, M. S. (2015). Perceived justice and recovery satisfaction: the moderating role of customer-perceived quality. **Management & Marketing**, 10(2), 132-147.
- Jung, N. Y. and Seock, Y. K. (2017). Effect of service recovery on customers' perceived justice, satisfaction, and word-of-mouth intentions on online shopping websites. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 37, 23-30.
- Komunda, M. and Osarenkhoe, A. (2012). Remedy or cure for service failure? Effects of service recovery on customer satisfaction and loyalty. **Business Process Management Journal**, 18(1), 82-103.
- Kwon, K. and Kim, C. (2012). How to design personalization in a context of customer retention: Who personalizes what and to what extent?. **Electronic Commerce Research and Applications**, 11(2), 101-116.
- Lewis, B. R. and McCann, P. (2004). Service failure and recovery: evidence from the hotel industry. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 16(1), 6-17.
- Lewis, B. R. and Spyropoulos, S. (2001). Service failures and recovery in retail banking: the customers' perspective. **International Journal of Bank Marketing**, 19(1), 37-48.
- Miller, J. L., Craighead, C. W., and Karwan, K. R. (2000). Service recovery: a framework and empirical investigation. **Journal of operations Management**, 18(4), 387-400.
- Weun, S., Beatty, S. E., and Jones, M. A. (2004). The impact of service failure severity on service recovery evaluations and post-recovery relationships. **Journal of Services Marketing**, 18(2), 133-146.
- Wirtz, J. and Lovelock, C. (2016). **Services marketing : people, technology, strategy**. 18thed. New Jersey: World Scientific Publishing Co. Inc.