

ความสามารถในการเข้าถึง และความต้องการของลูกค้า
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัขในระดับเมือง :
กรณีศึกษา โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (สาขาพระราม 9)

ACCESSIBILITY AND CUSTOMER'S NEEDS TOWARD URBAN
DOG FACILITIES : A CASE STUDY OF THONGLOR PET HOSPITAL
(RAMA IX)



พลสิทธิ์ สงวนดิสกุล

POLASIT SANGUANDISAKUL

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2568

KMITL-2025-AR-M-001-028

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ACCESSIBILITY AND CUSTOMER'S NEEDS TOWARD URBAN
DOG FACILITIES : A CASE STUDY OF THONGLOR PET HOSPITAL
(RAMA IX)



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF URBAN AND REGIONAL PLANNING IN URBAN AND ENVIRONMENT PLANNING
SCHOOL OF ARCHITECTURE, ART, AND DESIGN
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2025

KMITL-2025-AR-M-001-028

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2025

SCHOOL OF ARCHITECTURE, ART, AND DESIGN

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความสามารถในการเข้าถึง และความต้องการของลูกค้า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัขในระดับเมือง : กรณีศึกษา โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (สาขาพระราม 9)
นักศึกษา	นายพลสิทธิ์ สงวนดิสกุล
รหัสประจำตัว	64602071
ปริญญา	การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม
พ.ศ.	2568
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร.ประพัทธ์พงษ์ อุปลา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากร พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข (2) เพื่อศึกษามาตรฐานระดับสากลของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขที่ส่งเสริมการเข้าถึงของผู้ใช้งาน (3) เพื่อศึกษาปัญหา ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ ของสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข (4) เพื่อเสนอแนะแนวทางและรูปแบบการพัฒนาสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขทั้งในด้านคุณภาพและการกระจายตัวเชิงพื้นที่ โดยใช้โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 เป็นพื้นที่กรณีศึกษา การวิจัยนี้ใช้วิธีสำรวจโดยแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) กับผู้ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 และนำข้อมูลที่ได้อมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (t-test) และค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.80) มีอายุเฉลี่ย 38 ปี (ร้อยละ 49.30) รายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 15,000–40,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 78.30) เลี้ยงสุนัขขนาดเล็ก จำนวนสุนัขเฉลี่ยที่เลี้ยงคือ 3 ตัว และอาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยว (ร้อยละ 59.00) พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีความถี่ในการใช้บริการเฉลี่ย 2–4 ครั้งต่อเดือน โดยบริการที่มีการใช้มากที่สุดคือ บริการตรวจรักษา (ร้อยละ 93.80) สินค้าและอาหารสุนัข (ร้อยละ 62.50) และบริการอาบน้ำตัดขน (ร้อยละ 55.00) นอกจากนี้ยังพบว่า บริการที่ผู้ทำแบบสอบถามขาดแคลนบริเวณใกล้ที่พักอาศัยมากที่สุดคือ การตรวจรักษา (ร้อยละ 48.80) เหตุผลสำคัญในการเลือกใช้บริการของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ ได้แก่ เครื่องมือครบและทันสมัย (ร้อยละ 70.50) มีบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ (ร้อยละ 64.80) มีบริการครบวงจร (ร้อยละ 55.80) ด้านปัญหาและอุปสรรคที่พบในการใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่ไปยังประโยชน์อื่นใดเป็นการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่ในระดับปานกลางถึงสูง โดยเฉพาะปัญหาเกี่ยวกับอัตราค่าบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30 ปัญหา
ด้านที่จอตลอดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 และปัญหาทางเดินรถภายในพื้นที่บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.08
ในขณะที่ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง แต่ที่พึงพอใจน้อยที่สุดได้แก่ ความสะดวก
ในการจอดรถภายในพื้นที่บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.43 ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่
3.40 และอัตราค่าบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.23 ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาและอุปสรรค สุดท้าย
ความต้องการสูงสุดคือการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 รองลงมาคือบริการตรวจ
รักษามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 และเครื่องมือ อุปกรณ์ วิธีการที่ทันสมัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 ซึ่งเป็น
ความต้องการที่มีแนวโน้มให้มีบริการที่ครบวงจร และมีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านการ
การตรวจรักษาแบบเฉพาะทาง รวมถึงบริการอื่นๆ เช่น รับฝากเลี้ยง สระว่ายน้ำสำหรับสุนัข Pet Taxi
และบริการให้คำปรึกษาทางไกล นอกจากนี้ การกำหนดพื้นที่ครอบคลุมบริการ (Catchment Area)
ที่เหมาะสมก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้มาใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ในเวลาไม่เกิน 30 นาที และสามารถ
รองรับผู้ที่มาใช้บริการได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังช่วยลดปัญหาการเข้าถึงบริการที่ไม่สม่ำเสมอในระยะยาว
โดยสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนานโยบายเชิงพื้นที่ การกำหนดนโยบายสาธารณะ และ
แนวทางในการบริหารจัดการของสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข โดยเน้น
การสร้างศูนย์บริการที่ครบวงจรและทันสมัย ในตำแหน่งที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีมาตรฐาน
เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึง และตอบสนองต่อความต้องการของผู้เลี้ยงสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis	Accessibility and Customer's Needs Toward Urban Dog Facilities : A case Study of Thonglor Pet Hospital (Rama IX)
Student	Mr.Polasit Sanguandisakul
Student ID	64602071
Degree	Master of Urban and Regional Planning
Program	Urban and Environmental Planning
Year	2025
Thesis Advisor	Associate Professor Prapatpong Upala (Ph.D.)

ABSTRACT

This research aimed to (1) examine the demographic characteristics and behaviors of users of dog care facilities; (2) study international standards of dog care facilities that promote user accessibility; (3) investigate problems, satisfaction levels, and user needs concerning various aspects of dog care facilities; and (4) propose guidelines and models for improving both the quality and spatial distribution of such facilities. Thonglor Pet Hospital, Rama 9 branch, was selected as the case study area. The study employed a survey method using 400 systematically sampled questionnaires distributed to customers of Thonglor Pet Hospital, Rama 9 branch. Data were analyzed using descriptive and inferential statistics, including percentages, means, standard deviations, t-tests, and correlation coefficients. The majority of respondents were female (58.80%), with an average age of 38 years (49.30%), and a monthly income ranging from 15,000 to 40,000 THB (78.30%). Most owned small dogs, with an average of three dogs per household, and lived in detached houses (59.00%). On average, respondents visited the facility 2–4 times per month. The most frequently used services were medical treatment (93.80%), dog food and products (62.50%), and grooming services (55.00%). The most lacking services near respondents' residences were medical treatment facilities (48.80%). Key reasons for choosing Thonglor Pet Hospital included its modern and comprehensive medical equipment (70.50%),

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

availability of desired services and facilities (64.80%), and its integrated service offerings (55.80%). Problems encountered in using the services were at moderate to high levels, especially concerning service fees (mean = 3.30), parking (mean = 3.12), and internal traffic circulation (mean = 3.08). Overall satisfaction was at a moderate to high level, with the lowest satisfaction found in parking convenience (mean = 3.43), internal traffic circulation (mean = 3.40), and service fees (mean = 3.23), which corresponded to the main problems identified. The highest user need was for 24-hour service availability (mean = 4.13), followed by medical treatment services (mean = 4.10) and modern equipment and treatment methods (mean = 4.08), indicating a growing demand for comprehensive, specialized, and standardized services. Additional desired services included boarding, dog swimming pools, pet taxi services, and teleconsultations. Moreover, defining an appropriate catchment area that ensures access within 30 minutes was found to be essential for equitable service provision and to mitigate long-term disparities in service access. The findings of this study can inform spatial planning, public policy formulation, and management strategies for dog care facilities, emphasizing the development of modern, integrated service centers in accessible locations to enhance service reach and better meet the needs of dog owners.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จากหลายท่านที่ได้ให้ความกรุณา โดยผู้มีพระคุณท่านแรกขอขอบพระคุณ รศ.ดร.ประพัทธ์พงษ์ อุปลา อาจารย์ที่ปรึกษาที่ท่านได้คอยให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่างๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้จนวิทยานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์ได้สำเร็จลุล่วง

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.สรวิศ นฤปิติ ผศ.ดร.อมร บุญต่อ และ ผศ.ดร. ณีฎฐกฤษฐ นบหนองที่ให้คำแนะนำและแนวทางในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น คำติชมเหล่านั้นล้วนแล้วแต่ถูกนำมาปรับปรุงพัฒนาจนวิทยานิพนธ์ไปในทิศทางที่ถูกต้อง

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมทุกท่านที่ให้ความรู้อันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณเพื่อนๆ รุ่นน้อง ในคณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และให้กำลังใจ รวมถึงเจ้าหน้าที่ในคณะฯ ทุกท่าน สำหรับการให้ความช่วยเหลือในเรื่องต่างๆ ของการดำเนินการวิทยานิพนธ์และการเรียนในตลอดระยะเวลาของการศึกษาในสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ผ่านมา

ขอขอบพระคุณครอบครัว โดยเฉพาะคุณป้า และผู้ที่เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อทุกท่าน ที่คอยสนับสนุนทุกๆ เรื่องรวมถึงให้คำปรึกษา คำแนะนำต่างๆ และให้กำลังใจเสมอมา จนการเรียนประสบผลสำเร็จและสามารถผ่านอุปสรรคต่างๆ ไปได้ด้วยดี

พลสิทธิ์ สวงวนดิสกุล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	V
สารบัญ.....	VI
สารบัญตาราง.....	IX
สารบัญภาพ.....	XI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	6
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย.....	7
1.4 ผลประโยชน์ในการศึกษาที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.5 นิยามศัพท์.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงบริการและรัศมีบริการ.....	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ.....	11
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการยกระดับสถานะสัตว์เลี้ยง.....	13
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสัตว์เลี้ยง.....	14
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสุนัขในเมือง.....	15
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยง.....	16
2.7 มาตรฐานและนโยบายที่เกี่ยวข้อง.....	17
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย.....	18
2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ.....	22
2.10 กรอบการวิจัย.....	25
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	26
3.1 รูปแบบวิธีวิจัย.....	26
3.2 การกำหนดพื้นที่ศึกษา.....	26
3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

หน้า

3.4	ขั้นตอนและวิธีดำเนินงานวิจัย	30
3.5	การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.6	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	32
3.7	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	32
3.8	นิยามปฏิบัติการ	36
3.9	การวิเคราะห์ข้อมูล	43
บทที่ 4	การวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา	44
4.1	ทำเลที่ตั้งและลักษณะกายภาพของพื้นที่.....	44
4.2	ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดิน	47
4.3	ระบบขนส่งคมนาคม	48
4.4	การประเมินคุณสมบัติความครบวงจร	51
4.5	แผนภาพแสดงรายละเอียดภายในพื้นที่กรณีศึกษา	59
บทที่ 5	สรุปผลและอภิปรายผล	63
5.1	การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากร	63
5.2	การวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถในการเข้าถึง	65
5.3	การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเลี้ยงสุนัข	70
5.4	การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเลี้ยงสุนัข	71
5.5	การวิเคราะห์ความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ในการเลี้ยงสุนัข	72
5.6	การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	74
บทที่ 6	สรุปผลและเสนอแนะงานวิจัย	93
6.1	ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษา.....	93
6.2	ลักษณะประชากร พฤติกรรม และความสามารถในการเข้าถึง.....	94
6.3	ปัญหา อุปสรรค ความพึงพอใจ และความต้องการ	94

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
6.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	97
6.5 ข้อเสนอแนะ	98
บรรณานุกรม	103
ภาคผนวก	107



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ความแตกต่างระหว่างสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกแบบทั่วไปและครบวงจร	28
3.2 ลักษณะและข้อมูลประชากร	37
3.3 พฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึง.....	38
3.4 ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	40
3.5 ความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข	41
3.6 ความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข	42
3.7 ข้อเสนอแนะหรือปัจจัยที่ต้องการให้มีหรือควรพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม	42
5.1 ข้อมูลลักษณะของประชากร.....	64
5.2 จุดประสงค์ในการเลือกใช้บริการ ณ พื้นที่กรณีศึกษา	65
5.3 การเดินทางมาใช้บริการ ณ พื้นที่กรณีศึกษา.....	66
5.4 ระยะเวลา ระยะทาง และความถี่ของการมาใช้บริการ ณ พื้นที่กรณีศึกษา	67
5.5 ประเภทบริการที่เคยใช้ ณ พื้นที่กรณีศึกษา.....	68
5.6 บริการที่ขาดแคลนบริเวณที่พักอาศัย	69
5.7 ระดับปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข	70
5.8 ระดับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข	71
5.9 ระดับความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข	73
5.10 การเปรียบเทียบระดับปัญหาและอุปสรรค ความพึงพอใจ และความต้องการ.....	74
5.11 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะประชากรกับพฤติกรรม และความสามารถในการเข้าถึงต่อปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	75
5.12 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะประชากรกับพฤติกรรม และความสามารถในการเข้าถึงต่อความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	76
5.13 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะประชากรกับพฤติกรรม และความสามารถในการเข้าถึงต่อความต้องการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	77
5.14 การวิเคราะห์ความต่างของเพศกับปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.15 การวิเคราะห์ความต่างของอายุกับปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	81
5.16 การวิเคราะห์ความต่างของประเภทงานที่ทำกับปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	82
5.17 การวิเคราะห์ความต่างของเพศกับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	83
5.18 การวิเคราะห์ความต่างของอายุกับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	86
5.19 การวิเคราะห์ความต่างของประเภทงานที่ทำกับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	87
5.20 การวิเคราะห์ความต่างของเพศกับความต้องการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	88
5.21 การวิเคราะห์ความต่างของอายุกับความต้องการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	91
5.22 การวิเคราะห์ความต่างของประเภทงานกับความต้องการเข้าถึงบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข.....	92

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 Pet Humanization	1
1.2 Analysis of the Future Development Trend of the Pet Industry	2
1.3 Catchment Map (Dog Parks).....	3
1.4 รายชื่อสถานพยาบาลสัตว์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน	4
1.5 แผนภูมิแสดงความต้องการบริการในแต่ละประเภท	5
1.6 บริเวณพื้นที่กรณีศึกษา (โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9).....	6
2.1 Catchment Map (Full-Service Pet Hospital)	11
2.2 การเลือกสินค้าและบริการให้สุนัข.....	12
2.3 กรอบการวิจัย.....	25
3.1 พื้นที่กรณีศึกษา	27
3.2 ผังแสดงตำแหน่งสวนสาธารณะและโรงพยาบาลสัตว์แบบครบวงจร.....	29
3.3 ความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (1).....	34
3.4 ความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (2).....	35
3.5 ความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (3).....	36
4.1 ผังแสดงบริบทรอบๆ บริเวณพื้นที่กรณีศึกษา (โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9).....	45
4.2 บริเวณหน้าอาคารหลัก.....	47
4.3 ผังสีบริเวณเขตพื้นที่กรณีศึกษา	48
4.4 ผังคมนาคมบริเวณรอบพื้นที่กรณีศึกษา (1).....	50
4.5 ผังคมนาคมบริเวณรอบพื้นที่กรณีศึกษา (2).....	51
4.6 เครื่องมือและอุปกรณ์การตรวจรักษาแบบครบวงจร.....	53
4.7 ห้องพักฝากตัวสุนัข.....	54
4.8 บริการพีนฟู.....	56
4.9 Pet Care.....	57
4.10 บริการอื่นๆ.....	58
4.11 ผังแสดงบริบทภายในและโดยรอบ	60
4.12 มุมมอง Isometric จากทิศตะวันตกเฉียงใต้	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.13 มุมมอง Isometric จากทิศตะวันออกเฉียงใต้.....	61
4.14 มุมมอง Isometric จากทิศตะวันออกเฉียงเหนือ.....	62
4.15 มุมมอง Isometric จากทิศตะวันตกเฉียงเหนือ.....	62
6.1 สีแดงแสดงจำนวนที่จอดรถ.....	95
6.2 การจอดรถและทางเดินรถในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก.....	96
6.3 การครอบคลุมพื้นที่บริการ.....	100
6.4 ข้อเสนอแนะปัจจัยที่จำเป็นต้องมี และต้องปรับปรุง.....	101
6.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ.....	101
6.6 ข้อเสนอแนะตัวอย่างการกระจายตัว.....	102

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

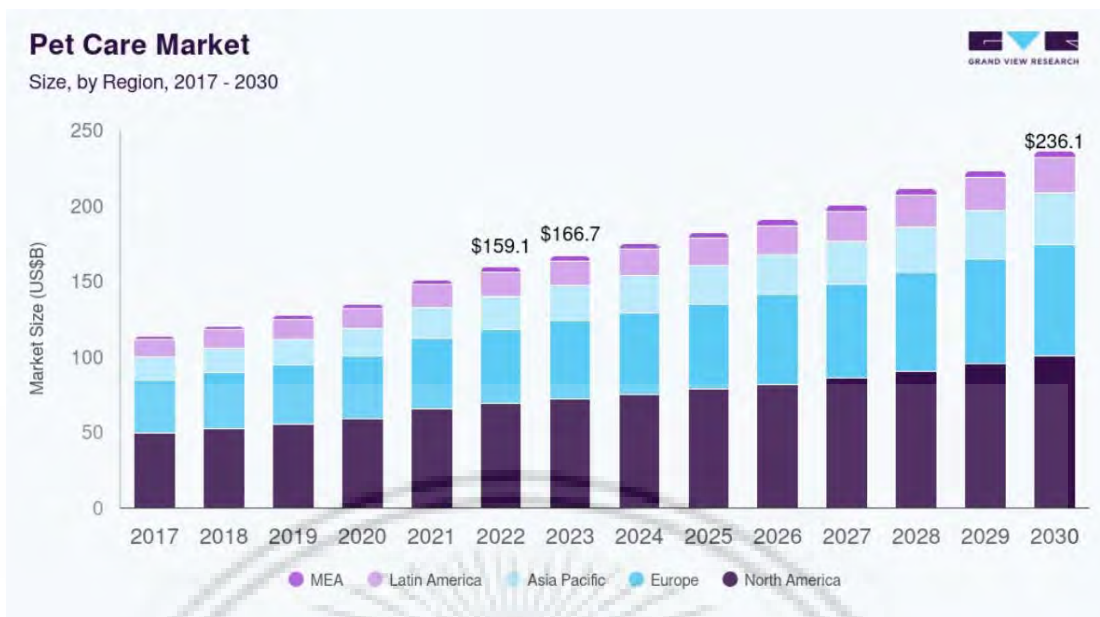
ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของสังคมเมืองได้ก่อให้เกิดรูปแบบความสัมพันธ์ใหม่ระหว่างมนุษย์และสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัข ซึ่งได้รับการยกระดับสถานะจากสัตว์เลี้ยงมาเป็นสมาชิกครอบครัวในปรากฏการณ์ที่เรียกว่า Pet Humanization (Euromonitor, 2023 และ The Nielsen Company, 2023) การเปลี่ยนแปลงนี้มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นสุนัข การตัดสินใจบริโภค และความคาดหวังต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบการบริการประเภทต่างๆ สำหรับสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขอย่างมีนัยสำคัญ รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 Pet Humanization
ที่มา: PPTV Online (2564)

การเติบโตของตลาดสัตว์เลี้ยงอย่างสุนัขในระดับโลกและในประเทศไทยเป็นหลักฐานสำคัญที่สะท้อนถึงปรากฏการณ์นี้ โดยในปี พ.ศ. 2567 ตลาดสัตว์เลี้ยงมีมูลค่าสูงถึง 74,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 12.4 จากปี 2566 (กรมปศุสัตว์, 2567) เจ้าของสุนัขในเมืองจำนวนมากแสวงหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ เพื่อรองรับทั้งสุขภาพกายและจิตใจของสัตว์เลี้ยงของตน เช่น บริการทางการแพทย์ บริการอาบน้ำตัดขน พื้นที่ออกกำลังกาย หรือที่รับฝากสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความจำเป็นต่อคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ (RSPCA, 2022) รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 1.2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1.2 Analysis of the Future Development Trend of the Pet Industry

ที่มา: Grand View Research (2025)

ประเทศพัฒนาแล้วหลายแห่งได้กำหนดมาตรฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสุนัขไว้อย่างครอบคลุมและเป็นระบบ โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ซึ่งให้ความสำคัญกับสุขภาพของสุนัขเลี้ยงในระดับเดียวกับประชาชน โดยมีการออกแบบระบบบริการสุขภาพและบริการประเภทอื่นๆ ของสุนัขไว้ เช่น สวนสาธารณะสำหรับสุนัข (Dog Parks) ประเภทห้ามใช้สายจูง (Off-Leash) ซึ่งสุนัขจำเป็นต้องใช้ในการวิ่งออกกำลังกายทุกวัน กำหนดให้ห่างกันอยู่ในช่วง 2-10 กิโลเมตร (Sutherlandshire, 2020) และห่างกันไม่เกิน 10 กิโลเมตร หรือใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 30 นาที สำหรับสถานบริการรักษาพยาบาลแบบครบวงจร ตามแนวคิด Accessibility and Catchment Planning (American Veterinary Medical Association [AVMA], 2021) นอกจากนี้ ทุกสถานที่สำหรับสุนัขยังต้องมีระบบการควบคุมความสะอาดและพฤติกรรมสุนัข (European Pet Food Industry Federation [FEDIAF], 2022) ในประเทศญี่ปุ่น เมืองใหญ่อย่างโตเกียวได้ออกกฎให้โครงการที่อยู่อาศัยใหม่ต้องมี “โซนสำหรับสัตว์เลี้ยง” และส่งเสริมบริการสุขภาพสัตว์แบบ Mobile Vet เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุที่เลี้ยงสุนัข (Ministry of the Environment, Japan, 2020) ส่วนในออสเตรเลีย รัฐบาลท้องถิ่นแต่ละเมืองมีการบังคับให้มีศูนย์ดูแลสัตว์แบบครบวงจร (Integrated Pet Care Hubs) และให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหารสัตว์ โดยต้องเป็นไปตามมาตรฐาน Pet Food Industry Association of Australia (PFIAA) ที่ครอบคลุมทั้งสารอาหารและความปลอดภัย (PFIAA, 2021) ทั้งนี้ บริการที่ครอบคลุม เช่น การอาบน้ำตัดขน การฝากเลี้ยงระยะสั้น ไปจนถึงการส่งเสริมสุขภาพจิตของสัตว์เลี้ยง ถูกพัฒนาเป็นส่วนหนึ่งของ “บริการชีวิตประจำวัน” (Daily Life Services) ซึ่งมีอยู่ทั่วไปในระดับเมืองเพื่อส่งเสริม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความผูกพันระหว่างเจ้าของและสัตว์เลี้ยง และเป็นมาตรฐานที่ช่วยลดปัญหาสุขภาพ และพฤติกรรมสุนัขในระยะยาว รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 1.3



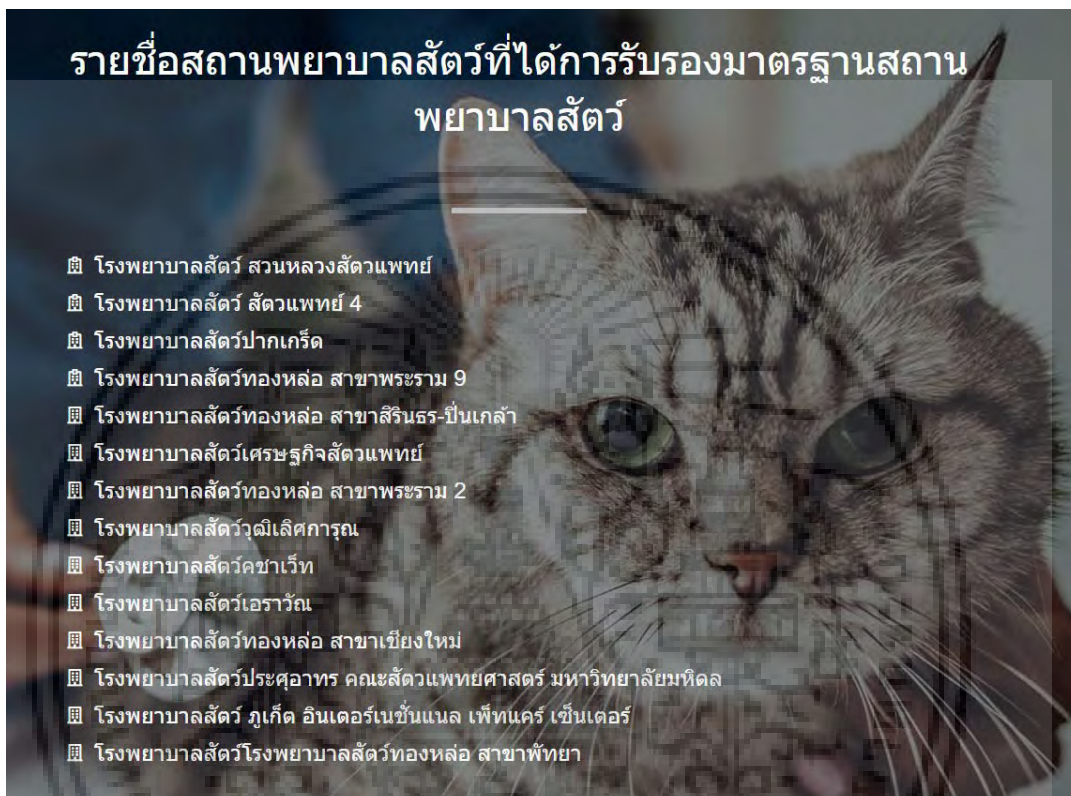
ภาพที่ 1.3 Catchment Map (Dog Parks)

ที่มา: Sutherlandshire (2020)

เมื่อเปรียบเทียบกับต่างประเทศแล้ว มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับสุนัขในประเทศไทยยังอยู่ในระดับที่จำกัด ทั้งในแง่ของจำนวน คุณภาพ และการกระจายตัว โดยเฉพาะบริการด้านสุขภาพ ซึ่งมีสถานพยาบาลสำหรับสุนัขประมาณ 3,000 แห่งทั่วประเทศ แต่มีเพียง 14 แห่งเท่านั้นที่ได้รับการรับรองมาตรฐานบริการแบบครบวงจรโดยสมาคมมาตรฐานโรงพยาบาลสัตว์ไทย (TAHSA) ซึ่งคิดเป็นเพียงร้อยละ 0.33 ของทั้งหมด (สมาคมสัตวแพทย์ผู้ประกอบการไทย, 2568; TAHSA, 2568) นอกจากนี้ พื้นที่ออกกำลังกายสาธารณะสำหรับสุนัขยังมีอยู่น้อยและกระจุกตัวอยู่เฉพาะในย่านเมืองที่มีผู้มียาได้สูงหรือในโครงการที่อยู่อาศัยระดับพรีเมียมเท่านั้น ส่งผลให้เจ้าของสุนัขในหลายพื้นที่ต้องพาสุนัขเดินทางไกลเพื่อใช้บริการดังกล่าว ซึ่งเพิ่มภาระทั้งด้านเวลาและค่าใช้จ่าย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2565) ขณะเดียวกัน บริการอาบน้ำตัดขนและฝากเลี้ยงสุนัขมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ส่วนใหญ่ยังไม่มีระบบการรับรองมาตรฐานที่แน่นอน และผู้ประกอบการจำนวนมากยังขาดความรู้ด้านสุขภาพสัตว์อย่างเพียงพอ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและสุขภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสุนัขได้ (Thai Pet Product Industries Association, 2023) สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนากรอบมาตรฐานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของประเทศไทย เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยงและสร้างระบบบริการที่เข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมในระดับเมือง รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 1.4



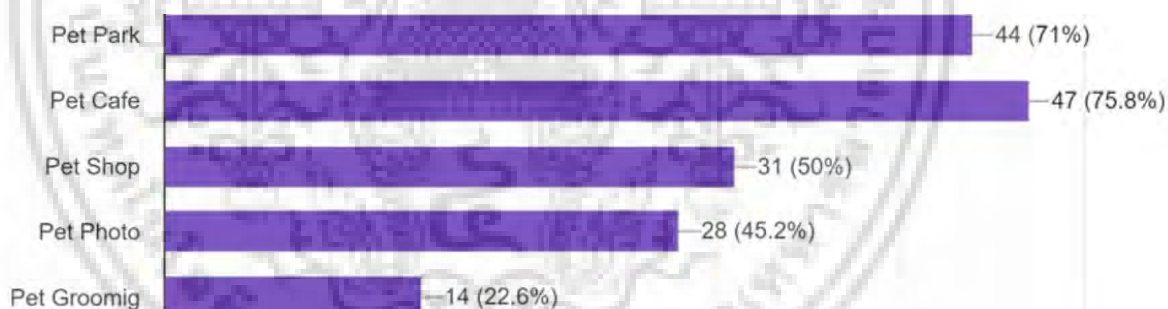
ภาพที่ 1.4 รายชื่อสถานพยาบาลสัตว์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
ที่มา: TAHSA (2568)

แม้ว่ากรุงเทพมหานครจะเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและการบริการขนาดใหญ่ของประเทศ แต่ความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสัตว์เลี้ยงของประชาชนในเมืองยังคงมีความเหลื่อมล้ำสูง โดยเฉพาะในเขตชานเมืองหรือพื้นที่นอกใจกลางเมืองซึ่งยังขาดแคลนสถานพยาบาลสัตว์ที่ได้มาตรฐาน พื้นที่ออกกำลังกายสาธารณะสำหรับสุนัข หรือศูนย์บริการครบวงจรที่มีคุณภาพ (สมาคมสัตวแพทย์ผู้ประกอบกรไทย, 2567) การเข้าถึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการกำหนดโอกาสในการใช้บริการ โดยระยะทางที่เกิน 10 กิโลเมตรหรือใช้เวลาเดินทางเกิน 30 นาที อาจทำให้ความถี่ในการใช้บริการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (Penchansky & Thomas, 1981) ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจที่พบว่า ผู้เลี้ยงสุนัขในเขตกรุงเทพมหานครตอนนอกกว่าร้อยละ 60 มีปัญหาในการเข้าถึงบริการที่ต้องการ เช่น ต้องเดินทางไกลเกิน 10 กิโลเมตรหรือไม่มีรถส่วนตัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับขนย้ายสัตว์ (ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2566) ขณะเดียวกัน ค่าใช้จ่ายที่สูง โดยเฉพาะในคลินิกหรือโรงพยาบาลสัตว์เอกชนในย่านธุรกิจ ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชาชนกลุ่มรายได้ปานกลางถึงน้อย ไม่สามารถเข้าถึงบริการด้านสุขภาพสัตว์ที่มีคุณภาพได้อย่างเท่าเทียม (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565)

ในขณะที่ความสามารถในการเข้าถึงยังมีข้อจำกัด ความต้องการของคนกรุงเทพฯ ที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสุนัขกลับเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตามแนวโน้มของ Pet Humanization ที่ทำให้สุนัขถูกมองในฐานะสมาชิกครอบครัวที่ต้องการการดูแลทั้งด้านสุขภาพ กิจกรรมทางกายภาพ และคุณภาพชีวิตโดยรวม (Euromonitor, 2023) ซึ่งจากการสำรวจ พบว่าร้อยละ 73 ของผู้เลี้ยงสุนัขในเขตกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญกับการมีบริการครบวงจรในพื้นที่ เช่น การรักษา บริการอาบน้ำตัดขน พื้นที่สำหรับออกกำลังกาย และศูนย์ฝากเลี้ยงที่ปลอดภัย (กรมปศุสัตว์, 2567) นอกจากนี้ คนในเขตเมืองต้องการบริการที่สามารถตอบสนองได้ในรัศมีที่สะดวกเดินทาง และคาดหวังให้มีระบบจองออนไลน์หรือบริการถึงบ้าน (เช่น Mobile Vet หรือ Grooming at Home) โดยเฉพาะกลุ่มเจ้าของที่มีภาระงานสูงหรือไม่มีรถยนต์ส่วนตัว (Kasikorn Research Center, 2565) ดังนั้น แม้จะยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึง แต่ความต้องการในตลาดกลับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะบริการที่สามารถผนวกความสะดวกสบาย เทคโนโลยี และสุขภาวะของสัตว์เลี้ยงเข้าไว้ด้วยกัน รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 1.5

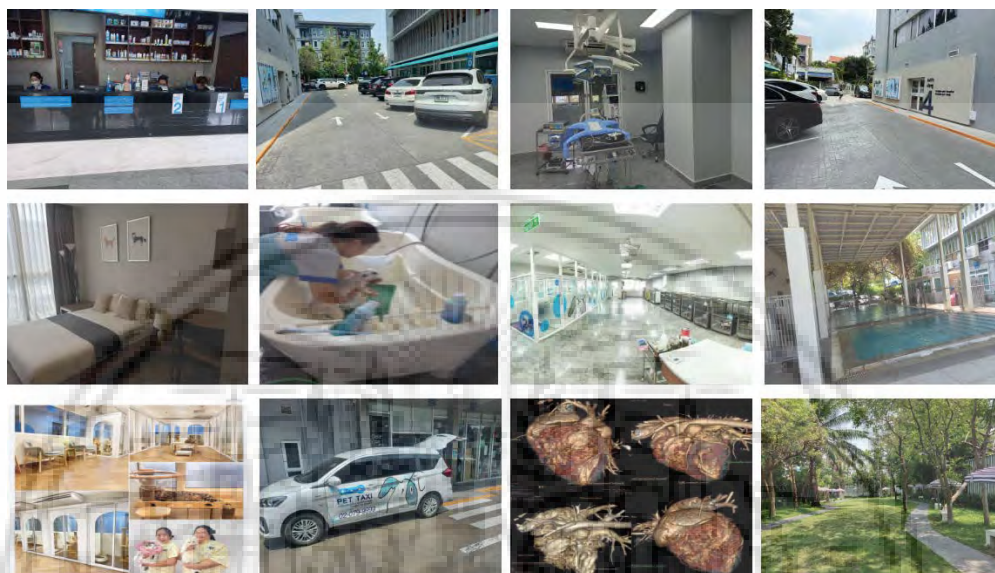


ภาพที่ 1.5 แผนภูมิแสดงความต้องการบริการในแต่ละประเภท

ที่มา: มหาวิทยาลัยมหิดล (2565)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น มาตรฐานสถานบริการในการเลี้ยงสุนัข การเข้าถึงและความต้องการที่แท้จริงของผู้เลี้ยงจึงยังไม่มีคุณสมบัติสอดคล้องกัน ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการเข้าถึง และความต้องการของผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของสุนัขในกรุงเทพมหานคร โดยใช้พื้นที่กรณีศึกษาเป็นโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 ซึ่งเป็นศูนย์บริการครบวงจรที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง และมีบริการครบทุกประเภท มีพื้นที่ขนาด 17,000 ตารางเมตร มี 4 อาคาร อาคารหลักที่ใช้ในการตรวจรักษาสูง 7 ชั้น แต่ละชั้นมีพื้นที่ 66 x 25 เมตร หรือ 1,650 ตารางเมตร (โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ, 2560) ซึ่งมีบริการระดับมาตรฐานสากล เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุกประเภท และมีศักยภาพและความพร้อมที่สามารถเป็นตัวอย่างในการทำการชี้วัดปัญหา ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้มาใช้บริการ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาเชิงโครงสร้าง ในการเข้าถึงบริการ มาตรฐานของสถานบริการ การกระจายตัวของสถานบริการ และแนวทางพัฒนา ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนเมืองในอนาคต รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 1.6



ภาพที่ 1.6 บริเวณพื้นที่กรณีศึกษา (โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9)
ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะประชากร พฤติกรรมของผู้ใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข

1.2.2 เพื่อศึกษามาตรฐานระดับสากลของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขที่ส่งเสริมการเข้าถึงของผู้ใช้งาน

1.2.3 เพื่อศึกษาปัญหา ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆ ของสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข

1.2.4 เพื่อเสนอแนะแนวทางและรูปแบบการพัฒนาสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข ทั้งในด้านคุณภาพและการกระจายตัวเชิงพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1.3.1 ขอบเขตของพื้นที่ศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตของพื้นที่ศึกษาเป็นโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 ซึ่งตั้งอยู่ในเขตห้วยขวาง เป็นศูนย์บริการครบวงจรที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง และมีบริการครบทุกประเภท มีพื้นที่ขนาด 17,000 ตารางเมตร มี 4 อาคาร อาคารหลักที่ใช้ในการตรวจรักษาสูง 7 ชั้น ซึ่งมีบริการระดับมาตรฐานสากลทุกประเภท เพื่อให้ได้ข้อมูลด้านความสามารถในการเข้าถึงบริการและความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขหลากหลายประเภท ในรูปแบบของปัญหาและอุปสรรค ความพึงพอใจภายในพื้นที่กรณีศึกษา ตลอดจนความต้องการ

1.3.2 ขอบเขตเชิงเนื้อหา

การศึกษาความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่

1) การศึกษาลักษณะของลูกค้าที่มาใช้บริการประเภทต่างๆ ที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 รวมทั้งลักษณะในการเข้าถึงพื้นที่กรณีศึกษา โดยจะเก็บข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานะ อาชีพ รายได้ ลักษณะการทำงาน จำนวนและประเภทสุนัข ประเภทที่อยู่อาศัย จุดประสงค์ในการมายังพื้นที่กรณีศึกษา ระยะทางและระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมา ความถี่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังขาดแคลน ประสบการณ์จากที่อื่น และความเพียงพอของพื้นที่บริเวณบ้านต่อการเลี้ยงสุนัข

2) การศึกษามาตรฐานระดับสากลของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขที่ส่งเสริมการเข้าถึงของผู้ใช้งานว่ามีปัจจัยใดที่น่าสนใจและสามารถนำมาปรับใช้เป็นมาตรฐานภายในประเทศไทย

3) การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการประเภทต่างๆ โดยจะเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหา ความพึงพอใจ และความต้องการ

4) การศึกษาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงพื้นที่กรณีศึกษาในแง่ของบริการและบริบทภายในพื้นที่ทั้งหมด รวมทั้งระบุบริการที่จำเป็นต้องมี และระยะการกระจายตัวอย่างทั่วถึงในกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ประโยชน์ในการศึกษาที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 สร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับลักษณะและมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขในระดับสากล ซึ่งสามารถใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการประเมินสถานบริการในประเทศไทย

1.4.2 ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการจัดการพื้นที่และการให้บริการภายในพื้นที่กรณศึกษา ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงสถานบริการอื่นในอนาคต

1.4.3 เข้าใจพฤติกรรม การเข้าถึง และการใช้บริการของลูกค้าในพื้นที่กรณศึกษา ซึ่งช่วยให้สามารถออกแบบระบบบริการที่ตอบโจทย์การใช้งานจริง

1.4.4 ทราบปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างเป็นระบบ สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ เพื่อวางแนวทางในการปรับปรุงบริการในระดับเมือง

1.4.5 ได้แนวทางและข้อเสนอเชิงรูปธรรมในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขทั้งในด้านคุณภาพและการกระจายตัวเชิงพื้นที่ ซึ่งสามารถใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่อื่นๆ ของกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้เลี้ยงสุนัขสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวกและสม่ำเสมอในระดับเมือง

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 การยกระดับสถานะจากสัตว์เลี้ยงมาเป็นสมาชิกครอบครัว (Pet Humanization) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสถานะของสัตว์เลี้ยงจากวัตถุหรือสัตว์ใช้งาน มาเป็นสมาชิกในครอบครัวที่มีสิทธิได้รับการดูแลด้านสุขภาพ ความเป็นอยู่ และจิตใจ เช่นเดียวกับมนุษย์ในครัวเรือน

1.5.2 สิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข หมายถึง สถานที่หรือบริการที่จัดไว้เพื่อรองรับการใช้ชีวิตของสุนัขในเขตเมือง เช่น โรงพยาบาลสัตว์ คลินิก พื้นที่ออกกำลังกาย สระว่ายน้ำสำหรับสุนัข บริการอาบน้ำตัดขน และสถานฝากเลี้ยง เป็นต้น

1.5.3 ความสามารถในการเข้าถึง หมายถึง ระดับที่บุคคลสามารถเข้าถึงและใช้บริการได้จริง โดยไม่ถูกจำกัดด้วยปัจจัยด้านระยะทาง เวลา ค่าใช้จ่าย หรืออุปสรรคทางกายภาพและสังคม ซึ่งในบริบทของบริการสุขภาพหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสัตว์เลี้ยง หมายถึง การที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถพาสัตว์เลี้ยงเข้ารับบริการได้ภายในระยะเวลาหรือรัศมีที่เหมาะสมต่อความจำเป็นและความสะดวกของตน

1.5.4 ความต้องการ หมายถึง ช่องว่างระหว่างสภาพปัจจุบันของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีกับสิ่งที่เจ้าของสุนัขคาดหวังหรือเห็นว่าจำเป็นต่อการเลี้ยงดูสัตว์เลี้ยงอย่างเหมาะสม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางกรอบในการศึกษาความสำคัญและบทบาทความต้องการในยุคนปัจจุบันของสัตว์เลี้ยง และเจ้าของ สิ่งจำเป็นสำหรับสัตว์เลี้ยง และความสัมพันธ์ต่อการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงกับชุมชนและเมือง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงบริการและรัศมีบริการ (Accessibility and Catchment Area)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ (Needs Assessment)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการยกระดับสถานะจากสัตว์เลี้ยงมาเป็นสมาชิกหนึ่งของครอบครัว (Pet Humanization)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสัตว์เลี้ยง (Pet Consumer Behavior)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสุนัขในเมือง (Urban Dog Facilities)

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยง (Pet Welfare)

2.7 มาตรฐานและนโยบายที่เกี่ยวข้อง (Pet Standard and Policy)

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

2.10 กรอบการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงบริการและรัศมีบริการ (Accessibility and Catchment Area)

2.1.1 ความหมายและองค์ประกอบของความสามารถในการเข้าถึง

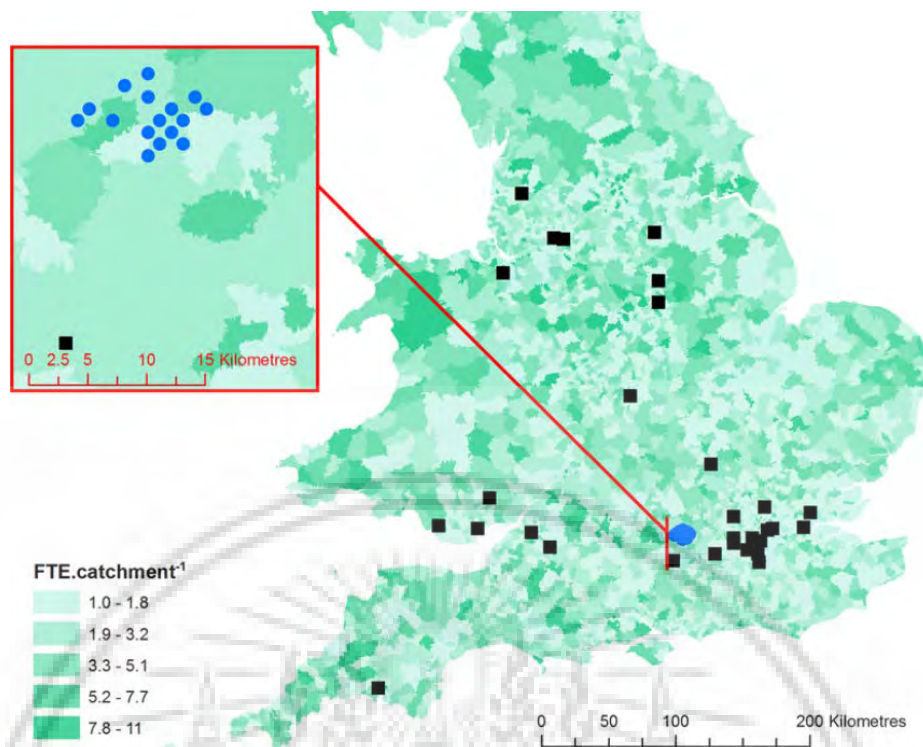
แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) เป็นแนวคิดสำคัญที่อธิบายความสะดวกในการเดินทางไปใช้บริการต่างๆ ของประชาชน โดยคำนึงถึงระยะทาง เวลา ค่าใช้จ่าย และความสะดวกของการเดินทาง (Penchansky & Thomas, 1981) ในบริบทของบริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง ความสามารถในการเข้าถึงจะหมายถึงโอกาสที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถนำสัตว์เลี้ยงไปใช้บริการได้อย่างเหมาะสมและทันเวลา โดยไม่ก่อให้เกิดภาระหรือความไม่สะดวกเกินไป เช่น การเข้าถึง

สถานพยาบาลสัตว์เลี้ยง ศูนย์ดูแลสัตว์เลี้ยง หรือสถานที่ออกกำลังกายและพักผ่อนสำหรับสัตว์เลี้ยง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(American Veterinary Medical Association [AVMA], 2021) แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการเข้าถึงมีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ตามที่ Penchansky และ Thomas (1981) เสนอไว้ คือ 1) Availability หมายถึง การมีอยู่ของบริการที่เพียงพอและเหมาะสม 2) Accessibility หมายถึง ความสะดวกในการเดินทาง 3) Accommodation หมายถึง ความสามารถในการรองรับและตอบสนองของบริการ 4) Affordability หมายถึง ความสามารถในการจ่ายค่าใช้จ่าย และ 5) Acceptability หมายถึง ความสามารถในการยอมรับของผู้รับบริการต่อคุณภาพและลักษณะของบริการนั้นๆ แนวคิดนี้ช่วยให้ผู้วางแผนบริการสามารถวิเคราะห์และปรับปรุงบริการให้สอดคล้องกับความต้องการและข้อจำกัดของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น

2.1.2 ความหมายและความสำคัญของรัศมีบริการ

สำหรับแนวคิดรัศมีบริการ (Catchment Area) หมายถึง พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่กำหนดขึ้นโดยพิจารณาถึงระยะทางหรือระยะเวลาการเดินทางที่ประชาชนจะสามารถเข้าถึงบริการที่เฉพาะเจาะจงได้อย่างสะดวก (Thomas et al., 2012) รัศมีบริการมักถูกกำหนดจากเกณฑ์มาตรฐาน เช่น ระยะทางไม่เกิน 10 กิโลเมตร หรือเวลาเดินทางไม่เกิน 30 นาที ซึ่งถือว่าเป็นเกณฑ์มาตรฐานสากลที่ใช้วัดความเหมาะสมของการเข้าถึงบริการต่างๆ (AVMA, 2021 และ FEDIAF, 2022) แนวคิดนี้ถูกนำมาใช้ในการวางแผนบริการสำหรับสัตว์เลี้ยง เพื่อให้แน่ใจว่าสถานที่ตั้งของบริการมีความเหมาะสมต่อการเดินทางของเจ้าของสัตว์ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เลี้ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างการใช้แนวคิด Catchment Area ที่ชัดเจนคือ การจัดพื้นที่สวนสาธารณะสำหรับสุนัข (Dog Parks) หรือสถานบริการสัตว์เลี้ยงที่ครบวงจร (Integrated Pet Care Hubs) ในต่างประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย ซึ่งมีการกำหนดให้สถานบริการต่างๆ อยู่ในระยะที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้ภายในเวลาที่เหมาะสม ไม่ก่อให้เกิดความลำบากในการเดินทาง และช่วยส่งเสริมสุขภาพกายและจิตใจของสัตว์เลี้ยง (Sutherland Shire Council, 2020 และ Thomas et al., 2012) นอกจากนี้ แนวคิด Catchment Area ยังช่วยในการวิเคราะห์และวางแผนเชิงพื้นที่ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการระหว่างพื้นที่ต่างๆ ภายในเมือง รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 Catchment Map (Full-Service Pet Hospital)

ที่มา: Thomas et al. (2012)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ (Needs Assessment)

แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการ (Needs Assessment) เป็นกระบวนการที่ใช้ในการระบุช่องว่างระหว่างสภาพปัจจุบัน (สิ่งที่มีอยู่จริง) และสภาพที่ควรจะเป็น (สิ่งที่ควรมีหรือสิ่งที่พึงประสงค์) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จำเป็นต่อการวางแผนและปรับปรุงบริการหรือผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ (Witkin & Altschuld, 1995) การประเมินความต้องการจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวางแผนบริการสาธารณะ รวมถึงการออกแบบบริการสัตว์เลี้ยงในเมืองเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ให้บริการ กระบวนการประเมินความต้องการสามารถแบ่งออกเป็นสามขั้นตอนหลัก คือ 1) การระบุความต้องการ (Needs Identification) ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด เช่น ผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการ หรือผู้เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาช่องว่างระหว่างสถานการณ์ปัจจุบันและสถานการณ์ที่ต้องการ 2) การวิเคราะห์ความต้องการ (Needs Analysis) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่รวบรวมมาว่าความต้องการเหล่านั้นมีความสำคัญและเร่งด่วนเพียงใด และ 3) การกำหนดลำดับความสำคัญของความต้องการ (Needs Prioritization) คือการเรียงลำดับความสำคัญของปัญหาหรือช่องว่างที่พบ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ (Witkin & Altschuld, 1995) ในบริบทของการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงในเมือง การประเมินความต้องการจะช่วยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการระบุปัญหาและอุปสรรคที่ผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงประสบอยู่ เช่น ความไม่สะดวกในการเข้าถึงบริการทางสุขภาพสัตว์ พื้นที่สาธารณะสำหรับสัตว์เลี้ยง บริการฝากเลี้ยง หรือบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยง (Chen et al., 2012; Blouin, 2013) ข้อมูลที่ได้จากการประเมินความต้องการนี้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนานโยบายสาธารณะ การออกแบบบริการ และการจัดการพื้นที่ในเมืองให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์และความต้องการของเจ้าของสัตว์เลี้ยงได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้การประเมินความต้องการยังช่วยให้หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องสามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยการให้บริการที่ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงมีความพึงพอใจและความผูกพันต่อบริการในระยะยาว (RSPCA, 2022) รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 การเลือกสินค้าและบริการให้สุนัข
ที่มา: Thai PBS (2566)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการยกระดับสถานะจากสัตว์เลี้ยงมาเป็นสมาชิกครอบครัว (Pet Humanization)

2.3.1 ความหมายของการยกระดับสถานะสัตว์เลี้ยง

แนวคิด Pet Humanization หมายถึง ปรากฏการณ์ทางสังคมที่สัตว์เลี้ยงได้รับการยกระดับบทบาทจากสัตว์เลี้ยงทั่วไปสู่การมีสถานะเทียบเท่าสมาชิกของครอบครัวมนุษย์ (Franklin, 1999; Euromonitor, 2023) โดยแนวคิดนี้เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมเมืองที่ผู้คนมีวิถีชีวิตที่เร่งรีบ จำนวนประชากรที่อาศัยอยู่เพียงลำพัง (Single Households) เพิ่มขึ้น ประกอบกับอัตราการมีบุตรที่ลดลง ทำให้สัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะสุนัขและแมว ถูกนำมาเลี้ยงเพื่อทดแทนความสัมพันธ์และเติมเต็มด้านอารมณ์ (Nast, 2006 และ The Nielsen Company, 2023)

2.3.2 ผลกระทบของการยกระดับสถานะสัตว์เลี้ยง

Pet Humanization ส่งผลให้สัตว์เลี้ยงได้รับการปฏิบัติที่ให้ความสำคัญในลักษณะเดียวกับสมาชิกในครอบครัว เช่น การดูแลสุขภาพ การใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายและอาหารที่มีคุณภาพสูง บริการทางการแพทย์ที่ครอบคลุม ไปจนถึงกิจกรรมสันทนาการที่ออกแบบเฉพาะเพื่อสัตว์เลี้ยง (Blouin, 2013 และ Chen et al., 2012) ผลที่ตามมาคือเกิดความต้องการบริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะบริการที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพกาย สุขภาพจิต และคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยง ซึ่งเดิมเคยถูกมองว่าเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย กลายเป็นบริการพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อการเลี้ยงสัตว์ในสังคมเมืองปัจจุบัน (Euromonitor, 2023) การเติบโตของตลาดสินค้าสัตว์เลี้ยงเป็นตัวสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนถึงอิทธิพลของแนวคิด Pet Humanization ตัวอย่างเช่น ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีส่วนประกอบของวัตถุดิบคุณภาพสูง ออร์แกนิก หรือการผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะตามช่วงวัยและสภาพร่างกายของสัตว์แต่ละชนิด ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (APPA, 2022) นอกจากนี้ แนวคิดนี้ยังสะท้อนผ่านความนิยมในบริการสัตว์เลี้ยง เช่น สปา อาบน้ำ ตัดขน โรงแรมสัตว์เลี้ยง ศูนย์ดูแลสุขภาพเฉพาะทาง และบริการเสริมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพจิตของสัตว์ เช่น กิจกรรมฝึกสอนหรือการบำบัดทางพฤติกรรมสัตว์เลี้ยง (Blouin, 2013; RSPCA, 2022)

2.3.3 การยกระดับสถานะสัตว์เลี้ยงในประเทศไทย

ในประเทศไทย แนวคิด Pet Humanization เริ่มแพร่หลายมากขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากอิทธิพลจากสังคมตะวันตกที่เข้ามาพร้อมกระแสโลกาภิวัตน์ และวิถีชีวิตเมืองที่เปลี่ยนแปลง

จากสังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมอุตสาหกรรมและบริการ (กรมปศุสัตว์, 2567) ผลที่เกิดขึ้นคือ ผู้เลี้ยง
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้เผยแพร่โดยละเอียดในทาง
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สัตว์เลี้ยงในเมืองไทยมีความคาดหวังสูงขึ้นต่อคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยง และพร้อมจะลงทุนในบริการและผลิตภัณฑ์เพื่อให้สัตว์เลี้ยงได้รับการดูแลในระดับเดียวกับสมาชิกครอบครัว (The Nielsen Company, 2023) แนวคิดนี้จึงมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจสัตว์เลี้ยง และเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาและวางแผนบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงในระดับเมืองให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคในอนาคต

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสัตว์เลี้ยง (Pet Consumer Behavior)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคสัตว์เลี้ยง (Pet Consumer Behavior) เป็นการศึกษาถึงกระบวนการและปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของเจ้าของสัตว์เลี้ยงในการเลือกใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงของตน (Chen et al., 2012) โดยพฤติกรรมนี้ได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม จิตวิทยา และวัฒนธรรม ซึ่งล้วนมีผลต่อความต้องการ ความคาดหวัง และการเลือกซื้อบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง (Blouin, 2013) พฤติกรรมผู้บริโภคสัตว์เลี้ยงสามารถวิเคราะห์ได้จากแนวคิดของการแบ่งกลุ่มผู้บริโภค (Consumer Segmentation) โดย Chen และคณะ (2012) ได้ทำการศึกษาแบ่งกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยงตามคุณค่าการบริโภค (Consumption Values) ออกเป็นหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มที่เน้นคุณค่าทางด้านอารมณ์ (Emotional Value) กลุ่มที่เน้นคุณค่าทางด้านสังคม (Social Value) และกลุ่มที่เน้นคุณค่าด้านฟังก์ชันการใช้งาน (Functional Value) ซึ่งการแบ่งกลุ่มนี้ช่วยให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมการบริโภคและการตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างกันออกไปได้ชัดเจนขึ้น แนวโน้มสำคัญในพฤติกรรมผู้บริโภคสัตว์เลี้ยงในปัจจุบันคือแนวคิด Pet Humanization ซึ่งส่งผลให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงมองเห็นสัตว์เลี้ยงเป็นสมาชิกหนึ่งของครอบครัว และมีแนวโน้มที่จะลงทุนในบริการและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงขึ้น เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงที่มีคุณภาพสูงหรือผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากธรรมชาติ การเลือกใช้บริการที่มีมาตรฐานสูง เช่น โรงพยาบาลสัตว์เลี้ยงที่มีบริการครบวงจร บริการอาบน้ำตัดขนสัตว์เลี้ยงระดับพรีเมียม และกิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ (Euromonitor, 2023 และ The Nielsen Company, 2023) นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคสัตว์เลี้ยงยังสะท้อนผ่านช่องทางการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ โดยผู้บริโภคกลุ่มใหม่มักให้ความสำคัญกับช่องทางออนไลน์หรือบริการจัดส่งถึงบ้านมากขึ้น เนื่องจากความสะดวกสบายและข้อจำกัดด้านเวลาและการเดินทางในสังคมเมือง (Kasikorn Research Center, 2565) ดังนั้น การทำความเข้าใจในพฤติกรรมผู้บริโภคสัตว์เลี้ยงจะช่วยให้องค์กรหรือผู้ประกอบการสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสัตว์เลี้ยงได้อย่างยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสุนัขในเมือง (Urban Dog Facilities)

แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสุนัขในเมือง (Urban Dog Facilities) เป็นการศึกษาถึงการออกแบบและจัดสรรพื้นที่หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์ของเจ้าของสุนัขที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เมือง โดยสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวครอบคลุมถึงบริการด้านสุขภาพ พื้นที่ออกกำลังกาย การดูแลสุขอนามัย และบริการสนับสนุนการดูแลสุนัข เช่น โรงพยาบาลสัตว์เล็ก สวนสาธารณะสำหรับสุนัข (Dog Parks) บริการอาบน้ำตัดขน และสถานที่ฝากเลี้ยง (American Veterinary Medical Association [AVMA], 2021) การมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอและเหมาะสมกับบริบทเมืองสามารถส่งเสริมคุณภาพชีวิตทั้งของสัตว์เลี้ยง และเจ้าของสุนัขได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพสูงและสามารถเข้าถึงได้ง่ายจะช่วยลดความเครียด เพิ่มสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีให้กับสุนัข อีกทั้งยังช่วยลดความยุ่งยากในการดูแลสัตว์เลี้ยงของเจ้าของ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมืองที่มีพื้นที่จำกัดและมีข้อจำกัดด้านเวลาและการเดินทาง (FEDIAF, 2022) ตัวอย่างของสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในเมือง ได้แก่ สวนสาธารณะสำหรับสุนัขที่ถูกออกแบบเฉพาะ มีพื้นที่กว้างขวาง ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อสุนัข ซึ่งมักจะประกอบไปด้วยพื้นที่สำหรับการวิ่งเล่น พื้นที่อุปกรณ์ออกกำลังกายเฉพาะ และพื้นที่สำหรับสังคมระหว่างเจ้าของสัตว์เลี้ยง (Sutherland Shire Council, 2020) นอกจากนี้ยังมีบริการที่มีความจำเป็นต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตของสุนัข เช่น บริการสุขภาพสัตว์ที่มีมาตรฐานสูง ศูนย์ดูแลสัตว์เลี้ยงครบวงจรที่รวมบริการทางการแพทย์ บริการดูแลสุขภาพและความงาม และบริการฝากเลี้ยงที่มีคุณภาพไว้ในสถานที่เดียวกัน ซึ่งตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในสังคมเมืองที่ต้องการความสะดวกสบายและความครบวงจร (Thomas et al., 2012) แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสุนัขในเมืองยังรวมไปถึงการพัฒนา นโยบายสาธารณะที่สนับสนุนการเลี้ยงสัตว์ในเขตเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การกำหนดให้มีพื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยงในโครงการที่อยู่อาศัยใหม่ การส่งเสริมบริการสุขภาพสัตว์เลี้ยงเคลื่อนที่ (Mobile Vet) และการบังคับใช้มาตรฐานที่เข้มงวดในการควบคุมความสะอาด และสุขอนามัยในพื้นที่สาธารณะสำหรับสัตว์เลี้ยง (Ministry of the Environment, Japan, 2020) ดังนั้น แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสุนัขในเมืองจึงเป็นหัวใจสำคัญในการวางแผนและจัดการพื้นที่เมืองเพื่อรองรับวิถีชีวิตสมัยใหม่ของประชากรในเมืองที่มีสัตว์เลี้ยงเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว โดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่สัตว์เลี้ยงและเจ้าของในระยะยาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยง (Pet Welfare)

2.6.1 ความหมายและลักษณะ

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยง (Pet Welfare) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับสภาพความเป็นอยู่ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจของสัตว์เลี้ยง โดยเน้นให้สัตว์เลี้ยงมีชีวิตที่ปลอดภัย มีสุขภาพดี และมีคุณภาพชีวิตที่เหมาะสม แนวคิดนี้มุ่งเน้นการดูแลให้สัตว์เลี้ยงได้รับการตอบสนองความต้องการพื้นฐานในหลายๆ ด้าน เช่น อาหารและน้ำดื่มที่สะอาด ที่อยู่อาศัยที่เหมาะสม การดูแลสุขภาพที่เพียงพอ รวมถึงกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพกายและจิตใจของสัตว์เลี้ยง (RSPCA, 2022)

2.6.2 หลักเกณฑ์ที่ใช้เป็นองค์ประกอบ

คุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยงสามารถประเมินได้จากหลักเกณฑ์ที่เรียกว่า “Five Freedoms” หรือหลักห้าเสรีภาพ ซึ่งได้แก่ 1) เสรีภาพจากความหิวและกระหาย โดยการจัดหาอาหารและน้ำที่เพียงพอ 2) เสรีภาพจากความไม่สบายตัว โดยการจัดหาที่อยู่อาศัยและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม 3) เสรีภาพจากความเจ็บปวด การบาดเจ็บ หรือโรคภัย โดยการให้การป้องกันและรักษาอย่างเหมาะสม 4) เสรีภาพในการแสดงพฤติกรรมตามธรรมชาติ โดยการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อพฤติกรรมตามธรรมชาติของสัตว์ และ 5) เสรีภาพจากความกลัวและความทุกข์ โดยการจัดการดูแลที่ไม่ทำให้สัตว์เกิดความเครียดหรือหวาดกลัว (Farm Animal Welfare Council [FAWC], 1979 และ FEDIAF, 2022)

2.6.3 อิทธิพลต่อบริบทเมือง

ในบริบทของการเลี้ยงสัตว์ในเมือง การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมมีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยง เช่น การมีพื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยงในการวิ่งเล่นและออกกำลังกายที่เพียงพอและปลอดภัย บริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ การจัดหาบริการอาบน้ำตัดขนและการดูแลสุขภาพทั่วไปที่มีมาตรฐานสูง ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีส่วนช่วยลดความเครียด ส่งเสริมสุขภาพ และปรับปรุงพฤติกรรมที่ดีของสัตว์เลี้ยง (AVMA, 2021 และ Sutherland Shire Council, 2020) การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยงไม่เพียงส่งผลดีต่อสัตว์เลี้ยงเท่านั้น แต่ยังมีผลเชิงบวกต่อเจ้าของสัตว์เลี้ยงด้วย เนื่องจากสัตว์เลี้ยงที่มีสุขภาพดีและมีความสุขจะส่งเสริมสุขภาพจิต และคุณภาพชีวิตของเจ้าของเช่นกัน (RSPCA, 2022) ดังนั้น แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยงจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดมาตรฐานการดูแลและการให้บริการสำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีประสิทธิภาพ และควรได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและ

เอกชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 มาตรฐานและนโยบายที่เกี่ยวข้อง (Pet Standard and Policy)

2.7.1 มาตรฐานและนโยบายในต่างประเทศ

มาตรฐานและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง (Pet Standard and Policy) มีบทบาทสำคัญในการกำหนดและควบคุมคุณภาพของบริการและผลิตภัณฑ์สำหรับสัตว์เลี้ยงให้ได้มาตรฐาน และมีความปลอดภัย โดยครอบคลุมถึงการกำหนดเกณฑ์ในการจัดการบริการด้านสุขภาพสัตว์ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสัตว์ และการดูแลสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยงอย่างเหมาะสม ซึ่งมาตรฐานและนโยบายเหล่านี้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้แน่ใจว่าสัตว์เลี้ยงได้รับการดูแลในระดับที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล (AVMA, 2021 และ FEDIAF, 2022) มาตรฐานการดูแลสัตว์เลี้ยงในระดับสากลมีองค์กรสำคัญหลายแห่ง เช่น American Veterinary Medical Association (AVMA) ซึ่งมีการกำหนดแนวทางที่ชัดเจนเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกและการปฏิบัติทางสัตวแพทย์ เช่น การกำหนดมาตรฐานของสถานพยาบาลสัตว์ มาตรฐานการรักษา และมาตรฐานการให้บริการต่างๆ (AVMA, 2021) นอกจากนี้ European Pet Food Industry Federation (FEDIAF) ยังจัดทำมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสวัสดิภาพสัตว์และการผลิตอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพและปลอดภัย รวมไปถึงมาตรฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยง (FEDIAF, 2022) ในประเทศญี่ปุ่น รัฐบาลได้ออกนโยบายส่งเสริมการดูแลสัตว์เลี้ยงในเขตเมือง เช่น การกำหนดให้โครงการที่อยู่อาศัยใหม่ต้องมีพื้นที่เฉพาะสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Zones) และการสนับสนุนบริการสัตวแพทย์เคลื่อนที่ (Mobile Vet) เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการสำหรับผู้เลี้ยงสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะผู้สูงอายุ (Ministry of the Environment, Japan, 2020) ขณะที่ประเทศออสเตรเลียมีการบังคับใช้มาตรฐานที่เข้มงวดผ่าน Pet Food Industry Association of Australia (PFIAA) เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าและอาหารสัตว์มีคุณภาพและปลอดภัยสำหรับสัตว์เลี้ยง (PFIAA, 2021)

2.7.2 มาตรฐานและนโยบายในประเทศไทย

ในบริบทของประเทศไทย สมาคมมาตรฐานโรงพยาบาลสัตว์ไทย (Thai Animal Hospital Standards Association: TAHSA) มีบทบาทสำคัญในการกำหนดและรับรองมาตรฐานโรงพยาบาลสัตว์ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าบริการที่สัตว์เลี้ยงได้รับเป็นไปตามมาตรฐานสากล ทั้งนี้ยังมีกรมปศุสัตว์ที่มีการกำหนดมาตรฐานและนโยบายเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง และการสนับสนุนการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยงในประเทศ (กรมปศุสัตว์, 2567 และ TAHSA, 2568) ดังนั้น มาตรฐานและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงจึงเป็นพื้นฐานสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสัตว์เลี้ยงให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เลี้ยงสัตว์ได้อย่างครอบคลุมและเป็นระบบ

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย

ธวัชชัย ยิ่งทวีศักดิ์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเข้าถึงบริการสุขภาพในพื้นที่ชนบทและห่างไกลของประเทศไทย: กรณีศึกษาอำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก” โดยมุ่งเน้นการสำรวจปัจจัยด้านระยะทาง เวลา และต้นทุนที่มีผลต่อการเข้าถึงบริการของประชาชนในพื้นที่ภูเขาห่างไกล จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 394 คน จาก 16 หมู่บ้านรอบศูนย์บริการสาธารณสุขระดับตำบล ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาเดินทางมายังศูนย์บริการมากกว่า 30 นาที และบางรายต้องใช้เวลามากกว่า 2 ชั่วโมงในช่วงฤดูฝนเพื่อเข้าถึงโรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุด ข้อจำกัดด้านภูมิประเทศและการคมนาคมกลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพ งานวิจัยยังระบุว่าคุณค่าใช้จ่ายนอกเหนือจากค่ารักษาพยาบาล เช่น ค่ารถโดยสาร ค่าอาหารระหว่างเดินทาง และการขาดรายได้จากการหยุดงาน เป็นอุปสรรคสำคัญต่อครัวเรือนที่มีรายได้น้อย และยังเสนอแนวทางการพัฒนาระบบบริการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานให้เข้มแข็งมากขึ้น โดยเฉพาะการกระจายทรัพยากรไปยังหน่วยบริการระดับชุมชน เช่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล เพื่อให้เกิดการเข้าถึงอย่างแท้จริง งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีประโยชน์ในการตั้งต้นแนวคิด “การเข้าถึงบริการ” ในบริบทของสาธารณสุข และสามารถนำกรอบแนวคิดเดียวกันนี้ไปประยุกต์ใช้กับการวางแผนบริการด้านสัตว์เลี้ยงในพื้นที่เมืองได้

เนติ งามเบญจรงค์ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสุนัขและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบริการดูแลสุนัขในกรุงเทพมหานคร” โดยมุ่งเน้นการทำความเข้าใจมุมมองของเจ้าของสุนัขที่มีต่อสัตว์เลี้ยงของตน และพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับสุนัข การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของสุนัขจำนวน 20 ราย การสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานบริการดูแลสุนัข และการสังเกตพฤติกรรมเจ้าของสุนัขตามคอมมูนิตี้มอลล์ ผลการศึกษพบว่าเจ้าของสุนัขสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่ม “พ่อแม่ที่ภาคภูมิใจ” ซึ่งมองว่าสุนัขเป็นเสมือนลูกและให้ความสำคัญด้านโภชนาการ ความสะอาด และการเลือกซื้อสินค้าแบบพรีเมียม กลุ่ม “ผู้รักการตกแต่ง” ที่มองว่าสุนัขเป็นเหมือนเพื่อนหรือของประดับ และมักซื้อเครื่องแต่งกายหรืออุปกรณ์เสริม และกลุ่ม “ปฏิบัตินิยม” ซึ่งเลี้ยงสุนัขเพื่อดูแลบ้านหรือเหตุผลใช้งานอื่น โดยไม่เน้นการดูแลแบบใกล้ชิด งานวิจัยยังพบว่าเจ้าของสุนัขส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเงินจำนวนมากเพื่อซื้ออาหารของเล่น และบริการคุณภาพสูง แม้ว่าราคาจะสูงก็ตาม โดยเฉพาะในกรณีที่สุนัขมีอายุมากหรือมี

ปัญหาสุขภาพ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าได้แก่ แบรินด์ ส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ต่อสุขภาพ บรรลุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย ทั้งนี้ยังพบว่าเจ้าของสุนัขให้ความสำคัญกับความสะอาดแบบครบวงจร เช่น สถานที่ที่มีบริการดูแล อาบน้ำ สระwashน้ำ และที่พักในทีเดียวกัน นอกจากนี้ นักการตลาดควรออกแบบกลยุทธ์สื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เช่น การใช้ภาพลักษณ์ “ครอบครัว” และ “ความรัก” กับกลุ่มที่มีความผูกพันเชิงอารมณ์ และใช้กลยุทธ์ราคา หรือโปรโมชันกับกลุ่มที่คำนึงถึงความคุ้มค่า งานวิจัยฉบับนี้มีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับการศึกษาในปัจจุบันที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์พฤติกรรม ความต้องการ และการเข้าถึงบริการสำหรับผู้เลี้ยงสุนัขในบริบทเมือง โดยเฉพาะการออกแบบบริการให้ตอบสนองต่อกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายและมีลักษณะเฉพาะตัว

ชนิดา บัวขาว (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของเหล่าสาขาพระรามเก้า กรุงเทพมหานคร” โดยมุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของเจ้าของสัตว์เลี้ยงในการเลือกใช้บริการในเขตเมืองหลวง โดยเฉพาะในมิติของความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการวางแผนบริการในระดับพื้นที่ งานวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่เคยใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของเหล่าสาขาพระราม 9 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้าน “ความสะดวกในการเดินทาง” มีผลต่อการเลือกใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ ชั้นใน และสามารถเข้าถึงสถานพยาบาลได้ด้วยรถยนต์ส่วนตัวหรือรถโดยสารสาธารณะ อีกทั้งยังพบว่า การรับรู้ข้อมูลผ่านการบอกต่อ (Word of Mouth) และความคุ้มค่าเชิงต้นทุนต่อครั้ง (เฉลี่ย 301–600 บาทต่อครั้ง) เป็นปัจจัยเสริมที่สนับสนุนการตัดสินใจจากผลการวิจัยชิ้นนี้ ชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึงบริการสัตว์เลี้ยงในบริบทเมืองมิได้ขึ้นกับระยะทางเพียงอย่างเดียว แต่ยังคงครอบคลุมถึงรูปแบบการเดินทาง โครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ และปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจร่วมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของโรงพยาบาลสัตว์ในเขตเมืองที่ต้องตอบสนองพฤติกรรมผู้ใช้บริการที่หลากหลาย

ธวัชชัย เมธยสกุล (2562) ได้ศึกษาหัวข้อ “โอกาสทางธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยงในเขตเมืองของประเทศไทย” โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดบริการสัตว์เลี้ยงและพฤติกรรมของผู้บริโภคในเขตเมือง โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร งานศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการเพิ่มขึ้นของครัวเรือนเดี่ยวและคู่รักที่ไม่มีบุตรในเขตเมือง ส่งผลให้ความต้องการมีสัตว์เลี้ยงไว้เป็นเพื่อนเพิ่มสูงขึ้น และเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “การทำให้สัตว์เลี้ยงมีสถานะเหมือนสมาชิกในครอบครัว” ซึ่งสะท้อนให้เห็นในพฤติกรรมการเลือกอาหารสัตว์เลี้ยงที่มีคุณภาพสูง การดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยงอย่างใกล้ชิด และการใช้ผลิตภัณฑ์เทคโนโลยี เช่น ระบบเครือข่ายอุปกรณ์อัจฉริยะในบ้าน เพื่อช่วยดูแลสัตว์เลี้ยงในพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่อาศัยที่จำกัด การวิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม อาทิ สัตวแพทย์ ผู้จัดการผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ และเจ้าของกิจการโรงแรม สัตว์เลี้ยง โดยเสนอแนวคิดธุรกิจใหม่คือ การสร้างระบบบริการออนไลน์แบบครบวงจรสำหรับเจ้าของ สัตว์เลี้ยง เพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับการวิจัยฉบับปัจจุบันในด้านการมองเห็นปัญหาและโอกาสของ การให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่สัตว์เลี้ยงในเขตเมือง ซึ่งมีข้อจำกัดด้านพื้นที่และเวลาของ เจ้าของสัตว์เลี้ยง ตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคในเมืองที่เปลี่ยนไป โดยให้ความสำคัญกับ ความสะดวก ความรวดเร็ว และบริการที่ครอบคลุมหลายด้านในทีเดียว

สุรัชดา และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Perspectives on Veterinary Education and Practice in Thailand” ตีพิมพ์ในฐานข้อมูล PubMed Central โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์สถานะของระบบการศึกษาสัตวแพทย์ในประเทศไทย โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้าง หลักสูตร ระดับมาตรฐานวิชาชีพ และคุณภาพของการให้บริการทางคลินิกในระดับประเทศและ ภูมิภาค งานวิจัยได้เปรียบเทียบหลักสูตรสัตวแพทย์ 6 ปีของประเทศไทยกับมาตรฐานระดับสากล เช่น EAEVE (European Association of Establishments for Veterinary Education) และ Australasian Veterinary Boards Council เพื่อประเมินความพร้อมและศักยภาพของระบบ สัตวแพทย์ไทยในการเข้าสู่เวทีวิชาชีพระดับนานาชาติ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การปรับหลักสูตร และระบบการรับรองวิชาชีพสัตวแพทย์ในประเทศไทย ส่งผลให้เกิดการยกระดับคุณภาพของบุคลากร และเพิ่มประสิทธิภาพของบริการทั้งในคลินิกสัตว์เลี้ยง โรงพยาบาลสัตว์ และการบริการเชิงชุมชน นอกจากนี้ยังเสนอให้มีการจัดตั้งระบบการรับรองมาตรฐานในระดับภูมิภาค เช่น กลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN Accreditation Framework) เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของเจ้าของสัตว์เลี้ยงในการเข้าถึง บริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมสุขภาพสัตว์ในบริบทของเมือง

วรการ บุญฮ่อ (2566) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของสุนัขเลี้ยงในประเทศไทย โดยใช้ แบบสอบถามประเมินพฤติกรรมสุนัข (C-BARQ: Canine Behavioral Assessment and Research Questionnaire) ฉบับแปลเป็นภาษาไทย จากกลุ่มตัวอย่างเจ้าของสุนัขจำนวน 1,827 คนทั่วประเทศ ในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม พ.ศ. 2564 ผ่านการเก็บข้อมูลทางออนไลน์ เพื่อวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของสุนัข 12 ด้าน กับปัจจัยต่างๆ เช่น เพศ ขนาดของสุนัข การได้รับการฝึก การให้อาหาร และลักษณะของที่อยู่อาศัย ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมที่เกิดขึ้นบ่อยที่สุด ได้แก่ ความตื่นตัวง่าย ความต้องการความสนใจจากเจ้าของ และพฤติกรรมไล่ล่าสัตว์หรือสิ่งเร้า ซึ่งพบบ่อยในกลุ่มสุนัขที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จำกัด เช่น คอนโดมิเนียมหรือบ้านที่ไม่มีสนาม และในสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดเล็ก สำหรับพฤติกรรมความเชื่องง่ายถือว่าพบในระดับสูง และถือเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ในขณะที่พฤติกรรมก้าวร้าวต่อเจ้าของ แม้จะพบในระดับต่ำสุด แต่กลับมีแนวโน้มพบมากในสุนัขเพศผู้ ขนาดเล็ก ไม่เคยผ่านการฝึกฝน หรือได้รับอาหารสดดิบ (อาหารแบบดิบ – BARF) แทนที่จะเป็นอาหารเม็ดสำเร็จรูป (คิบเบิล) นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยอื่น เช่น อายุของเจ้าของ ขนาดพื้นที่เลี้ยง และรูปแบบโภชนาการ มีผลต่อพฤติกรรมบางประเภท เช่น ความกลัว ความก้าวร้าว ความกระฉับกระเฉง และความสามารถในการฝึกได้ง่าย ซึ่งข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาวิธีการจัดการพฤติกรรมสัตว์เลี้ยงทางคลินิก การวางแผนทางลดปัญหาสุนัขถูกทอดทิ้ง ในสังคมเมือง และการใช้เป็นพื้นฐานในการวางแผนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการสำหรับผู้เลี้ยงสุนัขในเขตเมืองในอนาคต

ชนิกา พิทักษ์กสุน และ บุษกร ลีเจียววาระ (2566) ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้เลี้ยงสัตว์ที่มีลักษณะ “ทำให้สัตว์เลี้ยงมีสถานะเสมือนมนุษย์” (Pet Humanization) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายอาหารสัตว์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายอาหารสัตว์ และออกแบบแนวทางการพัฒนารูปแบบธุรกิจร้านอาหารสัตว์ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคในพื้นที่ดังกล่าว การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่มีพฤติกรรมเลี้ยงสัตว์แบบให้ความสำคัญเชิงอารมณ์ และเคยซื้ออาหารสัตว์จากร้านค้าในเขตพื้นที่วิจัย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25–34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001–25,000 บาท ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ อาศัยอยู่กับครอบครัวในบ้านเดี่ยว มีสัตว์เลี้ยง 1 ตัว ส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัข ใช้บริการร้านอาหารสัตว์ประมาณ 1–5 ครั้งต่อเดือน โดยใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 500 บาทต่อครั้ง อาหารสัตว์ที่นิยมคือแบบเม็ด การเลือกร้านอาหารสัตว์มักมาจากการตัดสินใจด้วยตนเอง ได้รับข้อมูลจากการบอกต่อ และเหตุผลหลักในการเลือกร้านคือ “ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ” ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารสัตว์ ได้แก่ ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และกระบวนการบริการ ส่วนปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ และอาชีพ จากผลการสำรวจดังกล่าว ได้นำมาสังเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบรูปแบบธุรกิจร้านอาหารสัตว์ที่เหมาะสมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ธีรพงศ์ และคณะ (2567) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “A Study of Pet Parent’s Decision Making Process on New Products in Thailand” โดยมีเป้าหมายในการวิเคราะห์พฤติกรรมของเจ้าของสัตว์เลี้ยงไทยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดสัตว์เลี้ยง เช่น อาหารสัตว์ ของเล่น บริการดูแลสัตว์เลี้ยง และสินค้าเพื่อสุขภาพ งานวิจัยใช้กรอบแนวคิด AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) ควบคู่กับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P (Product, Price, Place, Promotion) ผ่านแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกเบื้องต้น ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยงในแต่ละช่วงวัยมีพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเลือกสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้สูงและใช้เทคโนโลยีบ่อยมักเลือกใช้บริการแบบดิจิทัล เช่น การสั่งซื้ออาหารสัตว์ออนไลน์ หรือใช้แพลตฟอร์มสำหรับจองบริการล่วงหน้า ขณะที่กลุ่มวัยกลางคนให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความเชื่อถือได้ และแหล่งที่มาของสินค้า งานวิจัยนี้สรุปว่าการออกแบบสินค้าและบริการควรคำนึงถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยง และการปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในตลาดสัตว์เลี้ยงของประเทศไทย

2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

Chen, A., Hung, K. P., และ Peng, N. (2012) ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณในหัวข้อ “A Cluster Analysis Examination of Pet Owners’ Consumption Values and Behavior: Segmenting Owners Strategically” ตีพิมพ์ในวารสาร Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคของเจ้าของสัตว์เลี้ยงและแบ่งกลุ่มตามคุณค่าในการบริโภค (consumption values) การค้นหาข้อมูล (Information Search) และรูปแบบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการด้านสัตว์เลี้ยง กลุ่มตัวอย่างคือเจ้าของสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยได้วันจำนวน 578 คน โดยใช้การวิเคราะห์แบบคลัสเตอร์ (Cluster Analysis) เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยแบ่งเจ้าของสัตว์เลี้ยงออกเป็นสามกลุ่ม คือ กลุ่มที่มองสัตว์เลี้ยงเป็นสมาชิกในครอบครัว กลุ่มที่เน้นปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับสัตว์เลี้ยง และกลุ่มที่มองว่าสัตว์เลี้ยงเป็นสิ่งทดแทนมนุษย์ กลุ่มแต่ละกลุ่มมีแนวโน้มการใช้บริการและผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดและการออกแบบบริการให้ตอบสนองต่อลักษณะเฉพาะของผู้บริโภคสัตว์เลี้ยงในแต่ละกลุ่มได้อย่างแม่นยำและมีประสิทธิภาพ

Blouin, D. D. (2013) ได้ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพในหัวข้อ “Are Dogs Children, Companions, or Just Animals? Understanding Variations in People’s Orientations” เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

toward Animals” ตีพิมพ์ในวารสาร Anthrozoös โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มเชิงทัศนคติของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มีต่อสุนัข ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เจ้าของสุนัขจำนวน 28 คนในภูมิภาคมิดเวสต์ของประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยพบว่ามีความหลากหลายในมุมมองของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่สะท้อนออกมาเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) มองว่าสุนัขเป็นลูก (Child-Oriented) 2) มองว่าสุนัขเป็นเพื่อนหรือสหาย (Companion-Oriented) และ 3) มองว่าสุนัขเป็นเพียงสัตว์เลี้ยงทั่วไป (Utilitarian/Dominionistic) ซึ่งแนวคิดเหล่านี้มีผลต่อระดับความผูกพัน การลงทุนทางอารมณ์ และพฤติกรรมในการดูแลสัตว์ งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงบริบททางวัฒนธรรมและคุณค่าเชิงจิตวิทยาที่มีผลต่อวิธีการดูแลสัตว์เลี้ยง และสามารถนำไปใช้ประกอบการออกแบบบริการสัตว์เลี้ยงที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภท

Zhang Wangyi (2021) ได้ทำการศึกษาเชิงแนวโน้มในหัวข้อ “Analysis of the Future Development Trend of the Pet Industry” ซึ่งนำเสนอใน Proceedings of the 2022 7th International Conference on Financial Innovation and Economic Development โดยใช้กรอบการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์แบบ PEST (การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี) เพื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงในระดับโลก ผลการวิเคราะห์ชี้ว่าอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงทั่วโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากปัจจัยสำคัญ ได้แก่ 1) รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น 2) ความต้องการด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยง 3) พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในกลุ่มครอบครัวเมือง และ 4) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เช่น ระบบ Internet of Things (IoT) และแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซเฉพาะกลุ่ม (Vertical E-Commerce) ผลการศึกษาเสนอให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ควรพัฒนาโมเดลธุรกิจและการตลาดให้สอดคล้องกับแนวโน้มดังกล่าว เพื่อรองรับความต้องการของตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

Berrada และ Raboisson (2022) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Spatial Evaluation of Animal Health Care Accessibility and Veterinary Resource Distribution in Western France” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การเข้าถึงบริการดูแลสุขภาพสัตว์ และการกระจายทรัพยากรของคลินิกสัตวแพทย์ในประเทศฝรั่งเศสตะวันตก โดยใช้วิธีวิเคราะห์พื้นที่ให้บริการแบบ Two-Step Floating Catchment Area (2SFCA) ซึ่งเป็นเทคนิคเชิงพื้นที่ในการประเมินความสามารถในการเข้าถึงบริการ (Accessibility) และความพร้อมในการให้บริการ (Availability) งานวิจัยครอบคลุมสัตว์เลี้ยงในระบบเกษตรกรรม ได้แก่ โค สุกร และสัตว์ปีก โดยใช้เกณฑ์ระยะเวลาเดินทาง 45-60 นาทีเป็นตัวกำหนดขอบเขตพื้นที่ให้บริการ (Catchment Area) ผลการวิจัยพบว่า พื้นที่ส่วนใหญ่ของฝรั่งเศสตะวันตกมีจำนวนคลินิกสัตวแพทย์ไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยร้อยละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

75–98 ของพื้นที่อยู่ในสถานะ “ขาดแคลนบริการ” (Underserved) ทั้งในแง่ของจำนวนคลินิก ต่อหน่วยฟาร์ม และความสามารถในการเข้าถึงตามเกณฑ์เวลาเดินทาง งานวิจัยเสนอว่า การวางแผน ด้านนโยบายสัตว์แพทย์ควรคำนึงถึงรูปแบบของพื้นที่ catchment ที่เหมาะสมกับชนิดของ สัตว์เป้าหมาย และควรมีการปรับใช้แนวทางเชิงพื้นที่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดสรรบริการ ให้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

Ng, Ho และ Koh (2022) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Spatial-Temporal Accessibility and Inequality of Veterinary Service in Hong Kong: A Geographic Information System-Based Study” โดยใช้เครื่องมือระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) และการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis - PCA) เพื่อประเมินความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการ สัตว์แพทย์ในเขตเมืองฮ่องกง โดยเน้นศึกษาทั้งคลินิกสัตว์แพทย์ทั่วไป และคลินิกที่ให้บริการแบบ 24 ชั่วโมง รวมถึงบริการฉุกเฉิน ผลการวิเคราะห์เชิงพื้นที่พบว่ามีความเหลื่อมล้ำอย่างชัดเจนระหว่าง เขตที่อยู่อาศัยที่มีระดับรายได้ต่างกัน โดยเขตที่อยู่อาศัยสาธารณะหรือชุมชนราคาประหยัดมักมี ระยะทางจากคลินิกสัตว์แพทย์ที่มากขึ้น และมีการเข้าถึงบริการต่ำกว่า เมื่อเทียบกับเขตที่อยู่อาศัย ระดับสูง ซึ่งมักตั้งอยู่ใกล้กับคลินิกที่ให้บริการครบวงจรและตลอด 24 ชั่วโมง งานวิจัยยังชี้ว่า แม้ฮ่องกงจะมีระบบขนส่งสาธารณะที่พัฒนาแล้ว แต่ข้อจำกัดเรื่องการห้ามสัตว์เลี้ยงขึ้นรถสาธารณะ ก็เป็นอีกหนึ่งอุปสรรคในการเข้าถึงบริการทางสุขภาพสัตว์ การศึกษานี้เสนอว่าการจัดวางผังเมืองและ การลงทุนในบริการสัตว์แพทย์ควรใช้ข้อมูลการวิเคราะห์ Catchment Area และข้อจำกัด ทางกายภาพ/นโยบายมาร่วมพิจารณา เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมในการเข้าถึงบริการสัตว์แพทย์ สำหรับประชาชนทุกกลุ่มในเขตเมือง

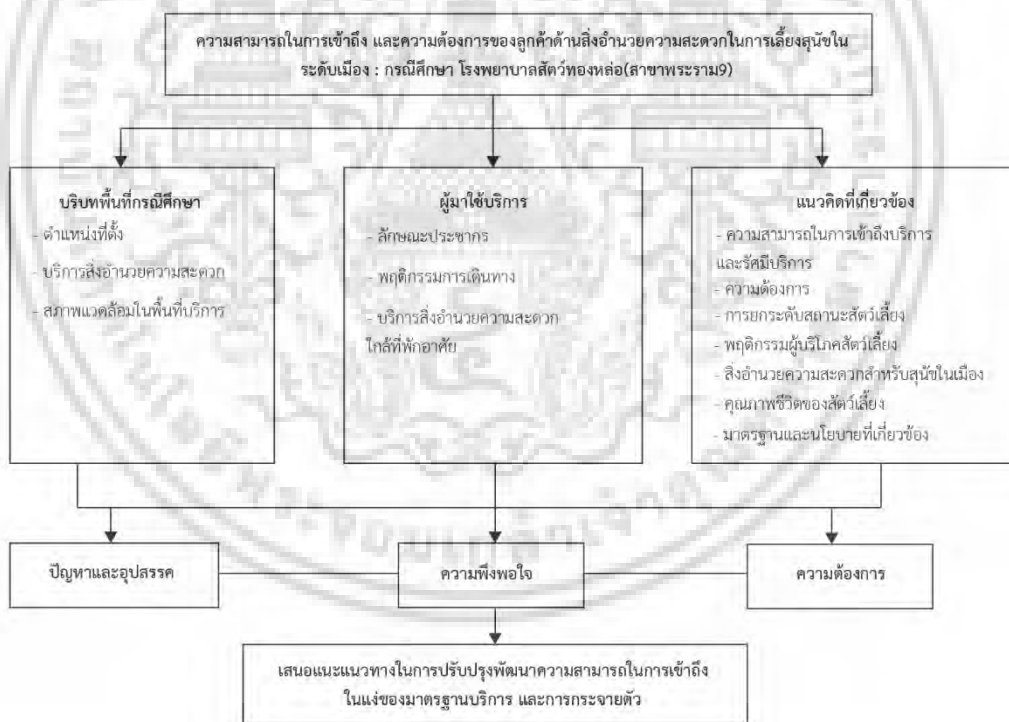
Melissa Bain (2024) ได้ทำการศึกษาทบทวนวรรณกรรมเชิงระบบ (Scoping Review) เรื่อง “Access to Veterinary Care: Evaluating Working Definitions, Barriers, and Impacts on Animal Welfare” โดยรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 77 ชิ้นในช่วงระยะเวลา 20 ปี (พ.ศ. 2545–2565) จากหลายประเทศทั่วโลก เพื่อวิเคราะห์นิยามที่ใช้ในการอธิบาย “การเข้าถึงบริการ สัตว์แพทย์” รวมถึงอุปสรรคที่มีผลต่อการเข้าถึง และผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของสัตว์ ผลการศึกษา ระบุว่ายังไม่มีนิยามที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในระดับสากลเกี่ยวกับ “การเข้าถึงบริการสัตว์แพทย์” โดยแต่ละงานวิจัยให้ความสำคัญกับมิติที่ต่างกัน เช่น การเข้าถึงทางภูมิศาสตร์ (Geographical Proximity) การเดินทางสะดวก ความสามารถในการจ่ายค่าบริการ (Affordability) ความพร้อมของ บุคลากร และการรับรู้ของเจ้าของสัตว์ อุปสรรคหลักที่พบบ่อยได้แก่ ระยะทางที่ไกล ความไม่เพียงพอ ของบุคลากรสัตว์แพทย์ในชนบท ค่าใช้จ่ายสูง และการขาดความรู้ของเจ้าของสัตว์เกี่ยวกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความจำเป็นในการรักษา งานวิจัยชิ้นนี้มีความสำคัญในแง่การสร้างกรอบนิยาม “การเข้าถึงบริการ สัตว์แพทย์” ที่มีความหลากหลายและเป็นระบบ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางวิเคราะห์และ พัฒนาการให้บริการสำหรับสัตว์เลี้ยงในระดับประเทศ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึง บริการ หรือจำเป็นต้องออกแบบระบบให้ครอบคลุมทุกกลุ่มประชากรเจ้าของสัตว์เลี้ยง

2.10 กรอบการวิจัย

กรอบการวิจัย ความสามารถในการเข้าถึง และความต้องการของลูกค้าด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัขในระดับเมือง : กรณีศึกษา โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (สาขา พระราม 9) มีองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ บริบทพื้นที่กรณีศึกษา ผู้มาใช้บริการ และแนวคิด ที่เกี่ยวข้อง โดยทำการศึกษา 3 ปีวิจัย ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรค ความพึงพอใจ และความต้องการ เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาความสามารถในการเข้าถึง ในแง่ของมาตรฐานบริการ และการกระจายตัว รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 กรอบการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในบทนี้จะอธิบายถึงกระบวนการ วิธีการดำเนินการที่ใช้ในงานวิจัย การศึกษาความสามารถในการเข้าถึงของลูกค้าที่มาใช้บริการ และความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขในระดับเมือง กรณีศึกษาโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 รูปแบบวิธีวิจัย
- 3.2 การกำหนดพื้นที่ศึกษา
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 ขั้นตอนและวิธีดำเนินงานวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.7 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
- 3.8 นิยามปฏิบัติการ
- 3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบวิธีวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการให้บริการและความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขในระดับเมือง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเมืองในอนาคตให้สามารถตอบสนองความต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขในระดับเมือง กรณีศึกษาโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Survey) จากกลุ่มตัวอย่าง โดยสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าถึง ความจำเป็นหรือเหตุผลในการมาใช้บริการ อุปสรรคปัญหาและความต้องการ ทำให้สามารถเห็นรูปแบบของอุปสรรค ปัญหา และแนวทางแก้ไขและพัฒนา

3.2 การกำหนดพื้นที่ศึกษา

3.2.1 ลักษณะเฉพาะของพื้นที่กรณีศึกษา

ผู้ศึกษาได้กำหนดพื้นที่ศึกษาความสามารถในการเข้าถึง และความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและสร้างมาตรฐานของสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข กรณีศึกษาโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 โดยกำหนดการเก็บรวบรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์เพื่อการเรียนการสอนในชั้นเรียนเท่านั้น เมื่อผู้เรียนได้เห็นใบเซอร์ใบนี้เป็นการยืนยันว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อมูลไว้ภายในเขตโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขครบทุกรูปแบบ เช่น ห้องตรวจรักษา ห้องผ่าตัด ห้องพักฟื้น พื้นที่อาบน้ำตัดขน และพื้นที่ฝากเลี้ยง ทั้งยังเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งแตกต่างจากคลินิกทั่วไปที่มีข้อจำกัดด้านเวลา พื้นที่ตั้งของโรงพยาบาลอยู่ในทำเลที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกจากเมืองชั้นใน สำหรับกลุ่มประชากรรายได้ปานกลางถึงสูง ภายในรัศมี 5-10 กิโลเมตร และใช้เวลาเดินทางโดยเฉลี่ย 15-30 นาที จึงเหมาะสมต่อการพัฒนา Catchment Area ในเขตเมือง ด้วยคุณสมบัติดังกล่าว สถานบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัขแห่งนี้จึงเป็นกรณีศึกษาที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการเข้าถึง รูปแบบการให้บริการ และลักษณะการใช้บริการของเจ้าของสุนัข รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 พื้นที่กรณีศึกษา

ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

3.2.2 ความแตกต่างระหว่างสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขทั่วไป และแบบครบวงจร

สถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขทั่วไปจะมีแต่บริการสุขภาพขั้นพื้นฐาน เช่น การฉีดวัคซีน การตรวจสุขภาพเบื้องต้น การรักษาอาการป่วยทั่วไป และบริการผ่าตัดขนาดเล็ก เนื่องจากไม่มีสัตวแพทย์ที่เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทำให้ไม่สามารถทำการตรวจรักษาอาการเจ็บป่วยหรือโรคที่ซับซ้อนได้ นอกจากนี้มักจะไม่มีบริการอื่นๆ ทุกประเภท เช่น อาบน้ำตัดขน สระว่ายน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หรือถึงแม้จะมี แต่ก็ยังมีข้อจำกัดในด้านระยะเวลาการให้บริการที่ไม่สามารถรองรับได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ และวิทยาการที่จำกัดแค่ในระดับพื้นฐาน(สัตวแพทยสภา, 2564) ในทางตรงกันข้าม สถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขแบบครบวงจร เป็นศูนย์บริการที่มีความพร้อมสูง โดยมีบริการเฉพาะทางที่หลากหลาย ครอบคลุมการตรวจรักษาโรคทั่วไปและโรคเฉพาะทาง มีการรักษาฉุกเฉินตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยและหลากหลาย สามารถรองรับกรณีที่ต้องการความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ เช่น ศัลยกรรม การดูแลสุนัข หลังการผ่าตัด การฟื้นฟูสมรรถภาพ รวมถึงบริการสนับสนุน เช่น บริการอาบน้ำตัดขน บริการฝากเลี้ยง บริการสินค้าสำหรับสุนัข และบริการเสริมอื่น ๆ เช่น Pet Taxi หรือบริการให้คำปรึกษาทางไกล ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของเจ้าของสัตว์เลี้ยงได้อย่างครอบคลุมและมีคุณภาพมากกว่า ความแตกต่างที่ชัดเจนนี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการศึกษาการพัฒนา และขยายสถานบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขแบบครบวงจรในระดับเมือง เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึง บริการที่มีมาตรฐานสูงและครบถ้วนได้สะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นประเด็นหลักที่งานวิจัยนี้ต้องการ นำเสนอและศึกษาต่อไป รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ความแตกต่างระหว่างสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขทั่วไปและแบบครบวงจร

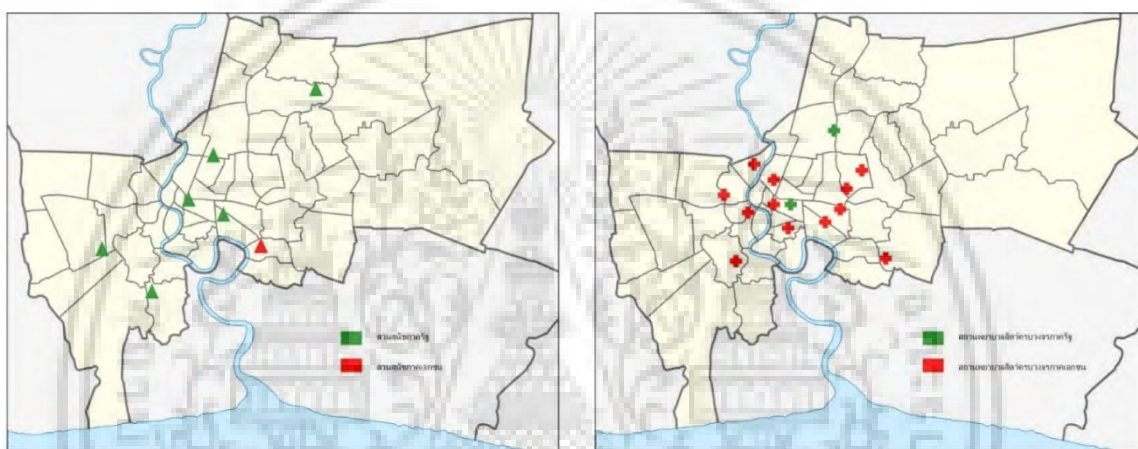
ประเภท	คุณลักษณะ
ทั่วไป	<ul style="list-style-type: none"> - มีขนาดเล็ก - เวลาทำการจำกัด - ไม่ครอบคลุมการบริการทุกประเภท - ไม่ครอบคลุมการให้บริการที่ต้องใช้เครื่องมือหรือวิทยาการความรู้ที่สูงกว่าระดับพื้นฐาน
ครบวงจร	<ul style="list-style-type: none"> - มีขนาดใหญ่กว่า - เวลาทำการ 24 ชั่วโมง - ครอบคลุมการบริการทุกประเภท - มีการให้บริการที่ต้องใช้เครื่องมือหรือวิทยาการความรู้ที่สูงกว่าระดับพื้นฐาน

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.3 การกระจายตัวที่ไม่ทั่วถึงของสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขแบบครบวงจร

แม้ในบางพื้นที่จะมีสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขแบบครบวงจรแล้ว แต่เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ที่ยังไม่มี พบว่ายังมีจำนวนมากกว่า โดยในเขตกรุงเทพมหานครยังมีถึง 19 เขตที่ไม่มีสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขแบบครบวงจร (สัตว์แพทย์สภา, 2568) ได้แก่ เขตพระนคร สัมพันธวงศ์ ป้อมปราบศัตรูพ่าย ดุสิต บางซื่อ บางพลัด บางกอกใหญ่ บางกอกน้อย ทวีวัฒนา หนองแขม บางบอน บางแค ราชบุรีบูรณะ ทุ่งครุ สะพานสูง คลองสามวา หนองจอก มีนบุรี และลาดกระบัง โรงพยาบาลสัตว์แบบครบวงจรแสดงไว้ในภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.2 ผังแสดงตำแหน่งสวนสาธารณะและโรงพยาบาลสัตว์แบบครบวงจร

ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากร

ประชากรของการศึกษาครั้งนี้ เป็นลูกค้าที่มาใช้บริการทุกประเภทที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 เนื่องจากกลุ่มประชากรมีการใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกของสุนัข และมีโอกาสที่จะมาจากหลากหลายพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับอุปสรรคและความต้องการให้มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัขของประชากรที่เลี้ยงสุนัขในกรุงเทพมหานครได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ คือ ผู้ใช้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขในบริเวณโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนที่แท้จริงได้ โดยวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง จะใช้วิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) โดยสุ่มผู้ที่มาใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก จากสูตรหาขนาดจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวน และสัดส่วนประชากรของ Cochran

$$n = \frac{P(1 - P)Z^2}{e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าสัดส่วนของประชากร; P = 0.5

e = ร้อยละความคลาดเคลื่อนจากกลุ่มตัวอย่าง; e = 0.05

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่นักวิจัยกำหนดไว้ ณ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95; Z = 1.96

จะได้ว่า

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)1.96^2}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงสุนัขและมาใช้บริการที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ 385 คน ดังนั้นจึงเก็บแบบสอบถาม 400 ชุด เพื่อให้ข้อมูลเพียงพอในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ทบทวนข้อมูลทฤษฎี ทฤษฎี แนวคิด รวมถึงงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการเลี้ยงและการเติบโตของตลาดและจำนวนประชากรสุนัข ปัจจัยที่จำเป็นต่อการเลี้ยงสุนัข ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขในประเทศต่างๆ และความแตกต่างกันของลักษณะสภาพแวดล้อมในระดับครัวเรือนและพื้นที่สาธารณะที่เหมาะสมและเอื้ออำนวยต่อการเลี้ยงสุนัข อุปสรรคและข้อจำกัดต่างๆ

ในการเลี้ยงสุนัขในกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 2 เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามผู้มาใช้บริการทุกประเภทที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 จำนวน 400 ชุด เพื่อศึกษาปัจจัยด้านอุปสรรคและความต้องการในการเข้าถึงที่แตกต่างกัน รวมถึงระดับความพึงพอใจของการได้มาใช้บริการสถานบริการแบบครบวงจร แบบมาครั้งเดียวได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขครบทุกประเภทของประชากรที่เลี้ยงสุนัข

ขั้นตอนที่ 3 ทำการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ของพื้นที่ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยทำการสรุปจากแบบสอบถาม ข้อมูลด้านลักษณะรูปแบบ และปัจจัยต่างๆ ที่พื้นที่เขตโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 มี และใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อสรุปผลการศึกษา ข้อเสนอแนะ และข้อจำกัดในการศึกษา

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการรวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิ และทุติยภูมิ และนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแบบสอบถาม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ และงานวิจัย (Documentary Research)

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ และงานวิจัย เพื่อทบทวนแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลต่างๆ

3.5.2 การเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Research)

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลทางปัจจัยด้านกายภาพของพื้นที่กรณีศึกษา ทั้งรูปแบบการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก

3.5.3 การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้มาใช้บริการในโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 จำนวน 400 ชุด โดยการสุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นแนวทางในการเสนอแนะ ทั้งรูปแบบของมาตรฐานการบริการ และการกระจายตัวของสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข

3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามและโปรแกรมวิเคราะห์เชิงสถิติ (Statistical Package For Social Science) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.6.1 แบบสอบถาม (Questionnaire)

การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยการสุ่มตัวอย่างเป็นระบบจากการกำหนดพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ส่วน

ส่วนที่ 1 ลักษณะและข้อมูลประชากร

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึง

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงภายในพื้นที่บริการ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงในพื้นที่บริการ

ส่วนที่ 5 ความต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงในพื้นที่บริการ

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะหรือปัจจัยที่ต้องการให้มีหรือควรพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม

3.6.2 โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ SPSS

เป็นโปรแกรมที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างและนำมาวิเคราะห์เพื่อให้ได้ผลสรุป

3.7 ตัวแปรที่ใช้ในการดำเนินงานวิจัย

3.7.1 ตัวแปรต้น หรือตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

1) ลักษณะและข้อมูลประชากรตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ สถานะ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ประเภทงานที่ทำ จำนวนสุนัขที่เลี้ยง ประเภทสุนัข และประเภทที่อยู่อาศัย

2) พฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึง ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ ทองหล่อ วิธีเดินทางมาใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัย ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัย บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เคยใช้ ความถี่ในการมาใช้บริการ บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ขาดแคลน พื้นที่ในการเลี้ยงในที่พักอาศัย และประสบการณ์การใช้บริการจากที่อื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.7.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

1) ระดับปัญหาและอุปสรรคของการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงภายในพื้นที่บริการ ได้แก่ การเดินทางมายังพื้นที่บริการ การจอดรถภายในพื้นที่บริการ ระบบการให้บริการ ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ จำนวนหรือประเภทบริการ จำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังหรือเคลื่อนไหว การนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ เคยต้องการใช้บริการในช่วงเวลา 20.00–08.00 น. เคยต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับอาการผิดปกติของสุนัขแต่ไม่สะดวกเดินทางมายังพื้นที่บริการ ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ และอัตราค่าบริการ

2) ระดับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงในพื้นที่บริการ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ ความสะดวกในการจอดรถภายในพื้นที่บริการ ความสะดวกรวดเร็วของระบบการให้บริการ การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง บริการตรวจและรักษา อาหารและสินค้าสุนัข บริการรับฝากเลี้ยง บริการอาบน้ำตัดขน บริการฝึกสอน บริการสระว่ายน้ำ สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย บริการห้องพัก บริการ Pet taxi บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย จำนวนและคุณภาพของบุคลากรในแต่ละด้าน อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษา ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ

3) ระดับความต้องการให้มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงในพื้นที่บริการ ได้แก่ ที่ตั้งของพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก การจอดรถที่สะดวกภายในพื้นที่บริการ ระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง บริการตรวจและรักษา อาหารและสินค้าสุนัข บริการรับฝากเลี้ยง บริการอาบน้ำตัดขน บริการฝึกสอน บริการสระว่ายน้ำ สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย บริการห้องพัก บริการ Pet taxi แผนก Exotic pet บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษาที่ทันสมัย ความสะดวกของทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ และอัตราค่าบริการที่เหมาะสม

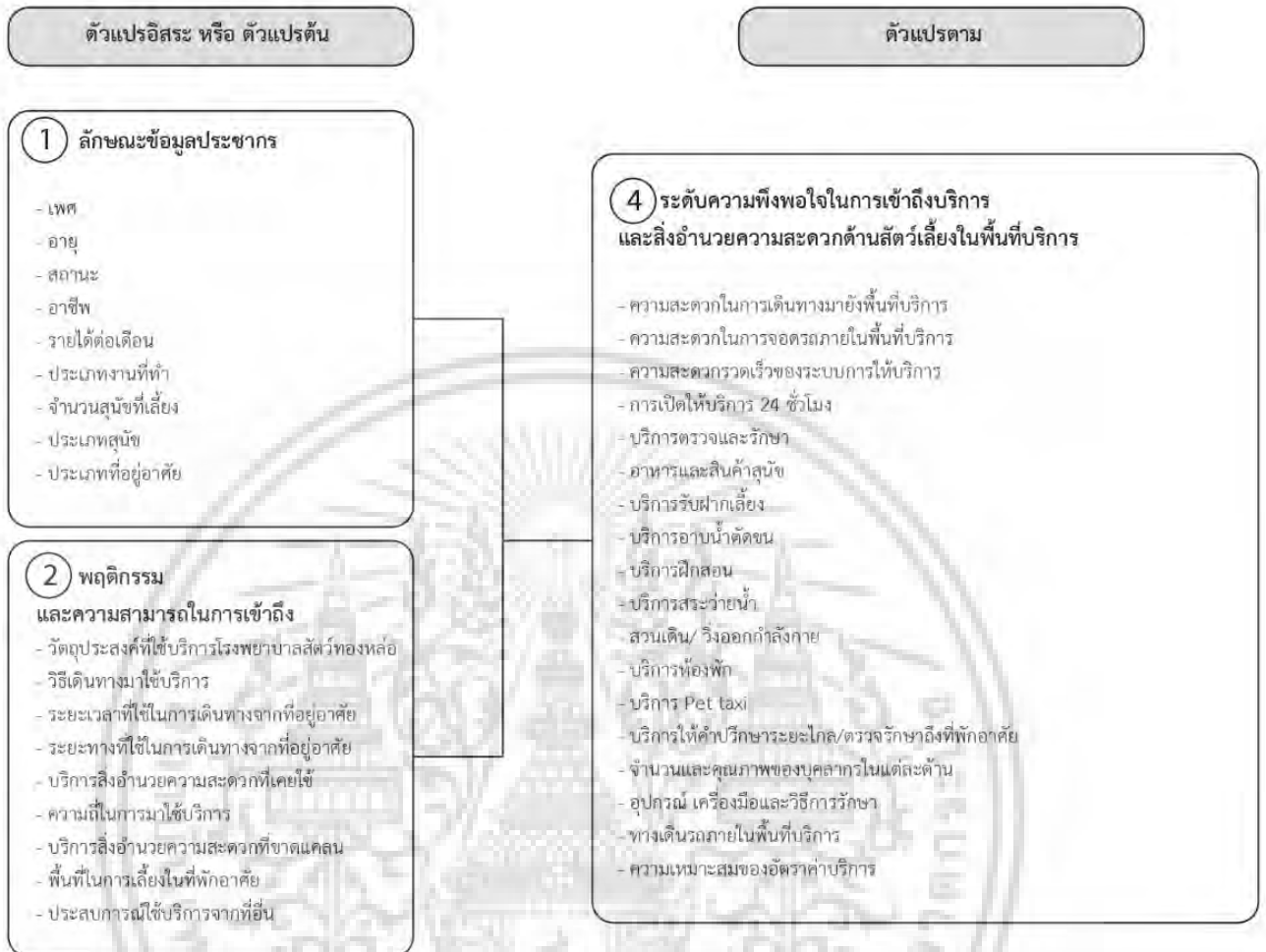
ความเชื่อมโยงของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม



ภาพที่ 3.3 ความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (1)

ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.4 ความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (2)

ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.5 ความเชื่อมโยงระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม (3)

ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

3.8 นิยามปฏิบัติการ

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลประชากร

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึง

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ส่วนที่ 5 ความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะหรือปัจจัยที่ต้องการให้มีหรือควรพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 ลักษณะข้อมูลประชากร

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ	ระดับการวัด
เพศ	1) ชาย 2) หญิง	นามบัญญัติ (Nominal)
อายุ	จำนวนหน่วยเป็นปี	อัตราส่วน (Ratio)
สถานะ	1) โสด 2) แต่งงาน/สมรส 3) หย่าร้าง	นามบัญญัติ (Nominal)
อาชีพ	1) นักเรียน/นักศึกษา 2) ค้าขาย/รับจ้าง/ธุรกิจส่วนตัว 3) หน่วยราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4) บริษัทเอกชน 5) แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ 6) อื่นๆ	นามบัญญัติ (Nominal)
รายได้ต่อเดือน	1) ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) 15,000–40,000 บาท 3) 50,000–100,000 บาท 4) มากกว่า 100,000 บาท	ข้อมูลลำดับ (Ordinal)
ประเภทงาน	1) ประจํา 2) ไม่ประจํา	นามบัญญัติ (Nominal)
จำนวนสุนัขที่เลี้ยง	จำนวนหน่วยเป็นตัว	อัตราส่วน (Ratio)
ประเภทสุนัข	1) สุนัขขนาดเล็ก 2) สุนัขขนาดใหญ่	นามบัญญัติ (Nominal)
ประเภทที่อยู่อาศัย	1) บ้านเดี่ยว 2) ทาวน์เฮาส์ 3) บ้านแฝด 4) อาคารพาณิชย์/ตึกแถว 5) แฟลต/อพาร์ทเมนต์/หอพัก 6) คอนโดมิเนียม	นามบัญญัติ (Nominal)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 พฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึง

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ	ระดับการวัด
วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	1) มีบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ 2) เดินทางมาสะดวก 3) มีเครื่องมือครบและทันสมัย 4) มีบริการครบวงจร 5) มีพื้นที่สำหรับให้สัตว์เลียยเคลื่อนไหวอย่างอิสระ 6) อื่นๆ	นามบัญญัติ (Nominal)
วิธีพาสุนัขเดินทางมาใช้บริการ	1) เดินเท้า 2) รถยนต์ส่วนตัว 3) รถบริการ/รถรับจ้าง/ขนส่งทุกประเภท 4) รถโรงพยาบาล/ Pet taxi	นามบัญญัติ (Nominal)
ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางมายัง โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	1) น้อยกว่า 15 นาที 2) 15-30 นาที 3) 31-60 นาที 4) 60 นาทีขึ้นไป	ข้อมูลลำดับ (Ordinal)
ระยะทางที่ใช้ในการเดินทางมายัง โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	1) น้อยกว่า 5 กิโลเมตร 2) 5-15 กิโลเมตร 3) 15-25 กิโลเมตร 4) มากกว่า 25 กิโลเมตร	ข้อมูลลำดับ (Ordinal)
ประเภทบริการที่เคยใช้	1) ตรวจและรักษา 2) อาหารและสินค้าสุนัข 3) บริการรับฝากเลียย 4) อาบน้ำตัดขน 5) บริการฝึกสอน 6) สระว่ายน้ำ 7) สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย 8) บริการห้องพัก 9) Pet taxi	นามบัญญัติ (Nominal)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ	ระดับการวัด
ความถี่ในการมาใช้บริการ	1) 1 ครั้ง/เดือน 2) 2-4 ครั้ง/เดือน 3) มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน 4) ไม่นั่นอน	ข้อมูลลำดับ (Ordinal)
ขาดบริการสิ่งอำนวยความสะดวก	1) ตรวจและรักษา 2) อาหารและสินค้าสุขนซ์ 3) บริการรับฝากเลี้ยง 4) อาบน้ำตัดขน 5) บริการฝึกสอน 6) สระว่ายน้ำ 7) สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย 8) บริการห้องพัก 9) Pet taxi	นามบัญญัติ (Nominal)
บริเวณที่พักอาศัยมีพื้นที่เพียงพอต่อการเลี้ยงสุนัข	1) เพียงพอ 2) ไม่เพียงพอ	นามบัญญัติ (Nominal)
เคยใช้บริการที่อื่นมาก่อน	1) เคย 2) ไม่เคย	นามบัญญัติ (Nominal)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.4 ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ	ระดับการวัด
ปัญหาและอุปสรรค	<ol style="list-style-type: none"> 1) การเดินทางมายังพื้นที่บริการ 2) การจอดรถภายในพื้นที่บริการ 3) ระบบการให้บริการ 4) ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ 5) จำนวนหรือประเภทบริการ 6) จำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ 7) พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกก่าลังหรือเคลื่อนไหว 8) การนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ 9) สุขของท่านเคยมีอาการเจ็บป่วยในยามวิกาล 10) ท่านเคยต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับอาการผิดปกติของสุนัขแต่ไม่สะดวกเดินทางมายังพื้นที่บริการ 11) ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ 12) อัตราค่าบริการ 	<p>อันตรภาคชั้น (Interval)</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.5 ความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ	ระดับการวัด
ความพึงพอใจ	1) ความสะดวกในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ 2) ความสะดวกในการจอดรถภายในพื้นที่บริการ 3) ความสะดวกรวดเร็วของระบบการให้บริการ 4) ช่วงเวลาที่เปิดให้บริการ (24 ชั่วโมง) 5) บริการตรวจและรักษา 6) อาหารและสินค้าสุนัข 7) บริการรับฝากเลี้ยง 8) บริการอาบน้ำตัดขน 9) บริการฝึกสอน 10) บริการสระว่ายน้ำ 11) สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย 12) บริการห้องพัก 13) บริการ Pet taxi 14) บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย 15) จำนวนและคุณภาพของบุคลากรในแต่ละด้าน 16) อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษา 17) ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ 18) ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	อันตรภาคชั้น (Interval)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.6 ความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ	ระดับการวัด
ความต้องการให้มีบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก	<ol style="list-style-type: none"> 1) ที่ตั้งของพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก 2) การจอดรถที่สะดวกภายในพื้นที่บริการ 3) ระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว 4) การเปิดให้บริการ (24 ชั่วโมง) 5) บริการตรวจและรักษา 6) อาหารและสินค้าสุนัข 7) บริการรับฝากเลี้ยง 8) บริการอาบน้ำตัดขน 9) บริการฝึกสอน 10) บริการสระว่ายน้ำ 11) สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย 12) บริการห้องพัก 13) บริการ Pet taxi 14) แผนก Exotic pet 15) บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย 16) อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษาที่ทันสมัย 17) ความสะดวกของทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ 18) อัตราค่าบริการที่เหมาะสม 	อันตรภาคชั้น (Interval)

ตารางที่ 3.7 ข้อเสนอแนะหรือปัจจัยที่ต้องการให้มีหรือควรพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม (ความต้องการของลูกค้ำ)

ตัวแปร	นิยามปฏิบัติการ	ระดับการวัด
ความต้องการ	ปัจจัยที่ต้องการให้มีหรือควรพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม	นามบัญญัติ (Nominal)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.9.1 เชงปริมาณ

1) ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้วิธีนี้สรุปผลข้อมูลดังนี้

1.1) วิเคราะห์ด้วยนามบัญญัติ (Nominal) อัตราส่วน (Ratio) ร้อยละ (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าสูงสุดและต่ำสุด (Maximum and Minimum)

1.2) อันตรภาคชั้น (Interval) ในการประเมินระดับอุปสรรค ปัญหา และแนวทางพัฒนาซึ่งมี 5 ระดับ

- ระดับ 5 เท่ากับ มากที่สุด
- ระดับ 4 เท่ากับ มาก
- ระดับ 3 เท่ากับ ปานกลาง
- ระดับ 2 เท่ากับ น้อย
- ระดับ 1 เท่ากับ น้อยที่สุด

จากนั้นแบ่งค่าเฉลี่ยออกตามเกณฑ์สมบูรณ์ (Absolute Criteria) ได้ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.50–5.00 เท่ากับ ค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.50–4.49 เท่ากับ ค่าเฉลี่ยระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.50–3.49 เท่ากับ ค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.50–2.49 เท่ากับ ค่าเฉลี่ยระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00–1.49 เท่ากับ ค่าเฉลี่ยระดับน้อยที่สุด

2) การอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติในการหาความแตกต่างของข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ได้แก่

- 2.1) การทดสอบเชิงสถิติทดสอบที (t-test)
- 2.2) การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation coefficient)

บทที่ 4

การวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษา

การวิเคราะห์พื้นที่กรณีศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะกายภาพ ทำเลที่ตั้ง ระบบการเข้าถึง โครงสร้างการใช้พื้นที่ และปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการให้บริการ ของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 รวมทั้งศึกษาปัญหาและศักยภาพในการพัฒนาพื้นที่ เพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 4.1 ทำเลที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษา
- 4.2 ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดิน
- 4.3 ระบบขนส่งคมนาคม
- 4.4 การประเมินคุณสมบัติความครบวงจร
- 4.5 แผนภาพแสดงรายละเอียดภายในพื้นที่กรณีศึกษา

4.1 ทำเลที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษา

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อเป็นสถานบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการรักษาสัตว์เลี้ยง แห่งแรกในประเทศไทยที่เปิดบริการ 24 ชั่วโมง โดยพื้นที่กรณีศึกษาเป็นสาขาพระราม 9 ซึ่งเป็น สาขาหลักในปัจจุบัน และมีบริการแบบครบวงจร ตั้งอยู่บริเวณถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขต ห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งถือเป็นทำเลที่อยู่ในย่านศูนย์กลางธุรกิจใหม่ (New CBD) ของ กรุงเทพมหานครในปัจจุบัน อยู่ในโซนผังสีส้มซึ่งความหนาแน่นของการอยู่อาศัยปานกลาง สามารถ สร้างที่อยู่อาศัยได้ทุกรูปแบบ อยู่ในบริเวณพื้นที่ต่อเนื่องกับเขตเมืองชั้นในอย่างเอกมัยและทองหล่อ รวมถึงถนนสุขุมวิททั้งเส้นและเชื่อมกับเมืองชั้นนอกอย่างรามอินทรา รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่

4.1



ภาพที่ 4.1 ผังแสดงบริบทรอบๆ บริเวณพื้นที่กรณีศึกษา (โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขา พระราม 9)
ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

4.1.1 ทำเลที่ตั้งและความเชื่อมโยงทางกายภาพ

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 ตั้งอยู่ริมถนนพระราม 9 ซึ่งเป็นถนนสายหลักที่มีบทบาทในการเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมระหว่างพื้นที่ชั้นในของกรุงเทพมหานครกับพื้นที่ชานเมือง โดยสามารถเชื่อมต่อกับทางด่วนศรีรัชและทางด่วนเอกมัย-รามอินทราได้โดยตรง ทำให้การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวจากย่านลาดพร้าว บางนา หรือสุขุมวิทมีความสะดวก นอกจากนี้ยังตั้งอยู่ในบริเวณที่ล้อมรอบด้วยโครงการขนาดใหญ่ที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบผสมผสาน (Mixed-Use Urban Development) เช่น อาคารสำนักงาน (G Tower) คอนโดมิเนียมระดับบน (Belle Grand Rama9 และ Rhythm Asoke) ศูนย์การค้า (Fortune Town และ Central Rama 9) และโครงการมิกซ์ยูสอื่นๆ ที่มีการหมุนเวียนของประชากรตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้พื้นที่โดยรอบมีความหนาแน่นของกิจกรรมสูง และมีศักยภาพในการรองรับบริการเฉพาะทางสำหรับสัตว์เลี้ยง

4.1.2 ลักษณะประชากรเป้าหมายและพฤติกรรมการใช้บริการ

กลุ่มผู้ใช้บริการหลักของโรงพยาบาลประกอบด้วยประชากรวัยทำงานที่มีรายได้ระดับกลางถึงสูง ซึ่งมักอาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมหรือโครงการแนวสูงในย่านพระราม 9 ทองหล่อ เอกมัย และเพชรบุรีตัดใหม่ กลุ่มประชากรดังกล่าวมีพฤติกรรมการเลี้ยงสัตว์ที่สอดคล้องกับแนวโน้ม “Pet เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้”

Humanization” ซึ่งสัตว์เลี้ยงถูกมองในฐานะสมาชิกของครอบครัว ส่งผลให้มีความต้องการใช้บริการที่หลากหลายและครอบคลุม ตั้งแต่การรักษาทางการแพทย์เฉพาะทาง การอาบน้ำตัดขน การดูแลฟื้นฟูสุขภาพ ไปจนถึงบริการด้านความสะดวก เช่น การขนส่งสัตว์เลี้ยงหรือการใช้บริการ Telemedicine

4.1.3 ศักยภาพในการให้บริการ

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 เป็นสถานบริการสำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีระดับการให้บริการครบวงจรในลักษณะ Flagship Facility และมีการให้บริการทุกประเภทในระดับมาตรฐานสากล โดยเป็นสถานพยาบาลเพียงแห่งเดียวในรัศมี 3-5 กิโลเมตรที่สามารถให้บริการได้ทั้งในด้านการรักษา การฟื้นฟู และบริการสนับสนุนด้านสุขภาพสัตว์อย่างครอบคลุม การมีระบบพื้นที่เฉพาะทางหลากหลาย เช่น I.C.U. ห้องพักสัตว์แบบ V.I.P. พื้นที่แมวแยกต่างหาก พื้นที่ดูแลสัตว์พิเศษ (Exotic) และบริการ Hydrotherapy ช่วยเพิ่มขีดความสามารถของโรงพยาบาลในการรองรับความต้องการที่หลากหลายของเจ้าของสัตว์ในเมืองที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่อยู่อาศัยและเวลา

4.1.4 ข้อจำกัดของพื้นที่และระบบรองรับ

พื้นที่โรงพยาบาลมีการออกแบบให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด แต่ยังมีข้อจำกัดหลายประการที่อาจส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ เช่น ขนาดพื้นที่โดยรวมของอาคารมีความคับแคบเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ให้บริการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะพื้นที่ห้องรอ ห้องอาบน้ำตัดขน และพื้นที่ฝากเลี้ยงซึ่งมีความหนาแน่นของการใช้บริการสูงในช่วงวันหยุด นอกจากนี้ พื้นที่จอดรถที่มีอยู่สามารถรองรับได้เพียง 77 คัน ทำให้เกิดปัญหาความแออัดในช่วงเวลาเร่งด่วนหรือวันหยุด และเป็นอุปสรรคต่อการให้บริการที่มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

4.1.5 การเข้าถึงและผลกระทบจากสภาพแวดล้อมเมือง

การเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมายังโรงพยาบาลมีความสะดวกในเชิงเครือข่ายโครงสร้างพื้นฐาน แต่สภาพการจราจรบนถนนพระราม 9 ซึ่งมีความหนาแน่นสูงตลอดทั้งวัน โดยเฉพาะในช่วงเวลาเร่งด่วน อาจเป็นข้อจำกัดต่อการเข้าถึง โดยเฉพาะในกรณีของการเคลื่อนย้ายสัตว์ป่วยที่ต้องการการรักษาเร่งด่วน ความหนาแน่นของการจราจรและข้อจำกัดด้านที่จอดรถ ยังอาจส่งผลทางอ้อมต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และส่งผลกระทบต่อความขยายขอบเขตการให้บริการในอนาคตได้ หากไม่มีการวางแผนโครงสร้างสนับสนุนอย่างเป็นระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดิน

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 ตั้งอยู่เลขที่ 80 ถนนเพชรพระราม แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาในลักษณะศูนย์บริการสุขภาพสัตว์ในเขตเมือง (Urban Veterinary Health Facility) โดยมีลักษณะการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบผสมผสาน (Mixed-Use Development) ครอบคลุมทั้งการให้บริการทางการแพทย์เฉพาะทางสำหรับสัตว์เลี้ยง การบำบัดฟื้นฟู การดูแลระยะยาว ตลอดจนกิจกรรมเชิงพาณิชย์และนันทนาการสำหรับสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ โดยตั้งอยู่บนที่ดินประมาณ 6 ไร่ มีอาคารหลักสูง 7 ชั้น พื้นที่ใช้สอยประมาณ 17,000 ตารางเมตร ภายในพื้นที่แบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ อย่างเป็นระบบ ได้แก่ พื้นที่ให้บริการรักษาทางการแพทย์ด้วยเครื่องมือสมัยใหม่ พื้นที่พักฟื้นสัตว์แยกประเภท พื้นที่บำบัดด้วยน้ำ (Hydrotherapy) และพื้นที่เปิดโล่งสีเขียวที่จัดเป็นสวนสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Park) ขนาดประมาณ 1 ไร่ พร้อมด้วยโซนค้าปลีก ร้านกาแฟ และที่จอดรถเฉพาะกิจภายในโครงการ รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 บริเวณหน้าอาคารหลัก

ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

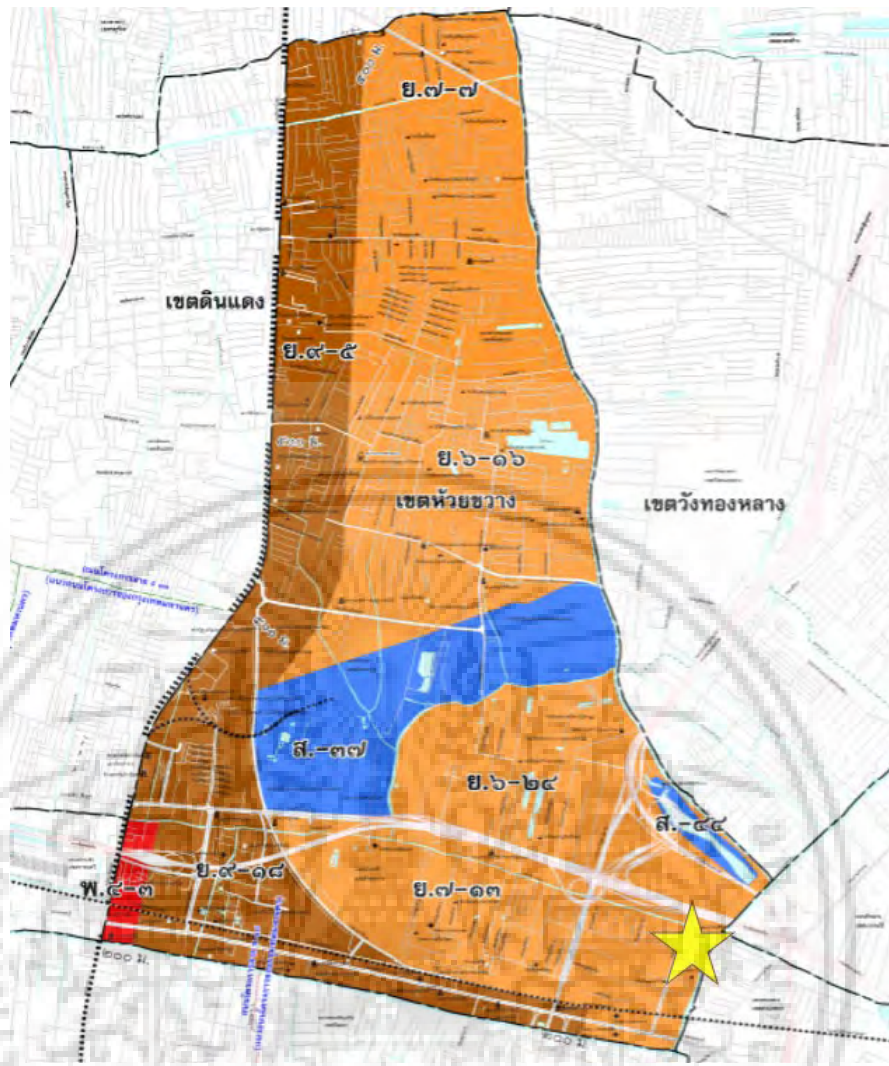
ในเชิงผังเมือง พื้นที่ของโรงพยาบาลแห่งนี้อยู่ในเขตผังสีส้ม (รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.3) ประเภท ย.7-13 โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) เป็นที่ดินประเภทที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการอยู่อาศัยในเขตเมืองที่มีความหนาแน่นเพิ่มขึ้น

(2) สนับสนุนการใช้ประโยชน์ที่ดินแบบผสมผสาน อาทิ ที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์ สำนักงาน และกิจการบริการบางประเภท เช่น สถานพยาบาล คลินิก หรือโรงพยาบาลสัตว์

(3) ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ ทั้งนี้เพื่อเพิ่ม

ศักยภาพการใช้พื้นที่ในแนวเส้นทางระบบขนส่งมวลชนและถนนสายหลักของเมือง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.3 ผังสีบริเวณเขตพื้นที่การศึกษา
ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

4.3 ระบบขนส่งคมนาคม

4.3.1 การเข้าถึงโดยรถยนต์ส่วนตัวและตำแหน่งที่ตั้ง

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 ตั้งอยู่บนถนนพระราม 9 ซึ่งเป็นถนนสายหลักของกรุงเทพมหานครที่มีบทบาทเชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ชั้นในกับชานเมือง อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงได้จากโครงข่ายทางด่วนทั้งทางด่วนศรีรัชและทางด่วนเอกมัย-รามอินทราโดยตรง ส่งผลให้การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวมีความสะดวกสำหรับผู้ใช้บริการจากย่านลาดพร้าว รามคำแหง บางนา และสุขุมวิท รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.2 การเข้าถึงโดยรถโดยสารประจำทาง

โรงพยาบาลสามารถเข้าถึงได้โดยรถโดยสารประจำทางบางสายที่วิ่งผ่านถนนพระราม 9 เช่น สาย 137, 168 และ 514 ซึ่งให้บริการในช่วงเวลาทั่วไป อย่างไรก็ตาม การใช้รถโดยสารเพื่อเดินทางมายังโรงพยาบาลสัตว์ยังมีข้อจำกัดในทางปฏิบัติ เนื่องจากไม่สามารถนำสัตว์เลี้ยงขึ้นรถโดยสารประจำทางได้ตามระเบียบขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก.) ส่งผลให้บริการรูปแบบนี้ไม่สามารถรองรับกลุ่มผู้ใช้บริการหลักของโรงพยาบาลได้จริง จึงไม่สามารถนับเป็นรูปแบบการเดินทางที่เข้าถึงได้ในบริบทของสถานบริการเฉพาะทางด้านสัตว์เลี้ยง รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.4

4.3.3 การเข้าถึงโดยระบบราง (โครงการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และการรถไฟแห่งประเทศไทย)

ในบริเวณใกล้เคียงมีสถานีรถไฟรางคู่ เช่น สถานีรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ รามคำแหง และสถานีรถไฟ สุขุมวิท 71 ซึ่งอยู่ห่างจากโรงพยาบาลราว 850 เมตร ความใกล้เคียงนี้ช่วยเพิ่มทางเลือกด้านการเดินทาง แต่ข้อจำกัดด้านนโยบายและความสะดวกของการนำสัตว์เลี้ยงขึ้นรถไฟรางเดี่ยว (ซึ่งมักไม่รองรับสัตว์เลี้ยง) ก็เป็นอุปสรรค รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.5

4.3.4 การเข้าถึงโดยระบบราง (รถไฟฟ้า BTS และ MRT)

แม้ว่าพื้นที่ตั้งของโรงพยาบาลจะอยู่ในเขตเมืองชั้นใน แต่การเข้าถึงด้วยระบบขนส่ง BTS และ MRT ยังมีข้อจำกัดอย่างมาก โดยสถานีรถไฟ MRT ที่ใกล้ที่สุดคือสถานีพระราม 9 ซึ่งอยู่ห่างออกไปประมาณ 2 กิโลเมตร ไม่เอื้อต่อการเดินเท้าหรือขนส่งสัตว์เลี้ยง ผู้ใช้บริการที่ต้องการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าจำเป็นต้องต่อรถแท็กซี่หรือมอเตอร์ไซค์รับจ้าง ซึ่งอาจไม่ปลอดภัยหรือไม่เหมาะสมกับสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะในกรณีสัตว์ป่วยหรือมีขนาดใหญ่ ทั้งนี้ รถไฟฟ้า BTS และ MRT ยังไม่มีนโยบายรองรับการขนส่งสัตว์เลี้ยง ยกเว้นในกรณีเฉพาะที่อยู่ในกล่องหรือกระเป๋าท่อนั้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลในเชิงปริมาณและลักษณะการใช้บริการ รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.5

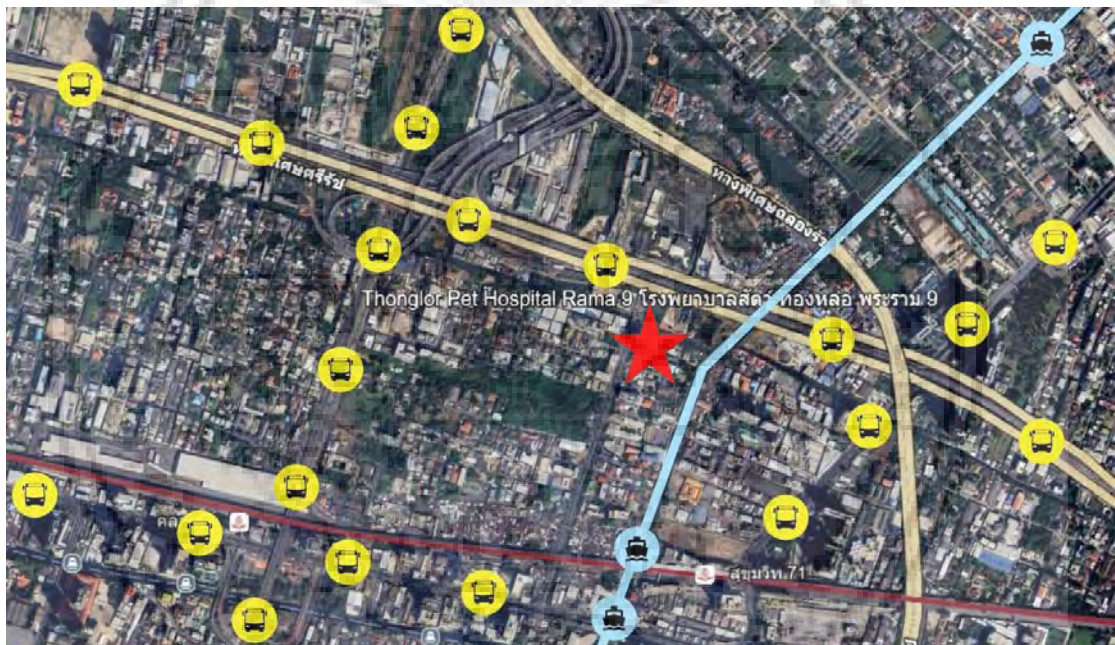
4.3.5 การเข้าถึงโดยเรือ

พื้นที่ตั้งของโรงพยาบาลอยู่ห่างจากแนวคลองและท่าเรือของระบบเรือโดยสารสาธารณะ เช่น ท่าเรือรามหนึ่งในระยะ 800 เมตร อีกทั้งการเดินทางด้วยเรือยังมีข้อจำกัดด้านเวลา การให้บริการและไม่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงขึ้นเรือ จึงไม่สามารถใช้เป็นช่องทางการเดินทางที่สอดคล้องกับลักษณะการบริการของโรงพยาบาลสัตว์ได้จริงในทางปฏิบัติ รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3.6 ผลกระทบจากปัญหาจราจรต่อประสิทธิภาพการบริการ

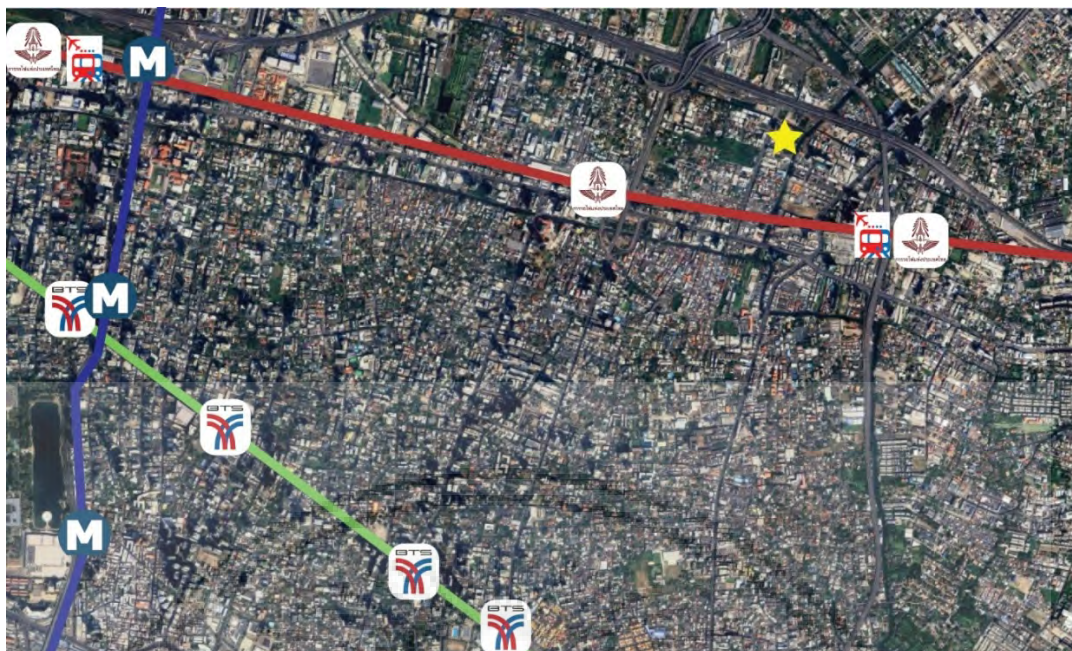
ถนนพระราม 9 มีความหนาแน่นของการจราจรสูงตลอดทั้งวัน โดยเฉพาะช่วงเช้าและเย็น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการของโรงพยาบาลอย่างต่อเนื่อง ทั้งในแง่ระยะเวลาการเดินทางที่ยาวนานขึ้น (เฉลี่ยเพิ่มขึ้น 1.5–2 เท่าในชั่วโมงเร่งด่วน) และในกรณีฉุกเฉินที่ต้องนำสัตว์ป่วยส่งโรงพยาบาลโดยเร็ว ความล่าช้าในการเดินทางส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการรักษาและการให้บริการฉุกเฉิน นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบต่อระบบโลจิสติกส์ของโรงพยาบาล เช่น การเคลื่อนย้ายเวชภัณฑ์หรือระบบขนส่งภาคสนามที่สนับสนุนบริการ Pet Taxi และบริการฉีดวัคซีนภายนอกสถานที่



ภาพที่ 4.4 ผังคมนาคมบริเวณรอบพื้นที่กรณีศึกษา (1)

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.5 ผังคมนาคมบริเวณรอบพื้นที่กรณีศึกษา (2)

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

4.4 การประเมินคุณสมบัติความครบวงจร

4.4.1. บริการทางการแพทย์ (Clinical Services)

มีการติดตั้งเครื่องมือวินิจฉัยที่ทันสมัยในระดับโรงพยาบาลสัตว์ชั้นนำ เช่น เครื่อง CT Scan, MRI, Fluoroscope, เครื่องอัลตราซาวด์ และระบบภาพดิจิทัล (รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.6) เพื่อสนับสนุนการวินิจฉัยและการรักษาที่แม่นยำ โดยมีการแบ่งหน่วยงานภายในออกเป็นศูนย์หรือคลินิกเฉพาะทาง เพื่อให้สัตว์เลี้ยงได้รับการดูแลอย่างเหมาะสมกับลักษณะของโรคหรือความต้องการเฉพาะด้าน ดังนี้

- 1) ศูนย์รังสีวินิจฉัยและอัลตราซาวด์ ให้บริการถ่ายภาพรังสีทั่วไป (X-ray) อัลตราซาวด์ CT scan และ MRI เพื่อตรวจหาความผิดปกติภายในร่างกายสัตว์อย่างละเอียด
- 2) ศูนย์หัวใจและหลอดเลือด ให้การวินิจฉัยและรักษาโรคหัวใจและระบบไหลเวียนโลหิต เช่น โรคหัวใจล้มเหลว หัวใจเต้นผิดจังหวะ มีการใช้เครื่อง EKG และ Echocardiogram
- 3) ศูนย์โรคผิวหนังและภูมิแพ้ ให้บริการตรวจวินิจฉัยโรคผิวหนัง ภูมิแพ้ภายนอก ภูมิแพ้ อาหาร การติดเชื้อในผิวหนัง หรือปัญหาผิวหนังเรื้อรัง
- 4) ศูนย์โรคตา ตรวจและรักษาปัญหาทางตา เช่น ต้อกระจก แผลกระจกตา ภาวะตาแห้ง โดยมีเครื่องมือตรวจตาเฉพาะทางและห้องผ่าตัดเล็กเฉพาะสำหรับจักษุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สวอนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 5) ศูนย์โรคอายุรกรรม ให้การรักษาโรคเรื้อรังและระบบต่างๆ ของร่างกาย เช่น ระบบทางเดินอาหาร ระบบทางเดินปัสสาวะ ระบบเลือดและต่อมไร้ท่อ
- 6) ศูนย์โรคกระดูกและข้อ ตรวจสอบและรักษาโรคเกี่ยวกับระบบกระดูก กล้ามเนื้อ เอ็นและข้อต่อ รวมถึงการฟื้นฟูหลังการผ่าตัด เช่น โรคข้อเสื่อมหรือสะบ้าเคลื่อน
- 7) ศูนย์ศัลยกรรมและวิสัญญี ให้บริการผ่าตัดทั่วไป ผ่าตัดกระดูก ผ่าตัดฉุกเฉิน และมีทีมวิสัญญีเฉพาะทางดูแลการให้ยาระงับความรู้สึกอย่างปลอดภัย
- 8) ศูนย์ระบบประสาทและกระดูกสันหลัง ตรวจสอบรักษาอาการทางระบบประสาท เช่น อัมพฤกษ์ อัมพาต หมอนรองกระดูกทับเส้นประสาท โดยเน้นการวินิจฉัยภาพร่วมกับการฟื้นฟู
- 9) ศูนย์สัตว์เลี้ยงสูงวัย ให้การดูแลสัตว์ที่มีอายุมาก ครอบคลุมด้านโภชนาการ การเคลื่อนไหว โรคเรื้อรัง และคุณภาพชีวิตในระยะยาว
- 10) ศูนย์คลินิกเนื้องอกและมะเร็ง ให้การวินิจฉัยมะเร็งชนิดต่างๆ ทั้งในระยะแรกเริ่มและระยะลุกลาม มีการให้เคมีบำบัด (Chemotherapy) และดูแลแบบประคับประคอง
- 11) ศูนย์วินิจฉัยและผ่าตัดส่องกล้อง ใช้กล้องส่องตรวจ (Endoscope/ Laparoscope) สำหรับการตรวจวินิจฉัยภายในร่างกาย เช่น ช่องท้อง ลำไส้ หรือโพรงจมูก รวมถึงการผ่าตัดแบบแผลเล็ก
- 12) คลินิกช่องปากและฟัน ให้บริการตรวจรักษาช่องปาก ขูดหินปูน ถอนฟัน และผ่าตัดในช่องปาก
- 13) คลินิกติดเชื้อ รองรับการรักษาโรคติดเชื้อเฉพาะ เช่น ไวรัส แบคทีเรีย เชื้อรา โดยแยกพื้นที่จากผู้ป่วยทั่วไปเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ
- 14) คลินิกฉุกเฉิน-อุบัติเหตุ ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับกรณีอุบัติเหตุ การบาดเจ็บ การตกเลือด หรือการเจ็บป่วยเฉียบพลัน
- 15) คลินิกการแพทย์ทางเลือกและองค์รวม ให้บริการรักษาโดยใช้แนวทางทางเลือก เช่น การฝังเข็ม สมุนไพร หรือการฟื้นฟูพลังงานชีวภาพร่วมกับการแพทย์แผนปัจจุบัน
- 16) คลินิกระบบสืบพันธุ์ ให้บริการตรวจภาวะเจริญพันธุ์ ผสมเทียม การฝากไข่/น้ำเชื้อ การวางแผนการผสมพันธุ์ รวมถึงการผ่าตัดทำหมัน
- 17) ห้องเพาะเชื้อ (Lab) ไว้สำหรับตรวจ วิจัย และเพาะเชื้อเพื่อวินิจฉัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลักการประเมินในส่วนนี้ เครื่องมือและอุปกรณ์รวมทั้งวิทยาการของวิธีการตรวจรักษาเป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 เครื่องมือและอุปกรณ์การตรวจรักษาแบบครบวงจร
ที่มา: โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (2567)

4.4.2 ห้องพักรักษา (Inpatient & Boarding)

มีระบบการจัดการพื้นที่สำหรับการพักรักษาสัตว์ในลักษณะเฉพาะทาง แยกตามประเภทของสัตว์ สภาพความเจ็บป่วย และวัตถุประสงค์ของการเข้าพัก โดยออกแบบห้องพักให้สอดคล้องกับความต้องการทางกายภาพและพฤติกรรมของสัตว์แต่ละประเภท รวมถึงคำนึงถึงความปลอดภัย สุขอนามัย และการควบคุมโรคติดต่ออย่างเป็นระบบ พื้นที่ห้องพักรักษาแบ่งออกเป็นหลายประเภท ดังนี้ (รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.7)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.7 ห้องพักฝากตัวสุนัข
ที่มา: โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (2567)

1) V.I.P. Ward เป็นห้องพักแยกเดี่ยวขนาดพิเศษ สำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีความจำเป็นต้องได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิด และเพื่ออำนวยความสะดวกให้เจ้าของสามารถพกร่วมกับสัตว์เลี้ยงได้ภายในห้องเดียวกัน พื้นที่ภายในจัดให้มีเตียงนอนสำหรับเจ้าของ เครื่องปรับอากาศ ระบบระบายอากาศเฉพาะทาง เครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานอื่น ๆ พร้อมมีพยาบาลสัตว์ดูแลและตรวจอาการของสัตว์ทุกชั่วโมงตลอด 24 ชั่วโมง การออกแบบพื้นที่ประเภนี้สะท้อนการเปลี่ยนแปลงของบทบาทสัตว์เลี้ยงในครัวเรือนเมืองซึ่งมีสถานะใกล้เคียงกับสมาชิกครอบครัว

2) Special Care Unit เป็นพื้นที่สำหรับสัตว์ที่อยู่ในระยะพักฟื้นหลังการผ่าตัด หรือสัตว์ป่วยที่ยังไม่ต้องอยู่ในห้อง I.C.U. แต่ยังคงต้องการการเฝ้าระวังทางการแพทย์อย่างต่อเนื่อง มีระบบติดตามอาการ การให้สารน้ำ และการดูแลแผลผ่าตัด พร้อมการประเมินการฟื้นตัวแบบรายชั่วโมง การจัดวางพื้นที่มีความเป็นส่วนตัวกว่าห้องพักทั่วไป และมีการควบคุมสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับการพักฟื้น เช่น การควบคุมเสียง แสง และอุณหภูมิ

3) I.C.U. (Intensive Care Unit) เป็นห้องดูแลสัตว์ป่วยในภาวะวิกฤตหรืออาการหนัก ที่ต้องได้รับการดูแลอย่างเข้มข้นโดยสัตวแพทย์และพยาบาลเฉพาะทางตลอด 24 ชั่วโมง ห้องนี้มีระบบสนับสนุนชีวิต เช่น เครื่องให้ออกซิเจน เครื่องช่วยหายใจ ระบบให้น้ำเกลืออัตโนมัติ และระบบติดตามสัญญาณชีพแบบเรียลไทม์ ภายในพื้นที่มีการแยกสัตว์ตามประเภทและระดับความเสี่ยง

เพื่อป้องกันการติดเชื้อ
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) Cat Ward เป็นห้องพักสำหรับแมวโดยเฉพาะ ออกแบบแยกจากห้องสัตว์ชนิดอื่น เพื่อควบคุมความเครียดและลดการสัมผัสข้ามสายพันธุ์ ห้องพักมีลักษณะเปิดโล่ง โปร่งสบาย มีพื้นที่แนวตั้งสำหรับปีนป่าย ซึ่งเป็นพฤติกรรมธรรมชาติของแมว มีระบบระบายอากาศแยกเฉพาะ และมีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดของกระบะทรายและอุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอ

5) Exotic Ward ห้องพักสำหรับสัตว์เลี้ยงชนิดพิเศษ (Exotic pets) เช่น กระจ่างตา ชูการ์โกลเดอร์ เต่า งู หรือสัตว์เลี้ยงหายากต่างๆ โดยมีการจัดสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับชนิดสัตว์ แต่ละประเภท เช่น อุณหภูมิ ความชื้น แสง และระบบให้อาหารเฉพาะตัว นอกจากนี้ยังมีกรงพิเศษ และวัสดุปูรองพื้นที่สอดคล้องกับลักษณะของสัตว์เหล่านั้น เพื่อลดความเครียดและสนับสนุนการฟื้นฟูอย่างมีประสิทธิภาพ

6) Nursery Ward ห้องพักดูแลลูกสัตว์ในช่วงอายุตั้งแต่แรกเกิดถึงประมาณ 45 วัน ออกแบบเพื่อควบคุมอุณหภูมิอย่างสม่ำเสมอ ปลอดภัย และมีระบบแยกลูกสัตว์ตามช่วงวัย ภายในมีระบบให้นมอัตโนมัติ หรือดูคนมด้วยมือ รวมถึงมีการทำความสะอาดอย่างละเอียดทุกวัน เพื่อควบคุมความเสี่ยงในการติดเชื้อในกลุ่มสัตว์อ่อนแอ

7) General Pet Boarding ห้องรับฝากเลี้ยงทั่วไปสำหรับสัตว์ที่ไม่ได้เจ็บป่วย แต่เจ้าของอาจมีธุระจึงนำฝาก

4.4.3 บริการฟื้นฟู (Rehabilitation & Wellness)

บริการฟื้นฟูสมรรถภาพสัตว์ (Rehabilitation & Wellness) ถือเป็นส่วนสำคัญที่เสริมความครบวงจรของระบบการดูแลสัตว์ในเขตเมือง โดยให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และพฤติกรรมของสัตว์ที่มีภาวะหลังการรักษา การเจ็บป่วยเรื้อรัง หรือมีข้อจำกัดด้านการเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความต้องการเฉพาะทางด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 บริการฟื้นฟู

ที่มา: โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (2567)

1) การบำบัดด้วยน้ำ (Hydrotherapy) ภายในโรงพยาบาลมีการจัดให้มีสระว่ายน้ำสำหรับสัตว์เลี้ยงในลักษณะเฉพาะที่ออกแบบให้เหมาะสมต่อการฟื้นฟูระบบกล้ามเนื้อและข้อ โดยใช้ระบบน้ำเกลือเพื่อป้องกันการระคายเคืองผิวหนัง และไม่ใช้สารเคมีที่อาจก่อให้เกิดอันตรายกับสัตว์ สระว่ายน้ำมีขนาด 2 ขนาด ได้แก่ สระขนาด 5×12 เมตร สำหรับสัตว์เลี้ยงขนาดใหญ่ หรือกิจกรรมการว่ายน้ำออกกำลังกาย และสระขนาด 3×6 เมตร สำหรับการออกกำลังกายบำบัดหรือสัตว์ขนาดเล็ก โดยทั้งสองสระได้รับการออกแบบให้มีระดับความลึกและอุณหภูมิที่สามารถควบคุมได้ รวมถึงมีทางลาดสำหรับการเข้า-ออกจากรู้อย่างปลอดภัย Hydrotherapy เป็นแนวทางการบำบัดที่ได้รับการยอมรับในวงการสัตวแพทย์ โดยมีข้อดีในการลดแรงกระแทกที่ข้อต่อ ขณะเดียวกันก็ช่วยกระตุ้นกล้ามเนื้อ เส้นเอ็น และระบบไหลเวียนโลหิต เหมาะสำหรับสัตว์ที่มีปัญหาทางการเคลื่อนไหว อัมพฤกษ์ อัมพาต หลังการผ่าตัดหมอนรองกระดูก หรือสัตว์สูงวัยที่มีข้อเสื่อม สระว่ายน้ำนี้ไม่เพียงรองรับในแง่การรักษา แต่ยังส่งเสริมคุณภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยงผ่านการออกกำลังกายในสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้

2) กายภาพบำบัดภาคพื้นดิน (Underlying Physiotherapy) นอกจากการบำบัดในน้ำ ยังมีพื้นที่และบริการด้านกายภาพบำบัดบนบกที่ใช้ร่วมกับเครื่องมือเฉพาะ เช่น สายพานเดินไฟฟ้า (Treadmill) อุปกรณ์ฝึกกล้ามเนื้อเฉพาะกลุ่ม ลูกบอลฟื้นฟูสมดุล และอุปกรณ์บำบัดด้วยความร้อน/เย็น โดยบริการนี้มักใช้ร่วมกับการวินิจฉัยและคำแนะนำจากศูนย์ศัลยกรรม หรือศูนย์กระดูกและข้อ และมีสัตวแพทย์ด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟูคอยดูแลอย่างใกล้ชิด การบำบัดภาคพื้นดินนี้เหมาะสำหรับสัตว์ที่อยู่ระหว่างการฟื้นตัวจากอาการบาดเจ็บ มีข้อจำกัดด้านพฤติกรรมเคลื่อนไหว หรืออยู่ในช่วงการฟื้นตัวหลังการผ่าตัด โดยเน้นการคืนสมรรถภาพของระบบกล้ามเนื้อ กระดูก ข้อต่อ และระบบ

ประสาทให้กลับมาใกล้เคียงปกติมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4.4 บริการทั่วไปและสินค้า (Pet Care & Retail)

มีการออกแบบให้มีความหลากหลายของฟังก์ชันเพื่อรองรับกิจกรรมด้านสุขภาวะทั่วไปของสัตว์เลี้ยง ทั้งในเชิงบริการส่วนบุคคล การจำหน่ายผลิตภัณฑ์เฉพาะทาง และกิจกรรมกลางแจ้ง โดยบริการดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการเติมเต็มการดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยงในบริบทของชีวิตเมืองที่ผู้เลี้ยงมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ และเวลา ส่งผลให้ภาคบริการสัตว์เลี้ยงกลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบสาธารณูปการทางเลือกในเขตเมืองร่วมสมัย รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 Pet Care

ที่มา: โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (2567)

1) บริการอาบน้ำตัดขน (Grooming) มีบริการอาบน้ำและตัดขน โดยดำเนินงานโดยทีมพนักงานที่ผ่านการอบรมด้านสุขอนามัยสัตว์เลี้ยงและการจัดการขนตามสายพันธุ์เฉพาะ การให้บริการประกอบด้วยการตรวจสภาพผิวหนังเบื้องต้น การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีค่าความเป็นกรดต่างเหมาะสมกับผิวหนัง และกระบวนการเช็ด-เป่าขนอย่างเหมาะสมตามขนาดและประเภทขนของสัตว์ บริการประเภทนี้มีความสำคัญในฐานะกลไกป้องกันโรคผิวหนัง กลาก เชื้อรา และปัญหาพฤติกรรมที่เกิดจากความไม่สะอาดหรือขนพันกัน โดยเฉพาะในเมืองที่สัตว์เลี้ยงมักอาศัยอยู่ในพื้นที่ปิด

2) พื้นที่ค้าปลีก (Pet Shop) ภายในพื้นที่โครงการมีโซนค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าและอุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ Dr. Choice ซึ่งรวมถึงอาหารสัตว์ (ทั้งแบบทั่วไปและสูตรพิเศษทางการแพทย์) อุปกรณ์ทำความสะอาด ยากำจัดเห็บ-หมัด ของเล่น เสื้อผ้า กรง สายจูง และอุปกรณ์พกพาอื่นๆ การมีพื้นที่จำหน่ายสินค้าเฉพาะทางภายในโรงพยาบาลช่วยลดภาระของผู้เลี้ยงในการเดินทางไปยังสถานที่อื่น และเป็นส่วนหนึ่งของระบบการดูแลสุขภาพแบบครบวงจร (One-Stop Service) ในพื้นที่เมือง การจัดวางสินค้าและการเลือกผลิตภัณฑ์ภายใต้การควบคุมจากบุคลากรที่มีความรู้ยังช่วยลดความเสี่ยงจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมกับสัตว์แต่ละประเภท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) พื้นที่เปิดโล่ง (Pet Park) โรงพยาบาลจัดให้มีพื้นที่สนามหญ้ากลางแจ้งมากกว่า 1 ไร่ ซึ่งเป็นพื้นที่เปิดโล่ง (Open Space) สำหรับให้สัตว์เลี้ยงได้วิ่งเล่น ออกกำลังกาย หรือพักผ่อนร่วมกับเจ้าของ โดยออกแบบให้มีระบบรักษาความสะอาดและความปลอดภัยที่เหมาะสม เช่น พื้นที่ใช้วัสดุปูพื้นปลอดภัย ไม่มีพืชหรือวัตถุอันตรายสำหรับสัตว์เลี้ยง การติดตั้งรั้วรอบขอบชิดอย่างมีประสิทธิภาพ และการจัดเตรียมถุงเก็บมูลสัตว์และจุดล้างอุ้งเท้าไว้ในจุดที่เข้าถึงง่าย พื้นที่นี้ยังมีระบบพ่นสารกันเห็บ-หมัดตามรอบเวลาที่ปลอดภัยและได้มาตรฐาน ทั้งนี้ การมีพื้นที่กิจกรรมกลางแจ้งเฉพาะสำหรับสัตว์เลี้ยงภายในโครงการนับว่ามีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการด้านกิจกรรมทางกายภาพและพฤติกรรมของสัตว์ในเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่ผู้เลี้ยงส่วนใหญ่ไม่มีพื้นที่สวนส่วนตัวหรือพื้นที่วิ่งเล่นภายในที่พัก

4.4.5 บริการอื่นๆ (Extended Services)

บริการเพิ่มเติมมีดังนี้ (รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.10)



ภาพที่ 4.10 บริการอื่นๆ

ที่มา: โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (2567)

1) บริการรับส่งสัตว์ (Pet Taxi) บริการ “Pet Taxi” ของโรงพยาบาลเป็นระบบรับ-ส่งสัตว์เลี้ยงจากที่พักอาศัยมายังโรงพยาบาลภายใต้การดูแลของเจ้าหน้าที่ที่ผ่านการฝึกอบรม โดยเน้นความปลอดภัย ความสะอาด และลดความเครียดของสัตว์เลี้ยงระหว่างการเดินทาง บริการนี้รองรับทั้งการนัดพบแพทย์ การตัดขน การฉีดวัคซีน หรือการพักผ่อน โดยให้บริการครอบคลุมพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในเชิงวิเคราะห์ การมีบริการขนส่งสัตว์เลี้ยงเป็นการขยายขอบเขตของแนวคิด “Healthcare Accessibility” จากมิติของมนุษย์สู่สัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะในเมืองที่มีข้อจำกัดด้านการเดินทางด้วยระบบขนส่งมวลชนหรือที่พักไม่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงออกนอกพื้นที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ง่าย การจัดบริการดังกล่าวยังช่วยลดปริมาณการเดินทางของเจ้าของสัตว์โดยตรง และลดแรงกดดันต่อโครงข่ายจราจรในกรณีที่มีการใช้บริการพร้อมกันจำนวนมาก

2) ระบบปรึกษาแพทย์ทางไกล (Telemedicine) โรงพยาบาลมีการให้บริการ “Telemedicine” หรือระบบปรึกษาแพทย์ทางไกลผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น โทรศัพท์หรือแอปพลิเคชันไลน์ โดยเปิดให้เจ้าของสัตว์สามารถส่งข้อมูลเบื้องต้น เช่น อาการ ภาพถ่าย หรือผลตรวจเพื่อขอคำแนะนำจากสัตวแพทย์ ก่อนตัดสินใจเดินทางมารับการรักษา หรือใช้ในการติดตามอาการหลังการรักษา บริการนี้สะท้อนการปรับตัวของบริการทางการแพทย์ในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มเจ้าของสัตว์ที่มีข้อจำกัดด้านเวลา หรือในกรณีที่สัตว์อยู่ในภาวะที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ทันที จากมุมมองผังเมือง การมีช่องทางดิจิทัลสนับสนุนบริการสามารถลดความหนาแน่นของผู้ใช้บริการในสถานที่จริง ลดปัญหาจราจร และยังลดภาระต่อโครงสร้างพื้นฐานของโรงพยาบาลในช่วงโมงเร่งด่วน

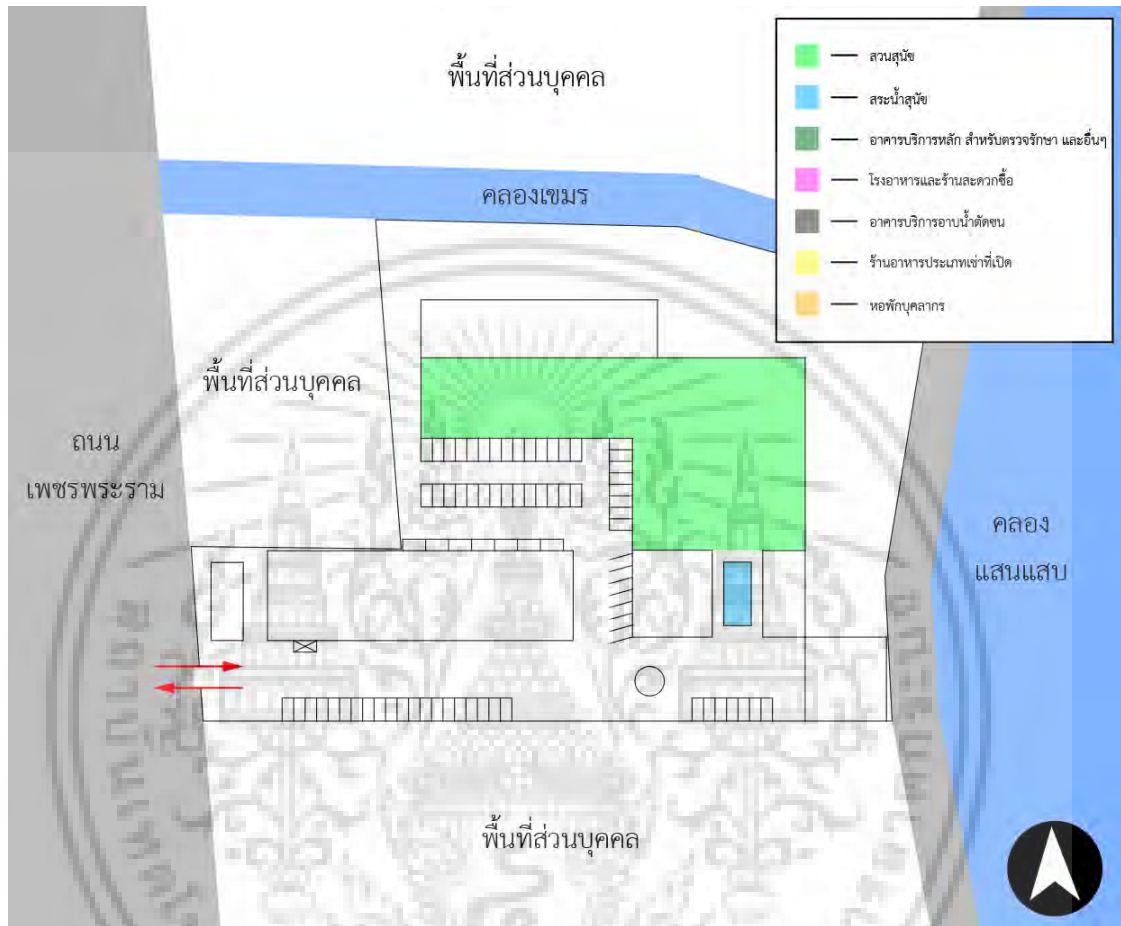
3) ประกันภัยสัตว์เลี้ยง (Pet Insurance) โรงพยาบาลรองรับการใช้สิทธิประกันภัยสัตว์เลี้ยงจากบริษัทภายนอก โดยครอบคลุมค่ารักษาพยาบาล อุบัติเหตุ การเจ็บป่วยเรื้อรังบางประเภท และค่าผ่าตัดในบางกรณี การมีระบบนี้ช่วยให้เจ้าของสัตว์สามารถวางแผนค่าใช้จ่ายระยะยาว และลดภาระทางการเงินหากเกิดเหตุฉุกเฉิน ในเชิงโครงสร้างบริการเมือง ระบบประกันภัยสัตว์เลี้ยงเริ่มกลายเป็นกลไกสนับสนุนด้าน “ความมั่นคงทางสุขภาพสัตว์เลี้ยง” ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการเป็น “สมาชิกครอบครัว” ของสัตว์เลี้ยงในเมืองยุคใหม่ และส่งผลต่อรูปแบบการเข้าถึงบริการ การวางแผนการดูแลสัตว์ในระยะยาว ตลอดจนการกำหนดความต้องการในเชิงพื้นที่บริการที่มีคุณภาพและความต่อเนื่อง

4) โรงแรมสำหรับเจ้าของสุนัข (Hotel) เป็นห้องพักสำหรับค้างคืนเฝ้าใช้สัตว์เลี้ยงของตน อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงที่ไม่เป็นโรคติดต่อ และมีอาการเจ็บป่วยระดับเล็กน้อย-ปานกลาง เข้าพักด้วยได้ในกรณีนี้จะมีแพทย์เข้าตรวจอาการถึงห้องวันละ 3 เวลา

4.5 แผนภาพแสดงรายละเอียดภายในพื้นที่กรณีศึกษา

เพื่อให้เข้าใจลักษณะทางกายภาพโดยรวม ผู้วิจัยจึงได้จัดทำแผนภาพที่แสดงรายละเอียดภายในพื้นที่กรณีศึกษา มีรายละเอียดบริบทโดยรอบดังนี้ ทิศตะวันตกติดกับถนนเพชรพระรามซึ่งมีป้ายรถประจำทางอยู่บนถนนเส้นนี้ ทิศตะวันออกติดกับคลองแสนแสบและมีทางเดินริมคลองเล็กๆ ที่เชื่อมไปถึงท่าเรือรามหนึ่ง ทิศใต้ติดกับพื้นที่ส่วนบุคคล ห่างลงไป 850 เมตร มีสถานีรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ รามคำแหง และสถานีรถไฟ สุขุมวิท 71 ทิศเหนือติดกับคลองเขมร แต่เหนือขึ้นไปอีกหน่อยเป็นพื้นที่ส่วนบุคคลที่ติดกับถนนพระราม 9 และทางพิเศษศรีรัช โดยแผนผังเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

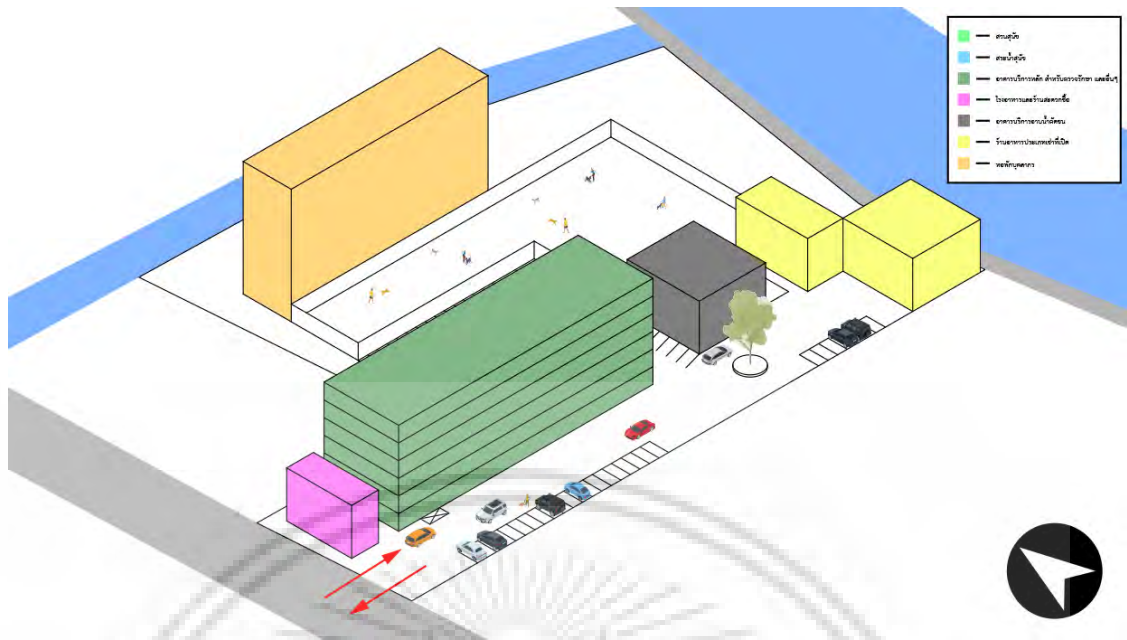
แสดงให้เห็นตำแหน่งอาคารต่างๆ สระว่ายน้ำ สวนสุนัข และจำนวนที่จอดรถทั้งหมด 77 ช่อง ซึ่งพื้นที่และอาคารถูกจำแนกเป็นประเภทต่างๆ ไว้ด้วยสีที่กำหนด รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.11



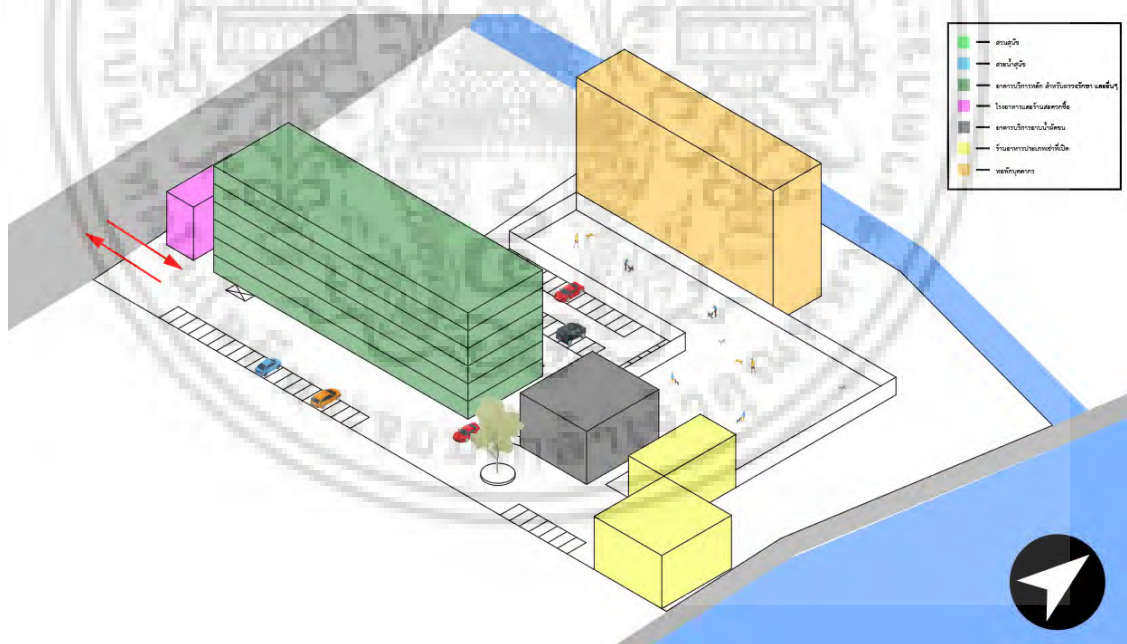
ภาพที่ 4.11 ผังแสดงบริบทภายในและโดยรอบ
ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

นอกจากนี้ยังมีภาพ Isometric ที่แสดงตำแหน่งของอาคารต่างๆ รวมทั้งบรรยากาศภายในพื้นที่บริการ รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 4.12, 4.13, 4.14 และ 4.15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

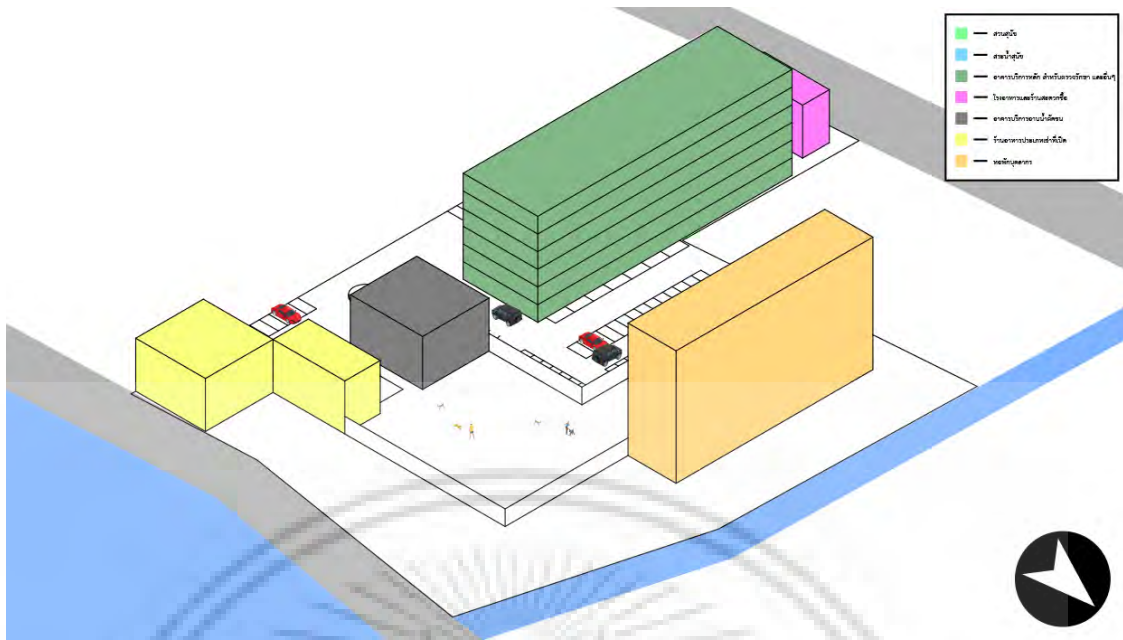


ภาพที่ 4.12 มุมมอง Isometric จากทิศตะวันตกเฉียงใต้
 ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

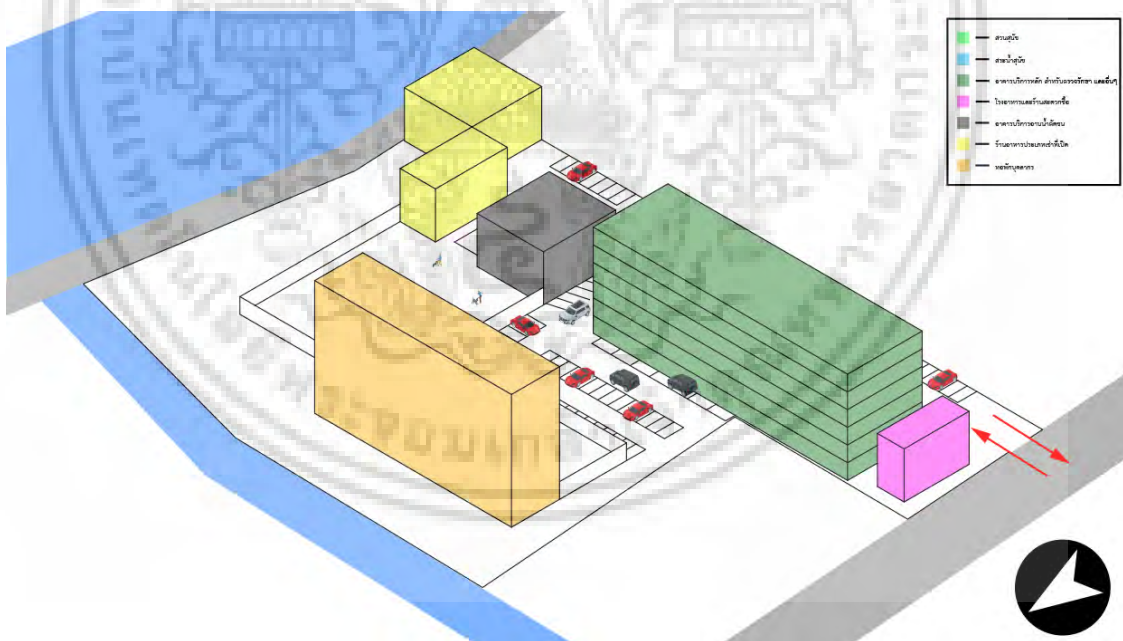


ภาพที่ 4.13 มุมมอง Isometric จากทิศตะวันตกเฉียงเหนือ
 ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.14 มุมมอง Isometric จากทิศตะวันออกเฉียงเหนือ
 ที่มา: ผู้วิจัย (2568)



ภาพที่ 4.15 มุมมอง Isometric จากทิศตะวันตกเฉียงเหนือ
 ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลและอภิปรายผล

ผลการวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ที่ได้จากลูกค้าผู้มาใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข ณ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจะนำเสนอในรูปแบบตาราง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- 5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากร
- 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถในการเข้าถึง
- 5.3 การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค
- 5.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ
- 5.5 การวิเคราะห์ความต้องการ
- 5.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากร

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน (คิดเป็นร้อยละ 58.80) และเพศชาย จำนวน 156 คน (คิดเป็นร้อยละ 39.00) **อายุเฉลี่ย** 38 ปี **มีสถานะ** โสด จำนวน 254 คน (คิดเป็นร้อยละ 63.50) แต่งงานหรือสมรส 124 คน (คิดเป็นร้อยละ 31.00) หย่าร้าง จำนวน 19 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.80) **อาชีพ** บริษัทเอกชน จำนวน 174 คน (คิดเป็นร้อยละ 43.50) คำขาย/รับจ้าง/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 120 คน (คิดเป็นร้อยละ 30.00) แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ จำนวน 39 คน (คิดเป็นร้อยละ 9.80) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.50) นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 25 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.30) อื่นๆ จำนวน 16 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.00) **รายได้ต่อเดือน** อยู่ในช่วง 15,000–40,000 บาท จำนวน 197 คน (คิดเป็นร้อยละ 49.30) อยู่ในช่วง 50,000–100,000 บาท จำนวน 100 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.00) อยู่ในช่วงมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 70 คน (คิดเป็นร้อยละ 17.50) อยู่ในช่วงต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 28 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.00) **ประเภทของงานที่ทำ** ประจํา 311 คน (คิดเป็นร้อยละ 77.80) ไม่ประจํา 74 คน (คิดเป็นร้อยละ 18.50) **จำนวนสุนัขที่เลี้ยงต่อคนโดยเฉลี่ย** 3 ตัว มีสุนัขขนาดเล็ก จำนวน 313 คน (คิดเป็นร้อยละ 78.30) ไม่มี จำนวน 73 คน (คิดเป็นร้อยละ 18.30) มีสุนัขขนาดใหญ่ จำนวน 126 คน (คิดเป็นร้อยละ 31.50) ไม่มี จำนวน 260 คน (คิดเป็นร้อยละ 65.00) **ประเภทที่อยู่อาศัย** บ้านเดี่ยว จำนวน 236 คน (คิดเป็นร้อยละ 59.00) ทาวน์เฮาส์ จำนวน 57 คน (คิดเป็นร้อยละ 14.20)

คอนโดมิเนียม จำนวน 38 คน (คิดเป็นร้อยละ 9.50) แพลต/อพาร์ทเมนต์/หอพัก จำนวน 31 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(คิดเป็นร้อยละ 7.80) อาคารพาณิชย์/ตึกแถว จำนวน 26 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.50) บ้านแฝด จำนวน 7 คน (คิดเป็นร้อยละ 1.80) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 ข้อมูลลักษณะของประชากร

ตัวแปร	คุณลักษณะ	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ	ลำดับ
เพศ	ชาย	156	39.00	2
	หญิง	235	58.80	1
	ไม่ระบุ	9	2.30	3
สถานะ	โสด	254	63.50	1
	แต่งงาน/สมรส	124	31.00	2
	หย่าร้าง	19	4.80	3
	ไม่ระบุ	3	0.80	4
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	25	6.30	5
	ค้าขาย/รับจ้าง/ธุรกิจส่วนตัว	120	30.00	2
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	6.50	4
	บริษัทเอกชน	174	43.50	1
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณ	39	9.80	3
	อื่นๆ	16	4.00	6
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	28	7.00	4
	15,000-40,000 บาท	197	49.30	1
	50,000-100,000 บาท	100	25.00	2
	มากกว่า 100,000 บาท	70	17.50	3
	ไม่ระบุ	5	1.30	4
ประเภทของงานที่ทำ	ประจำ	311	77.80	1
	ไม่ประจำ	74	18.50	2
	ไม่ระบุ	15	3.80	3
มีสุนัขขนาดเล็ก	มี	313	78.30	1
	ไม่มี	73	18.30	2
	ไม่ระบุ	14	3.50	3
มีสุนัขขนาดใหญ่	มี	126	31.50	2
	ไม่มี	260	65.00	1
	ไม่ระบุ	14	3.50	3
ประเภทที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว	236	59.00	1
	ทาวน์เฮาส์	57	14.20	2
	บ้านแฝด	7	1.80	6
	อาคารพาณิชย์/ตึกแถว	26	6.50	5
	แฟลต/อพาร์ทเมนต์/หอพัก	31	7.80	4
	คอนโดมิเนียม	38	9.50	3
	ไม่ระบุ	5	1.30	7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
อายุผู้เลี้ยง(หน่วย: ปี)	38.18	13.01	15	77
จำนวนสุนัขที่เลี้ยง	3.06	6.72	1	16

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถในการเข้าถึง

จุดประสงค์ที่มาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อ พบว่า เพราะเครื่องมือครบ และทันสมัย จำนวน 282 คน (คิดเป็นร้อยละ 70.50) เพราะมีบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ต้องการ จำนวน 259 คน (คิดเป็นร้อยละ 64.80) เพราะมีบริการครบวงจร จำนวน 223 คน (คิดเป็นร้อยละ 55.80) เพราะเดินทางมาสะดวก จำนวน 207 คน (คิดเป็นร้อยละ 51.70) เพราะมีพื้นที่สำหรับให้สุนัขเคลื่อนไหวอิสระ จำนวน 115 คน (คิดเป็นร้อยละ 28.70) เพราะเหตุผลอื่นๆ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ (10.50) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 จุดประสงค์ในการเลือกใช้บริการ ณ พื้นที่กรณีศึกษา

ตัวแปร	ใช่		ไม่ใช่		ไม่ระบุ	
	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อเพราะมีบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ	259	64.80	139	34.80	2	0.50
ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อเพราะเดินทางมาสะดวก	207	51.70	191	47.80	2	0.50
ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อเพราะเครื่องมือครบและทันสมัย	282	70.50	116	29.00	2	0.50
ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อเพราะมีบริการครบวงจร	223	55.80	175	43.80	2	0.50
ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อเพราะมีพื้นที่สำหรับให้สุนัขเคลื่อนไหวอิสระ	115	28.70	283	70.80	2	0.50
ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อเพราะเหตุผลอื่นๆ	42	10.50	356	89.00	2	0.50

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเดินทางมายังพื้นที่ศึกษา ด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 359 คน (คิดเป็นร้อยละ 89.80) ด้วยการเดินเท้า จำนวน 30 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.50) ด้วยรถโรงพยาบาล/Pet Taxi จำนวน 28 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.00) ด้วยรถบริการรับจ้าง/ขนส่ง จำนวน 25 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.30) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.3

ตารางที่ 5.3 การเดินทางมาใช้บริการ ณ พื้นที่กรณีศึกษา

ตัวแปร	ใช่		ไม่ใช่		ไม่ระบุ	
	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
เดินทางมาด้วยการเดินเท้า	30	7.50	367	91.80	3	0.80
เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว	359	89.80	38	9.50	3	0.80
เดินทางมาด้วยรถบริการรับจ้าง/ขนส่ง	25	6.30	372	93.00	3	0.80
เดินทางมาด้วยรถโรงพยาบาล/Pet Taxi	28	7.00	369	92.30	3	0.80

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

ระยะเวลาที่ใช้เดินทางมา 15–30 นาที จำนวน 186 คน (คิดเป็นร้อยละ 46.50) 31–60 นาที จำนวน 115 คน (คิดเป็นร้อยละ 28.70) น้อยกว่า 15 นาที จำนวน 80 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.00) 60 นาทีขึ้นไป จำนวน 17 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.30) **ระยะทางที่ใช้เดินทางมา** 5–15 กิโลเมตร จำนวน 164 คน (คิดเป็นร้อยละ 41.00) น้อยกว่า 5 กิโลเมตร จำนวน 102 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.50) 15–25 กิโลเมตร จำนวน 87 คน (คิดเป็นร้อยละ 21.80) มากกว่า 25 กิโลเมตร จำนวน 44 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.00) **ความถี่ในการมาใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์** **ทองหล่อ** 2–4 ครั้ง/เดือน จำนวน 160 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.00) 1 ครั้ง/เดือน จำนวน 98 คน (คิดเป็นร้อยละ 24.50) ไม่สามารถระบุได้/ไม่แน่นอน จำนวน 95 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.80) มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน จำนวน 41 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.30) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.4 ระยะเวลา ระยะทาง และความถี่ของการมาใช้บริการ ณ พื้นที่กรณีศึกษา

ตัวแปร	คุณลักษณะ	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
ระยะเวลาที่ใช้เดินทางมา	น้อยกว่า 15 นาที	80	20.00
	15-30 นาที	186	46.50
	31-60 นาที	115	28.70
	60 นาทีขึ้นไป	17	4.30
	ไม่ระบุ	2	0.50
ระยะทางที่ใช้เดินทางมา	น้อยกว่า 5 กิโลเมตร	102	25.50
	5-15 กิโลเมตร	164	41.00
	15-25 กิโลเมตร	87	21.80
	มากกว่า 25 กิโลเมตร	44	11.00
	ไม่ระบุ	3	0.80
ความถี่ในการมาใช้บริการ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	1 ครั้ง/เดือน	98	24.50
	2-4 ครั้ง/เดือน	160	40.00
	มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	41	10.30
	ไม่สามารถระบุได้/ไม่แน่นอน	95	23.80
	ไม่ระบุ	6	1.50

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

ประสบการณ์เคยใช้บริการประเภทต่างๆ ที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ บริการตรวจรักษา จำนวน 375 คน (คิดเป็นร้อยละ 93.80) อาหารและสินค้าสุนัข จำนวน 250 คน (คิดเป็นร้อยละ 62.50) อาบน้ำตัดขน จำนวน 220 คน (คิดเป็นร้อยละ 55.00) รับฝากเลี้ยง จำนวน 157 คน (คิดเป็นร้อยละ 39.30) ห้องพัก จำนวน 73 คน (คิดเป็นร้อยละ 18.30) สระว่ายน้ำ จำนวน 68 คน (คิดเป็นร้อยละ 17.00) Pet Taxi จำนวน 57 คน (คิดเป็นร้อยละ 14.20) สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย จำนวน 50 คน (คิดเป็นร้อยละ 12.50) ฟឹกสอน จำนวน 31 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.80) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.5 ประเภทบริการที่เคยใช้ ณ พื้นที่กรณีศึกษา

ตัวแปร	ใช่		ไม่ใช่		ไม่ระบุ	
	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
เคยใช้บริการตรวจรักษาที่ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	375	93.80	22	5.50	3	0.80
เคยซื้ออาหารและสินค้า สุนัขที่โรงพยาบาลสัตว์ ทองหล่อ	250	62.50	146	36.50	3	0.80
เคยใช้บริการรับฝากเลี้ยงที่ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	157	39.30	240	60.00	3	0.80
เคยใช้บริการอาบน้ำตัดขนที่ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	220	55.00	177	44.30	3	0.80
เคยใช้บริการฝึกสอนที่ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	31	7.80	366	91.50	3	0.80
เคยใช้บริการสระว่ายน้ำที่ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	68	17.00	329	82.30	3	0.80
เคยใช้สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย ที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	50	12.50	347	86.80	3	0.80
เคยใช้บริการห้องพักที่ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	73	18.30	324	81.00	3	0.80
เคยใช้บริการ Pet Taxi ที่ โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ	57	14.20	340	85.00	3	0.80

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

บริการที่ขาดแคลนบริเวณที่พักอาศัย ตรวจรักษา จำนวน 195 คน (คิดเป็นร้อยละ 48.80) รับฝากเลี้ยง จำนวน 114 คน (คิดเป็นร้อยละ 28.50) สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย จำนวน 103 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.80) หอพักอนุญาตให้นำสุนัขเข้าพัก จำนวน 93 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.30) อาบน้ำตัดขน จำนวน 93 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.30) Pet Taxi จำนวน 92 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.00) อาหารและสินค้าสุนัข จำนวน 87 คน (คิดเป็นร้อยละ 21.80) ฝึกสอน จำนวน 84 คน (คิดเป็นร้อยละ 21.00) สระว่ายน้ำ จำนวน 38 คน (คิดเป็นร้อยละ 9.50) พื้นที่เลี้ยงสุนัขบริเวณที่พักอาศัยเพียงพอ จำนวน 347 คน (คิดเป็นร้อยละ 86.80) เคยใช้บริการที่อื่นมาก่อน จำนวน 295 คน (คิดเป็นร้อยละ 73.80) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.6 บริการที่ขาดแคลนบริเวณที่พักอาศัย

ตัวแปร	ใช่		ไม่ใช่		ไม่ระบุ	
	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
บริเวณย่านที่พักอาศัยขาดแคลนบริการตรวจรักษา	195	48.80	185	46.30	20	5.00
บริเวณย่านที่พักอาศัยขาดแคลนอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค	87	21.80	293	73.30	20	5.00
บริเวณย่านที่พักอาศัยขาดแคลนบริการรับฝากเลี้ยง	114	28.50	266	66.50	20	5.00
บริเวณย่านที่พักอาศัยขาดแคลนบริการอาบน้ำตัดขน	93	23.30	287	71.80	20	5.00
บริเวณย่านที่พักอาศัยขาดแคลนบริการฝึกสอน	84	21.00	296	74.00	20	5.00
บริเวณย่านที่พักอาศัยขาดแคลนบริการสระว่ายน้ำ	38	9.50	282	70.50	20	5.00
บริเวณย่านที่พักอาศัยขาดแคลนสวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย	103	25.80	277	69.30	20	5.00
บริเวณย่านที่พักอาศัยขาดแคลนบริการห้องพักที่อนุญาตให้สุนัขเข้าพัก	93	23.30	287	71.80	20	5.00
บริเวณย่านที่พักอาศัยขาดแคลนบริการ Pet Taxi	92	23.00	288	72.00	20	5.00
พื้นที่เลี้ยงสุนัขบริเวณที่พักอาศัยเพียงพอ	347	86.80	38	9.50	15	3.80
เคยใช้บริการที่อื่นมาก่อน	295	73.80	89	22.30	16	4.00

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ระดับปัญหาและอุปสรรค พบว่า อัตราค่าบริการเป็นปัญหาอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30 (อยู่ในระดับปานกลาง) การจอดรถภายในพื้นที่บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.12 (อยู่ในระดับปานกลาง) ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.08 (อยู่ในระดับปานกลาง) การเดินทางมายังพื้นที่บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.92 (อยู่ในระดับปานกลาง) เคยต้องการคำแนะนำหรือรักษาแต่ไม่สะดวกเดินทางมา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.91 (อยู่ในระดับปานกลาง) การนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.80 (อยู่ในระดับปานกลาง) จำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.80 (อยู่ในระดับปานกลาง) ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.78 (อยู่ในระดับปานกลาง) ระบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.77 (อยู่ในระดับปานกลาง) พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังหรือเคลื่อนไหว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.76 (อยู่ในระดับปานกลาง) เคยต้องการใช้บริการในช่วง 20.00–8.00 น. มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.62 (อยู่ในระดับปานกลาง) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.7

ตารางที่ 5.7 ระดับปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ปัญหาและอุปสรรค	\bar{X}	S.D.	ระดับปัญหาและอุปสรรค	ลำดับที่
1. การเดินทางมายังพื้นที่บริการ	2.92	1.11	ปานกลาง	4
2. การจอดรถภายในพื้นที่บริการ	3.12	1.11	ปานกลาง	2
3. ระบบการให้บริการ	2.77	1.19	ปานกลาง	9
4. ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ	2.78	1.15	ปานกลาง	8
5. จำนวนหรือประเภทบริการ	2.74	1.21	ปานกลาง	11
6. จำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ	2.80	1.26	ปานกลาง	7
7. พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังหรือเคลื่อนไหว	2.76	1.16	ปานกลาง	10
8. การนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ	2.80	1.16	ปานกลาง	6
9. เคยต้องการใช้บริการในช่วง 20.00–8.00 น.	2.62	1.19	ปานกลาง	12
10. เคยต้องการคำแนะนำหรือรักษา แต่ไม่สะดวกเดินทางมา	2.91	1.06	ปานกลาง	5
11. ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ	3.08	1.05	ปานกลาง	3
12. อัตราค่าบริการ	3.30	1.01	ปานกลาง	1

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ระดับความพึงพอใจ พบว่า การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 (อยู่ในระดับมาก) เครื่องมือ อุปกรณ์ และวิธีการรักษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.00 (อยู่ในระดับมาก) บริการตรวจรักษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 (อยู่ในระดับมาก) จำนวนและคุณภาพบุคลากร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 (อยู่ในระดับมาก) อาหารและสินค้าสุนัข มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 (อยู่ในระดับมาก) บริการอาบน้ำตัดขน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 (อยู่ในระดับมาก) ความสะดวกรวดเร็วของระบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 (อยู่ในระดับมาก) บริการรับฝากเลี้ยง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.68 (อยู่ในระดับมาก) ความสะดวกในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.64 (อยู่ในระดับมาก) บริการ Pet Taxi มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 (อยู่ในระดับมาก) บริการห้องพัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62 (อยู่ในระดับมาก) บริการสระว่ายน้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62 (อยู่ในระดับมาก) บริการทางไกล/ตรวจรักษานอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59 (อยู่ในระดับมาก) สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59 (อยู่ในระดับมาก) บริการฝึกสอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 (อยู่ในระดับมาก) ความสะดวกในการจอดรถภายในพื้นที่บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.43 (อยู่ในระดับปานกลาง) ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 (อยู่ในระดับปานกลาง) อัตราค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.23 (อยู่ในระดับปานกลาง) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.8

ตารางที่ 5.8 ระดับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
1. ความสะดวกในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ	3.64	0.87	มาก	9
2. ความสะดวกในการจอดรถภายในพื้นที่บริการ	3.43	0.99	ปานกลาง	16
3. ความสะดวกรวดเร็วของระบบการให้บริการ	3.73	0.81	มาก	7
4. การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	4.14	0.85	มาก	1
5. บริการตรวจรักษา	3.99	0.82	มาก	3
6. อาหารและสินค้าสุนัข	3.79	0.80	มาก	5
7. บริการรับฝากเลี้ยง	3.68	0.84	มาก	8
8. บริการอาบน้ำตัดขน	3.74	0.88	มาก	6
9. บริการฝึกสอน	3.52	0.90	มาก	15
10. บริการสระว่ายน้ำ	3.62	0.91	มาก	12
11. สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย	3.59	0.94	มาก	14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้ท่านไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษาไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.8 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
12. บริการห้องพัก	3.62	0.91	มาก	11
13. บริการ Pet Taxi	3.63	0.93	มาก	10
14. บริการทางไกล/ตรวจรักษานอกสถานที่	3.59	0.96	มาก	13
15. จำนวนและคุณภาพบุคลากร	3.82	0.85	มาก	4
16. เครื่องมือ อุปกรณ์ และวิธีการรักษา	4.00	0.87	มาก	2
17. ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ	3.40	1.02	ปานกลาง	17
18. อัตราค่าบริการ	3.23	1.01	ปานกลาง	18

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

5.5 การวิเคราะห์ความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ระดับความต้องการ พบว่า การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงเป็นอันดับหนึ่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.13 (อยู่ในระดับมาก) บริการตรวจรักษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 (อยู่ในระดับมาก) เครื่องมือ อุปกรณ์ และวิธีการรักษาที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 (อยู่ในระดับมาก) ระบบบริการที่สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.95 (อยู่ในระดับมาก) การจอดรถที่สะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 (อยู่ในระดับมาก) ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการที่สะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 (อยู่ในระดับมาก) บริการทางไกล/ตรวจรักษานอกสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 (อยู่ในระดับมาก) อัตราค่าบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 (อยู่ในระดับมาก) ที่ตั้งพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80 (อยู่ในระดับมาก) อาหารและสินค้าสุนัข มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 (อยู่ในระดับมาก) บริการอาบน้ำตัดขน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 (อยู่ในระดับมาก) บริการรับฝากเลี้ยง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 (อยู่ในระดับมาก) บริการห้องพัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 (อยู่ในระดับมาก) บริการ Pet Taxi มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 (อยู่ในระดับมาก) สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 (อยู่ในระดับมาก) บริการสระว่ายน้ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.51 (อยู่ในระดับมาก) แผนก Exotic Pet มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 (อยู่ในระดับปานกลาง) บริการฝึกสอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.38 (อยู่ในระดับปานกลาง) รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.9 ระดับความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ความต้องการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ	ลำดับที่
1. ที่ตั้งพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก	3.80	0.93	มาก	9
2. การจอดรถที่สะดวก	3.90	0.92	มาก	5
3. ระบบบริการที่สะดวกรวดเร็ว	3.95	0.87	มาก	4
4. การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	4.13	0.87	มาก	1
5. บริการตรวจรักษา	4.10	0.85	มาก	2
6. อาหารและสินค้าสุนัข	3.76	0.87	มาก	10
7. บริการรับฝากเลี้ยง	3.67	0.88	มาก	12
8. บริการอาบน้ำตัดขน	3.75	0.86	มาก	11
9. บริการฝึกสอน	3.38	0.98	ปานกลาง	18
10. บริการสระว่ายน้ำ	3.51	1.00	มาก	16
11. สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย	3.57	1.00	มาก	15
12. บริการห้องพัก	3.67	0.85	มาก	13
13. บริการ Pet Taxi	3.61	0.95	มาก	14
14. แพนก Exotic Pet	3.40	1.11	ปานกลาง	17
15. บริการทางไกล/ตรวจรักษานอกสถานที่	3.81	0.88	มาก	7
16. เครื่องมือ อุปกรณ์ และวิธีรักษาที่ทันสมัย	4.08	0.90	มาก	3
17. ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการที่สะดวก	3.89	1.00	มาก	6
18. อัตราค่าบริการ	3.81	1.09	มาก	8

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เมื่อพิจารณาตัวแปรที่มีร่วมกันทั้ง 3 ด้าน พบว่า ปัญหาและอุปสรรคส่วนใหญ่ที่ผู้ใช้บริการเผชิญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ระดับความพึงพอใจและความต้องการอยู่ในระดับค่อนข้างมาก แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการยังคงคาดหวังการปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบบริการในหลายด้าน โดยเฉพาะเรื่องอัตราค่าบริการ การจอดรถ และคุณภาพของพื้นที่ให้บริการ รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.10

ตารางที่ 5.10 เปรียบเทียบระดับปัญหาและอุปสรรค ความพึงพอใจ และ ความต้องการ

ตัวแปร	ปัญหาและอุปสรรค		ความพึงพอใจ		ความต้องการ	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
การเดินทางมายังพื้นที่บริการ	2.92	1.11	3.64	0.87	3.80	0.93
การจอดรถภายในพื้นที่บริการ	3.12	1.11	3.43	0.99	3.90	0.92
ระบบการให้บริการ	2.77	1.19	3.73	0.81	3.95	0.87
ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ	2.78	1.15	4.14	0.85	4.13	0.87
พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกก่าลัง เคลื่อนไหว	2.76	1.16	3.59	0.94	3.57	1.00
เคยต้องการคำแนะนำหรือรักษา แต่ไม่สะดวกเดินทางมา	2.91	1.06	3.59	0.96	3.81	0.88
ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ	3.08	1.05	3.40	1.02	3.89	1.00
อัตราค่าบริการ	3.30	1.01	3.23	1.01	3.81	1.09

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

5.6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามของการใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัข จากการเชื่อมโยงของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในบทที่ 3 สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรและพฤติกรรมความสามารถในการเข้าถึง กับ ปัญหาและอุปสรรค (2) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรและพฤติกรรมความสามารถในการเข้าถึง กับ ความพึงพอใจ (3) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรและพฤติกรรมความสามารถในการเข้าถึง กับ ความต้องการ โดยรายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.11, 5.12 และ 5.13

ตารางที่ 5.11 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะประชากรกับพฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึงต่อปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
<p>1 ลักษณะประชากร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● เพศ ● อายุ ● สถานะ ● อาชีพ ● รายได้ต่อเดือน ● ประเภทงานที่ทำ ● จำนวนสุนัขที่เลี้ยง ● ประเภทสุนัข ● ประเภทที่อยู่อาศัย <p>2 พฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อ ● วิธีเดินทางมาใช้บริการ ● ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัย ● ระยะทางที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัย ● บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เคยใช้ ● ความถี่ในการมาใช้บริการ ● บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ขาดแคลน ● พื้นที่ในการเลี้ยงในที่พักอาศัย ● ประสบการณ์การใช้บริการจากที่อื่น 	<p>3 ระดับปัญหาและอุปสรรค</p> <ul style="list-style-type: none"> ● การเดินทางมายังพื้นที่บริการ ● การจอดรถภายในพื้นที่บริการ ● ระบบการให้บริการ ● ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ ● จำนวนหรือประเภทบริการ ● จำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ ● พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังหรือเคลื่อนไหว ● การนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ ● เคยต้องการใช้บริการในช่วงเวลา 20.00-08.00 น. ● เคยต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับอาการผิดปกติของสุนัขแต่ไม่สะดวกเดินทางมายังพื้นที่บริการ ● ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ ● อัตราค่าบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.12 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะประชากรกับพฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึงต่อความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
<p>1 ลักษณะประชากร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● เพศ ● อายุ ● สถานะ ● อาชีพ ● รายได้ต่อเดือน ● ประเภทงานที่ทำ ● จำนวนสุนัขที่เลี้ยง ● ประเภทสุนัข ● ประเภทที่อยู่อาศัย <p>2 พฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อ ● วิธีเดินทางมาใช้บริการ ● ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัย ● ระยะทางที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัย ● บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เคยใช้ ● ความถี่ในการมาใช้บริการ ● บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ขาดแคลน ● พื้นที่ในการเลี้ยงในที่พักอาศัย ● ประสบการณ์การใช้บริการจากที่อื่น 	<p>4 ระดับความพึงพอใจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ความสะดวกในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ ● ความสะดวกในการจอดรถภายในพื้นที่บริการ ● ความสะดวกรวดเร็วของระบบการให้บริการช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ ● การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ● บริการตรวจและรักษา ● อาหารและสินค้าสุนัข ● บริการรับฝากเลี้ยง ● บริการอาบน้ำตัดขน ● บริการฝึกสอน ● บริการสระว่ายน้ำ ● สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย ● บริการห้องพัก ● บริการ Pet taxi ● บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย ● จำนวนและคุณภาพของบุคลากรในแต่ละด้าน ● อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษา ● ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.13 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะประชากรกับพฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึงต่อความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม
<p>1 ลักษณะประชากร</p> <ul style="list-style-type: none"> ● เพศ ● อายุ ● สถานะ ● อาชีพ ● รายได้ต่อเดือน ● ประเภทงานที่ทำ ● จำนวนสุนัขที่เลี้ยง ● ประเภทสุนัข ● ประเภทที่อยู่อาศัย <p>2 พฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึง</p> <ul style="list-style-type: none"> ● วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ของหล่อ ● วิธีเดินทางมาใช้บริการ ● ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัย ● ระยะทางที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัย ● บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เคยใช้ ● ความถี่ในการมาใช้บริการ ● บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่ขาดแคลน ● พื้นที่ในการเลี้ยงในที่พักอาศัย ● ประสบการณ์การใช้บริการจากที่อื่น 	<p>5 ระดับความต้องการ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ที่ตั้งของพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก ● การจอดรถที่สะดวกภายในพื้นที่บริการ ● ระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว ● การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง ● บริการตรวจและรักษา ● อาหารและสินค้าสุนัข ● บริการรับฝากเลี้ยง ● บริการอาบน้ำตัดขน ● บริการฝึกสอน ● บริการสระว่ายน้ำ ● สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย ● บริการห้องพัก ● บริการ Pet taxi ● แผนก Exotic pet ● การให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย ● อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษาที่ทันสมัย ● ความสะดวกของทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ ● อัตราค่าบริการที่เหมาะสม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.6.1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข)

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับปัญหาและอุปสรรคของผู้มาใช้บริการต่างๆ ที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ เพศ กับ ปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์จากการทดสอบที (t-test)

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับ ระดับปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการ จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ (t-test) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.01 มีจำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ ระบบการให้บริการ ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ จำนวนหรือประเภทบริการ จำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังหรือเคลื่อนไหว และการนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ หมายความว่า “แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01” โดยที่เพศชายมีปัญหาและอุปสรรคมากกว่าเพศหญิง รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.14

ตารางที่ 5.14 การวิเคราะห์ความต่างของเพศกับปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ระดับปัญหาและอุปสรรค						
การเดินทางมายังพื้นที่บริการ	ชาย	154	3.05	1.06	1.930	0.054
	หญิง	229	2.83	1.15		
การจอดรถภายในพื้นที่บริการ	ชาย	154	3.16	1.10	0.394	0.694
	หญิง	227	3.11	1.12		
ระบบการให้บริการ	ชาย	154	2.98	1.10	2.972**	0.003
	หญิง	226	2.62	1.25		
ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ	ชาย	153	2.99	1.11	2.946**	0.003
	หญิง	225	2.64	1.18		
จำนวนหรือประเภทบริการ	ชาย	153	2.97	1.15	3.144**	0.002
	หญิง	225	2.58	1.24		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.14 (ต่อ)

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ระดับปัญหาและอุปสรรค						
จำนวนบุคลากรไว้วางใจให้บริการ	ชาย	154	3.03	1.15	3.040**	0.003
	หญิง	226	2.64	1.33		
พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังหรือเคลื่อนไหว	ชาย	153	3.07	1.00	4.368**	0.000
	หญิง	227	2.56	1.22		
การนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ	ชาย	154	3.05	1.07	3.566**	0.000
	หญิง	223	2.62	1.21		
ความต้องการใช้บริการในช่วงเวลา 20.00-08.00 น.	ชาย	153	2.69	1.11	0.952	0.342
	หญิง	223	2.57	1.25		
ความต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับอาการผิดปกติของสุนัขแต่ไม่สะดวกเดินทางมายังพื้นที่บริการ	ชาย	154	3.01	0.95	1.525	0.128
	หญิง	227	2.84	1.15		
ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ	ชาย	154	3.17	1.03	1.408	0.160
	หญิง	225	3.01	1.08		
อัตราค่าบริการ	ชาย	154	3.42	0.94	1.819	0.070
	หญิง	226	3.23	1.05		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร และปัญหาและอุปสรรคของผู้มาใช้บริการต่างๆ ที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ อายุ กับ ระดับปัญหาและอุปสรรคในด้านต่างๆ ของผู้มาใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อายุ (X_1) กับตัวแปรตามปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ (Y_1) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.113 พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับที่ต่ำมาก ซึ่งหมายความว่า อายุมีผลต่อปัญหาในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์ ข้อมูล พบว่า อายุ (X_1) กับตัวแปรตามปัญหาและอุปสรรคระบบการให้บริการ (Y_3) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.187 ปัญหาและอุปสรรคช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ (Y_4) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.247 ปัญหาและอุปสรรคจำนวนหรือประเภทบริการ (Y_5) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.218 ปัญหาและอุปสรรคจำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ (Y_6) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.176 ปัญหาและอุปสรรคพื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังหรือเคลื่อนไหว (Y_7) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.241 ปัญหาและอุปสรรคในการนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ (Y_8) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.161 ปัญหาและอุปสรรคเคยต้องการใช้บริการ ในช่วงเวลา 20.00–08.00 น. (Y_9) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.205 พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบ ในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับที่ต่ำมาก-ต่ำ ซึ่งหมายความว่า อายุมีผลต่อปัญหาและอุปสรรคระบบการให้บริการ ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ จำนวนหรือประเภทบริการ จำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังหรือเคลื่อนไหว การนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ และเคยต้องการใช้บริการในช่วงเวลา 20.00–08.00 น. รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.15

สัญลักษณ์

X_1 คือ อายุ

Y_1 คือ ปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ

Y_2 คือ ปัญหาและอุปสรรคในการจอดรถภายในพื้นที่บริการ

Y_3 คือ ปัญหาและอุปสรรคระบบการให้บริการ

Y_4 คือ ปัญหาและอุปสรรคช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ

Y_5 คือ ปัญหาและอุปสรรคจำนวนหรือประเภทบริการ

Y_6 คือ ปัญหาและอุปสรรคจำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ

Y_7 คือ ปัญหาและอุปสรรคพื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังหรือเคลื่อนไหว

Y_8 คือ ปัญหาและอุปสรรคในการนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ

Y_9 คือ ปัญหาและอุปสรรคเคยต้องการใช้บริการในช่วงเวลา 20.00–08.00 น.

Y_{10} คือ ปัญหาและอุปสรรคเคยต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับอาการผิดปกติของสุนัข แต่ไม่สะดวกเดินทางมายังพื้นที่บริการ

Y_{11} คือ ปัญหาและอุปสรรคทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ

Y_{12} คือ ปัญหาและอุปสรรคอัตราค่าบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.15 การวิเคราะห์ความต่างของอายุกับปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและ
สิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

X	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Sig.) ระดับความสัมพันธ์					
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆
X ₁	-0.113*	0.004	-0.187**	-0.247**	-0.218**	-0.176**
	(0.033)	(0.942)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.001)
	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก
X ₁	Y ₇	Y ₈	Y ₉	Y ₁₀	Y ₁₁	Y ₁₂
	-0.241**	-0.161**	-0.205**	-0.092	-0.068	-0.033
	(0.000)	(0.002)	(0.000)	(0.084)	(0.205)	(0.541)
	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับ ปัญหาและอุปสรรคช่วงเวลา
ที่สะดวกมาใช้บริการที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ ประเภทของงานที่ทำ
กับ ระดับปัญหาและอุปสรรคช่วงเวลาสะดวกมาใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์จากการทดสอบที (t-
test)

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของงานที่ทำ กับ ระดับปัญหาและอุปสรรค
ช่วงเวลาสะดวกมาใช้บริการ จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ (t-test) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
พบว่า ตัวแปรระดับปัญหาและอุปสรรคช่วงเวลาสะดวกมาใช้บริการ มีค่า Sig น้อยกว่า 0.01
หมายความว่า “แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01” โดยที่งานประจำมีค่าเฉลี่ยมากกว่า
งานไม่ประจำ รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.16

ตารางที่ 5.16 การวิเคราะห์ความต่างของประเภทงานที่ทำกับปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงและ
สิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปร	ประเภท งาน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ปัญหาและอุปสรรคช่วงเวลา ที่สะดวกมาใช้บริการ	ประจำ	302	2.88	1.14	2.807**	0.005
	ไม่ประจำ	72	2.46	1.14		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.6.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ความพึงพอใจการ เข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข)

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร และความพึงพอใจของผู้มาใช้
บริการต่างๆ ที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ เพศ กับ ความพึงพอใจในด้านต่างๆ
ของผู้มาใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์จากการทดสอบที (t-test)

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับ ระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของผู้มาใช้
บริการ จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ (t-test) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรที่มีค่า Sig
น้อยกว่า 0.05 มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษา หมายความว่า
“แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05” โดยที่เพศหญิงมีความต้องการมากกว่าเพศชาย

ในขณะที่การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับ ระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ
ของผู้มาใช้บริการ จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ (t-test) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปร
ที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.01 มีจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง บริการตรวจ
และรักษา บริการสระว่ายน้ำ และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ หมายความว่า “แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01” โดยที่เพศหญิงมีความต้องการมากกว่าเพศชาย รายละเอียดแสดงไว้
ในตารางที่ 5.17

ตารางที่ 5.17 การวิเคราะห์ความต่างของเพศกับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ระดับความพึงพอใจ						
ความสะดวกในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ	ชาย	153	3.55	0.88	-1.831	0.068
	หญิง	229	3.72	0.87		
ความสะดวกในการจอดรถภายในพื้นที่บริการ	ชาย	153	3.36	1.02	-1.100	0.272
	หญิง	228	3.47	0.98		
ความสะดวกรวดเร็วของระบบการให้บริการ	ชาย	153	3.71	0.78	-0.417	0.677
	หญิง	230	3.75	0.84		
การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	ชาย	153	3.98	0.87	-3.357**	0.001
	หญิง	229	4.28	0.82		
บริการตรวจและรักษา	ชาย	153	3.84	0.87	-3.197**	0.002
	หญิง	229	4.11	0.77		
อาหารและสินค้าสุนัข	ชาย	151	3.72	0.81	-1.495	0.136
	หญิง	226	3.84	0.79		
บริการรับฝากเลี้ยง	ชาย	146	3.66	0.78	-0.477	0.634
	หญิง	209	3.71	0.90		
บริการอาบน้ำตัดขน	ชาย	148	3.65	0.89	-1.750	0.081
	หญิง	215	3.81	0.88		
บริการฝึกสอน	ชาย	139	3.45	0.84	-1.319	0.188
	หญิง	181	3.58	0.95		
บริการสระว่ายน้ำ	ชาย	141	3.47	0.87	-2.880**	0.004
	หญิง	189	3.76	0.92		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.17 (ต่อ)

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ระดับความพึงพอใจ						
สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย	ชาย	139	3.49	0.85	-1.760	0.079
	หญิง	196	3.67	1.00		
บริการห้องพัก	ชาย	145	3.54	0.90	-1.457	0.146
	หญิง	206	3.69	0.93		
Pet taxi	ชาย	140	3.58	0.87	-0.932	0.352
	หญิง	194	3.68	0.98		
บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย	ชาย	147	3.58	0.89	-0.264	0.792
	หญิง	208	3.61	1.02		
จำนวนและคุณภาพของบุคลากรในแต่ละด้าน	ชาย	153	3.74	0.83	-1.749	0.081
	หญิง	226	3.89	0.86		
อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษา	ชาย	153	3.89	0.91	-2.469*	0.014
	หญิง	230	4.11	0.82		
ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ	ชาย	153	3.36	0.99	-0.852	0.395
	หญิง	229	3.45	1.03		
ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ	ชาย	152	3.14	1.03	-1.651**	0.099
	หญิง	229	3.32	1.00		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร และ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการต่างๆ ที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ อายุ กับ ระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆของผู้มาใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อายุ (X_1) กับตัวแปรตามความพึงพอใจบริการรับฝากเลี้ยง (Y_{19}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.134 ความพึงพอใจบริการอาบน้ำตัดขน (Y_{20}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.107 และความพึงพอใจบริการสระว่ายน้ำ (Y_{22}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.139 พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับที่ต่ำมาก ซึ่งหมายความว่า อายุมีผลต่อความพึงพอใจบริการรับฝากเลี้ยง อาบน้ำตัดขน และสระว่ายน้ำ

จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า อายุ (X_1) กับตัวแปรตามความพึงพอใจบริการฝึกสอน (Y_{21}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.241 ความพึงพอใจสวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย (Y_{23}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.196 ความพึงพอใจบริการห้องพัก (Y_{24}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.147 ความพึงพอใจบริการ Pet taxi (Y_{25}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.173 ความพึงพอใจบริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย (Y_{26}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.183 พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงลบในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับที่ต่ำมาก-ต่ำ ซึ่งหมายความว่า อายุมีผลต่อความพึงพอใจบริการฝึกสอน สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย ห้องพัก Pet taxi และการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.18

สัญลักษณ์

X_1 คือ อายุ

Y_{13} คือ ความพึงพอใจความสะดวกในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ

Y_{14} คือ ความพึงพอใจความสะดวกในการจอดรถภายในพื้นที่บริการ

Y_{15} คือ ความพึงพอใจความสะดวกรวดเร็วของระบบการให้บริการ

Y_{16} คือ ความพึงพอใจการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง

Y_{17} คือ ความพึงพอใจบริการตรวจและรักษา

Y_{18} คือ ความพึงพอใจอาหารและสินค้าสุนัข

Y_{19} คือ ความพึงพอใจบริการรับฝากเลี้ยง

Y_{20} คือ ความพึงพอใจบริการอาบน้ำตัดขน

Y_{21} คือ ความพึงพอใจบริการฝึกสอน

Y_{22} คือ ความพึงพอใจบริการสระว่ายน้ำ

Y_{23} คือ ความพึงพอใจสวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย

Y_{24} คือ ความพึงพอใจบริการห้องพัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Y₂₅ คือ ความพึงพอใจบริการ Pet taxi

Y₂₆ คือ ความพึงพอใจบริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย

Y₂₇ คือ ความพึงพอใจจำนวนและคุณภาพของบุคลากรในแต่ละด้าน

Y₂₈ คือ ความพึงพอใจอุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษา

Y₂₉ คือ ความพึงพอใจทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ

Y₃₀ คือ ความพึงพอใจความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ

ตารางที่ 5.18 การวิเคราะห์ความต่างของอายุกับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

X	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Sig.) ระดับความสัมพันธ์								
	Y ₁₃	Y ₁₄	Y ₁₅	Y ₁₆	Y ₁₇	Y ₁₈	Y ₁₉	Y ₂₀	Y ₂₁
X ₁	-0.067	-0.075	-0.033	0.066	0.041	-0.083	-0.134*	-0.107*	-0.241**
	(0.206)	(0.159)	(0.531)	(0.217)	(0.444)	(0.121)	(0.014)	(0.048)	(0.000)
	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำ
X ₁	Y ₂₂	Y ₂₃	Y ₂₄	Y ₂₅	Y ₂₆	Y ₂₇	Y ₂₈	Y ₂₉	Y ₃₀
	-0.139*	-0.196**	-0.147**	-0.173**	-0.183**	0.030	0.041	-0.059	-0.080
	(0.014)	(0.000)	(0.008)	(0.002)	(0.001)	(0.572)	(0.441)	(0.270)	(0.131)
	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับ ความพึงพอใจการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงของผู้มาใช้บริการที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ ประเภทของงานที่ทำ กับ ระดับความพึงพอใจการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง โดยใช้การวิเคราะห์จากการทดสอบที (t-test)

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง ประเภทของงานที่ทำ กับ ระดับความพึงพอใจการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ (t-test) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรระดับความพึงพอใจการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า “แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05” โดยที่งานไม่ประจำมีค่าเฉลี่ยมากกว่างานประจำ รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.19

ตารางที่ 5.19 การวิเคราะห์ความต่างของประเภทงานที่ทำกับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปร	ประเภทงาน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ความพึงพอใจการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	ประจำ	305	4.10	0.83	-1.965*	0.050
	ไม่ประจำ	72	4.32	0.85		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5.6.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข)

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร และความต้องการของผู้มาใช้บริการต่างๆ ที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ เพศ กับ ความต้องการในด้านต่างๆ ของผู้มาใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์จากการทดสอบที (t-test)

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับ ระดับความต้องการในด้านต่างๆ ของผู้มาใช้บริการ จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ (t-test) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 มีจำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ การจอดรถที่สะดวกภายในพื้นที่บริการ อาหารและสินค้าสุนัข บริการรับฝากเลี้ยง บริการอาบน้ำตัดขน และบริการห้องพัก หมายความว่า “แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05” โดยที่เพศหญิงมีความต้องการมากกว่าเพศชาย

ในขณะที่การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ กับ ระดับความต้องการในด้านต่างๆ ของผู้มาใช้บริการ จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ (t-test) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรที่มีค่า Sig น้อยกว่า 0.01 มีจำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ ที่ตั้งของพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก ระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง บริการตรวจและรักษา บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษาที่ทันสมัย ความสะดวกของทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ และอัตราค่าบริการที่เหมาะสม หมายความว่า “แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01” โดยที่เพศหญิงมีความต้องการมากกว่าเพศชาย รายละเอียดแสดงไว้ในตารางที่ 5.20

ตารางที่ 5.20 การวิเคราะห์ความต่างของเพศกับความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ระดับความต้องการ						
ที่ตั้งของพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก	ชาย	150	3.67	0.95	-2.752**	0.006
	หญิง	225	3.93	0.91		
การจอดรถที่สะดวกภายในพื้นที่บริการ	ชาย	150	3.77	0.94	-2.440*	0.015
	หญิง	225	4.00	0.89		
ระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว	ชาย	150	3.81	0.86	-2.863**	0.004
	หญิง	226	4.07	0.86		
การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	ชาย	150	3.94	0.88	-3.859**	0.000
	หญิง	227	4.29	0.84		
บริการตรวจและรักษา	ชาย	150	3.92	0.82	-3.532**	0.000
	หญิง	226	4.23	0.85		
อาหารและสินค้าสุนัข	ชาย	146	3.64	0.82	-2.392*	0.017
	หญิง	219	3.86	0.89		
บริการรับฝากเลี้ยง	ชาย	145	3.54	0.80	-2.358*	0.019
	หญิง	214	3.77	0.92		
บริการอาบน้ำตัดขน	ชาย	148	3.62	0.79	-2.482*	0.014
	หญิง	216	3.85	0.89		
บริการฝึกสอน	ชาย	143	3.27	0.94	-1.666	0.097
	หญิง	203	3.45	1.03		
บริการสระว่ายน้ำ	ชาย	144	3.38	0.95	-1.875	0.062
	หญิง	208	3.59	1.04		

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.20 (ต่อ)

ตัวแปร	เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ระดับความต้องการ						
สวนเดิน/ วิ่งออกกำลังกาย	ชาย	144	3.49	0.92	-1.200	0.231
	หญิง	213	3.61	1.06		
บริการห้องพัก	ชาย	145	3.54	0.87	-2.456*	0.015
	หญิง	216	3.77	0.84		
Pet taxi	ชาย	144	3.53	0.92	-1.376	0.170
	หญิง	210	3.68	0.97		
Exotic pet	ชาย	143	3.38	1.01	-0.228	0.820
	หญิง	209	3.41	1.19		
บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษา ถึงที่พักอาศัย	ชาย	146	3.60	0.83	-4.032**	0.000
	หญิง	217	3.97	0.88		
อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษาที่ทันสมัย	ชาย	149	3.87	0.90	-3.953**	0.000
	หญิง	225	4.24	0.88		
ความสะดวกของทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ	ชาย	149	3.66	1.00	-3.919**	0.000
	หญิง	225	4.07	0.95		
อัตราค่าบริการที่เหมาะสม	ชาย	149	3.60	1.11	-3.502**	0.001
	หญิง	222	3.99	1.03		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลจากการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร และ ความต้องการของผู้มาใช้บริการต่างๆ ที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ อายุ กับ ระดับความต้องการในด้านต่างๆ ของผู้มาใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์ ข้อมูล พบว่า อายุ (X_1) กับตัวแปรตามความต้องการอาหารและสินค้าสุนัข (Y_{36}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.118 มีความสัมพันธ์เชิงลบในทิศทางตรงกันข้าม ส่วนความต้องการที่ตั้งของพื้นที่บริการที่เดินทาง มาได้สะดวก (Y_{31}) มีค่าสหสัมพันธ์ = 0.109 ความต้องการการจอดรถที่สะดวกภายในพื้นที่บริการ (Y_{32}) มีค่าสหสัมพันธ์ = 0.121 มีความสัมพันธ์เชิงบวกในทิศทางเดียวกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับที่ต่ำมาก ซึ่งหมายความว่า อายุมีผลต่อความต้องการอาหารและ สินค้าสุนัข ที่ตั้งของพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก และการจอดรถที่สะดวกภายในพื้นที่บริการ

จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ผลการวิเคราะห์ ข้อมูล พบว่า อายุ (X_1) กับตัวแปรตามความต้องการบริการรับฝากเลี้ยง (Y_{37}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.147 ความต้องการบริการอาบน้ำตัดขน (Y_{38}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.186 ความต้องการบริการ ฝึกสอน (Y_{39}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.218 ความต้องการบริการสระว่ายน้ำ (Y_{40}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.232 ความต้องการสวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย (Y_{41}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.194 ความต้องการบริการ ห้องพัก (Y_{42}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.172 ความต้องการบริการ Pet taxi (Y_{43}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.159 และ ความต้องการแผนก Exotic pet (Y_{44}) มีค่าสหสัมพันธ์ = -0.267 พบว่า มีความสัมพันธ์ เชิงลบในทิศทางตรงกันข้าม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับ ที่ต่ำมาก-ต่ำ ซึ่งหมายความว่า อายุมีผลต่อความต้องการบริการรับฝากเลี้ยง อาบน้ำตัดขน ฝึกสอน สระว่ายน้ำ สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย ห้องพัก Pet taxi และแผนก Exotic pet รายละเอียดแสดงไว้ ในตารางที่ 5.21

สัญลักษณ์

X_1 คือ อายุ

Y_{31} คือ ความต้องการที่ตั้งของพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก

Y_{32} คือ ความต้องการการจอดรถที่สะดวกภายในพื้นที่บริการ

Y_{33} คือ ความต้องการระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว

Y_{34} คือ ความต้องการการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง

Y_{35} คือ ความต้องการบริการตรวจและรักษา

Y_{36} คือ ความต้องการอาหารและสินค้าสุนัข

Y_{37} คือ ความต้องการบริการรับฝากเลี้ยง

Y_{38} คือ ความต้องการบริการอาบน้ำตัดขน

Y_{39} คือ ความต้องการบริการฝึกสอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Y₄₀ คือ ความต้องการบริการสระว่ายน้ำ

Y₄₁ คือ ความต้องการสวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย

Y₄₂ คือ ความต้องการบริการห้องพัก

Y₄₃ คือ ความต้องการบริการ Pet taxi

Y₄₄ คือ ความต้องการแผนก Exotic pet

Y₄₅ คือ ความต้องการบริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย

Y₄₆ คือ ความต้องการอุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษาที่ทันสมัย

Y₄₇ คือ ความต้องการความสะดวกของทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ

Y₄₈ คือ ความต้องการอัตราค่าบริการที่เหมาะสม

ตารางที่ 5.21 การวิเคราะห์ความต่างของอายุกับความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

X	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Sig.) ระดับความสัมพันธ์								
	Y ₃₁	Y ₃₂	Y ₃₃	Y ₃₄	Y ₃₅	Y ₃₆	Y ₃₇	Y ₃₈	Y ₃₉
X ₁	0.109*	0.121*	0.071	0.021	0.070	-0.118*	-0.147**	-0.186**	-0.218**
	(0.041)	(0.024)	(0.184)	(0.693)	(0.187)	(0.029)	(0.006)	(0.001)	(0.000)
	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำ
X ₁	-0.232**	-0.194**	-0.172**	-0.159**	-0.267**	-0.003	0.062	0.056	0.046
	(0.000)	(0.000)	(0.001)	(0.004)	(0.000)	(0.958)	(0.245)	(0.298)	(0.389)
	ต่ำ	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำ	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก	ต่ำมาก

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร กับ ความต้องการการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงของผู้มาใช้บริการที่โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 คือ ประเภทของงานที่ทำ กับ ระดับความต้องการการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง โดยใช้การวิเคราะห์จากการทดสอบที (t-test)

การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่าง ประเภทของงานที่ทำ กับ ระดับความต้องการการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง จากการใช้สถิติในการวิเคราะห์แบบ (t-test) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 5.22

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.22 การวิเคราะห์ความต่างของประเภทงานกับความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ตัวแปร	ประเภทงาน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	Sig.
ความต้องการการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง	ประจำ	304	4.11	0.84	-1.368	0.172
	ไม่ประจำ	69	4.26	0.90		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

สรุปผลและเสนอแนะงานวิจัย

6.1 ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ศึกษา

โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 ตั้งอยู่บนถนนพระราม 9 แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นย่านศูนย์กลางธุรกิจใหม่ (New CBD) ของกรุงเทพฯ โดยมีการใช้ที่ดินแบบผสมผสาน (Mixed-Use) ครอบคลุมทั้งการบริการทางการแพทย์เฉพาะทางการค้าปลีก และพื้นที่นันทนาการสำหรับสัตว์เลี้ยงและเจ้าของ บริเวณดังกล่าวอยู่ในพื้นที่ผังเมืองประเภทพาณิชยกรรมหนาแน่นปานกลาง (ผังสีส้ม) ซึ่งรองรับการพัฒนากิจกรรมที่หลากหลาย และมีศักยภาพรองรับกิจกรรมเมืองร่วมสมัย พื้นที่ศึกษาได้รับการพัฒนาเป็นศูนย์สุขภาพสัตว์ในเมือง (Urban Veterinary Health Facility) โดยมีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 6 ไร่ มีอาคารหลักสูง 7 ชั้น พื้นที่ใช้สอยประมาณ 17,000 ตารางเมตร ภายในประกอบด้วยศูนย์บริการตรวจรักษาเฉพาะทาง เช่น ICU ห้องผ่าตัด ศูนย์โรคหัวใจ ศูนย์โรคผิวหนัง และคลินิกทางเลือก พร้อมทั้งมีพื้นที่พักพื้นที่แยกตามประเภทสัตว์ เช่น Cat Ward, Exotic Ward และ Nursery Ward และพื้นที่เปิดโล่งสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet Park) ขนาดประมาณ 1 ไร่ ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐานครบครัน ทำเลที่ตั้งอยู่ติดถนนสายหลักและสามารถเชื่อมต่อกับทางด่วนศรีรัชและทางด่วนเอกมัย-รามอินทรา ทำให้การเข้าถึงด้วยรถยนต์สะดวก อย่างไรก็ตาม ยังคงมีข้อจำกัดจากปัญหาจราจรหนาแน่นและจำนวนที่จอดรถที่จำกัด (เพียง 77 คัน) ซึ่งส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้การเข้าถึงด้วยระบบขนส่งมวลชนมีข้อจำกัด เนื่องจากการเดินทางด้วย BTS, MRT หรือ ARL ยังไม่เอื้อต่อการพาสัตว์เลี้ยงขึ้นโดยตรง ขณะที่บริการเรือและรถเมย์ไม่สามารถรองรับการเดินทางของสัตว์เลี้ยงได้อย่างเหมาะสม โดยรอบพื้นที่ยังล้อมรอบด้วยโครงการขนาดใหญ่ เช่น คอนโดมิเนียมระดับพรีเมียม ศูนย์การค้า และสำนักงาน ที่มีผู้คนหมุนเวียนตลอด 24 ชั่วโมง ส่งผลให้พื้นที่มีความหนาแน่นของกิจกรรมสูง และเหมาะกับการเป็นศูนย์บริการสัตว์ที่เปิดตลอดเวลา ทั้งยังสอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมของเจ้าของสัตว์เลี้ยงในเมืองที่มองสัตว์เป็นสมาชิกครอบครัว (Pet Humanization) ส่งผลต่อความต้องการบริการที่ครบวงจร และมีคุณภาพสูง ด้านสภาพแวดล้อมเมืองโดยรอบ พบว่าทิศตะวันตกติดถนนเพชรพระราม ทิศตะวันออกติดคลองแสนแสบและสามารถเชื่อมต่อกับท่าเรือ ทิศใต้ติดพื้นที่ส่วนบุคคล และห่างจากสถานีรถไฟรางเดี่ยวประมาณ 850 เมตร ขณะที่ทิศเหนือติดคลองเขมรและเชื่อมต่อกับทางพิเศษศรีรัช การจัดวางองค์ประกอบภายในพื้นที่ได้รับการออกแบบอย่างเป็นระบบเพื่อรองรับทั้งด้านฟังก์ชัน บรรยากาศ และการใช้งานของผู้เลี้ยงสัตว์ในเมืองอย่างแท้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.2 ลักษณะประชากร พฤติกรรม และความสามารถในการเข้าถึง

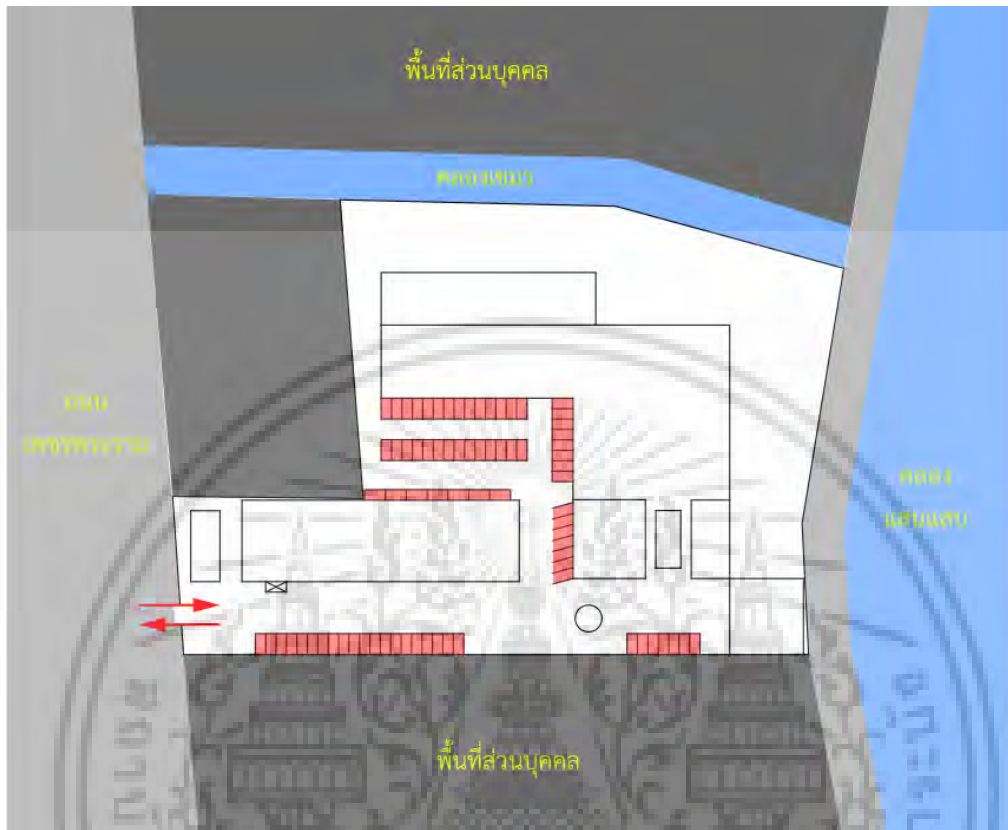
ผลจากการวิเคราะห์แบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 38 ปี และส่วนใหญ่อยู่ในสถานภาพโสด ประกอบอาชีพในบริษัทเอกชนเป็นหลัก ทำงานประจำ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วง 15,000–40,000 บาท สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มประชากรเป้าหมายมีศักยภาพทางเศรษฐกิจระดับปานกลางถึงสูง ลักษณะการเลี้ยงสัตว์ พบว่า มีจำนวนสุนัขเฉลี่ย 3 ตัวต่อคน โดยส่วนใหญ่เลี้ยงสุนัขขนาดเล็ก และ ที่พักอาศัยเป็นบ้านเดี่ยว ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมในการดูแลสัตว์เลี้ยงในบริบทของครัวเรือนขนาดกลางถึงใหญ่ในเขตเมือง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางมายังโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อด้วยรถยนต์ส่วนตัว ใช้เวลาในการเดินทาง 15–30 นาที และระยะทาง 5–15 กิโลเมตร แสดงถึงการเข้าถึงที่สะดวกในระดับพื้นที่เมืองและปริมณฑล ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ที่ 2–4 ครั้งต่อเดือน โดยเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการคือ “เครื่องมือครบและทันสมัย” ข้อมูลทั้งหมดนี้สะท้อนว่า กลุ่มผู้ใช้บริการมีลักษณะเป็นพนักงานที่มีรายได้มั่นคง สามารถเดินทางมาด้วยพาหนะส่วนตัวได้อย่างสะดวก และมีแนวโน้มใช้บริการในลักษณะต่อเนื่อง การพัฒนามาตรฐานบริการรับรองจึงมีศักยภาพในการขยายกลุ่มผู้ใช้บริการเพิ่มเติมในอนาคต

6.3 ปัญหา อุปสรรค ความพึงพอใจ และความต้องการ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของปัญหา อุปสรรค ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ใช้บริการในเขตเมืองต่อบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเลี้ยงสุนัข ได้ผลสรุปในแต่ละด้านดังนี้

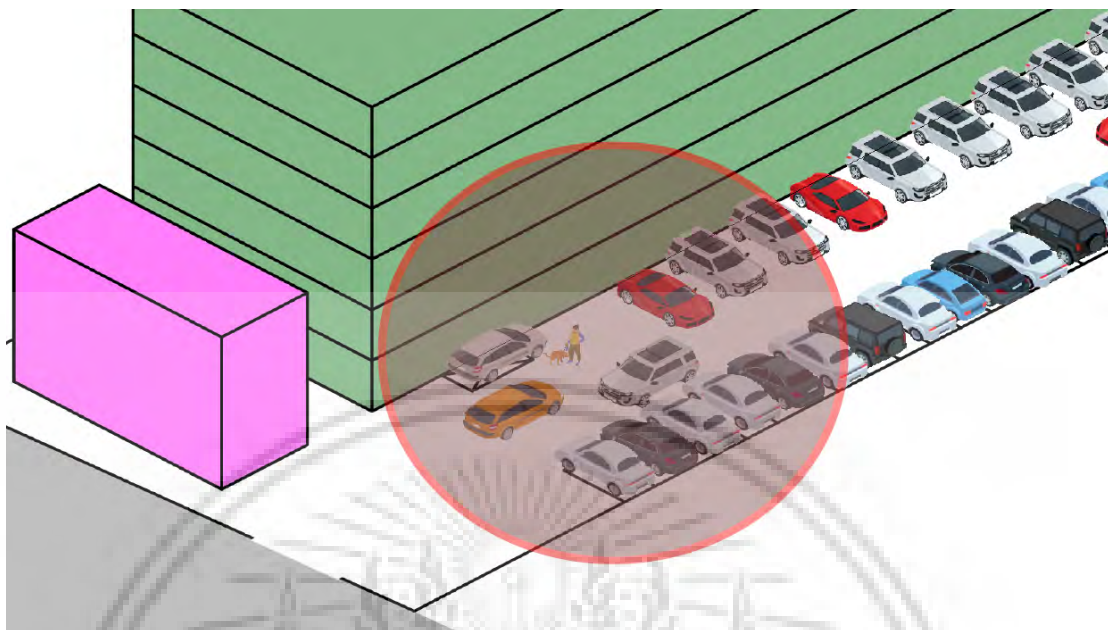
1) ด้านปัญหาและอุปสรรค ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ใช้บริการประเมินระดับปัญหาและอุปสรรคโดยรวมอยู่ใน “ระดับปานกลาง” ทุกประเด็น โดยประเด็นที่พบว่าเป็นปัญหามากที่สุด ได้แก่ อัตราค่าบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.30) รองลงมาคือ การจอดรถภายในพื้นที่บริการ (3.12) และทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ (3.08) โดยเฉพาะในช่วงที่มีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทำให้ที่จอดรถไม่เพียงพอ ต้องเพิ่มที่จอดรถหน้าอาคารหลัก ทำให้ทางเดินรถหายไป 1 ช่องทาง (รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 6.1 และ 6.2) สะท้อนถึงความรู้สึกของผู้ใช้บริการที่ยังพบข้อจำกัดในด้านกายภาพ การเข้าถึง และภาระค่าใช้จ่ายซึ่งมีผลต่อประสบการณ์การใช้บริการโดยรวม ประเด็นอื่นที่น่าสนใจ ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางมายังพื้นที่บริการ (2.92) ความไม่สะดวกในการพาสุนัขมาใช้บริการ

(2.80) จำนวนบุคลากรที่ให้บริการ (2.80) และระบบการให้บริการ (2.77) ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้สึกลูกข่ายและภาระในมิติต่างๆ ของผู้บริโภคมือง



ภาพที่ 6.1 สีแดงแสดงจำนวนที่จอดรถ
ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.2 การจอดรถและทางเดินรถในช่วงเวลาที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมาก
ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

2) ด้านความพึงพอใจ ในส่วนของความพึงพอใจ ผู้ใช้บริการมีระดับการประเมินใน “ระดับมาก” แทบทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ได้รับคะแนนสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมาคือ เครื่องมือ อุปกรณ์ และวิธีการรักษา (4.00) และบริการตรวจรักษา (3.99) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพทางการแพทย์ ความพร้อมของเครื่องมือ และช่วงเวลาให้บริการที่ยืดหยุ่น นอกจากนี้ยังพบความพึงพอใจในบริการเสริม เช่น อาบน้ำตัดขน (3.74) รับฝากเลี้ยง (3.68) Pet Taxi (3.63) และสระว่ายน้ำ (3.62) สะท้อนถึงความต้องการบริการแบบครบวงจรและรองรับไลฟ์สไตล์ของผู้เลี้ยงสัตว์ในเมือง อย่างไรก็ตาม บางประเด็น เช่น อัตราค่าบริการ (3.23) ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ (3.40) และความสะดวกในการจอดรถ (3.43) ยังมีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับ “ปานกลาง” แสดงถึงโอกาสในการปรับปรุงด้านกายภาพและต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

3) ด้านความต้องการ การวิเคราะห์ระดับความต้องการของผู้ใช้บริการ พบว่า ความต้องการส่วนใหญ่อยู่ใน “ระดับมาก” โดยเฉพาะการเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมาคือ บริการตรวจรักษา (4.10) และเครื่องมือ อุปกรณ์ และวิธีการรักษาที่ทันสมัย (4.08) ซึ่งยืนยันถึงแนวโน้มของการคาดหวังคุณภาพ ความทันสมัย และความยืดหยุ่นในบริการ ความต้องการในด้านบริการเสริม เช่น Pet Taxi (3.61) ห้างพัก (3.67) และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย (3.57) ยังอยู่ในระดับสูง โดยแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการต้องการศูนย์บริการ สัตว์เลี้ยงที่ให้บริการแบบครบวงจร ครอบคลุมทั้งด้านสุขภาพ ความสะอาดสบาย และความเป็นอยู่ ของสัตว์เลี้ยง ประเด็นที่มีความต้องการอยู่ใน “ระดับปานกลาง” ได้แก่ แผนก Exotic Pet (3.40) และบริการฝึกสอน (3.38) ซึ่งสะท้อนถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่อาจต้องการบริการในลักษณะเฉพาะ ทาง และเป็นโอกาสทางการตลาดที่ยังสามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้

6.4 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

6.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ปัญหาและอุปสรรคของการ เข้าถึงบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงภายในพื้นที่บริการ)

1) เพศแตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับ 0.01) โดยเพศชายพบปัญหามากกว่าเพศหญิงในด้านระบบการให้บริการ ช่วงเวลาที่สะดวก จำนวน และประเภทบริการ จำนวนบุคลากร พื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง และการนำสัตว์มาใช้บริการ สะท้อนว่า ลักษณะการวางแผนจัดการเวลาและปัจจัยต่างๆ ของเพศชายอาจไม่เอื้อต่อการใช้บริการ

2) อายุมีความสัมพันธ์เชิงลบกับปัญหาและอุปสรรค โดยการเดินทางมายังพื้นที่บริการ มีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05) ส่วนระบบการให้บริการ ช่วงเวลาที่สะดวก จำนวนบริการ บุคลากร พื้นที่ สำหรับสัตว์เลี้ยง การนำสัตว์มาใช้บริการ และการใช้บริการนอกเวลา มีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.01) แสดงว่าผู้มีอายุน้อยกว่าพบข้อจำกัดและอุปสรรคมากกว่า ซึ่งสะท้อนความแตกต่างของความพร้อม ด้านทรัพยากรและความอิสระของชีวิตตามช่วงวัย

3) ประเภทงานแตกต่างกันมีปัญหาและอุปสรรคช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับ 0.01) โดยผู้ทำงานประจำพบข้อจำกัดด้านเวลา ในการมาใช้บริการมากกว่าผู้ทำงานไม่ประจำ สะท้อนผลจากตารางเวลาการทำงานที่ตายตัว

6.4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ความพึงพอใจในการเข้าถึง บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงในพื้นที่บริการ)

1) เพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยอุปกรณ์ เครื่องมือ และวิธีการรักษา มีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05) ส่วนการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง บริการตรวจรักษา บริการสระว่ายน้ำ และอัตราค่าบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.01) โดยเพศหญิงพึงพอใจสูงกว่า สะท้อน ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของกลุ่มผู้หญิง

2) อายุมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจ โดยบริการรับฝากเลี้ยง อ่างน้ำตัดขน และสระว่ายน้ำมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05) ส่วนบริการฝึกสอน สวนเดิน/วิ่ง ห้องพัก Pet taxi เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และการให้คำปรึกษาถึงที่พักมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.01) กลุ่มอายุน้อยมีความพึงพอใจสูงกว่า สะท้อนถึงการให้ความสำคัญต่อกิจกรรมและบริการที่ยกระดับคุณภาพชีวิตสัตว์เลี้ยงที่มากกว่า

3) ประเภทงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการเปิดบริการ 24 ชั่วโมงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ที่ระดับ 0.05) โดยผู้ทำงานไม่ประจำมีความพึงพอใจมากกว่า สะท้อนผลจากความยืดหยุ่นด้านเวลาในการใช้บริการ

6.4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (ความต้องการให้มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสัตว์เลี้ยงในพื้นที่บริการ)

1) เพศแตกต่างกันมีความต้องการแตกต่างกัน โดยด้านการจอดรถ อาหารและสินค้าสุนัข บริการรับฝากเลี้ยง อาบน้ำตัดขน และห้องพักมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05) ส่วนด้านที่ตั้งพื้นที่บริการ ระบบบริการ การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง ตรวจรักษา ให้คำปรึกษาถึงที่พัก อุปกรณ์ความสะดวกทางเดินรถ และอัตราค่าบริการมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.01) โดยเพศหญิงมีความต้องการสูงกว่า สะท้อนความใส่ใจในมาตรฐานและความครบถ้วนของบริการที่สูงกว่า

2) อายุมีความสัมพันธ์กับความต้องการ โดยอาหารและสินค้าสุนัข ที่ตั้งพื้นที่บริการ และการจอดรถมีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.05) ส่วนด้านรับฝากเลี้ยง อาบน้ำตัดขน ฟีกสอน สระว่ายน้ำ สวนเดิน/วิ่ง ห้องพัก Pet taxi และแผนก Exotic pet มีนัยสำคัญ (ที่ระดับ 0.01) โดยกลุ่มอายุน้อยต้องการมากกว่า สะท้อนแนวโน้มการมองสัตว์เลี้ยงเป็นสมาชิกครอบครัวที่ต้องได้รับการครบวงจร และให้ความสำคัญมากกว่า

3) ประเภทงานที่แตกต่างกันไม่มีความแตกต่างกันในระดับความต้องการการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง

6.5 ข้อเสนอแนะ

6.5.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.) โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ สาขาพระราม 9 ซึ่งเป็นพื้นที่กรณีศึกษา มีปัจจัยที่ควรปรับปรุงมากที่สุด 3 ข้อ ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาและอุปสรรคที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ได้แก่

(1) อัตราค่าบริการ เนื่องจากผู้เลี้ยงสุนัขส่วนใหญ่ มีรายได้ 15,000-40,000 บาท ต่อเดือน และมีความถี่ในการใช้บริการ 2-4 ครั้งต่อเดือน ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการใช้บริการด้านการเลี้ยงสุนัขจึงถือเป็นภาระรายเดือนที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ การที่อัตราค่าบริการสูงเกินไปทำให้การเข้าถึงบริการยากลำบากยิ่งขึ้น ดังนั้นอัตราค่าบริการจึงควรเหมาะสมกับผู้มาใช้บริการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยอาจพิจารณาจากรายได้เฉลี่ยของประชากรที่มีที่พักอาศัยอยู่ในขอบเขตระยะที่ให้บริการ (Catchment Area)

(2) ความสะดวกในการจอดรถ เนื่องจากผู้เลี้ยงสุนัขส่วนใหญ่พาสุนัขเดินทางมายังพื้นที่ศึกษาด้วยรถยนต์ส่วนตัว อีกทั้งบริบทของประเทศไทยระบบขนส่งสาธารณะก็ไม่เอื้ออำนวย หากที่จอดรถมีไม่เพียงพอก็ส่งผลกระทบต่อทางเดินรถ หรือการจราจรทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ไปด้วย ดังนั้นการมีที่จอดรถเพียงพอและสะดวกจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

(3) ทางเดินรถภายในพื้นที่ศึกษาที่แคบเกินไป ส่งผลกระทบต่อจราจรทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ รวมถึงการจอดรถ ดังนั้นทางเดินรถที่สะดวกและสามารถระบายการจราจรภายในจึงเป็นปัจจัยที่ควรคำนึงถึง

2) ควรตอบสนองความต้องการสูงสุด 3 ข้อ ที่ผู้เลี้ยงสุนัขต้องการให้มี ดังนี้

(1) การเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมง เนื่องจากเป็นความต้องการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และยิ่งสอดคล้องกับปัญหาในเรื่องของช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ หรือมีความจำเป็นต้องมาใช้บริการในช่วงเวลาหลัง 20.00 น. หรือก่อน 8.00 น. ซึ่งปัจจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้ที่ทำงานประจำและไม่ประจำ

(2) บริการตรวจรักษา เป็นบริการที่มีผู้มาใช้บริการมากที่สุด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการรักษาที่มีมาตรฐาน ที่สามารถครอบคลุมการตรวจวินิจฉัยและรักษาได้ทุกโรค

(3) เครื่องมือ อุปกรณ์ และวิธีการรักษาที่ทันสมัย มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากมีผลต่อบริการตรวจรักษาโดยตรง

6.5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

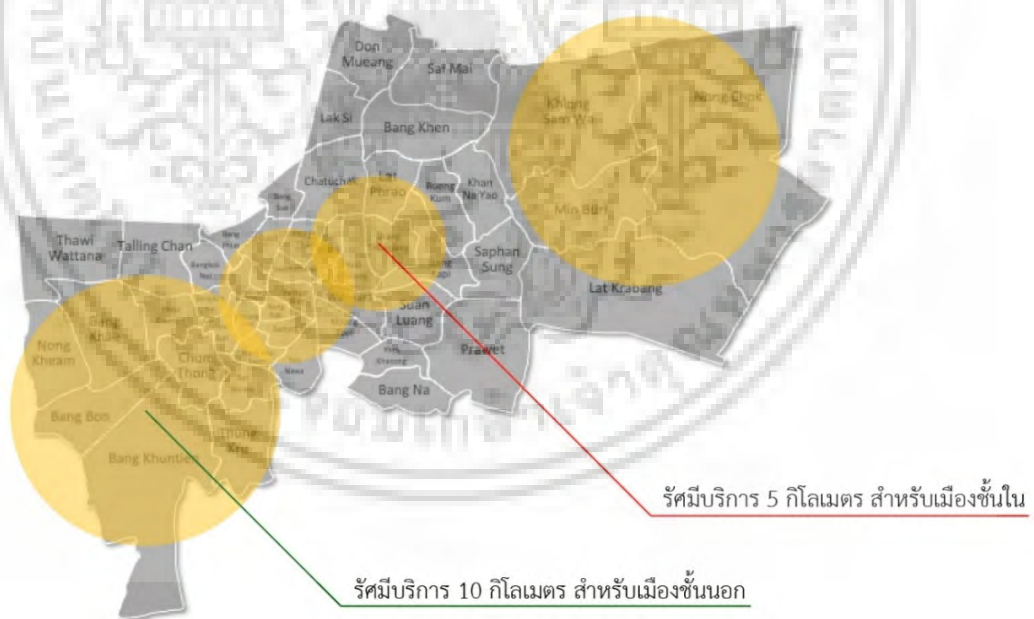
1) จัดตั้งศูนย์บริการที่มีความครบวงจรและมาตรฐานสูง ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เลี้ยงสุนัขได้ในทุกด้าน ตั้งแต่การตรวจวินิจฉัย การรักษา การอาบน้ำตัดขน การรับฝากเลี้ยง ไปจนถึงการฝึกสอนพฤติกรรม การมีทุกบริการภายในศูนย์เดียว (One-Stop Service) จะช่วยลดภาระในการเดินทางไปหลายแห่ง โดยเฉพาะกับผู้ที่ทำงานประจำหรือมีเวลาที่จำกัด และเพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลสุนัขอย่างเป็นระบบ

2) ยกระดับคุณภาพด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์บริการ ในยุคที่การแพทย์สัตว์พัฒนาไปไกล การใช้เทคโนโลยีที่ล้ำหน้า เช่น เครื่องตรวจวินิจฉัยทันสมัย ระบบบันทึกสุขภาพสัตว์เลี้ยงแบบดิจิทัล หรือการให้คำปรึกษาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ จะช่วยเพิ่มความแม่นยำและประสิทธิภาพในการรักษาอย่างมาก ศูนย์บริการควรมุ่งเน้นการลงทุนในเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งอบรมบุคลากรให้ใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ได้อย่างเชี่ยวชาญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) กำหนดนโยบายให้มีมาตรฐานในเรื่องของปัจจัยต่างๆ ด้านบริการ ให้สอดคล้องกับบริบทในแต่ละเขตในด้านราคา โดยคำนึงถึงรายได้เฉลี่ยของประชากรภายในเขตพื้นที่บริการ และรูปแบบที่เอื้ออำนวยให้ประชากรในเขตนั้นๆ เข้าถึงได้สะดวก เช่น ถ้าอยู่ใจกลางเมืองที่มีประชากรอาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมที่อนุญาตให้นำสัตว์เลี้ยงเข้าพักเป็นจำนวนมาก ควรกำหนดให้มีบริการรับ-ส่งสุนัขเพื่อช่วยลดภาระของผู้เลี้ยง

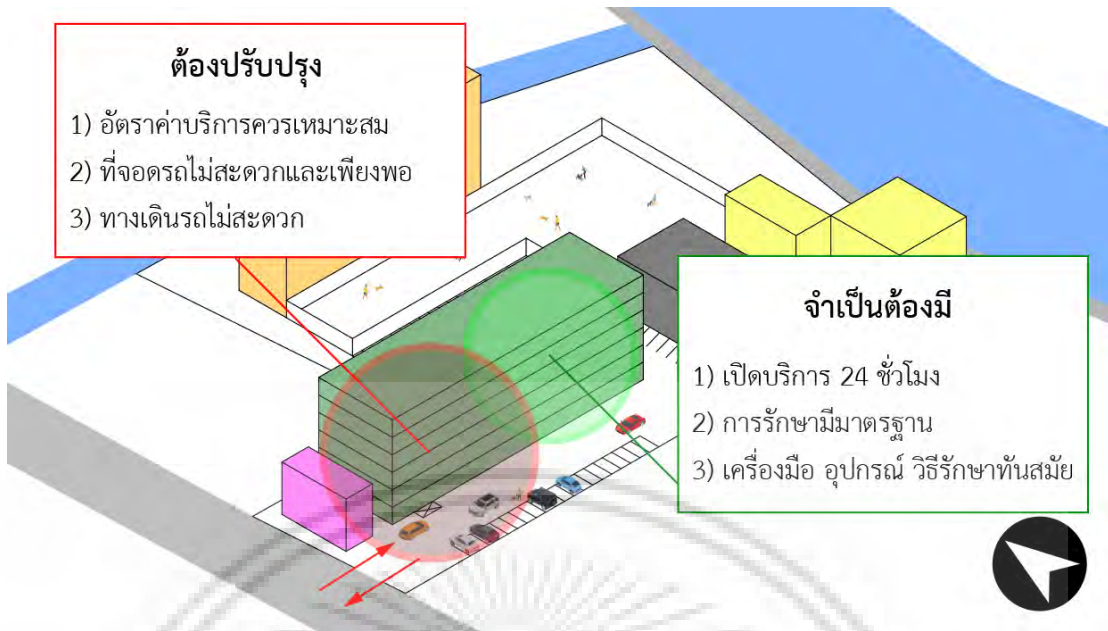
4) ปรับรูปแบบการกระจายตัวของศูนย์บริการสัตว์เลี้ยงให้สอดคล้องกับความสามารถในการเข้าถึง ศูนย์บริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขแบบครบวงจรควรถูกจัดวางในตำแหน่งรัศมีที่ตอบโจทย์การเข้าถึงได้จริงในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในเมืองที่การจราจรหนาแน่น ควรตั้งศูนย์บริการให้มีระยะห่างกันไม่เกิน 5 กิโลเมตร เพื่อให้ผู้เลี้ยงสามารถเดินทางไปถึงได้ภายในเวลาไม่เกิน 30 นาที ในขณะที่พื้นที่รอบนอกเมืองที่การจราจรค่อนข้างตัวว่าสามารถตั้งศูนย์บริการในระยะห่างไม่เกิน 10 กิโลเมตรได้อย่างเหมาะสม แนวคิดนี้ไม่เพียงช่วยลดระยะเวลาเดินทางและความเหนื่อยล้าของสุนัขและเจ้าของ แต่ยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพได้อย่างทั่วถึง รายละเอียดแสดงไว้ในภาพที่ 6.3



ภาพที่ 6.3 การครอบคลุมพื้นที่บริการ

ที่มา: ผู้วิจัย (2568)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.4 ข้อเสนอแนะปัจจัยที่จำเป็นต้องมี และต้องปรับปรุง
ที่มา: ผู้วิจัย (2568)



ภาพที่ 6.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ
ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กรมปศุสัตว์. (2567). รายงานสถานการณ์สัตว์เลี้ยงในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- ชนิดา บัวขาว. (2560). การตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ – พระรามเก้า กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชนิกา พิทักษ์กสุน และ บุษกร ลีเจียววาระ. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารสัตว์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร. วารสารวิจัยการตลาดสัตว์เลี้ยง, 15(2), 89–105.
- ธวัชชัย ยิ่งทวีศักดิ์. (2555). การเข้าถึงบริการสุขภาพในพื้นที่ชนบทและห่างไกลของประเทศไทย: กรณีศึกษาอำเภอท่าสองยาง จังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธวัชชัย เมธยสกุล. (2562). โอกาสทางธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยงในเขตเมืองของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธีรพงศ์ ภูมิจิตต์ และคณะ. (2567). A Study of Pet Parent's Decision Making Process on New Products in Thailand. วารสารบริหารธุรกิจนวัตกรรม, 12(1), 45–59.
- เนติ จางเบญจรงค์. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสุนัขและผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบริการดูแลสุนัขในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บริษัท นิลเส้น ประเทศไทย. (2566). Thailand Pet Ownership Trends. กรุงเทพฯ: นิลเส้น.
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2565). รายงานการสำรวจความต้องการบริการด้านสัตว์เลี้ยงในเขตเมือง กรุงเทพมหานคร: คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ. (2567). รายงานบริการและสถิติการให้บริการประจำปี 2567. กรุงเทพมหานคร: บริษัท โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ จำกัด.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). ความต้องการบริการสัตว์เลี้ยงในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.
- ศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2566). รายงานผลการสำรวจการเข้าถึงบริการสัตว์เลี้ยงในพื้นที่กรุงเทพฯ. กรุงเทพฯ: มศว.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมาคมมาตรฐานโรงพยาบาลสัตว์ไทย (TAHSA). (2568). รายชื่อโรงพยาบาลสัตว์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: สมาคมฯ.
- สมาคมสัตวแพทย์ผู้ประกอบการไทย. (2567). รายงานมาตรฐานสถานพยาบาลสัตว์. กรุงเทพฯ: สมาคมฯ.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). รายงานผลสำรวจสถิติครัวเรือนเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สุรัชดา พิริยพงศ์ และคณะ. (2565). Perspectives on Veterinary Education and Practice in Thailand. PubMed Central. เข้าถึงได้จาก <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMCXXXXXX>
- American Pet Products Association [APPA]. (2022). Industry Report. Retrieved from <https://www.americanpetproducts.org>
- American Veterinary Medical Association [AVMA]. (2021). Guidelines for Veterinary Services and Pet Care. Retrieved from <https://www.avma.org>
- Bain, M. (2024). Access to veterinary care: Evaluating working definitions, barriers, and impacts on animal welfare. *Veterinary Record*, 194(5), 124–131.
- Berrada, M., & Raboisson, D. (2022). Spatial evaluation of animal health care accessibility and veterinary resource distribution in Western France. *Preventive Veterinary Medicine*, 208, 105748.
- Blouin, D. D. (2013). Are dogs children, companions, or just animals? Understanding variations in people's orientations toward pets. *Anthrozoös*, 26(2), 279–294.
- Chen, A., Hung, K. H., & Peng, N. (2012). Pet ownership and consumption behavior: An exploratory study in Taiwan. *International Journal of Consumer Studies*, 36(6), 636–643.
- Euromonitor International. (2023). Pet Care in Thailand. Retrieved from <https://www.euromonitor.com>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- European Pet Food Industry Federation [FEDIAF]. (2022). Nutritional Guidelines for Complete and Complementary Pet Food for Cats and Dogs. Retrieved from <https://www.fediaf.org>
- Farm Animal Welfare Council [FAWC]. (1979). Five Freedoms. Retrieved from <https://www.gov.uk>
- Franklin, A. (1999). *Animals and Modern Cultures: A Sociology of Human-Animal Relations in Modernity*. London: SAGE Publications.
- Grand View Research. (2025). Analysis of the Future Development Trend of the Pet Industry. Retrieved from <https://www.grandviewresearch.com>
- Kasikorn Research Center. (2022). *Consumer Behavior in Pet Care Services*. Bangkok: Kasikorn Bank.
- Ministry of the Environment, Japan. (2020). Pet-Friendly Housing and Mobile Veterinary Services. Retrieved from <https://www.env.go.jp>
- Nast, H. J. (2006). Loving... whatever: Alienation, neoliberalism and pet-love in the twenty-first century. *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies*, 5(2), 300–327.
- Ng, M., Ho, K., & Koh, R. (2022). Spatial temporal accessibility and inequality of veterinary service in Hong Kong: A GIS-based study. *Urban Science*, 6(3), 52.
- Pet Food Industry Association of Australia [PFIAA]. (2021). *Pet Food Industry Code of Practice*. Retrieved from <https://www.pfiaa.com.au>
- Penchansky, R., & Thomas, J. W. (1981). The concept of access: Definition and relationship to consumer satisfaction. *Medical Care*, 19(2), 127–140.
- PPTV Online. (2564). คนไทยเลี้ยงสัตว์มากขึ้น - เทรนด์ Pet Humanization มาแรง. สืบค้นจาก <https://www.pptvhd36.com>

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals [RSPCA]. (2022). Standards for Animal Welfare and Pet Facilities. Retrieved from <https://www.rspca.org.uk>
- Sutherland Shire Council. (2020). Off-Leash Dog Parks and Pet Facility Planning. Retrieved from <https://www.sutherlandshire.nsw.gov.au>
- Thai PBS. (2566). การเลือกซื้อสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง. เข้าถึงได้จาก <https://www.thaipbs.or.th>
- Thai Pet Product Industries Association. (2023). รายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงไทยปี 2566. กรุงเทพมหานคร: สมาคมอุตสาหกรรมสินค้าสัตว์เลี้ยงไทย.
- The Nielsen Company. (2023). Thailand Pet Ownership Trends. Retrieved from <https://www.nielsen.com>
- Thomas, H., Smith, K., & Boyd, A. (2012). Catchment-based planning for urban pet facilities. *Urban Planning Journal*, 45(3), 210–225.
- Witkin, B. R., & Altschuld, J. W. (1995). *Planning and Conducting Needs Assessments: A Practical Guide*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Zhang, W. (2021). Analysis of the future development trend of the pet industry. In *Proceedings of the 2022 7th International Conference on Financial Innovation and Economic Development* (pp. 201–210).



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ชุดที่



ภาควิชาสถาปัตยกรรมและการวางแผน สาขาวิชาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ความสามารถในการเข้าถึง และความต้องการของลูกค้าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการ
เลี้ยงสุนัขในระดับเมือง : กรณีศึกษา โรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (สาขาพระราม 9)

แบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ส่วน โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ท่านต้องการหรือเติมข้อความใน
ช่องว่างตามความจริง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ของนายพลสิทธิ์ สงวนดิสกุล นักศึกษา
ปริญญาโท หลักสูตรการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ

จึงขอความอนุเคราะห์ตอบคำถามที่ตรงตามความเป็นจริง ซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่การศึกษาเป็นอย่างยิ่ง
ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลของท่านเป็นความลับ ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบ
แบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ลักษณะและข้อมูลประชากร

1.1 เพศ

 ชาย หญิง

1.2 อายุ.....ปี

1.3 สถานะ

 โสด แต่งงาน/สมรส หย่าร้าง

1.4 อาชีพ

 นักเรียน/นักศึกษา ค้าขาย/รับจ้าง/ธุรกิจส่วนตัว หน่วยราชการ/รัฐวิสาหกิจ บริษัทเอกชน แม่บ้าน/พ่อบ้าน/เกษียณอายุ อื่นๆ ระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,000–40,000 บาท
 50,000–100,000 บาท มากกว่า 100,000 บาท

1.6 ประเภทของงานที่ทำ

- ประจำ ไม่ประจำ

1.7 จำนวนสุนัขที่เลี้ยง.....ตัว

1.8 ประเภทสุนัข (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ขนาดเล็ก ขนาดใหญ่

1.9 ประเภทที่อยู่อาศัย

- บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ บ้านแฝด
 อาคารพาณิชย์/ตึกแถว แฟลต/อพาร์ทเมนต์/หอพัก คอนโดมิเนียม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมและความสามารถในการเข้าถึง

2.1 วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- มีบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการ เดินทางมาสะดวก
 มีเครื่องมือครบและทันสมัย มีบริการครบวงจร
 มีพื้นที่สำหรับให้สัตว์เลี้ยงเคลื่อนไหวอย่างอิสระ อื่นๆ ระบุ.....

2.2 ท่านพาสุนัขเดินทางมาใช้บริการด้วยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เดินเท้า รถยนต์ส่วนตัว
 รถบริการ/รถรับจ้าง/ขนส่งทุกประเภท รถโรงพยาบาล/Pet taxi

2.3 ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยมายังโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

- น้อยกว่า 15 นาที 15–30 นาที
 31–60 นาที 60 นาทีขึ้นไป

2.4 ระยะทางที่ใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยมายังโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อ

- น้อยกว่า 5 กิโลเมตร 5–15 กิโลเมตร
 15–25 กิโลเมตร มากกว่า 25 กิโลเมตร

2.5 ท่านเคยใช้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกใดของโรงพยาบาลสัตว์ทองหล่อบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ตรวจและรักษา อาหารและสินค้าสุนัข
 บริการรับฝากเลี้ยง อาบน้ำตัดขน
 บริการฝึกสอน สระว่ายน้ำ
 สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย บริการห้องพัก
 Pet taxi

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 ความถี่ในการมาใช้บริการ

- 1 ครั้ง/เดือน 2-4 ครั้ง/เดือน
 มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน ไม่สามารถระบุได้/ไม่แน่นอน

2.7 บริเวณใกล้เคียงที่พ่อกอาศัยของท่านยังขาดบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเลี้ยงสุนัขประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ตรวจและรักษา อาหารและสินค้าสุนัข
 บริการรับฝากเลี้ยง อ่างน้ำตัดขน
 บริการฝึกสอน สระว่ายน้ำ
 สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย บริการห้องพัก
 Pet taxi

2.8 บริเวณที่พ่อกอาศัยของท่านมีพื้นที่เพียงพอต่อการเลี้ยงสุนัขหรือไม่

- เพียงพอ ไม่เพียงพอ

2.9 ท่านเคยใช้บริการที่อื่นมาก่อนหรือไม่

- เคย ไม่เคย

ส่วนที่ 3 โพรตระบุนระดับปัญหาและอุปสรรคในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ปัญหาและอุปสรรค	ระดับปัญหาและอุปสรรค (มากที่สุด=5, น้อยที่สุด=1)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. การเดินทางมายังพื้นที่บริการ					
2. การจอดรถภายในพื้นที่บริการ					
3. ระบบการให้บริการ					
4. ช่วงเวลาที่สะดวกมาใช้บริการ					
5. จำนวนหรือประเภทบริการ					
6. จำนวนบุคลากรไว้คอยให้บริการ					
7. พื้นที่สำหรับให้สุนัขได้ออกกำลังกายหรือเคลื่อนไหว					
8. การนำสุนัขมาเข้ารับบริการยังพื้นที่บริการ					
9. ท่านเคยต้องการใช้บริการในช่วงเวลา 20.00-08.00 น.					
10. ท่านเคยต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับอาการผิดปกติของสุนัขแต่ไม่สะดวกเดินทางมายังพื้นที่บริการ					
11. ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ					
12. อัตราค่าบริการ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 โปรตระบุดระดับความพึงพอใจในการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ (มากที่สุด=5, น้อยที่สุด=1)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ความสะดวกในการเดินทางมายังพื้นที่บริการ					
2. ความสะดวกในการจอดรถภายในพื้นที่บริการ					
3. ความสะดวกรวดเร็วของระบบการให้บริการ					
4. การเปิดให้บริการ (24 ชั่วโมง)					
5. บริการตรวจและรักษา					
6. อาหารและสินค้าสุนัข					
7. บริการรับฝากเลี้ยง					
8. บริการอาบน้ำตัดขน					
9. บริการฝึกสอน					
10. บริการสระว่ายน้ำ					
11. สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย					
12. บริการห้องพัก					
13. บริการ Pet taxi					
14. บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย					
15. จำนวนและคุณภาพของบุคลากรในแต่ละด้าน					
16. อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษา					
17. ทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ					
18. ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 5 โปรตระบุดระดับความต้องการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลี้ยงสุนัข

ความต้องการ	ระดับความต้องการ (มากที่สุด=5, น้อยที่สุด=1)				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ที่ตั้งของพื้นที่บริการที่เดินทางมาได้สะดวก					
2. การจอดรถที่สะดวกภายในพื้นที่บริการ					
3. ระบบการให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว					
4. การเปิดให้บริการ (24 ชั่วโมง)					
5. บริการตรวจและรักษา					
6. อาหารและสินค้าสุนัข					
7. บริการรับฝากเลี้ยง					
8. บริการอาบน้ำตัดขน					
9. บริการฝึกสอน					
10. บริการสระว่ายน้ำ					
11. สวนเดิน/วิ่งออกกำลังกาย					
12. บริการห้องพัก					
13. บริการ Pet taxi					
14. แผนก Exotic pet					
15. บริการให้คำปรึกษาระยะไกล/ตรวจรักษาถึงที่พักอาศัย					
16. อุปกรณ์ เครื่องมือและวิธีการรักษาที่ทันสมัย					
17. ความสะดวกของทางเดินรถภายในพื้นที่บริการ					
18. อัตราค่าบริการที่เหมาะสม					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะหรือปัจจัยที่ต้องการให้มีหรือควรพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล พลสิทธิ์ สงวนดีสกุล
 วัน เดือน ปีเกิด 10 สิงหาคม 2534
 ที่อยู่ปัจจุบัน 48 ซอยลาดพร้าว106 แยก2 แขวงพลับพลา เขตวังทองหลาง
 กรุงเทพฯ 10310
 โทร. 093-3199815

ประวัติการศึกษา

2560 ปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาการออกแบบสถาปัตยกรรมนานาชาติ
 (Bachelor of Science in Architectural Design)
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประสบการณ์การทำงาน

2560-2561 ปฏิบัติงานในตำแหน่งสถาปนิกออกแบบอาคาร ที่บริษัท ASE ARCHITECTURE
 2562-2563 ปฏิบัติงานในตำแหน่งสถาปนิกออกแบบอาคาร ที่บริษัท DESIGN + DEVELOP
 2564-ปัจจุบัน ปฏิบัติงานในตำแหน่งเลขานุการ และประกอบอาชีพสถาปนิกอิสระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้