

พฤติกรรมการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนโสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนโสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2563



นางสาวศีกา กระจเทศ
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนธนะ บุญชู

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

ชาญสิทธิ์ ลีลาเกษมสันต์

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดวงพร อภาศิริปี่

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

สุเทพ นิ่มสาย

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒนธนะ บุญชู ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้แนวทาง คำแนะนำและข้อเสนอแนะตลอดระยะเวลาที่ผ่านมามากกว่า 1 ปี ตั้งแต่เริ่มต้นปรึกษาจนกระทั่งงานวิจัยแล้วเสร็จ นอกจากนี้ในด้านงานวิจัยแล้ว ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาอาจารย์ได้ให้ข้อคิด ปรึกษาแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านอื่นๆ ที่สามารถนำไปพัฒนาความคิดด้านต่างๆ อีกด้วย รวมถึงขอขอบคุณ อาจารย์ ดร.สุเทพ นุ่มสาย ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการในการนำเสนองานวิจัย และได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมอันเป็นประโยชน์ที่ช่วยให้งานวิจัยฉบับนี้มีความครบถ้วนยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์ของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่านที่ได้ให้วิชาความรู้ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาตอบแบบสอบถามงานวิจัย รวมไปถึงกำลังใจ ความเข้าใจจากครอบครัว เพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้องและเพื่อนร่วมรุ่น MK21B รวมถึงเจ้าหน้าที่โครงการสาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ตลอดจนคนสำคัญในชีวิตที่ร่วมเป็นกำลังใจและสนับสนุนการศึกษาของผู้วิจัยเสมอมา งานวิจัยฉบับนี้ไม่อาจสำเร็จได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ได้เลยหากไม่ได้รับแรงผลักดันจากทุกท่าน

อนึ่ง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการร้านเพื่อใช้ในการต่อยอดธุรกิจร้านขายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง นักการตลาด ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ที่มีสนใจในกลุ่มคน โสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์ ตลอดจนบุคคลอื่นๆ ที่สนใจ ในงานวิจัยนี้และจะยินดีเป็นอย่างยิ่ง หากงานวิจัยสามารถเป็นต้นแบบและได้รับการนำไปต่อยอดจนเกิดประโยชน์ในวงกว้าง หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

พฤติกรรมการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคน โสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์

BEHAVIORS OF SINGLE CONSUMERS TOWARDS THE USE PET SHO SERVICES

วศิกา กระเทศ 6150251

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: พัฒน์ธนะ บุญชู, Ph.D., สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D., ชาญสิทธิ์ ลีลาเกษมสันต์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันสัตว์เลี้ยงเข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตคนไทยมากขึ้น โดยสิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยงคือ อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนคน โสด คู่รักไม่มีบุตร คู่รักร่วมเพศและผู้สูงอายุ ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งส่งผลให้คนส่วนใหญ่หันมาสนใจเลี้ยงสัตว์มากขึ้น เนื่องด้วยการเลี้ยงสัตว์เป็นหนึ่งในทางเลือกที่น่าสนใจ สามารถช่วยผ่อนคลายความเหงาและลดความเครียดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินชีวิตและการทำงานให้ลดน้อยลงได้ ซึ่งสาเหตุเหล่านี้ล้วนเป็นผลผลักดันให้ตลาดสัตว์เลี้ยงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีประชากรคน โสดเพิ่มขึ้นทุกปี อันเนื่องมาจากการแต่งงานที่ลดลงและการหย่าร้างที่มากขึ้น อีกทั้งยังพบว่าคน โสดมีรายจ่ายเพื่อการบริโภคต่อหัวมากกว่าคนที่มีครอบครัวเฉลี่ยถึง 11% และยังบุคคลใดก็ตามอยู่คนเดียวหรืออยู่ตามลำพังอาจมีความรู้สึกเหงา โดดเดี่ยวและมีความเครียดมากกว่าคนทั่วไปได้ ดังนั้น การมีสัตว์เลี้ยงมาอยู่เป็นเพื่อนทำให้เกิดความผูกพันระหว่างผู้เลี้ยงกับสัตว์เลี้ยงซึ่งสามารถช่วยลดความเหงาและความเครียดลงได้ โดยความรักและความผูกพันที่ผู้เลี้ยงมีต่อสัตว์เลี้ยงทำให้ผู้เลี้ยงใช้จ่ายเงินเพื่อให้สัตว์เลี้ยงมีความสุขและยินดีที่จะทุ่มเทเงินเพื่อใช้จ่ายไปกับสินค้าเพื่อสัตว์เลี้ยง ดังนั้น กลุ่มคน โสดจึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจในการศึกษาพฤติกรรมบริโภค

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ความเหงากับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง ความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ความเครียดกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงและศึกษาสถานะความโสดในฐานะตัวแปรกำกับต่อความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความเหงาและความเครียดต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ ยังศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกของการเลี้ยงสัตว์และการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนโสด ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่าความเครียดส่งผลต่อการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง โดยในที่นี้เป็นประเภทของความเครียดทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันแต่ไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ส่วนความเหงาไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ แต่สถานะความโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และสถานะความโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มคน โสดทั้ง 10 คนที่ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ออกเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มที่เลี้ยงเพราะความสงสาร กลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อนและกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจเลี้ยงแต่แรก

คำสำคัญ: ความเหงา/ ความเครียด/ การเลี้ยงสัตว์/ สถานะ โสด

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.2.1 งานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	2
1.2.2 งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 ขอบเขตการศึกษา	3
1.5 สมมติฐาน	3
บทที่ 2 การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยง	4
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์	5
2.3 ปัจจัยที่ส่งผลกับการเลี้ยงสัตว์	5
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความเหงา	6
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความเครียด	7
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง	8
2.7 สถานะความโสด	8
2.8 กรอบงานวิจัยและการพัฒนาสมมติฐานการวิจัย	9
2.8.1 กรอบงานวิจัย	9
2.8.2 การพัฒนาสมมติฐานการวิจัย	10
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	13
3.1.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย	13
3.1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	14
3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	14
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	14
3.2.1 ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent Variables)	15
3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)	15
3.2.3 ตัวแปรกำกับ (Moderating Variables)	15
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	15
3.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)	15
3.5 การตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ (Correlations)	18
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล	19
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	20
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	21
4.1 ผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยเชิงปริมาณ	21
4.1.1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	21
4.1.2 ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม	23
4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย	24
4.2 ผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยเชิงคุณภาพ	30
4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	30
4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	36
5.1 การสรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล	36
5.1.1 ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยเชิงปริมาณ	36
5.1.2 ผลการทดสอบงานวิจัยเชิงคุณภาพ	38

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.1.3 ผลของการเชื่อมโยงของงานวิจัยเชิงปริมาณและงานวิจัยเชิงคุณภาพ	40
5.2 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัย	41
5.2.1 การประยุกต์ใช้ทางด้านกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ	41
5.2.2 การประยุกต์ใช้เชิงวิชาการ	41
5.3 ข้อจำกัดการวิจัย	41
5.3.1 วิธีแจกแบบสอบถาม	41
5.3.2 ขอบเขตประชากร	42
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	42
บรรณานุกรม	43
ภาคผนวก	48
ภาคผนวก ก แบบทดสอบสำหรับผู้เลี้ยงสัตว์	49
ภาคผนวก ข รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS	55
ประวัติผู้วิจัย	64

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
3.1	คำถามในการเก็บข้อมูลทางด้านความเหงา	16
3.2	คำถามในการเก็บข้อมูลทางด้านความเครียด	17
3.3	คำถามในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์	18
4.1	ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์	22
4.2	ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของชุดคำถามของตัวแปรแต่ละตัวที่ใช้ในการวิจัย	23
4.3	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์	26
4.4	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง	27
4.5	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย	30
4.6	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	31
4.7	ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ที่ตัดสินใจเลี้ยงทั้ง 3 กลุ่ม	32

สารบัญญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
2.1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย	9
4.1 การทดสอบสมมติฐานโดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ	24
4.2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์	25
4.3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยง	27
4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดที่เกี่ยวกับศักยภาพในการควบคุมและการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคนสถานภาพโสดและกลุ่มคนไม่โสด	29
4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดทั่วไปและการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคนสถานภาพโสด	29

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ปัจจุบันกระแสการเลี้ยงสัตว์เป็นที่นิยมมากขึ้น ซึ่งเกิดจากความต้องการเลี้ยงสัตว์เป็นเพื่อนยามเหงา เหมือนว่าสัตว์เลี้ยงเป็นเหมือนสมาชิกในครอบครัวและเป็นตัวแทนของความรักความผูกพันจึงถูกยกระดับให้เป็นมากกว่าสัตว์เลี้ยงธรรมดาๆ ทำให้เกิดการดูแลสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดีมากกว่าสมัยก่อน

ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าในตลาดสัตว์เลี้ยงมีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นทุกปี และจากข้อมูลของกรมปศุสัตว์พบว่าในปี พ.ศ. 2560 มีสัตว์เลี้ยงมากถึง 13.2 ล้านตัว และยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2561 พบว่ามีสัตว์เลี้ยงถึง 13.7 ล้านตัว โดยแบ่งเป็นสุนัข 61 % แมว 24% และสัตว์เลี้ยงอื่นๆ อีก 15% ซึ่งตลาดสัตว์เลี้ยงในปี 2561 มีมูลค่าการเติบโตสูงถึง 32,230 ล้านบาท โดยแบ่งเป็นธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง 45% ธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง (โรงพยาบาล คลินิกและสถานบริการรับฝากเลี้ยง) 32% และธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคสัตว์เลี้ยง 23% (ผู้จัดการออนไลน์, 2562)

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าสัตว์เลี้ยงเข้ามามีบทบาทต่อวิถีชีวิตคนไทยมากขึ้นเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมและสังคมในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อลักษณะความเป็นอยู่ครอบครัวในสังคมไทยอย่างเห็นได้ชัดคือ การเปลี่ยนแปลงจากครอบครัวใหญ่ไปสู่ครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น ประกอบกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยที่เต็มไปด้วยการทำงานนอกบ้านที่มากขึ้น ทำให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัวลดน้อยลง อีกทั้งทัศนคติของคนยุคใหม่ได้เปลี่ยนแปลงไปคือ แต่งงานช้าลง ไม่ต้องการมีบุตร คู่รักที่มีความหลากหลายทางเพศหรือต้องการครองโสดมากขึ้น โดยสิ่งที่น่าสนใจที่ควบคู่กันไปด้วยคือ อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนคนโสด คู่รักไม่มีบุตร คู่รักร่วมเพศและผู้สูงอายุ ซึ่งสาเหตุเหล่านี้ล้วนเป็นตัวผลักดันให้ตลาดสัตว์เลี้ยงเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปีพ.ศ. 2550 – 2560 ประเทศไทยมีประชากรคนโสดเพิ่มขึ้นถึง 3 ล้านคน อันเนื่องมาจากการแต่งงานที่ลดลงและการหย่าร้างที่มากขึ้น จึงทำให้จำนวนคนโสดมีอัตราที่เพิ่มขึ้นทุกปีและพบว่าคนโสดมีรายจ่ายเพื่อการบริโภคต่อหัวมากกว่าคนมีครอบครัวเฉลี่ยถึง 11% แต่คนมีครอบครัวมีสัดส่วนรายจ่ายเพื่อการชำระหนี้สูงกว่ามากกว่ากลุ่มคนโสดและยังบุคคล

ใดก็ตามอยู่คนเดียวหรืออยู่ตามลำพังอาจมีความรู้สึกเหงา โดดเดี่ยวและมีความเครียดมากกว่าคนที่ทั่วไปได้ ดังนั้น การมีสัตว์เลี้ยงมาอยู่เป็นเพื่อนทำให้เกิดความผูกพันระหว่างผู้เลี้ยงกับสัตว์เลี้ยงซึ่งสามารถช่วยลดความเหงาและความเครียดลงได้ ทำให้ผู้เลี้ยงมีสุขภาพจิตดีมากกว่าคนที่ไม่ได้เลี้ยงสัตว์ (Techsauce Team, 2561) โดยความรักและความผูกพันที่ผู้เลี้ยงมีต่อสัตว์เลี้ยงทำให้ผู้เลี้ยงใช้จ่ายเงินเพื่อให้สัตว์เลี้ยงมีความสุขและยินดีที่จะทุ่มเทเงินเพื่อใช้จ่ายไปกับสินค้าเพื่อสัตว์เลี้ยง (Gardyn, 2002) เพราะฉะนั้นกลุ่มคน โสดจึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจในการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภค

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลี้ยงสัตว์ของผู้เลี้ยงอันเนื่องมาจากสาเหตุความเหงาและความเครียด รวมถึงพฤติกรรมการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนโสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการร้านขายสินค้าและบริการสัตว์เลี้ยงและสามารถที่จะนำข้อมูลไปต่อยอดในธุรกิจในอนาคตได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 งานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ความเหงากับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง ความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และความเครียดกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง
2. เพื่อศึกษาสถานะความโสดในฐานะตัวแปรกำกับต่อความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความเหงาและความเครียดต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

1.2.2 งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

เพื่อศึกษาพฤติกรรมเชิงลึกด้านการเลือกซื้อสินค้าและบริการสัตว์เลี้ยงและพฤติกรรมกรรมการใช้จ่ายสินค้าและบริการร้านสัตว์เลี้ยง

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคน โสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์อันเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจร้านขายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง นักการตลาดและผู้สนใจในกลุ่มคน โสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์เพื่อนำข้อมูลไปศึกษาต่อยอดได้ในอนาคต

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลี้ยงและการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงเพื่อนำไปเป็นข้อมูลสำหรับกลุ่มธุรกิจสัตว์เลี้ยงและผู้ประกอบการร้านสัตว์เลี้ยงรายย่อยที่สนใจในการ ออกแบบและต่อยอดธุรกิจให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้เลี้ยงมากขึ้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุด และการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะ โสดและเลี้ยงสัตว์ จำนวน 10 คน

1.5 สมมติฐาน

- H1: ความเหงามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์
- H2: ความเหงามีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง
- H3: ความเครียดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์
- H4: ความเครียดมีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง
- H5: กลุ่มคน โสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มากกว่าคนที่ไม่โสด
- H6: กลุ่มคน โสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่าคนที่ไม่โสด
- H7: กลุ่มคน โสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มากกว่าคนที่ไม่โสด
- H8: กลุ่มคน โสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่าคนที่ไม่โสด

บทที่ 2

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้วิจัยในหัวข้อ “พฤติกรรมการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนโสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์” โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยง

ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่มีสนใจเลี้ยงสัตว์มากขึ้น เพราะการเลี้ยงสัตว์เป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถช่วยคลายความเหงาและลดความเครียดอันจากการดำเนินชีวิตและการทำงานให้ลดน้อยลงได้ ประกอบกับการนำสัตว์เลี้ยงมาเป็นเสมือนสมาชิกในครอบครัว ทำให้ธุรกิจสัตว์เลี้ยงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับข้อมูลปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนของสัตว์เลี้ยงรวมกว่า 13.2 ล้านตัว แบ่งเป็นสัดส่วนของสุนัข 62% หรือ 8.2 ล้านตัว สัดส่วนของแมว 23% หรือ 3 ล้านตัว และสัตว์เลี้ยงประเภทอื่นๆ 15% หรือ 2 ล้านตัว เติบโตจากปี พ.ศ. 2559 ที่มีจำนวนสัตว์เลี้ยงที่ 12.6 ล้านตัว แบ่งเป็น สุนัข 8 ล้านตัว แมว 2.7 ล้านตัวและสัตว์เลี้ยงอื่นๆ 2 ล้านตัว (ภูวคณ, 2561) โดยสัดส่วนสัตว์เลี้ยงที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือสุนัขและแมว ดังนั้น ธุรกิจทางด้านบริการอาบน้ำตัดแต่งขน สระว่ายน้ำ โรงแรม เสื้อผ้าสัตว์เลี้ยง ร้านสปา หรือ Café ที่สามารถพาสัตว์เลี้ยงเข้าด้วยได้ รวมไปถึงบริการสำหรับสัตว์เลี้ยงแบบครบวงจรจึงได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น โดยการเลือกใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงที่ผู้เลี้ยงสัตว์ประเภทสุนัขและแมวส่วนใหญ่ให้ความสนใจมากที่สุดคือ บริการอาบน้ำตัดแต่งขนโดยใช้บริการเฉลี่ย 2 ครั้ง/เดือน ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ผู้เลี้ยงเลือกซื้อส่วนใหญ่เป็นประเภทขนมขบเคี้ยวและบริการที่ผู้เลี้ยงต้องการให้ทางร้านมีมากที่สุดคือ บริการฝากเลี้ยง (ภัทรศรี, 2553)

จากงานวิจัยของ Boya et al. (2007) พบว่า ผู้เลี้ยงส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่จะให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ให้กับสัตว์เลี้ยง ซึ่งความพึงพอใจนี้มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อของผู้เลี้ยงกับผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง โดยพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของผู้เลี้ยงประกอบด้วย การเลือกใช้บริการแบบซื้อออนไลน์ การเลือกใช้บริการแบบเข้าร้านขายของสัตว์เลี้ยง การเลือกใช้บริการเพราะได้รับแรงกระตุ้นและการกลับมา

ใช้บริการใหม่เพราะความภักดีในตราสินค้า โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านขายของสัตว์เลี้ยงที่มากที่สุดคือ คุณภาพของสินค้าและบริการ รองลงมาคือมีราคาที่เหมาะสม มีความน่าเชื่อถือ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจและมีการส่งข่าวสารจัดกิจกรรมกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอตามลำดับ (วันฤดี, 2558)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

คนส่วนใหญ่นิยมเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพื่อทดแทนความเป็นเพื่อนและเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัวเพื่อคลายความรู้สึกเหงาหรือคลายเครียด ซึ่งมีงานวิจัยที่พบว่าความสัมพันธ์ของผู้เลี้ยงกับสัตว์เลี้ยงสามารถทดแทนความสัมพันธ์ทางสังคมอื่นๆ ของผู้เลี้ยงได้ (Van and Jarvis, 1995) เมื่อคนตัดสินใจเลี้ยงสัตว์จะเกิดความรักและผูกพันระหว่างคนกับสัตว์เลี้ยงขึ้น โดยงานวิจัยของ Rynearson (1978) พบว่าการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีและความผูกพันระหว่างผู้เลี้ยงกับสัตว์เลี้ยงมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเพราะสัตว์เลี้ยงให้ความรู้ถึงความรู้สึกถึงความสะดวก ปลอดภัย มีความเสี่ยงน้อยจากการตัดสินใจเลี้ยง อีกทั้งสัตว์เลี้ยงยังให้ความรักต่อผู้เลี้ยง โดยไม่มีเงื่อนไขและหวังสิ่งใดตอบแทน นอกจากนี้สัตว์เลี้ยงยังถูกยอมรับให้เป็นตัวแทนของความซื่อสัตย์ ความจริงใจและความมั่นคงอันเป็นสิ่งที่พื้นฐานที่มนุษย์ให้คุณค่าและต้องการ (Nebbe, 2001) โดยสัตว์ที่นิยมถูกนำมาเป็นตัวแทนหลักของสัตว์เลี้ยงคือ สุนัขและแมว เพราะจัดเป็นกลุ่มที่มีผู้เลี้ยงนิยมเลี้ยงมากที่สุดและมีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์มากกว่าสัตว์กลุ่มอื่น (Vizek et al., 1999) โดยจัดเป็น 50% ของจำนวนสัตว์เลี้ยงทั้งหมดและสัตว์อื่นๆ เช่น นก กระต่าย แฮมสเตอร์อยู่ที่ 40-50% ขณะที่ประเทศไทยพบว่าสุนัขได้รับความนิยมนมากที่สุดอยู่ที่ 60% แมว 20% และสัตว์อื่นๆ รวมกันอยู่ที่ 10% (BOTTOM LINE, 2562)

2.3 ปัจจัยที่ส่งผลกับการเลี้ยงสัตว์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลี้ยงสัตว์มีสาเหตุมาจากการหลายๆ อย่าง เช่น คู่รักมีลูกน้อยลง คู่รักเพศเดียวกันมากขึ้นรวมถึงการมีแนวโน้มที่จะแต่งงานน้อยลง นิยมอยู่เป็นโสดและการแต่งงานแต่ไม่มีบุตรมากขึ้น โดยมีข้อมูลสนับสนุนจากอัตราการเกิดของคนไทยของสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครองที่พบว่าในปี พ.ศ. 2551 มีอัตราการเกิดของคนไทย 797,356 คน ในขณะที่ปี พ.ศ. 2561 ลดลงอยู่ที่ 666,109 คน โดยสถิติอัตราการเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2552-2560 มีทิศทางลดลงและคงที่อย่างต่อเนื่องด้วย ขณะเดียวกันข้อมูลจากสารประชากร

มหาวิทยาลัยมหิดล(2562) ระบุว่าคนไทยมีอัตราการเกิดเฉลี่ย 10.5 คนต่อประชากรเพียง 1,000 คนเท่านั้น (ข้อมูล ณ วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2562) และหากมองในแง่มุมมองทางเศรษฐกิจจะพบว่า สภาวะทางเศรษฐกิจเป็นเสมือนเครื่องกระตุ้นให้บุคคลมีการตัดสินใจเลือกเลี้ยงสัตว์เพิ่มขึ้นได้ โดยระดับเศรษฐกิจในระดับมหภาคจะพบว่า เมื่อใดที่เศรษฐกิจตกต่ำจะส่งผลต่อการตัดสินใจมีบุตรที่น้อยลง (Sobotka et al., 2010) จึงมีโอกาทำให้เกิดการเลี้ยงสัตว์เพิ่มมากขึ้นได้ รวมถึง การศึกษาความเชื่อมโยงระหว่าง การเลี้ยงสัตว์และความเหงา พบว่าการเลี้ยงสุนัขเพียง 3 เดือน สามารถบรรเทาความเหงาของมนุษย์ลงได้อย่างมีนัยสำคัญ (Powell, 2019) ซึ่งยังมีปัจจัยด้าน ความเครียดที่พบว่าการถูกขบหรือการอยู่ใกล้ชิดกับสัตว์เลี้ยง ไม่ว่าจะเป็นการอุ้ม การหอม การ ลูบขนเพื่อสัมผัสกันและกัน ส่งผลให้ฮอร์โมนออกซิโทซินหรือฮอร์โมนความผูกพันจะหลั่ง ออกมา ทำให้อาการเครียดลดลง (The MATTER, 2560)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความเหงา

จากบทความของสมาคมส่งเสริมสถานภาพสตรีฯ (2562) ได้ให้ข้อมูลว่า สภาวะ ความเหงาคืออารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ซึ่งโดยปกติแล้วสามารถเกิดอาการเหงาขึ้นได้กับทุกคน เมื่อมีปัจจัยของชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยขึ้นของการแบ่งระดับความรุนแรงมีด้วยกัน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับเล็กน้อย มีความเหงาและรู้สึกโดดเดี่ยวไม่เกิน 1 สัปดาห์ ระดับปานกลาง มี ความเหงาและรู้สึกโดดเดี่ยว คิดว่าไร้ตัวตนระยะเวลา 4-6 เดือน และระดับสุดท้ายคือระดับ รุนแรง มีความเหงาและรู้สึกโดดเดี่ยว คิดว่าไร้ตัวตน ซึมเศร้าและมองโลกในแง่ลบเป็น ระยะเวลาตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไปเสี่ยงต่อการเข้าสู่ภาวะความเหงาจนพัฒนาเป็น โรคทางจิตเวช (Schizophrenia) คือการมีอาการหูแว่ว ประสาทหลอน มีความหลงผิด สัมผัสัญญะไม่อยู่ในโลก ความเป็นจริง คิดว่าตัวเองถูกทำร้ายร่างกาย ไม่สามารถรักษาได้และอาจมีอาการป่วยถาวรติดตัว ไปตลอดชีวิต (รัชพล, 2562)

ข้อมูลจากงานวิจัยของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลปีพ.ศ. 2562 พบว่า ความเหงาจัดป็นเป็นสภาวะทางอารมณ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคน โดยมีสาเหตุมาจากการ เฝินญสถานการณ์บางขณะ โดยแตกต่างไปจากความต้องการของตนเองประกอบกับมี สถานการณ์เข้ามากระตุ้นให้เกิดความรู้สึกเหงา เช่น เพื่อนหรือคนรัก ไม่มีเวลาให้ การขาดผู้รับ ฟังปัญหา รวมถึงความรู้สึกไม่เป็นหนึ่งเดียวกับสังคม นอกจากนี้ข้อมูลจากงานวิจัยยังพบว่า คน ไทย 66.41 ล้านคน (ข้อมูลปี พ.ศ. 2561) จัดอยู่ในกลุ่มประชากรคนเหงา 26.57 ล้านคนหรือคิด เป็น 40.4% โดยกลุ่มที่เหงามากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่ วัยทำงาน (23-40 ปี) 49.3% รองลงมา

คือเยาวชนวัยเรียน (18-22 ปี) 41.8% วัยผู้ใหญ่อายุระหว่าง (41-60 ปี) 33.6% และผู้สูงอายุ (มากกว่า 60 ปี) ราว 24.5% ซึ่งมีสาเหตุมาจากรูปแบบการใช้ชีวิตการอยู่คนเดียวมากขึ้นหรือรู้สึกเหงามากขึ้น

ดร.บุญยิ่ง กองอาษาภัทร หัวหน้าสาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล กล่าวว่า “การสื่อสารของปัจจุบันถูกเปลี่ยนผ่านจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไปอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ แม้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น แต่สิ่งหนึ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้และมาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้แก่ ความเหงา ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยด้านอารมณ์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ในหลายด้าน รวมถึงการรับสารและพฤติกรรมกรบริโภค” (Techsauce Team, 2561)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความเครียด

งานวิจัยของ Lazarus (1984) กล่าวว่าความเครียดเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งแวดล้อม โดย Rice (1999) ได้นิยามคำว่า ความเครียด สามารถแบ่งได้เป็น 3 นิยาม ดังนี้

1. ความเครียดที่เกิดจากปัจจัยภายนอก หมายถึง สภาพภายในจิตใจบุคคลที่เกิดความรู้สึกกดดัน ความวิตกกังวล ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวทางด้านอารมณ์ กระบวนการตัดสินใจและการป้องกันตัวเอง
2. ความเครียดที่เกิดจากปัจจัยภายนอก หมายถึง เหตุการณ์ที่เป็นสาเหตุสร้างความเครียดให้บุคคลเกิดความรู้สึกกดดันหรือถูกคุกคาม
3. ความเครียดที่เกี่ยวข้องกับปฏิกิริยาทางร่างกายที่มีต่อสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอก ทั้งที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจ ความเครียดมีความสัมพันธ์กับความรู้สึก การรับรู้และพฤติกรรมที่ผิดปกติของมนุษย์อันเกิดจากการที่บุคคลนั้นๆ เคยเผชิญกับความกดดันจากสภาพแวดล้อมภายนอก หากบุคคลมีความรู้ว่าเป็นสถานะที่กำลังถูกกดดัน คุกคามหรือบีบคั้นแล้วสามารถปรับตัวแล้วมีความพึงพอใจได้จะทำให้บุคคลเกิดพลังในการจัดการกับสิ่งต่างๆ ได้ แต่ถ้าหากบุคคลไม่มีความพึงพอใจและไม่สามารถปรับตัวได้ จะทำให้บุคคลเหล่านั้นเกิดความเครียดและวิตกกังวลส่งผลให้เกิดการเสียสมดุลในการดำเนินชีวิตได้

ความเครียดจึงมีความสัมพันธ์กับความรู้สึก การรับรู้และพฤติกรรมที่ผิดปกติของมนุษย์อันเกิดจากการที่บุคคลนั้นๆ เคยเผชิญกับความกดดันจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

จากงานวิจัยของ Belk (1988) พบว่าผู้เลี้ยงสัตว์มีการใช้จ่ายให้กับสัตว์เลี้ยงเพิ่มเป็นเท่าตัวเมื่อเทียบกับ 10 ปีก่อนในฐานะที่สัตว์เลี้ยงเปรียบเสมือนสมาชิกในครอบครัว โดยความรักและความผูกพันที่ผู้เลี้ยงมีต่อสัตว์เลี้ยงทำให้ผู้เลี้ยงใช้จ่ายเงินเพื่อให้สัตว์เลี้ยงมีความสุขและยินดีที่จะทุ่มเทเงินเพื่อใช้จ่ายไปกับสินค้าเพื่อสัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ผู้เลี้ยงยังมีการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย อาทิ เครื่องประดับ โทรศัพท์มือถือและเตียงนอนสำหรับสุนัข โดยผู้หญิงจะมีอัตราในการใช้จ่ายสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงที่มากกว่าผู้ชายซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ (Gardyn, 2002) รวมถึงการที่ผู้เลี้ยงไปเลือกซื้อสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยงพร้อมกับสัตว์เลี้ยงของพวกเขาจะช่วยให้ผู้เลี้ยงมีการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นมากกว่าการเดินเลือกซื้อคนเดียว (Paul et al., 2012)

การที่ผู้เลี้ยงมีความผูกพันกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้นจะส่งผลต่อการใช้จ่ายสินค้าและบริการเพื่อสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นมากตามไปด้วย รวมถึงอัตราการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงจะเพิ่มขึ้นตามอายุของผู้เลี้ยงเช่นกัน โดยค่าใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงทั้งหมดโดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ 1% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดในครัวเรือนต่อเดือน (Steven, 2013)

2.7 สถานะความโสด

ปัจจุบันแนวโน้มการครองโสดเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างในครัวเรือนเกี่ยวกับรูปแบบการอยู่อาศัยที่หลากหลายโดยที่ครอบครัวเดี่ยวเริ่มลดจำนวนลง ในขณะที่ครอบครัวขยาย การอาศัยอยู่ลำพังและไม่มีญาติเพิ่มสูงขึ้น โดยมีสาเหตุหลักมาจากค่านิยมการสมรสที่เปลี่ยนแปลงไป เพราะอิทธิพลของค่านิยมทางตะวันตกเริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากยิ่งขึ้น เช่น การแต่งงานช้า การมีบุตรลดลง ทำให้ทัศนคติของคนยุคใหม่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น การเลี้ยงสัตว์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจในการเลี้ยงไว้เป็นเพื่อนคลายเหงาหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เลี้ยงไว้เสมือนสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ปัจจัยด้านการศึกษา การทำงานนอกบ้าน ยิ่งสะท้อนถึงการมีชีวิตที่อิสระมากยิ่งขึ้นจึงไม่จำเป็นต้องแต่งงานเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้อัตราการครองโสดในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมในการครองโสดและไม่ต้องการมีบุตรในสังคมปัจจุบันดังกล่าวนี้ ทำให้มนุษย์ให้ความสำคัญกับการมีชีวิตที่อิสระและการทำตามเป้าหมายอื่นๆ ในชีวิตมากขึ้น (Lesthaeghe, 1980)

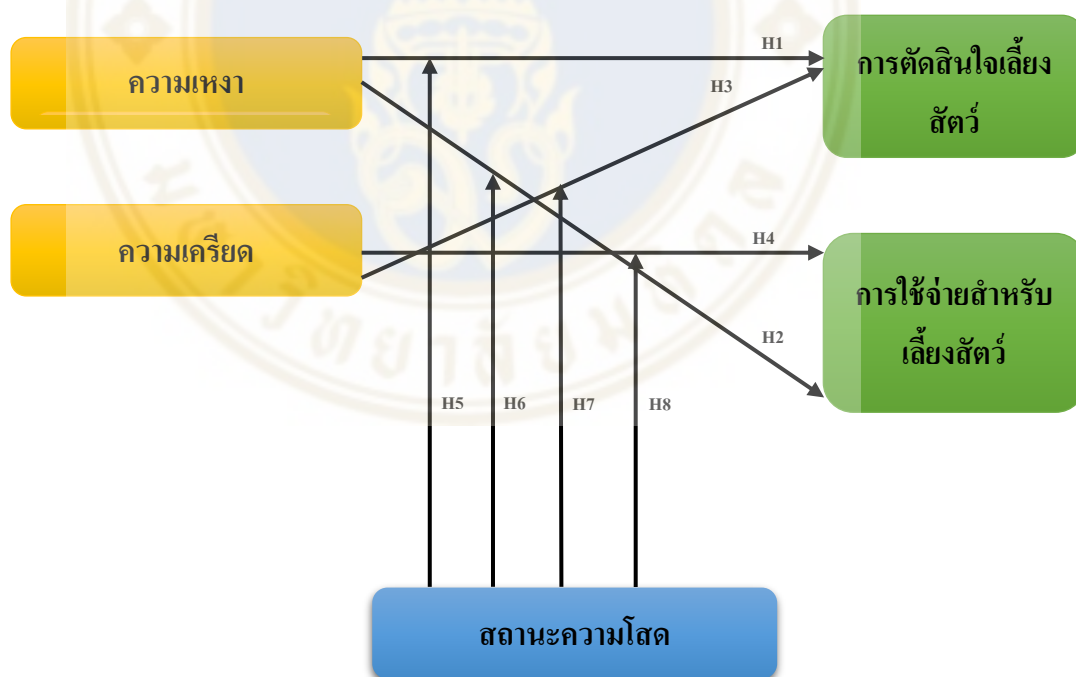
ข้อมูลจากสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ให้ข้อมูลสนับสนุนว่า คนไทยที่ครองโสดมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยมีหลักฐานจากคนจดทะเบียนสมรส

ในปี พ.ศ.2550 จำนวน 313,000 คู่และลดลงเหลือเพียง 298,000 คู่ ในปี พ.ศ. 2560 นอกจากนี้คนที่เคยสมรสแล้วยังมีอัตราการหย่าร้างมากขึ้นด้วย ซึ่งเห็นได้จากปีพ.ศ. 2550 พบว่ามีกรหย่าร้างจำนวน 102,000 คู่ ในขณะที่ปี พ.ศ.2560 มีการหย่าเพิ่มขึ้นเป็น 122,000 คู่ (BOTTOM LINE, 2562)

2.8 กรอบงานวิจัยและการพัฒนาสมมติฐานการวิจัย

2.8.1 กรอบงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรมและกำหนดกรอบงานวิจัยเพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความเหงาและความเครียด ในฐานะตัวแปรต้น กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง ในฐานะตัวแปรตาม รวมถึงสถานะความโสดในฐานะตัวแปรกำกับที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามดังรูปภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย

2.8.2 การพัฒนาสมมติฐานการวิจัย

1. ความเหงากับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

การเลี้ยงสัตว์จัดเป็นงานอดิเรกหรือกิจกรรมยามว่างที่สามารถมาชดเชยความรู้สึกเหงาของคนได้ (Marinšek & Tušak, 2007) ไม่ว่าจะเป็นการพาสัตว์เลี้ยงไปฝึก อาบน้ำตัดขน ฯลฯ จนผู้เลี้ยงเกิดเกิดความรักและความผูกพันกลายเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกในครอบครัว (Marks et al., 1994) นอกจากนี้สัตว์เลี้ยงยังส่งผลให้ผู้สูงอายุซึ่งแทบจะไม่เหลือเพื่อนฝูงและญาติพี่น้องคลายความเหงาได้เพราะสัตว์เลี้ยงจึงถูกเป็นตัวกลางที่นำพวกเขาไปสู่กิจกรรมทางสังคมร่วมกับผู้อื่นอีกครั้ง (Hart, 1995) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ (Stallones et al., 1990) ที่ยืนยันว่าการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์จนเกิดความผูกพันระหว่างผู้เลี้ยงกับสัตว์เลี้ยงสามารถช่วยคลายความเหงาของผู้เลี้ยงได้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H1: ความเหงามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

2. ความเหงากับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

กลุ่มคนเหงาที่มีกำลังซื้อสูงน่าจะยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อประสบการณ์หรือความสุขจากกิจกรรมต่างๆ เพื่อลดความเหงาในจิตใจตนเอง ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H2: ความเหงามีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

3. ความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

Yongmei et al. (2018) พบว่า สัตว์เลี้ยงเปรียบเหมือนตัวกลางที่ช่วยเยียวยาความรู้สึกทางด้านจิตใจและลดพฤติกรรมความเครียดของผู้เลี้ยงได้โดยผ่านการที่ผู้เลี้ยงมีการพูดคุยกับสัตว์รวมถึงมีกิจกรรมยามว่างร่วมกัน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Friedmann (1990) ที่พบว่าสัตว์เลี้ยงนอกจากจะมีส่วนช่วยทางด้านกายภาพของผู้เลี้ยง เช่น ช่วยให้ผู้เลี้ยงออกกำลังกายได้มากขึ้น สัตว์เลี้ยงยังสามารถช่วยเยียวยาความรู้สึกทางด้านจิตใจได้อีกด้วย เช่น ความเครียด ความวิตกกังวลของผู้เลี้ยง ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H3: ความเครียดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

4. ความเครียดกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

ผู้ที่มีความเครียดจะมีความแปรปรวนทางอารมณ์ทำให้การรับรู้ในตราสินค้าแต่ละประเภทแตกต่างกันไปจากเดิมซึ่งส่งผลทั้งประเภทสินค้าที่มีความจำเป็นและประเภทสินค้าฟุ่มเฟือย (Lazarus, 1966; Sinha, 2001) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Durante & Laran (2016) พบว่า

ความเครียดมีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แตกต่างไปจากเดิม ดังนี้ บุคคลที่มีความเครียดสูงจะมีการใช้จ่ายสินค้าที่มีความจำเป็นมากขึ้น เช่นเดียวกับสินค้าฟุ่มเฟือย

การศึกษาของ Yusuhisa (2001) พบว่าการใช้จ่ายสินค้าสามารถลดความเครียดหรือความวิตกกังวลลงได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cole et al. (2008) ที่พบว่า ผู้ที่มีความเครียดมีความพึงพอใจที่จะใช้จ่ายเฉพาะสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตมากขึ้นและ Burroughs & Rindfleisch (2002) พบว่า ความเครียดนำไปสู่การซื้อสินค้าที่ไม่ได้อยู่ในการวางแผนล่วงหน้า (impulsive buying) ได้ ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H4: ความเครียดมีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

5. สถานะความโสดต่อความสัมพันธ์ของความเหงาและความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

จากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ (อีไอซี) ธนาคารไทยพาณิชย์ ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการจดทะเบียนสมรสและจดทะเบียนหย่าของกรมการปกครองพบว่า จำนวนการจดทะเบียนสมรสของคนไทยจาก 313,000 คนในปี พ.ศ. 2550 ลดลงมาอยู่ที่ 298,000 คนในปี พ.ศ. 2560 (ลดลง 5.1%) ซึ่งสวนทางกับจำนวนการจดทะเบียนหย่าที่เพิ่มขึ้นจาก 102,000 คนเป็น 122,000 คน (เพิ่มขึ้น 19.7%) ในช่วงเวลาเดียวกันและเมื่อพิจารณาถึงข้อมูลด้านการใช้จ่ายและสินทรัพย์ของกลุ่มคนโสดพบว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายของคนโสดและคนมีครอบครัวมีความแตกต่างกัน โดยคนโสดจะใช้จ่ายเพื่อการบริโภคมากกว่าแต่มีทรัพย์สินน้อยกว่าคนที่ไม่โสด (Data infographic, 2561)

จากข้อมูลปี พ.ศ. 2561 คนโสด (นับเฉพาะคนที่อายุเกิน 20 ปี ซึ่งเป็นเกณฑ์อายุที่สามารถจดทะเบียนสมรสได้ตามกฎหมายและนับรวมคนที่หย่าแล้ว) มีรายจ่ายเพื่อการบริโภคต่อหัวมากกว่าคนมีครอบครัวเฉลี่ยประมาณ 11% (Data infographic, 2561) นั่นหมายความว่าคนโสดที่ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์อาจจะมีอัตราการใช้จ่ายเพื่อสัตว์เลี้ยงซึ่งเป็นเสมือนเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวของพวกเขามากกว่าคนที่ไม่โสด

นอกจากนี้งานวิจัยของ Zasloff et al. (1994) พบว่า คนโสดที่ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์จะมีความเหงาน้อยกว่าคนโสดที่ไม่เลี้ยงสัตว์

ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมมติฐานได้ดังนี้

H5: กลุ่มคนโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มากกว่าคนที่ไม่โสด

H6: กลุ่มคน โสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่าคนที่ไม่โสด

H7: กลุ่มคน โสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์เลี้ยงมากกว่าคนที่ไม่โสด

H8: กลุ่มคน โสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่าคนที่ไม่โสด



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคนโสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์ เป็นงานวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองและการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยทางผู้วิจัยเป็นผู้สอบถามกลุ่มตัวอย่าง

3.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่เลี้ยงสัตว์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อายุระหว่าง 22-60 ปี

3.1.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับงานวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มคนที่เลี้ยงสัตว์และมีอายุระหว่าง 22-60 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากโปรแกรม G*Power 3.1 (Faul et al., 2009) สำหรับการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยหลักการ Power Analysis ซึ่งคำนึงถึงขนาดของ Type I และ Type II error ในการทดสอบสมมติฐาน โดยมีองค์ประกอบในการคำนวณคือ ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (α) เท่ากับ 0.05 ค่าอำนาจทดสอบ ($1-\beta$) เท่ากับ 0.80 (PASS Sample Size Software, 2019; Hair et al., 2010) และขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.12 ซึ่งได้มาจากการคำนวณค่าเฉลี่ยของ R^2 เท่ากับ 0.11 ของงานวิจัยที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันทางด้านความเหงาที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ (Kim et al., 2005 โดยแจกแจงผลลัพธ์จากโปรแกรม G*Power 3.1 ได้ดังนี้

Input: Test family = F tests

Statistical test = Linear multiple regression: Fixed model, R^2 deviation from zero

Type of power analysis = A priori: Compute required sample size – given α , power, and effect size

Effect Size = 0.12

$\alpha = 0.05$

$1-\beta = 0.90$

Number of predictors = 3

Output: Total Sample Size = 119

จากผลลัพธ์จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องศึกษาเท่ากับ 119 ตัวอย่าง ทั้งนี้ เพื่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย จึงควรกำหนดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อยประมาณ 200 ตัวอย่าง (อัจฉราวรรณ, 2554) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็น 200 ตัวอย่าง

3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มคนที่เลี้ยงสัตว์และมีอายุระหว่าง 22-60 ปีจำนวน 200 คน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Judgmental or Purposive Sampling) เนื่องจากเป็นการแจกแบบสอบถามออนไลน์โดยมีคำถามคัดกรองเฉพาะกลุ่มคนที่เลี้ยงสัตว์เท่านั้น

การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ กลุ่มคนสถานะ โสดที่เลี้ยงสัตว์และมีอายุระหว่าง 22-60 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 10 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาต้องเป็นบุคคลที่เลี้ยงสัตว์และมีสถานะ โสด ซึ่งใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการร้าน Pet shop ของกลุ่มคน โสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์จะประกอบไปด้วยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

3.2.1 ตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความเหงา (Loneliness) และปัจจัยด้านความเครียด (Stress)

3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย การตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

3.2.3 ตัวแปรกำกับ (Moderating Variables) ประกอบด้วย สถานะความโสด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามให้อยู่ในรูปแบบของคำถามปลายปิด (Closed Ended Questions) แบบมีตัวเลือกที่ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered questionnaire) โดยผู้วิจัยได้แบ่ง แบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน โดยมาตรวัดที่ใช้เป็นมาตรวัดแบบ Likert Rating Scales แสดงระดับความเห็นด้วย 5 ระดับต่อแบบสอบถามข้อนั้นๆ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ อาทิ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ พื้นที่อยู่อาศัย สถานะความโสด รวมถึงคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น คือ เลี้ยงสัตว์หรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแบบสอบถามให้มีมาตรการประเมินแบบ Nominal Scale และ Ordinal Scale

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเหงา โดยอ้างอิงมาจากแบบสอบถาม UCLA (University of California, Los Angeles) Loneliness Scale (Russell et al., 1980) โดยแบ่งรูปแบบของ Scales ทั้งหมด 20 ข้อ โดยความน่าเชื่อถือของ Cronbach's alpha coefficient เท่ากับ 0.96 แสดงว่าแบบทดสอบนี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมาวิเคราะห์หาข้อมูลได้ ดังตารางที่ 3.1 โดยกำหนดแบบสอบถามให้มีมาตรการประเมินของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) ที่แสดงระดับความเห็นด้วย 5 ระดับต่อแบบสอบถามข้อนั้นๆ กล่าวคือ ระดับความเห็นด้วยที่ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งและระดับความเห็นด้วยที่ 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 3.1 คำถามในการเก็บข้อมูลทางด้านความเหงา

ตัวแปร	คำถาม
ความเหงา (Loneliness)	1. ฉันรู้สึกเหมือนไม่มีใครเข้าใจฉันเลย
	2. ฉันกำลังรอคอยให้ใครคนหนึ่งโทรมาหาหรือเขียนถึง
	3. ไม่มีใครที่ฉันสามารถพึ่งพาได้
	4. ฉันรู้สึกไม่สนิทสนมกับใครเลย
	5. ความสนใจและความคิดต่างๆ ของฉันจะไม่มีส่วนร่วมกับคนอื่นเลย
	6. ฉันรู้สึกเหมือนถูกทอดทิ้ง
	7. ฉันรู้สึกเหมือนอยู่เพียงลำพัง
	8. ฉันไม่สามารถเข้าถึงหรือสื่อสารกับคนรอบข้างได้
	9. ค่าความสัมพันธ์กับคนในสังคมเป็นไปในแบบผิวเผิน
	10. ฉันโหยหาใครสักคนที่จะเป็นเพื่อน
	11. ไม่มีใครรู้จักฉันดีพอ
	12. ฉันรู้สึกตัดขาดจากคนอื่น
	13. ฉันไม่มีความสุขเวลาแยกตัวออกมา
	14. เป็นเรื่องยากที่ฉันจะมีเพื่อนสักคน
	15. ฉันรู้สึกถูกกีดกันและปิดกั้นจากคนอื่นๆ
	16. คนที่อยู่รอบข้างฉัน ไม่ได้ไปด้วยกันกับฉัน
	17. ฉันรู้สึกไม่มีความสุขในการทำสิ่งต่างๆ เพียงลำพัง
	18. ฉันไม่มีใครคุยด้วย
	19. ฉันไม่สามารถทนอยู่เพียงลำพังได้
	20. ฉันรู้สึกขาดเพื่อน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเครียดและวิตกกังวล อ้างอิงจากแบบทดสอบวัดความรู้สึกเครียด Perceived Stress Scale-10 (PSS-10) (Cohen et al., 1988) โดยความน่าเชื่อถือของ Cronbach's alpha coefficient เท่ากับ 0.82 แสดงว่าแบบทดสอบนี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถ

นำมาวิเคราะห์หาปริมาณข้อมูลที่ต้องการได้ มีจำนวนทั้งหมด 10 ข้อ ดังตารางที่ 3.2 โดยกำหนดแบบสอบถามให้มีมาตราการประเมินของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) ที่แสดงระดับความเห็นด้วย 5 ระดับต่อแบบสอบถามข้อนั้นๆ กล่าวคือ ระดับความเห็นด้วยที่ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งและระดับความเห็นด้วยที่ 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 3.2 คำถามในการเก็บข้อมูลทางด้านความเครียด

ตัวแปร	คำถาม
ความเครียด (Stress)	1. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกอารมณ์เสียกับเรื่องที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด
	2. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกว่าไม่สามารถควบคุมสิ่งที่มีความสำคัญในชีวิตได้
	3. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกกระวนกระวายและเครียดบ่อย
	4. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกว่าสิ่งต่าง ๆ เป็นไปตามที่คุณต้องการ
	5. บ่อยครั้งที่คุณไม่สามารถจัดการกับสิ่งต่างๆ ได้ทั้งที่เป็นสิ่งที่เคยทำมาแล้วทั้งนั้น
	6. บ่อยครั้งที่คุณสามารถควบคุมสิ่งทั้งหลายที่มาสนใจได้
	7. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกว่า คุณสามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ได้
	8. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกโกรธเพราะสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่นอกเหนือการควบคุมของคุณ
	9. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกว่า คุณสามารถควบคุมสถานการณ์ต่างๆ ได้
	10. บ่อยครั้งที่คุณรู้สึกว่าปัญหาต่างๆ มีมากมายจนไม่สามารถแก้ไขได้หมด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มีจำนวนทั้งหมด 5 ข้อซึ่งดัดแปลงมาจากแบบทดสอบ Purchase-decision Involvement (Mittal, 1989) โดยความน่าเชื่อถือของ Cronbach's alpha coefficient เท่ากับ 0.79 แสดงว่าแบบทดสอบนี้

มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมาวิเคราะห์หาปริมาณข้อมูลที่ต้องการได้ ดังตารางที่ 3.3 โดยกำหนดแบบสอบถามให้มีมาตราการประเมินของลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) ที่แสดงระดับความเห็นด้วย 5 ระดับต่อแบบสอบถามข้อนั้นๆ กล่าวคือ ระดับความเห็นด้วยที่ 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งและระดับความเห็นด้วยที่ 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 3.3 คำถามในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

ตัวแปร	คำถาม
การตัดสินใจเลี้ยงสัตว์	1. คุณมีความสนใจที่จะเลี้ยงสัตว์

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมีจำนวนทั้งหมด 1 ข้อ โดยกำหนดแบบสอบถามเป็นประเภทสเกลที่มีหลายตัวเลือก (Multiple-choice Scale) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุคำตอบที่ชัดเจน โดยมีคำถามดังนี้

“ท่านใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงต่อเดือนเป็นจำนวนเงินเท่าใด”

3.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's ซึ่งค่าที่ได้จะแสดงถึง ระดับความคงที่ของแบบสอบถามที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 โดยหากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูง ซึ่งในทางตรงกันข้ามหากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเข้าใกล้ 0 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือต่ำ ทั้งนี้ผู้วิจัยอ้างอิงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่มีค่ามากกว่า 0.7 ถึงจะสามารถยอมรับได้ (ปราณีและกรรณิการ์, 2561) โดยในกรณีที่ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่าน้อยกว่า 0.7 ทางผู้วิจัยจะทำการแก้ไขแบบสอบถามและจะนำแบบสอบถามเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบความน่าเชื่อถืออีกครั้งก่อนที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ข้อมูลที่ออกมามีความถูกต้องและแม่นยำที่สุด

3.5 การตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ (Correlations)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นตัวบ่งชี้ถึงความสัมพันธ์นี้ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นี้จะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.0 ถึง +1.0 ซึ่งหากมีค่าใกล้ -1.0 นั้นหมายความว่าตัวแปรทั้งสองตัวมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำ หากมีค่าใกล้ +1.0 นั้นหมายความว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับสูง และหากมีค่าเป็น 0 นั้นหมายความว่า ตัวแปรทั้งสองตัวไม่มีความสัมพันธ์ต่อกันเลย

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เลี้ยงสัตว์และมีอายุระหว่าง 22-60 ปี ซึ่งเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตภายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 200 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) ทางออนไลน์ผ่าน Google Form โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังแอปพลิเคชันไลน์ผ่านทางกลุ่มไลน์ที่เป็นเพื่อนในไลน์ของผู้วิจัยเองและมีสมาชิกเป็นผู้อาศัยหรือทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมถึงการนำแบบสอบถามไปวางไว้บนสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊กส่วนตัวของผู้วิจัยเพื่อขอความร่วมมือจากเพื่อนในเฟซบุ๊กของผู้วิจัยในการตอบแบบสอบถาม โดยใช้คำถามคัดกรองในการคัดเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เลี้ยงสัตว์ โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 1 เดือน (15 มกราคม 2563 – 15 กุมภาพันธ์ 2563)

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มคนสถานะ โสดที่เลี้ยงสัตว์และมีอายุระหว่าง 22-60 ปีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 10 คน เน้นการสัมภาษณ์โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open Ended Questions) โดยในระหว่างการสัมภาษณ์จะเก็บข้อมูลผ่านทางแอปพลิเคชันบันทึกเสียงของโทรศัพท์มือถือ การสัมภาษณ์จะใช้ลักษณะการพูดคุยเพื่อสร้างบรรยากาศให้ผู้ถูกสัมภาษณ์รู้สึกผ่อนคลาย แล้วนำมาหาความเชื่อมโยงของพฤติกรรมเชิงลึกในการเลี้ยงสัตว์และการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยง โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 1 เดือน (15 มกราคม 2563 – 15 กุมภาพันธ์ 2563) โดยทางผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองซึ่งได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ชุดคำถามด้านลักษณะประชากร เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพ
ความโสด

ส่วนที่ 2 ชุดคำถามทั่วไปเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง

ส่วนที่ 3 ชุดคำถามเกี่ยวกับการใช้บริการร้านขายของสัตว์เลี้ยง

ส่วนที่ 4 ชุดคำถามเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกนำมาสรุปผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละสมมติฐานของการวิจัยด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistics Package for the Social Sciences) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลกระทบของความเหงาหรือความเครียดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์หรือการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นเดียว (Simple Linear Regression Analysis)

2. สถานะความโสดส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงาและความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงในฐานะตัวแปรกำกับ ทำให้ข้อมูลของแต่ละตัวแปรแปลงเป็นค่า z-scores เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามหลักสถิติวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยสถานะความโสดอยู่ในรูปแบบของตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดยกำหนดให้กลุ่มคนโสดมีค่าเป็น 0 และกลุ่มคนไม่โสดมีค่าเป็น 1

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีความยืดหยุ่นสูง ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและเกิดความไว้วางใจในคุณภาพของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจึงต้องใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ (สุภางค์, 2553) โดยเลือกใช้รูปแบบความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ประเมิน (Inter-Rater Reliability) ซึ่งให้ผู้ประเมินทั้ง 2 คน ทำการประเมินภายในวันเดียวกันเวลาที่ใกล้เคียงกันและมีการสุ่มลำดับก่อน-หลัง ของผู้ประเมินแต่ละคน โดยผู้ประเมินแต่ละคนจะไม่อยู่ในสถานที่เดียวกันกับผู้ประเมินอีกคนที่อยู่ระหว่างการประเมิน (กนกอร, 2547)

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคน โสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์ เป็นงานวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 316 ชุด พบว่ามีชุดข้อมูลที่ผ่านการคัดกรองและสมบูรณ์แล้วจำนวน 235 ชุด คิดเป็นอัตราร้อยละ 74.37 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและให้ผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) และงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยทางผู้วิจัยเป็นผู้สอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน ซึ่งมีการนำเสนอผลวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยเชิงปริมาณ

- 4.1.1 ข้อมูลลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.1.2 ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม
- 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย
- 4.2 ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ
 - 4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
 - 4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยเชิงปริมาณ

4.1.1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ อาชีพและสถานะความโสดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 235 คน ดังตารางที่ 4.1 พบว่ามีอัตราส่วนเพศชายและเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 17.45 และ 82.55 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 58.30 ส่วนรายได้จะอยู่ที่ช่วง

15,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.96 ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 49.36 และมีอัตราส่วนสถานะ โสดและไม่โสด คิดเป็นร้อยละ 55.32 และ 44.68 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์

	ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	
		(คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	41	17.45
	หญิง	194	82.55
อายุ	22-24 ปี	43	18.30
	25-34 ปี	137	58.30
	35-44 ปี	41	17.45
	45-54 ปี	9	3.83
	55-60 ปี	5	2.13
รายได้	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	42	17.87
	15,001-25,000 บาท	61	25.96
	25,001-35,000 บาท	50	21.28
	35,001-45,000 บาท	32	13.62
	มากกว่า 45,000 บาท	50	21.28
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	116	49.36
	นักเรียน/นักศึกษา	32	13.62
	รับราชการ	21	8.94
	ธุรกิจส่วนตัว	50	21.28
	ว่างงาน	2	0.85
	อื่นๆ	14	5.96
สถานะความโสด	โสด	130	55.32
	ไม่โสด	105	44.68

4.1.2 ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 235 ตัวอย่าง โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha) กับชุดคำถามของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมด 4 ตัวแปร โดยทำการแบ่งตัวแปรความเหงาออกเป็น 2 รูปแบบซึ่งประกอบด้วยความเหงาทางสังคม (Social Loneliness) ด้วยชุดคำถามข้อ 1 2 3 4 5 9 และ 11 อีกส่วนคือความเหงาที่ไม่สามารถอยู่ลำพังได้ (Cannot-be-alone Loneliness) ประกอบด้วยชุดคำถามข้อ 13 17 และ 19 ส่วนของตัวแปรความเครียดได้ทำการแบ่งเป็น 2 รูปแบบเช่นกันคือความเครียดทั่วไป (General Stress) ประกอบด้วยชุดคำถามข้อ 1 2 3 6 9 และ 10 และความเครียดที่เกี่ยวกับศักยภาพในการควบคุม (Self-control Stress) ประกอบด้วยชุดคำถามข้อ 4 5 7 และ 8 ซึ่งได้ผลของการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแต่ละตัวแปร รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.2

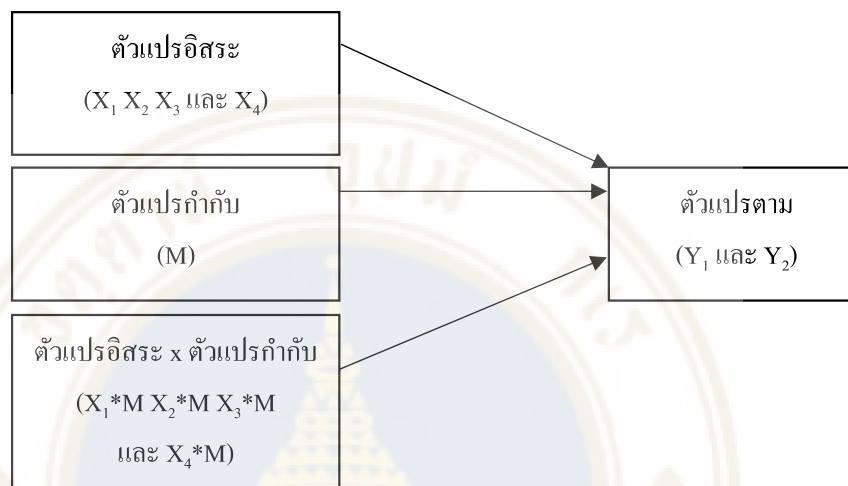
ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของชุดคำถามของตัวแปรแต่ละตัวที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปร	จำนวน คำถาม	Cronbach's Alpha	ค่าเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
ความเหงาทางสังคม (Social Loneliness)	7	.891	16.54	6.936
ความเหงาที่ไม่สามารถอยู่ลำพังได้ (Cannot-be-alone Loneliness)	3	.781	5.59	2.850
ความเครียดทั่วไป (General Stress)	6	.865	17.93	5.608
ความเครียดที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพในการควบคุม (Self-control Stress)	4	.840	10.57	3.597

จากผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของชุดคำถามของแต่ละตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยพบว่าชุดคำถามของตัวแปรมีความน่าเชื่อถือมีค่ามากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดที่ 0.7 ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ได้รับความนิยมนในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

การทดสอบสมมติฐาน ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ตามแบบจำลอง รายละเอียดดังภาพที่ 4.1 ของตัวแปรอิสระ ตัวแปรกำกับและตัวแปรปฏิสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับ (ตัวแปรอิสระ x ตัวแปรกำกับ) โดยการทดสอบตัวแปรกำกับกับความสัมพันธ์ตัวแปรกำกับจะส่งผลต่อความสัมพันธ์



ภาพที่ 4.1 การทดสอบสมมติฐานโดยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ โดยมีการใช้สัญลักษณ์และคำย่อเพื่อกำหนดแทนตัวแปรต่างๆ ดังนี้

X_1 = ความเหงาทางสังคม (Social Loneliness)

X_2 = ความเหงาที่ไม่สามารถอยู่ลำพังได้ (Cannot-be-alone Loneliness)

X_3 = ความเครียดทั่วไป (General Stress)

X_4 = ความเครียดที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพในการควบคุม (Self-control Stress)

Y_1 = การตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ (Making Decision to get pets)

Y_2 = การใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยง (Purchase of pets)

M = สถานะความโสด (Status)

สำหรับรูปแบบสถานะความโสด ทางผู้วิจัยใช้ตัวแปรกำกับ (Moderator Variable) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ในฐานะตัวแปรกำกับ โดยสร้างตัวแปรกำกับเพื่อแทนสถานะความโสด ดังนี้

สถานะภาพโสด ; M = 0

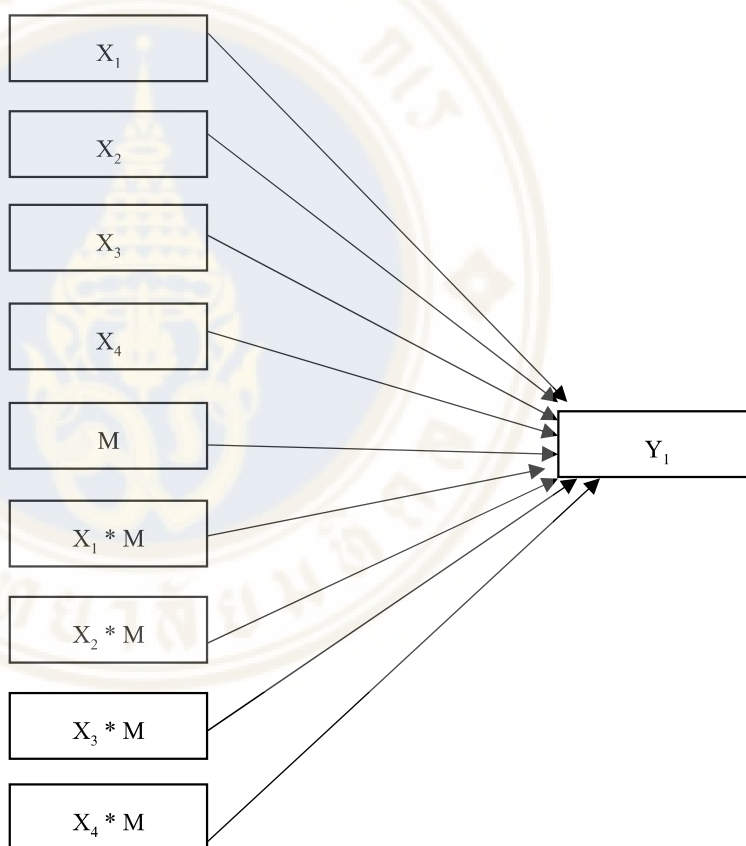
สถานะภาพไม่โสด; M = 1

สำหรับงานวิจัยนี้ ประกอบด้วยตัวแปรตาม 2 ตัวแปร ได้แก่ การตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ (Y_1) และค่าใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยง (Y_2) ดังนั้น การทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยนี้จึงทำการวิเคราะห์ 2 รูปแบบในการถดถอยเชิงพหุคูณ ซึ่งสามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

(Y_1) ประกอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรอิสระ (X_i) จำนวน 4 ตัวแปร ตัวแปรกำกับ (M) จำนวน 1 ตัวแปร และตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับ ($X_i * M$) จำนวน 4 ตัวแปร ดังภาพที่ 4.2 และผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.3



ภาพที่ 4.2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

ตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

	B	Std. Error	Beta
Constant	4.265	.293	
Social Loneliness (X_1)	.008	.011	.076
Not living alone Loneliness (X_2)	.009	.026	.033
General Stress (X_3)	-.003	.014	-.021
Self-control Stress (X_4)	.016	.019	.075
Status (M)	.672	.454	.451
Social Loneliness (X_1) x Status (M)	.018	.017	.229
Not living alone Loneliness (X_2) x Status (M)	-.060	.039	-.280
General Stress (X_3) x Status (M)	.009	.021	.110
Self-control Stress (X_4) x Status (M)	-.069	.028	-.525*
R^2	0.067		
Adjusted R^2	0.029		
F	3.412*		

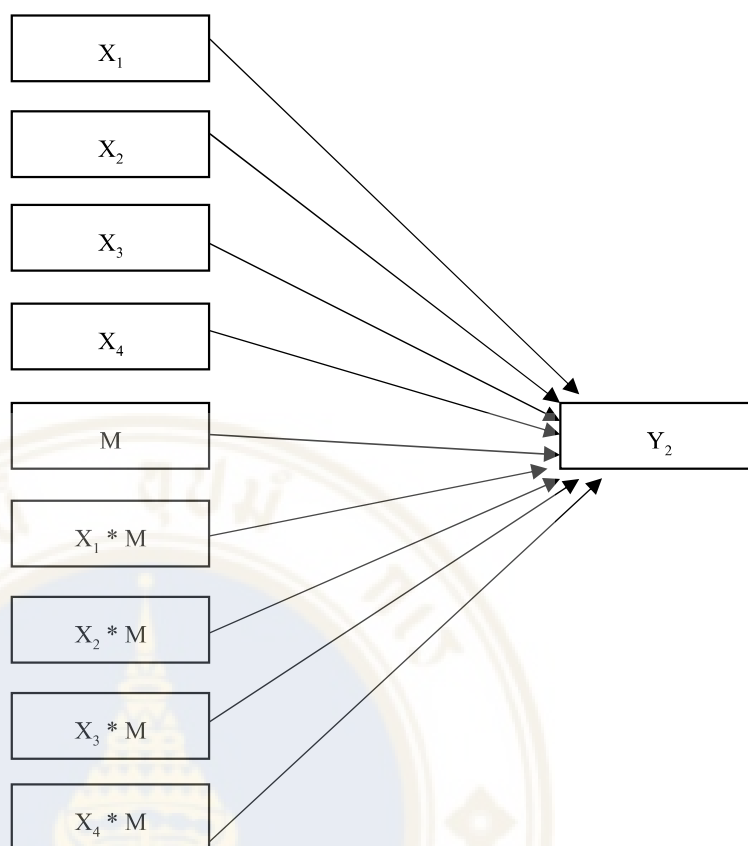
* $p < .050$

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในตารางที่ 4.3 พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้แก่ ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเครียดที่เกี่ยวกับสัถยภาพในการควบคุมและตัวแปรกำกับสถานะความโสด ($X_4 * M$) โดยมีค่า R^2 ที่ 0.067 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายตัวแปรตามการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ได้ร้อยละ 6.7

2. ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของการใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยง

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยง

(Y_2) ประกอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรอิสระ (X_1) จำนวน 4 ตัวแปร ตัวแปรกำกับ (M) จำนวน 1 ตัวแปร และตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรกำกับ ($X_1 * M$) จำนวน 4 ตัวแปร ดังภาพที่ 4.2 และผลการวิเคราะห์ในตารางที่



ภาพที่ 4.3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยง

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

	B	Std. Error	Beta
Constant	5087.238	1195.089	
Social Loneliness (X ₁)	-5.179	46.648	-.012
Not living alone Loneliness (X ₂)	42.419	105.263	.041
General Stress (X ₃)	-116.370	55.207	-.219*
Self-control Stress (X ₄)	27.937	78.434	.034
Status (M)	-2544.088	1851.056	-.425
Social Loneliness (X ₁) x Status (M)	39.630	70.981	.123
Not living alone Loneliness (X ₂) x Status (M)	-219.051	156.887	-.253

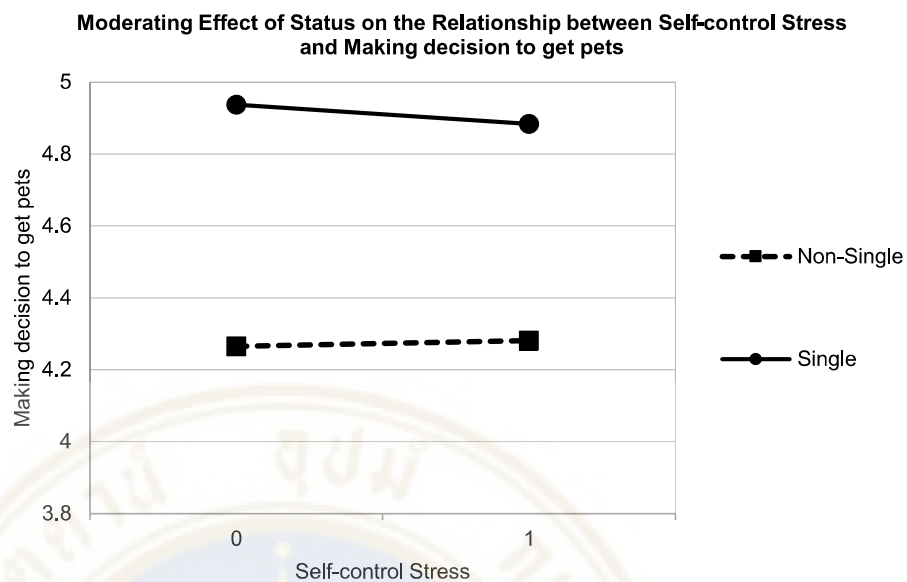
ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของตัวแปรตามการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง (ต่อ)

	B	Std. Error	Beta
General Stress (X_3) x Status (M)	141.498	85.341	.443**
Self-control Stress (X_4) x Status (M)	69.237	112.963	.130
R^2	0.043		
Adjusted R^2	0.004		
F	1.455		

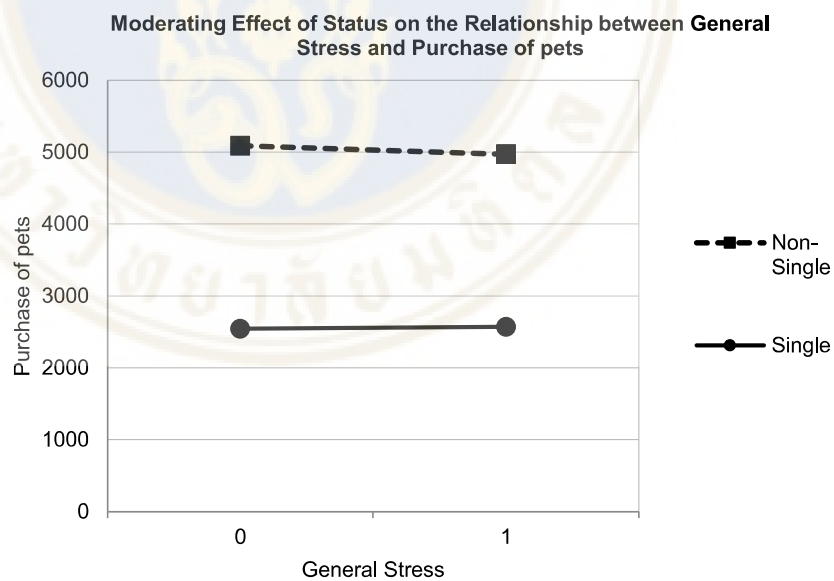
* $p < .050$

** $p < .100$

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในตารางที่ 4.4 พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % ได้แก่ ความเครียดทั่วไป (X_3) และระดับที่ความเชื่อมั่น 90 % ตัวแปรปฏิสัมพันธ์ระหว่างความเครียดทั่วไปและตัวแปรกำกับสถานะความโสด ($X_3 * M$) โดยมีค่า R^2 ที่ 0.043 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายตัวแปรตามการใช้จ่ายกับสัตว์เลี้ยงได้ร้อยละ 4.3 โดยมีตัวแปรกำกับกำกับความสัมพันธ์ด้วย โดยความสัมพันธ์ของสถานะความโสดนั้นส่งผลกับความสัมพันธ์ของความเครียดที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพในการควบคุมกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ดังแสดงในภาพ 4.4 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มคนโสดหากเกิดความเครียดที่เกี่ยวกับศักยภาพในการควบคุมสูงจะทำให้ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์น้อยลงกว่ากลุ่มคนที่ไม่โสด และเช่นเดียวกันสถานะความโสดนั้นก็ส่งผลต่อความสัมพันธ์ของความเครียดทั่วไปกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง ดังแสดงในภาพ 4.5 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มคนโสดหากเกิดความเครียดทั่วไปสูงจะมีการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่ากลุ่มคนไม่โสด



ภาพที่ 4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดที่เกี่ยวกับศักยภาพในการควบคุมและการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคนสถานภาพโสดและกลุ่มคนไม่โสด



ภาพที่ 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดทั่วไปและการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคนสถานภาพโสด

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดข้างต้น จะสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 4.5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
H1: ความเหงามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์	ไม่สนับสนุน
H2: ความเหงามีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง	ไม่สนับสนุน
H3: ความเครียดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์	ไม่สนับสนุน
H4: ความเครียดมีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง	สนับสนุน
H5: กลุ่มคนโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงามกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มากกว่าคนที่ไม่โสด	ไม่สนับสนุน
H6: กลุ่มคนโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงามกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่าคนที่ไม่โสด	ไม่สนับสนุน
H7: กลุ่มคนโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มากกว่าคนที่ไม่โสด	ไม่สนับสนุน
H8: กลุ่มคนโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่าคนที่ไม่โสด	สนับสนุน

4.2 ผลการวิเคราะห์ของงานวิจัยเชิงคุณภาพ

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ประเภทของสัตว์เลี้ยง ความถี่ในการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยง ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง สิ่งที่สำคัญมากที่สุดในการซื้อ การวางแผนล่วงหน้าก่อนการซื้อ และการซื้อนอกเหนือจากรายการที่วางแผนไว้ซึ่งเป็นกลุ่มคนสถานะภาพโสด จำนวน 10 คนดังตารางที่ 4.6 พบว่าอัตราส่วนเพศชายและเป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 10 และ 90 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างจะอยู่ในช่วงอายุ 25-59 ปี ในส่วนของรายได้จะอยู่ในช่วง 15,000-100,000 บาท ซึ่งจะมีอัตราส่วนของการเลี้ยงสุนัขและแมว คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากันทั้ง 2 ประเภท โดยความถี่ในการซื้อส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 1-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 90

ตารางที่ 4.6 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ชื่อ	อายุ (ปี)	เพศ	รายได้ (บาท)	ประเภท ของสัตว์เลี้ยง	ความถี่ในการใช้ บริการร้านสัตว เลี้ยง
แอนนา	30	หญิง	25,000-35,000	แมว	1 ครั้งต่อ 2 เดือน
ชาคริต	33	ชาย	30,000-40,000	แมว	1 ครั้งต่อเดือน
ณัฐชา	29	หญิง	50,000	สุนัข	4 ครั้งต่อเดือน
ศศิธร	29	หญิง	19,000	แมว	2-3 ครั้งต่อเดือน
ศิริพร	43	หญิง	20,000-30,000	แมว	1 ครั้งต่อสัปดาห์
ณิชา	34	หญิง	35,000-40,000	สุนัข	1-2 ครั้งต่อเดือน
ปัทมา	52	หญิง	30,000	สุนัข	1 ครั้งต่อเดือน
นฤมล	25	หญิง	100,000	แมว	1 ครั้งต่อเดือน
ปรียา	59	หญิง	50,000	สุนัข	1 ครั้งต่อสัปดาห์
วิเวียน	27	หญิง	15,000-20,000	สุนัข	1 ครั้งต่อเดือน

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.2.1 ผลการวิเคราะห์การจำแนกกลุ่มของการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างของผู้ที่มีสถานะ โสดและเลี้ยงสัตว์ จำนวน 10 คน ผู้วิจัยสามารถจัดกลุ่มรูปแบบของผู้ที่ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เลี้ยงเพราะสงสาร กลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อนและกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจเลี้ยงตั้งแต่แรก

ตารางที่ 4.7 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ที่ตัดสินใจเลี้ยงทั้ง 3 กลุ่ม

	กลุ่มที่เลี้ยงเพราะสงสาร	กลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อน	กลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจเลี้ยงตั้งแต่แรก
กิจกรรมยามว่างกับสัตว์เลี้ยง	เล่นของเล่นกับสัตว์เลี้ยงและพาไปเดินเล่น	เล่นของเล่นกับสัตว์เลี้ยงพาไปออกกำลังกายและเดินเล่น	ไม่ค่อยได้เล่นกับสัตว์เลี้ยงเนื่องจากไม่มีเวลา
ประเภทการใช้บริการเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง	ร้านขายของสัตว์เลี้ยงและคลินิกสัตว์	ร้านขายของสัตว์เลี้ยงคลินิกสัตว์และบริการอื่นๆ เช่น อาบน้ำตัดขน ว่ายน้ำ	ร้านขายของสัตว์เลี้ยงและคลินิกสัตว์
การจัดเตรียมรายการที่จะซื้อก่อนไปร้านสัตว์เลี้ยง	เตรียมรายการที่จะซื้อก่อนไปร้านสัตว์เลี้ยง	ไม่ได้เตรียมรายการ อะไรที่สัตว์เลี้ยงชอบจะตัดสินใจซื้อเลย	เตรียมรายการที่จะซื้อก่อนไปร้านสัตว์เลี้ยง
การซื้อสินค้านอกรายการที่ได้จัดเตรียม	บ่อยครั้ง	บ่อยครั้ง	บ่อยครั้ง
สิ่งที่คำนึงถึงมากที่สุดในการซื้อสินค้าให้สัตว์เลี้ยง	คุณภาพของสินค้าและสิ่งที่สัตว์เลี้ยงชอบ	คุณภาพของสินค้าและสิ่งที่สัตว์เลี้ยงชอบ	คุณภาพของสินค้าและสิ่งที่สัตว์เลี้ยงชอบ
ความรู้สึกหลังจากเลี้ยงสัตว์	รู้สึกรัก ผูกพัน และเป็นห่วงเวลาที่ไม่ได้อยู่ด้วย	รู้สึกว่าสัตว์เลี้ยงเป็นเสมือนสมาชิกในครอบครัว	รู้สึกว่าสัตว์เลี้ยงเป็นเสมือนสมาชิกในครอบครัว และสามารถคลายความเหงาและความเครียดได้

ตารางที่ 4.7 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ที่ตัดสินใจเลี้ยงทั้ง 3 กลุ่ม (ต่อ)

	กลุ่มที่เลี้ยงเพราะสงสาร	กลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อน	กลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจเลี้ยงตั้งแต่แรก
ความต้องการที่จะเลี้ยงเพิ่มอนาคต	ไม่มีความต้องการที่จะเลี้ยงเพิ่ม	มีความต้องการที่จะเลี้ยงเพิ่ม	ไม่มีความต้องการที่จะเลี้ยงเพิ่ม

จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 4.7 พบว่า ในแต่ละกลุ่มของผู้ที่ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มีทั้งความเหมือนและความแตกต่างในหลายๆ องค์ประกอบ คือ ส่วนของกิจกรรมยามว่างพบว่า กลุ่มที่เลี้ยงเพราะสงสารและกลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อนมีการเล่นของเล่นกับสัตว์เลี้ยงและพาไปเดินเล่นบ่อย แต่กลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจเลี้ยงตั้งแต่แรก พบว่าไม่ค่อยได้เล่นกับสัตว์เลี้ยงเนื่องจากไม่มีเวลา อีกทั้งสิ่งที่พบเห็นว่าแตกต่างกันได้อย่างเด่นชัดคือ กลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อนมีความแตกต่างกันจากอีก 2 กลุ่มในหลายๆ เรื่องไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงที่หลากหลาย รวมถึงไม่มีการจัดเตรียมรายการสินค้าไป หากเจออะไรที่สัตว์เลี้ยงชอบก็จะตัดสินใจซื้อทันที ทั้งยังมีค่าใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงต่อเดือนสูงถึง 3,000 บาท และยังมีความต้องการที่จะเลี้ยงเพิ่มอีกในอนาคตอีกด้วย จะเห็นได้จากข้อมูลดังกล่าวว่ากลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อนมีความแตกต่างกันกับอีก 2 กลุ่มอย่างชัดเจน แต่ก็มีในส่วนที่เหมือนกันคือ สิ่งที่กำลังถึงมากที่สุดในการซื้อสินค้าให้สัตว์เลี้ยง ซึ่งจากผลการวิเคราะห์พบว่าทั้ง 3 กลุ่ม มีการคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและสิ่งที่สัตว์เลี้ยงชอบ

นอกจากนี้จากผลการสัมภาษณ์พบว่าผู้ที่ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ทั้ง 3 กลุ่ม ต่างก็มีสาเหตุในการเลี้ยงสัตว์ที่แตกต่างกันไป โดยสามารถจำแนกตามความรู้สึกได้ดังนี้

1. กลุ่มที่เลี้ยงเพราะสงสาร

ผู้เลี้ยงสัตว์ในกลุ่มนี้พบเจอสัตว์เร่ร่อนไม่มีเจ้าของ หรือสัตว์เลี้ยงที่กำลังป่วยหรือกำลังตกทุกข์ได้ยาก โดยบังเอิญ จนเกิดความรู้สึกสงสารและตัดสินใจนำมาเลี้ยงเพื่อให้สัตว์เลี้ยงเหล่านั้นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในที่สุด

“ตัดสินใจเลี้ยงเพราะสงสาร ไม่อยากให้เป็นสัตว์เร่ร่อน แต่ก็ไม่ได้รับเลี้ยงอะไรเพิ่ม” (แอนนา)

“ตอนแรกไม่ได้กะจะเลี้ยงเลย แต่มันหลงมา เลยสงสารเลยเลี้ยง แล้วมันก็ไม่คือไม่ชนด้วยนะ” (ศศิธร)

“ตินนี่เพราะสงสาร เห็นว่าเป็น 1 ชีวิต สภาพที่เจอตอนแรกพอมมาก โคนรถชนมาเลยพิการ ส่วนไบบัว โคนเอามาทิ้ง เป็นเห็บหมัด เป็นหนอง เห็นว่าตัวที่คู่กันตาย กลัวตัวนี้ตายเลยเอามา ก็เอามาอาบน้ำ รักษา แต่ปัจจุบันหายแล้วนะ” (ปติดา)

2. กลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อน

ผู้เลี้ยงสัตว์ในกลุ่มนี้เริ่มมาจากสมาชิกในครอบครัวนำสัตว์เลี้ยงมาเลี้ยงไว้ภายในบ้านจนทำให้เกิดความคุ้นเคยและรู้สึกผูกพันกับสัตว์เลี้ยง

“จริงๆ น้องชายเป็นคนไปเอามาจากโคราช แต่เราเลี้ยงนะ เวลาที่ไม่ได้บินก็จะอยู่กับเราตลอด แต่ตอนเราไม่อยู่ จะฝากป้าเลี้ยง” (ณัฐชา)

“บ้านป้าไม่เคยขาดหมา อยู่ที่ไหนก็เลี้ยงหมา ชอบมากๆ เลย ที่บ้านก็ชอบทุกคนจริงๆ มีอีกตัวเพิ่งตายไป 1 ตัว เมื่อไม่กี่วันนี่เอง เป็นชีวาว่าหิวแอปเปิ้ล” (ปรีชา)

3. กลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจเลี้ยงตั้งแต่แรก

ผู้เลี้ยงสัตว์ในกลุ่มนี้ไม่ได้มีความตั้งใจที่จะเลี้ยงสัตว์ตั้งแต่แรกแต่บังเอิญพบเจอและรู้สึกถูกชะตาจึงตัดสินใจรับมาเลี้ยงในที่สุด

“อยากเลี้ยงมานานแล้ว แต่เป็นจิ้งหะพอดีหมาเพื่อนคลอดออกมา 3 ตัว เลยเอามา 1 ตัว ถูกชะตาแค่ตัวนี้เท่านั้น” (ศิริพร)

และจากผลการสัมภาษณ์ยังพบอีกว่าผู้ที่ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มีแนวคิดที่เหมือนกันในเรื่องของความรู้สึกหลังจากการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ โดยสามารถจำแนกตามความรู้สึกได้ดังนี้

1. ด้านความเหงาและความเครียด

ผู้เลี้ยงในกลุ่มนี้ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์เพื่อคลายความรู้สึกเหงาและลดความเครียดจากการทำงานและใช้ชีวิตประจำวัน โดยมักจะมีการทำกิจกรรมยามว่างหรือเล่นกับสัตว์เลี้ยงเพื่อคลายความรู้สึกดังกล่าว

“เพราะเป็นคนเหงา ต้องนอนกับสัตว์อ่ะ ไม่มีนอนไม่ได้” (ณัฐชา)

“มีแมวแล้วหายหงานะ เวลาเราเศร้าๆ จะอยู่ใกล้ๆ ไม่ห่างตัวเลย” (ศศิธร)

“และอีกอย่างเลี้ยงแล้วคลายหงา เพราะมันขี้อ่อน เค้าเป็นสิ่งที่ดี ๆ” (ศิริพร)

“ทำให้มีความสุขเวลาเครียดๆ ก็เอามากอด เราหงาด้วยเพราะเราโสดไง มีแมวก็คลายหงาได้” (นฤมล)

“มันก็แก้หงาทุกอย่าง มันทำได้ทุกอย่าง สั่งให้ทำอะไรก็ทำหมด” (ปรีญา)

“แต่บางทีก็รู้สึกคลายหงานะ มีบ้างที่เครียดและหงา เวลาเซ็งอยู่บ้านแล้วเบื่อ ก็จะมาเล่นกับน้อง” (วิเวียน)

2. ด้านความผูกพันกับสัตว์เลี้ยง

ผู้เลี้ยงในกลุ่มนี้เลี้ยงสัตว์จนเกิดความรู้สึกรัก เป็นห่วงและผูกพันกับสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างมาก จะเกิดความกังวลหากสัตว์เลี้ยงไม่ได้อยู่กับตนเอง

“แต่ก่อนจะไม่มีกังวล เวลาไปไหนนานๆ แต่ตอนนี้จะกังวลว่าใครจะดูแล ใครจะให้อาหาร” (แอนนา)

“เวลาเลี้ยงก็รู้สึกผูกพันกับสัตว์ อยากกลับบ้านเร็วขึ้น ไปต่างจังหวัดก็ไม่ค่อยอยากไป” (ชาคริต)

“ไปต่างจังหวัดก็เป็นห่วงมัน เป็นห่วงมาก” (ศศิธร)

3. ด้านความรู้สึกเหมือนสัตว์เลี้ยงเป็นเหมือนสมาชิกในครอบครัว

ผู้เลี้ยงสัตว์ในกลุ่มนี้มีการเอาใจใส่ดูแลและให้ความรักกับสัตว์เลี้ยงเป็นอย่างดีราวกับว่าสัตว์เลี้ยงเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตหรือเสมือนสมาชิกในครอบครัว

“รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตไปแล้ว” (ชาคริต)

“เป็นน้องคนสุดท้อง” (ณัฐชา)

“แบบเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต” (ศิริพร)

“รู้สึกเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน” (ณิชา)

“มีความสุขนะ เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตไปแล้วอะ” (นฤมล)

“เป็นส่วนหนึ่งในชีวิต เป็น *part of family*” (วิเวียน)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สำหรับในบทที่ 5 นี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลผลการวิจัยจากบทก่อนหน้ามาอภิปรายและสรุปผล โดยวิเคราะห์ในประเด็นที่สำคัญที่พบในงานวิจัยและสาเหตุความเป็นไปได้เพื่ออธิบายผลการทดสอบสมมติฐานต่างๆ ตลอดจนการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในเชิงวิชาการและเชิงธุรกิจ ข้อจำกัดของงานวิจัย และข้อเสนอแนะของงานวิจัยในการศึกษาครั้งถัดไป โดยผู้วิจัยได้นำเสนอหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

- 5.1 การสรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล
- 5.2 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัย
- 5.3 ข้อจำกัดการวิจัย
- 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.1 การสรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผล

5.1.1 ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยเชิงปริมาณ

5.1.1.1 ความเหงามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ (H1)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความเหงาไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความเหงาไม่ได้เป็นปัจจัยกระตุ้นที่ทำให้คนตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มากขึ้น โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าในปัจจุบันนี้การชดเชยความเหงาสามารถทำได้หลายรูปแบบและที่เด่นชัดที่สุดคือการเล่น Social Media ซึ่งอ้างอิงจากงานวิจัยของ Yang (2016) และ Pittman & Reich (2016) พบว่าการเล่น Social Media ทำให้มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารกันได้อย่างง่ายดาย อีกทั้งยังทำให้ผู้เล่นสามารถมีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและผู้ติดตาม นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่สามารถคลายความเหงาได้เช่นกัน อาทิ การเล่นเกมที่ต้องมีการแข่งขันร่วมกับบุคคลอื่นทางออนไลน์ (Patricia et al., 2011) หรือการช้อปปิ้งที่ห้างสรรพสินค้า ทำให้มีการจับจ่ายใช้สอย (Kim et al., 2005) ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวนี้สามารถทำให้มนุษย์คลายความเหงาได้ ดังนั้น ความเหงาจึงอาจจะไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์โดยตรง

5.1.1.2 ความเหงามีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

(H2)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความเหงาไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความเหงาไม่ได้เป็นปัจจัยกระตุ้นที่ทำให้คนใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าหากมนุษย์ไม่ได้ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์เพื่อบรรเทาความเหงาตั้งแต่แรกเริ่ม การใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงก็จะไม่เกิดขึ้น ซึ่งมีหลายกิจกรรมที่จะสามารถทดแทนความเหงาได้ ไม่ว่าจะเป็นการคุยกับเพื่อน การเล่นเกมออนไลน์ การดูหนัง หรือแม้กระทั่งการเล่น Social media ดังนั้น ความเหงาจึงไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

5.1.1.3 ความเครียดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ (H3)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความเครียดไม่ได้ส่งผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความเครียดไม่ได้เป็นปัจจัยกระตุ้นที่ทำให้คนตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มากขึ้น โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าในปัจจุบันนอกจากการเลี้ยงสัตว์ยังมีกิจกรรมที่สามารถชดเชยความเครียดได้ดีกว่าและสามารถทำได้หลายรูปแบบ นั่นคือ การออกกำลังกายคลายเครียด การนั่งสมาธิฝึกจิตใจ รวมถึงการผ่อนคลายด้วยการดูหนังฟังเพลง ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานี้ล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่ทำให้คลายความเครียดได้ (โรงพยาบาลเปาโล พหลโยธิน, 2563) เพราะฉะนั้น ความเครียดไม่ได้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

5.1.1.4 ความเครียดมีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

(H4)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความเครียดส่งผลต่อการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง โดยในที่นี้เป็นประเภทของความเครียดทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้และจากงานวิจัยของ Yusuhisa (2001) พบว่าการใช้จ่ายสินค้าสามารถลดความเครียดหรือความวิตกกังวลลงได้ เช่นเดียวกับบทความจากเว็บไซต์ The standard (2018) พบว่าการพยายามทำอะไรสักอย่างเพื่อเยียวยาความรู้สึกที่ดีให้กลับมา จะทำให้ตัวเองรู้สึกมีอำนาจ เป็นคนอย่างที่ตัวเองอยากจะเป็นจึงใช้การช้อปปิ้งบำบัดมาโอบอุ้มตัวเองในวันที่อ่อนแอไว้ ถ้ากล่าวถึงว่ามีการเลี้ยงสัตว์อยู่แล้วก็จะมีค่าใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากขึ้น โดยพบว่าคนที่ผู้เลี้ยงมีความผูกพันกับสัตว์เลี้ยงมากขึ้นจะส่งผลต่อการใช้จ่ายสินค้าและบริการเพื่อสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นมากตามไปด้วย (Steven, 2013) และในทางเดียวกันงานวิจัยของ Gardyn (2001) ผู้เลี้ยงใช้จ่ายเงินเพื่อให้สัตว์เลี้ยงมีความสุขและยินดีที่จะทุ่มเทเงินเพื่อใช้จ่ายไปกับสินค้าเพื่อสัตว์เลี้ยง

5.1.1.5 สถานะความโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับ

การตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ (H5)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า สถานะความโสดไม่ได้มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนโสดหรือกลุ่มคนไม่โสดไม่ได้เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างความเหงาและการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์แข็งแรงขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่าหากเกิดความเหงาเกิดขึ้นกับตัวเองก็ยังสามารถที่จะมีกิจกรรมอีกหลายกิจกรรมที่สามารถชดเชยความเหงาได้ ไม่เพียงแต่เฉพาะการเลี้ยงสัตว์เพียงเท่านั้น และเมื่อมีในส่วนของสถานะความโสดมาเกี่ยวข้องด้วยก็ไม่ได้ส่งผลใดๆ ต่อความสัมพันธ์

5.1.1.6 สถานะความโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง (H6)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า สถานะความโสดไม่ได้มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนโสดหรือกลุ่มคนไม่โสดไม่ได้เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างความเหงาและการใช้จ่ายสำหรับสัตว์แข็งแรงขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่าหากไม่ได้ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ตั้งแต่วัยแรกเริ่มเมื่อเกิดความเหงาก็ยังสามารถที่จะมีกิจกรรมอีกหลายกิจกรรมที่สามารถชดเชยความเหงาได้ การใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงก็จะไม่ได้เกิดขึ้นแต่อย่างใด และเมื่อมีในส่วนของสถานะความโสดมาเกี่ยวข้องด้วยก็ไม่ได้ส่งผลใดๆ ต่อความสัมพันธ์

5.1.1.7 สถานะความโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ (H7)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า สถานะความโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ ซึ่งความเครียดในที่นี้เป็นความเครียดที่เกี่ยวกับศักยภาพในการควบคุม โดยจะเห็นได้ว่าหากไม่มีความเครียดเข้ามาเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนโสดจะตัดสินใจเลี้ยงสัตว์มากกว่ากลุ่มคนที่ไม่โสด แต่ถ้ามีความเครียดที่เกี่ยวกับศักยภาพในการควบคุมเข้ามาเกี่ยวข้องเมื่อใด กลุ่มคนโสดจะมีผลต่อความสัมพันธ์ของความเครียดกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์น้อยกว่ากลุ่มคนที่ไม่โสด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากเกิดความเครียดที่เกี่ยวกับศักยภาพในการควบคุม กลุ่มคนไม่โสดจะกำจัดความเครียดด้วยการเลี้ยงสัตว์มากขึ้น เพราะเมื่อไม่สามารถจัดการกับความเครียดได้ทำให้ฮอโมนส์คอติซอลซึ่งเป็นฮอโมนส์ของความเครียดเพิ่มขึ้น กลุ่มคนเหล่านี้ก็จะพยายามหาสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจด้วยการเลี้ยงสัตว์เพื่อมาบำบัดจิตใจที่ไม่มั่นคง ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกับงานวิจัยของ Yongmei et al. (2018) ที่พบว่าสัตว์เลี้ยงเปรียบเหมือนตัวกลางที่ช่วยเยียวยาความรู้สึกทางด้านจิตใจและลดพฤติกรรม

ความเครียดของผู้เลี้ยงได้โดยผ่านการที่ผู้เลี้ยงมีการพูดคุยกับสัตว์รวมถึงมีกิจกรรมยามว่างร่วมกัน แต่สำหรับกลุ่มคนโสดจะเห็นว่ามีการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์น้อยลงหากเกิดความเครียดที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพในการควบคุมเป็นเพราะว่ากลุ่มคนโสดมีความเครียดที่มากกว่ากลุ่มคนที่ไม่โสดทำให้ไม่สนใจที่จะทำกิจกรรมอะไร ดังนั้นกลุ่มคนที่โสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดและการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์น้อยกว่ากลุ่มคนที่ไม่โสด

5.1.1.8 สถานะความโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง (H8)

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า สถานะความโสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดและการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งความเครียดนี้เป็นความเครียดแบบทั่วไปที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มคนโสด จะมีผลต่อความสัมพันธ์ของความเครียดและการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่ากลุ่มคนที่ไม่โสด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มคนโสดมีการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่ากลุ่มคนที่ไม่โสดทั้งนี้ก็เป็นเพราะว่ากลุ่มคนโสดมีการซื้อปั้งเพื่อบำบัด และโดยเฉพาะกลุ่มคนโสดที่เลี้ยงสัตว์จะมีการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงสูง เนื่องจากไม่ได้มีภาระ ไม่ได้มีครอบครัว ไม่มีค่าใช้จ่ายสำหรับลูก จึงทำให้กลุ่มคนโสดใช้เงินเพื่อบำบัดได้มากกว่ากลุ่มที่ไม่โสด ดังนั้น กลุ่มคนที่โสดมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดและการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงมากกว่ากลุ่มคนที่ไม่โสด

5.1.2 ผลการทดสอบงานวิจัยเชิงคุณภาพ

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มคนโสดทั้ง 10 คนที่ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์ออกเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มที่เลี้ยงเพราะความสงสาร กลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อน และกลุ่มที่ไม่ได้ตั้งใจเลี้ยงแต่แรก ซึ่งจะเห็นว่าทั้ง 3 กลุ่มมีความเหมือนและความแตกต่างกันในบางประเด็น โดยสามารถจำแนกในส่วนของความเหมือนกัน นั่นคือสิ่งที่คำนึงถึงมากที่สุดในการซื้อสินค้าให้กับสัตว์เลี้ยง ทั้ง 3 กลุ่มมีความเห็นเหมือนกันว่า ทุกครั้งในเวลาซื้อของให้สัตว์เลี้ยงจะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและสิ่งที่สัตว์เลี้ยงชอบ เพราะอยากให้สัตว์เลี้ยงได้รับแต่สิ่งดีๆ และที่สำคัญจะสังเกตเสมอว่าสัตว์เลี้ยงของตัวเองชอบอะไรไม่ชอบอะไร ถ้าชอบอันไหนเป็นพิเศษก็จะจำไว้และจะซื้ออีกบ่อยครั้งในครั้งถัดๆ ไปและยังพบอีกว่าทุกครั้งไปร้านขายของสัตว์เลี้ยงจะมีการซื้อสินค้าชนิดอื่นนอกจากที่เตรียมรายการไป เพราะส่วนมากเวลาที่ไปร้านของสัตว์เลี้ยงจะเดินทั่วร้าน เจอสิ่งใดที่คิดว่าเหมาะกับสัตว์เลี้ยงก็จะซื้อทันที และสิ่งที่เหมือนกันในประเด็นสุดท้ายคือความรู้สึกหลังจากการเลี้ยงสัตว์ ทั้ง 3 กลุ่มให้ความคิดเห็นเหมือนกันว่า หลังจากเลี้ยงสัตว์แล้วรู้สึกที่สัตว์เลี้ยงเป็นเสมือนสมาชิกใน

ครอบครัว รู้สึกรักและผูกพันกับสัตว์เลี้ยง คลายความเหงาและลดความเครียดได้ โดยการเลี้ยงสัตว์สามารถทำให้ผู้เลี้ยงมีความสุข เวลาที่รู้สึกไม่สบายใจก็จะมาเล่นกับสัตว์เลี้ยง จึงส่งผลให้ความเครียดที่มีหายไป เพราะสัตว์เลี้ยงมีแต่ความสดใสให้กับผู้เลี้ยง ไม่มีพิษภัย เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจได้ และในส่วนของความแตกต่างกันของทั้ง 3 กลุ่มพบว่ากลุ่มที่แตกต่างจากอีก 2 กลุ่มมากที่สุดคือ กลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อน โดยในกลุ่มนี้จะมีการพาสัตว์เลี้ยงทำกิจกรรมมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ไม่ว่าจะทั้งจะเป็นการให้บริการร้านสัตว์เลี้ยง อาทิการพาไปอาบน้ำตัดขน การพาสัตว์เลี้ยงไปว่ายน้ำ หรือแม้แต่กระทั่งค่าใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงต่อเดือนยังพบอีกว่ากลุ่มนี้มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนสูงกว่ากลุ่มอื่น ซึ่งมากกว่า 3,000 บาทต่อเดือน และประเด็นที่น่าสนใจที่สุดคือกลุ่มนี้ยังมีความเห็นส่วนใหญ่มากกว่าในอนาคตต้องการที่จะเลี้ยงสัตว์เลี้ยงเพิ่มอีก โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า กลุ่มที่เริ่มจากที่สมาชิกในครอบครัวเลี้ยงมาก่อนจะมีความผูกพันกับสัตว์เลี้ยงมาตั้งแต่แรกเริ่ม ในเวลาที่จะตัดสินใจเลี้ยงเพิ่มก็จะเลี้ยงเลย ไม่ได้มีความกังวลใจใดๆ และเมื่อยังมีสถานะโสดด้วยก็จะยิ่งทุ่มเทกับสัตว์เลี้ยงของตนเอง หวังให้สัตว์เลี้ยงได้แต่สิ่งที่ดีที่สุดที่ตัวเองจะสามารถให้ได้

5.1.3 ผลของการเชื่อมโยงของงานวิจัยเชิงปริมาณและงานวิจัยเชิงคุณภาพ

จากผลการวิจัยในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่ามีบางประเด็นที่เหมือนกันและแตกต่างกัน โดยสิ่งที่เหมือนกันคือสถานะภาพความ โสดส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง โดยกลุ่มคนโสดจะมีการใช้จ่ายใช้สำหรับสัตว์เลี้ยงสูง ในเวลาที่เข้าใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงจะซื้อแต่สิ่งที่ดีมีคุณภาพและสิ่งที่สัตว์เลี้ยงชอบ บ่อยครั้งจะซื้อสิ่งทีนอกเหนือจากที่คิดไว้ตั้งแต่แรก ทำให้การใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงในแต่ละครั้งสูงขึ้น ซึ่งมีความเชื่อมโยงว่าเมื่อเกิดความเครียดสัตว์เลี้ยงจะเป็นสิ่งเยียวยาทำให้รู้สึกดีขึ้น ผู้เลี้ยงจึงทุ่มเทกับสัตว์เลี้ยงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และสิ่งที่แตกต่างกันคือ ในงานวิจัยเชิงปริมาณพบว่าสถานะความโสดไม่ได้ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเหงากับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง แต่ในงานวิจัยเชิงคุณภาพพบว่าสัตว์เลี้ยงช่วยทำให้คลายเหงา ทำให้รู้สึกชีวิตมีชีวิตรื่นรมย์มากขึ้น ผู้เลี้ยงจึงคิดว่าสัตว์เลี้ยงเป็นเสมือนสมาชิกในครอบครัวและยอมทุ่มเทกับสัตว์เลี้ยงในเวลาที่ใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยง

5.2 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัย

5.2.1 การประยุกต์ใช้ทางด้านกลยุทธ์สำหรับธุรกิจ

5.2.1.1 จากผลการวิจัยพบว่าสถานะความ โสด่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเครียดและการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง ซึ่งกลุ่มคน โสดจะมีการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงสูง โดยผู้ประกอบการร้านขายของสัตว์เลี้ยงควรที่จะสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มคน โสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์ในเรื่องของสินค้าสำหรับสัตว์เลี้ยง เนื่องจากกลุ่มคน โสดถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่ในการทำการตลาด เพราะกลุ่มคน โสดมีพฤติกรรมที่ใช้จ่ายง่าย ทุ่มเทให้กับสัตว์เลี้ยงมากกว่ากลุ่มอื่น ต้องทำให้กลุ่มคน โสดรับรู้ว่าร้านนี้มีตัวตนและทำ โปร โมชั่นสำหรับคนกลุ่มนี้ อาจจะ เป็นในเรื่องของโปร โมชั่นเฉพาะกลุ่มคน โสดโดยเฉพาะและต้องมีการสื่อสารและจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างผู้เลี้ยงหรือสัตว์เลี้ยงเพื่อคลายความเครียดให้กับผู้เลี้ยง อีกทั้งยังเป็นการดึงความสนใจและในที่สุดคนกลุ่มนี้ก็จะมาใช้จ่ายในร้านของผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง เช่น การถ่ายภาพคู่กับสัตว์เลี้ยงสุดน่ารักเพื่อชิงรางวัลหรือโปร โมชั่นส่วนลดหากซื้อสินค้าครั้งถัดไป การออกแบบสินค้าและรูปแบบบริการที่มีความเฉพาะกับผู้เลี้ยงและสัตว์เลี้ยง เป็นต้น

5.2.1.2 ทางผู้ประกอบการร้านขายของสัตว์เลี้ยงต้องสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพสินค้าและความหลากหลายของตัวสินค้า เนื่องจากกลุ่มคน โสดมีการคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า ความชอบของสัตว์เลี้ยงและความหลากหลายของสินค้าหากเจอในสิ่งที่คิดว่าสัตว์เลี้ยงของตนเองจะชอบ ด้วยเหตุผลที่ว่าต้องการคัดสรรสิ่งที่ดีที่สุดให้กับสัตว์เลี้ยงเพราะสัตว์เลี้ยงเปรียบเสมือนส่วนหนึ่งของชีวิตหรือสมาชิกในครอบครัว หากผู้ประกอบการสามารถสร้างความเชื่อมั่นได้สำเร็จ กลุ่มคน โสดก็จะเกิดความภักดีในตัวสินค้าและร้านของผู้ประกอบการ ทำให้เกิดการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปไม่สิ้นสุด

5.2.2 การประยุกต์ใช้เชิงวิชาการ

งานวิจัยศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านสัตว์เลี้ยงของกลุ่มคน โสดที่นิยมเลี้ยงสัตว์ รวมถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงของประเทศไทย ซึ่งยังไม่มีผู้วิจัยเรื่องดังกล่าวมาก่อนหน้านี้ อีกทั้งงานวิจัยยังเป็นการเชื่อมโยงทฤษฎีทางจิตวิทยาของกลุ่มผู้บริโภคที่เลี้ยงสัตว์และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการสัตว์เลี้ยงโดยเฉพาะ

5.3 ข้อยกเว้นการวิจัย

5.3.1 วิธีแจกแบบสอบถาม

การเก็บแบบสอบถามเชิงปริมาณได้ทำการแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถกำหนดสัดส่วนประชากรศาสตร์ได้ นั่นคือเรื่องเพศ พบว่าอัตราส่วนเพศชายมีน้อยกว่าเพศหญิงมาก และช่วงอายุของประชากรพบว่าส่วนใหญ่จะอยู่ที่ช่วงอายุ 25-34 ปี ทำให้ข้อมูลที่ได้อาจไม่หลากหลายเท่าที่ควร รวมถึงในส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ทางผู้วิจัยไม่สามารถหากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายได้สัดส่วนพอดีกับเพศหญิง ทำให้ข้อมูลไม่หลากหลายเช่นเดียวกับงานวิจัยเชิงปริมาณ

5.3.2 ขอบเขตประชากร

ประชากรส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำให้เป็นข้อจำกัดที่ไม่สามารถไปอ้างอิงยังกลุ่มประชากรทั้งประเทศไทยได้

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางต่อการศึกษาต่อไปในอนาคตจากผู้วิจัยมีดังนี้

1. ผู้สนใจอาจต้องศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการจำแนกประเภทของกลุ่มคน โสด ซึ่งจากงานวิจัยในครั้งนี้ทางผู้วิจัยไม่ได้จำแนกประเภทคนโสดว่าเป็นคนโสดที่อยู่คนเดียวหรือเป็นคนโสดที่อาศัยอยู่กับครอบครัว เพราะทางผู้วิจัยเล็งเห็นว่าหากแบ่งประเภทกลุ่มคนโสด อาจจะเห็นความแตกต่างกันของผลการวิจัยได้

2. ในการทำงานวิจัยแบบผสมควรที่จะทำงานวิจัยเชิงคุณภาพก่อนงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะทำให้เวลาที่ออกแบบแบบสอบถามมีความสอดคล้องกัน แต่งานวิจัยในครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้ทำการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไปพร้อมๆ กัน ทำให้ผลการวิจัยมีบ้างที่สอดคล้องกันและมีความแตกต่างกัน

3. ในการทำงานวิจัยในครั้งถัดไป ผู้สนใจอาจศึกษาเพิ่มเติมในตัวแปรอื่นๆ นอกเหนือจากความเหงาและความเครียดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์และการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง เนื่องจากในปัจจุบันนี้การเลี้ยงสัตว์ในสังคมไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจจะมีปัจจัยอื่นๆ อีกมากที่ทำให้มนุษย์ตัดสินใจที่จะเลี้ยงสัตว์มากขึ้น

4. ผู้สนใจอาจนำรูปแบบงานวิจัยนี้ไปศึกษาเปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ที่แตกต่างกันออกไป เช่น กลุ่มคนที่แต่งงานแล้วแต่ไม่นิยมมีบุตร หรือกลุ่มความหลากหลายทางเพศที่นิยมเลี้ยงสัตว์ เพราะทั้ง 2 กลุ่มที่ได้ยกตัวอย่างไปนี้มีการเลี้ยงสัตว์เติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับกลุ่มคนโสด

บรรณานุกรม

- ปนัดดา (2560). คน โสค คนเหงา บุกรุรกิจสัตว์เลี้ยง, 9 พฤศจิกายน 2562.
https://www.bottomlineis.co/Business_Bizlife_Animal_Market_Thailand_Single
- ผิง หลี. (2014). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยสัตว์เลี้ยง (Pet Shop) (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ผู้จัดการออนไลน์ (2562). คนไทย “เหงา-ไร้บุตร-สูงวัย” มาก ดันธุรกิจสัตว์เลี้ยงทะลุ 3.5 หมื่นล้าน, 14 กุมภาพันธ์ 2563. <https://mgronline.com/business/detail/9620000044266>
- ภูวดล โกมลรัตนเสถียร. (2561). ธุรกิจสัตว์เลี้ยงบูม ตามเทรนด์สูงอายุ, 9 พฤศจิกายน 2562.
<https://www.posttoday.com/economy/news/540479>
- รัชพล ชนสุขธิสกุล. (2562). ถอดรหัสความเหงา! เมื่อสังคมไทยกำลังเต็มไปด้วยคนรู้สึกโดดเดี่ยว, 14 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.posttoday.com/social/general/589343>
- โรงพยาบาลเปาโล พหลโยธิน. (2563). 5 วิธีจัดการความเครียดง่ายๆ ที่คุณเองก็ทำได้, 14 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.paolohospital.com/thTH/phahol/Article/Details/stress>
- ภัทรศรี ธัญโชติกุล. (2553). แนวทางการพัฒนาตลาดของธุรกิจดูแลสัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขและแมวกรณีศึกษา. จังหวัดภูเก็ต. ปริญญาานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิตสาขาการตลาด, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต: ภูเก็ต.
- วันฤดี สุขสงวน. (2559). การศึกษาความสามารถในการทำกำไรและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 10(20), 223-232.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2562). *สารประชากร มหาวิทยาลัยมหิดล 2562* (รายงานผลการวิจัย). จังหวัดนครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม.
- สำนักบริหารการทะเบียน. (2562). *ประกาศจำนวนประชากรปี 2542 - 2562*, 14 กุมภาพันธ์ 2562. <https://www.bora.dopa.go.th/index.php/th/>
- ศิวพร เทียงธรรมและบุหงา ชัยสุวรรณ. (2561). รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภคกลุ่ม Pet Parents. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิต้า*, 4(2), 61-75

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อัจฉราวรรณ งามญาณ. (2554). อันเนื่องมาแต่สูตรของยามานะ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 34(131)
- Belk, Russel W. (1988), "Possessions and Extended Self". *Journal of Consumer Research* 15 (September), 139-168.
- Boya, U., & Dotson, M., & Hyatt, E. (2012). Dimensions of the dog-human relationship. *A segmentation approach. J Target Meas Anal Mark* 20, 133-143 (2012).
<https://doi.org/10.1057/jt.2012.8>
- Burroughs, James E., & Aric Rindfleisch (2002). Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 348-70.
- Cole, Shawn., & John, Thompson., & Peter, Tufano. (2008). Where Does It Go? Spending by the Financially Constrained. Harvard Business School Working Paper, 08-083.
- Cohen, S. & Williamson, G. (1988). Perceived stress in a probability sample of the United States In: Spacapan S and Oskamp S (eds). *The Social Psychology of Health*. Newbury Park, CA: Sage, 31-67.
- Data infographic. (2562). *EIC Data Infographic: #โสด FeelGood*, 14 กุมภาพันธ์ 2563.
<https://www.scbeic.com/th/detail/product/6102>
- Durante, K., & Laran, J. (2016). The Effect of Stress on Consumer Saving and Spending. *Journal of Marketing Research*. 10.1509/jmr.15.0319.
- Faul, F., & Erdfelder, E., & Buchner, A. (2009). Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses. *Behavior Research Methods* 41, 1149-1160.
- Gardyn, R. (2001). VIPs (very important pets). *American Demographics*, 23(3), 16-16,18. Retrieved from <https://goo.gl/b67T8R>
- Friedmann, E. (1990). The value of pets for health and recovery. In *Pets, Benefits and Practice*, Waltham Symposium 20, ed. I. H. Burger, 8-17.
- Hair, J. F., & Black, W. C., & Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Hama, Y. (2001). Shopping as a coping behavior for stress. *Japanese Psychological Research*.

บรรณานุกรม (ต่อ)

43. 10.1111/1468-5884.00179.
- Hart, L.A. (1995). The Role of Pets in Enhancing Human Wellbeing: Effects for Older People. *Benefits and Responsibilities*. Retrieved from www.deltasociety.org/Document.Doc?id=319
- Henderson, S. (2013). Spending on pets: "Tails" from the Consumer Expenditure Survey. *Beyond the Numbers*, 2(16). Washington, DC: Bureau of Labor Statistics.
- Kim, Y., & Kang, J., & Kim, M. (2005). The relationships among family and social interaction, loneliness, mall shopping motivation, and mall spending of older consumers. *Psychology and Marketing*, 22. 995 - 1015. 10.1002/mar.20095.
- Kristina, M., & Durante & Juliano, Laran. (2016),"The Effect of Stress on Consumer Saving and Spending", in NA - Advances in Consumer Research Volume 44, eds. Page Moreau and Stefano Puntoni, Duluth, MN: *Association for Consumer Research*, 93-97.
- Lazarus, R.S., (1966). *Psychological Stress and the Coping Process*. New York: McGrawHill
- Lazarus, R.S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. New York: Springer
- Lesthaeghe, Ron. (1980). On the Social Control of Human Reproduction. *Population and Development Review*, 6. 527. 10.2307/1972925.
- Marinšek M., & Tušak M. (2007). *Človek – žival: zdravanaveza*. [Human-animal: healthy relation]. Maribor, Slovenia: Založba Pivec
- Marks, S. G., & Koepke, J. E., & Bradley, C. L. (1994). Pet attachment and generativity among young adults. *Journal of Psychology*, 128(6), 641-650. doi:10.1080/00223980.1994.9921292
- Mittal, B. (1989). Measuring purchase decision involvement. *Psychology and Marketing*, 6(2), 147-162.
- Nebbe, L. (2001). The elementary school counselor and the HCAB. In P. Salloto (Ed.), *Pet Assisted Therapy: A Loving Intervention and an Emerging Profession*:
- Paul, E. Cherniack., & Ariella, R. (2014). The Benefit of Pets and Animal-Assisted Therapy to

บรรณานุกรม (ต่อ)

- the Health of Older Individuals. *Hindawi Publishing Corporation Current Gerontology and Geriatrics Research*, 24(1), 1-9.
- Patricia, E. K., & Amanda, J. S., & Ashley, L. C., & Jerry, H. (2011) Effects of Playing Wii on Well-Being in the Elderly: Physical Activity, Loneliness, and Mood, *Activities, Adaptation & Aging*, 35(4), 331-344.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167.
- Powell, L., & Edwards, K.M., & McGreevy, P. (2019). Companion dog acquisition and mental well-being: a community-based three-arm controlled study. *BMC Public Health* 19, 1428. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-7770-5>
- Rice, P. L. (1999). *Stress and Health (2nd ed.)*. California: Brookes/Cole.
- Rynearson, E. (1978). Humans and pet attachment. *Psychiatry*, 133, 550-555.
- Russell, D., & Peplau, L., & Cutrona, C. (1980). The Revised UCLA Loneliness Scale: Concurrent and discriminate validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 472-480.
- Sinha, R. (2001). How Does Stress Increase Risk of Drug Abuse and Relapse? *Psychopharmacology*, 158 (October), 343–359.
- Sobotka, T. (2010). Shifting parenthood to advanced reproductive ages: trends, causes and consequences. In: Tremmel JC (ed). *A Young Generation Under Pressure Berlin-Heidelberg, Germany: Springer-Verlag*, 129 – 154.
- Stallones, L., & Marx, M. B., & Garrity, T. F., & Johnson, T. P. (1990). Pet ownership and attachment in relation to the health of U.S. Adults, 21 to 64 years of age. *Anthrozoos*, 4 (2), 100-112. doi: 10.1159/000081433
- Steven, H. (2013). *Spending on pets: “Tails” from the Consumer Expenditure Survey*, 14 Febuary 2020. <https://www.bls.gov/opub/btn/volume-2/spending-on-pets.htm>
- Techsauce Team. (2561). *ผลวิจัยพบ คนไทยเป็นโรคมากขึ้น เน้นค่าใช้จ่าย 'ซ้อป กิน เที่ยว'*

บรรณานุกรม (ต่อ)

- มากกว่า, 14 กุมภาพันธ์ 2563. <https://techsauce.co/tech-and-biz/being-single-in-thailand-is-more-expensive>
- Techsauce Team. (2561). เทรนด์ *Lonely Market* กำลังมา พร้อมเผย 5 โอกาสทางธุรกิจเอาไว้คนเหงา, 14 กุมภาพันธ์ 2563. <https://techsauce.co/tech-and-biz/5-rising-businesses-serving-lonely-market>
- The MATTER Team. (2560). สัตว์เลี้ยงบำบัด ผ่อนคลายความเหนื่อยล้าด้วยหมาแมวและอื่นๆ, 14 กุมภาพันธ์ 2563. <https://thematter.co/science-tech/pet-is-healing/26003>
- Van Houte, B. A., & Jarvis, P. A. (1995). The role of pets in preadolescent psychosocial development. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 16, 463-479. doi:10.1016/0193-3973(95)90030-6
- Vizek VidoviĆ, V., & VlahoviĆ StetiĆ, V., & Bratko, D. (1999). Pet Ownership, Type of Pet and Socio-emotional Development of School Children. *Anthrozoos*, 12, 211-217. doi: 10.2752/089279399787000129
- Yang, C. (2016). Instagram Use, Loneliness, and Social Comparison Orientation: Interact and Browse on Social Media, But Don't Compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19, 703-708.
- Yasuhisa, H. (2001). Shopping as a coping behavior for stress. *Japanese Psychological Research* 2001, 43(4), 218-224.
- Yongmei, H., & Peicheng, H., & Wanhui, H. (2018). Relationship between Interpersonal Relationship Distress and Pet Attachment: Chain mediating Effects of Coping Style and Loneliness among the Undergraduates. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 246, 420-424.
- Zasloff, R., & Lee, K., & Aline, H. (1994). Loneliness and pet ownership among single women. *Psychological Reports*, 75(2)



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามสำหรับผู้เลี้ยงสัตว์

แบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1:	แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2:	แบบสอบถามเกี่ยวกับความเหงา (Loneliness Scale)
ส่วนที่ 3:	แบบสอบถามเกี่ยวกับความเครียด (Stress Scale)
ส่วนที่ 4:	แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์
ส่วนที่ 5:	แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

คำนิยาม

ความเหงา (Loneliness) หมายถึง สภาวะทางอารมณ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้กับทุกคนโดยมีสาเหตุมาจากการเผชิญสถานการณ์บางขณะ ซึ่งแตกต่างไปจากความต้องการของตนเอง ประกอบกับมีสถานการณ์เข้ามากระตุ้นให้เกิดความรู้สึกเหงา เช่น เพื่อน หรือคนรักไม่มีเวลาให้การขาดผู้รับฟังปัญหา รวมถึงความรู้สึกไม่เป็นหนึ่งเดียวกับสังคม เป็นต้น

ความเครียด (Stress) หมายถึง สภาวะภายในจิตใจบุคคลที่เกิดความรู้สึกกดดัน คุกคาม และวิตกกังวล ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวทางด้านอารมณ์ กระบวนการตัดสินใจและการป้องกันตัวเองความเครียดที่เกี่ยวข้องกับปฏิกิริยาทางร่างกายที่มีต่อสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอก ทั้งที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจ

โสด หมายถึง ผู้ที่ไม่อยู่ในความสัมพันธ์หรือมิได้สมรส

ส่วนที่ 1: แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

1. เพศ
 - ชาย
 - หญิง
2. อายุ
 - ต่ำกว่า 25 ปี
 - 25 – 34 ปี
 - 35 – 44 ปี
 - 45 – 54 ปี
 - 55 ปีขึ้นไป
3. อาชีพ
 - นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา
 - ข้าราชการ
 - พนักงานเอกชน
 - ธุรกิจส่วนตัว
 - ว่างงาน
 - อื่น ๆ (โปรดระบุ)
4. รายได้
 - ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
 - 15,001 – 25,000 บาท
 - 25,001 – 35,000 บาท
 - 35,001 – 45,000 บาท
 - สูงกว่า 45,000 บาท
5. พื้นที่อยู่อาศัย
 - กรุงเทพฯและปริมณฑล
 - ต่างจังหวัด
6. สถานะความโสด
 - โสด
 - ไม่โสด
7. ท่านเลี้ยงสัตว์หรือไม่
 - เลี้ยง
 - ไม่เลี้ยง (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้สึกหงา

คำชี้แจง : กรุณาเลือกระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพียงข้อเดียว

ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
1. ฉันรู้สึกเหมือนไม่มีใครเข้าใจฉันเลย	5	4	3	2	1
2. ฉันกำลังรอคอยให้ใครคนหนึ่งนึกถึงฉัน	5	4	3	2	1
3. ไม่มีใครที่ฉันสามารถพึ่งพาได้	5	4	3	2	1
4. ฉันรู้สึกไม่สนิทสนมกับใครเลย	5	4	3	2	1
5. ความสนใจและความคิดต่าง ๆ ของฉันดูจะ ไม่มีส่วนร่วมกับคนอื่นเลย	5	4	3	2	1
6. ฉันรู้สึกเหมือนถูกทอดทิ้ง	5	4	3	2	1
7. ฉันรู้สึกเหมือนอยู่เพียงลำพัง	5	4	3	2	1
8. ฉันไม่สามารถเข้าถึงหรือสื่อสารกับคนรอบ ข้างได้	5	4	3	2	1
9. ความสัมพันธ์กับคนในสังคมเป็นไปในแบบ ผิวเผิน	5	4	3	2	1
10. ฉันโยยหาใครสักคนที่จะเป็นเพื่อน	5	4	3	2	1
11. ไม่มีใครรู้จักฉันดีพอ	5	4	3	2	1
12. ฉันรู้สึกตัดขาดจากคนอื่น	5	4	3	2	1
13. ฉันไม่มีความสุขเวลาแยกตัวออกมา	5	4	3	2	1
14. เป็นเรื่องยากที่ฉันจะมีเพื่อนสักคน	5	4	3	2	1
15. ฉันรู้สึกถูกกีดกันและปิดกั้นจากคนอื่น ๆ	5	4	3	2	1
16. คนที่อยู่รอบข้างฉันไม่ได้ไปด้วยกันกับฉัน	5	4	3	2	1
17. ฉันรู้สึกไม่มีความสุขในการทำสิ่งต่าง ๆ เพียงลำพัง	5	4	3	2	1
18. ฉันไม่มีใครคุยด้วย	5	4	3	2	1

ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
19. ฉันไม่สามารถทนอยู่เพียงลำพังได้	5	4	3	2	1
20. ฉันรู้สึกขาดเพื่อน	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3 : แบบทดสอบเกี่ยวกับความเครียด

คำชี้แจง : กรุณาเลือกระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพียงข้อเดียว

ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
1. บ่อยครั้งฉันรู้สึกอารมณ์เสียกับเรื่องที่เกิดขึ้น โดยไม่คาดคิด	5	4	3	2	1
2. บ่อยครั้งฉันรู้สึกว่าไม่สามารถควบคุมสิ่งที่มี ความสำคัญในชีวิตได้	5	4	3	2	1
3. บ่อยครั้งฉันรู้สึกกระวนกระวายและเครียด	5	4	3	2	1
4. บ่อยครั้งฉันรู้สึกเชื่อมั่นกับความสามารถในการ แก้ปัญหาส่วนตัวได้	5	4	3	2	1
5. บ่อยครั้งฉันรู้สึกว่าสิ่งต่าง ๆ เป็นไปตามที่ฉัน ต้องการ	5	4	3	2	1

ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
6. บ่อยครั้งฉันพบว่าไม่สามารถเผชิญกับทุกสิ่งที่จะต้องทำได้	5	4	3	2	1
7. บ่อยครั้งฉันสามารถควบคุมสิ่งที่รบกวนชีวิตของ ได้	5	4	3	2	1
8. บ่อยครั้งฉันรู้สึกที่สามารถทำทุกสิ่งทุกอย่าง ได้ ตามที่กำหนด	5	4	3	2	1
9. บ่อยครั้งฉันรู้สึกโกรธเพราะสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่ นอกเหนือการควบคุมของคุณ	5	4	3	2	1
10. บ่อยครั้งฉันรู้สึกว่าความยุ่งยากมีมากจนไม่ สามารถเอาชนะมันได้	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 4: แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์

คำชี้แจง : กรุณาเลือกระดับความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพียงข้อเดียว

ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
1. ฉันมีความสนใจที่จะเลี้ยงสัตว์	5	4	3	2	1

ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉย ๆ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
2. ฉันคิดว่าสัตว์เลี้ยงมีความเหมือนกันกับสัตว์ ทั่วไป	5	4	3	2	1
3. ข้อมูลของสัตว์เลี้ยงแต่ละประเภทมีความสำคัญ ต่อการตัดสินใจเลี้ยงสัตว์	5	4	3	2	1
4. ฉันมีความกังวลถึงผลที่จะตามมาหลังการ ตัดสินใจเลี้ยงสัตว์	5	4	3	2	1
5. สัตว์เลี้ยงมีความสำคัญต่อชีวิตของฉัน	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 5: แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยง

คำชี้แจง : กรุณาตอบคำถามดังต่อไปนี้

ท่านใช้จ่ายสำหรับสัตว์เลี้ยงต่อเดือนเป็นจำนวนเงินเท่าใด (โปรดระบุเป็นตัวเลข)

..... บาท

จบแบบสอบถาม

*

ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

รายละเอียดผลการวิเคราะห์จากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

1. ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของการตัดสใจเลี้ยงสัตว์

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นแสดงตามมาตรวัดต่างๆ ดังนี้

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
De1	4.59	.742	235
Loneliness1	6.5447	6.93630	235
Loneliness2	5.5915	2.85009	235
Stress1	17.9319	5.60788	235
Stress2	10.5745	3.59692	235
Status	.45	.498	235
StatusxLone1	7.1319	9.26507	235
StatusxLone2	2.5872	3.43994	235
StatusxStress1	7.6894	9.35170	235
StatusxStress2	4.4936	5.61315	235

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.130 ^a	.017	.008	.739	.017	2.002	2	232	.137
2	.166 ^b	.028	.011	.738	.011	1270	2	230	.283
3	.172 ^c	.029	.008	.739	.002	.410	1	229	.523
4	.196 ^d	.038	.009	.739	.009	1042	2	227	.354
5	.258 ^e	.067	.029	.731	.028	3.412	2	225	.035

a. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1

b. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1

c. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status

d. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLone2, StatusxLone1

e. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLone2, StatusxLone1, StatusxStress2, StatusxStress1

ANOVA ^f						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.485	2	1.092	2.002	.137 ^a
	Residual	126.598	232	.546		
	Total	128.783	234			
2	Regression	3.567	4	.892	1638	.165 ^b
	Residual	125.216	230	.544		
	Total	128.783	234			
3	Regression	3.791	5	.758	1389	.229 ^c
	Residual	124.992	229	.546		
	Total	128.783	234			
4	Regression	4.928	7	.704	1290	.256 ^d
	Residual	123.855	227	.546		
	Total	128.783	234			
5	Regression	8.574	9	.953	1783	.073 ^e
	Residual	120.209	225	.534		
	Total	128.783	234			
a. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1						
b. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1						
c. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status						
d. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLon2, StatusxLon1						
e. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLon2, StatusxLon1, StatusxSt						
f. Dependent Variable: De1						

Excluded Variables ^g						
Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	Stress1	.055 ^a	.712	.477	.047	.721
	Stress2	-.097 ^a	-1.480	.140	-.097	.983
	Status	.048 ^a	.732	.465	.048	.983
	StatusxLon	.060 ^a	.886	.377	.058	.911
	StatusxLon	.017 ^a	.241	.810	.016	.823
	StatusxStre	.075 ^a	1.141	.255	.075	.981
	StatusxStre	-.037 ^a	-.573	.567	-.038	.995
2	Status	.043 ^b	.640	.523	.042	.955
	StatusxLon	.054 ^b	.781	.436	.052	.889
	StatusxLon	.008 ^b	.111	.912	.007	.791
	StatusxStre	.055 ^b	.824	.411	.054	.936
	StatusxStre	-.012 ^b	-.171	.865	-.011	.924
3	StatusxLon	.085 ^c	.486	.628	.032	.139
	StatusxLon	-.160 ^c	-1.000	.318	-.066	.166
	StatusxStre	.159 ^c	.710	.479	.047	.084
	StatusxStre	-.498 ^c	-2.416	.016	-.158	.097
4	StatusxStre	.196 ^d	.738	.461	.049	.060
	StatusxStre	-.537 ^d	-2.583	.010	-.169	.096
a. Predictors in the Model: (Constant), Loneliness2, Loneliness1						
b. Predictors in the Model: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1						
c. Predictors in the Model: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status						
d. Predictors in the Model: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLon2, StatusxLo						
e. Dependent Variable: De1						

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.406	.134		32.817	.000
	Loneliness1	.015	.008	.144	1.986	.048
	Loneliness	-.012	.019	-.047	-.651	.515
2	(Constant)	4.531	.220		20.573	.000
	Loneliness1	.015	.009	.137	1.700	.090
	Loneliness	-.015	.019	-.059	-.808	.420
	Stress1	.006	.010	.046	.597	.551
	Stress2	-.019	.014	-.094	-1.425	.156
3	(Constant)	4.481	.234		19.171	.000
	Loneliness1	.015	.009	.139	1.722	.086
	Loneliness	-.017	.019	-.065	-.878	.381
	Stress1	.007	.010	.052	.669	.504
	Stress2	-.018	.014	-.088	-1.330	.185
	Status	.064	.099	.043	.640	.523
4	(Constant)	4.517	.259		17.425	.000
	Loneliness1	.008	.011	.072	.687	.493
	Loneliness	.007	.026	.026	.262	.794
	Stress1	.005	.010	.041	.533	.594
	Stress2	-.020	.014	-.096	-1.442	.151
	Status	.087	.270	.059	.323	.747
	StatusxLon	.016	.016	.203	1.041	.299
	StatusxLon	-.052	.038	-.243	-1.359	.175
5	(Constant)	4.265	.293		14.535	.000
	Loneliness1	.008	.011	.076	.709	.479
	Loneliness	.009	.026	.033	.329	.742
	Stress1	-.003	.014	-.021	-.201	.841
	Stress2	.016	.019	.075	.807	.421
	Status	.672	.454	.451	1.478	.141
	StatusxLon	.018	.017	.229	1.051	.294
	StatusxLon	-.060	.039	-.280	-1.570	.118
	StatusxStre	.009	.021	.110	.418	.677
	StatusxStre	-.069	.028	-.525	-2.503	.013

a. Dependent Variable: De1

2. ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของการใช้จ่ายเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นแสดงตามมาตรวัดต่างๆ ดังนี้

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Purchase	3425.74	2983.764	235
Loneliness1	16.5447	6.93630	235
Loneliness2	5.5915	2.85009	235
Stress1	17.9319	5.60788	235
Stress2	10.5745	3.59692	235
Status	.45	.498	235
StatusxLone1	7.1319	9.26507	235
StatusxLone2	2.5872	3.43994	235
StatusxStress1	7.6894	9.35170	235
StatusxStress2	4.4936	5.61315	235

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.082 ^a	.007	-.002	2986.577	.007	.780	2	232	.460
2	.137 ^b	.019	.002	2981.379	.012	1405	2	230	.248
3	.138 ^c	.019	-.002	2987.294	.000	.090	1	229	.764
4	.174 ^d	.030	.000	2983.177	.011	1316	2	227	.270
5	.207 ^e	.043	.004	2977.210	.012	1455	2	225	.235

a. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1

b. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1

c. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status

d. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLone2, StatusxLone1

e. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLone2, StatusxLone1, StatusxStress2, StatusxStress1

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13910010.134	2	6955005.067	.780	.460 ^a
	Residual	2069356734.547	232	8919641.097		
	Total	2083266744.681	234			
2	Regression	38883617.886	4	9720904.471	1.094	.360 ^b
	Residual	2044383126.795	230	8888622.290		
	Total	2083266744.681	234			
3	Regression	39687796.716	5	7937559.343	.889	.489 ^c
	Residual	2043578947.965	229	8923925.537		
	Total	2083266744.681	234			
4	Regression	63115742.705	7	9016534.672	10.13	.423 ^d
	Residual	2020151001.976	227	8899343.621		
	Total	2083266744.681	234			
5	Regression	88916851.188	9	9879650.132	1.115	.353 ^e
	Residual	1994349893.493	225	8863777.304		
	Total	2083266744.681	234			
a. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1						
b. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1						
c. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status						
d. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLone2, StatusxLone1						
e. Predictors: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLone2, StatusxLone1, StatusxStress2, StatusxStress1						
f. Dependent Variable: Purchase						

Excluded Variables ^e						
Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	Stress1	-.10 ^a	-1435	.153	-.094	.721
	Stress2	.065 ^a	.978	.329	.064	.983
	Status	.023 ^a	.343	.732	.023	.983
	StatusxLone	.049 ^a	.714	.476	.047	.911
	StatusxLone	.003 ^a	.037	.970	.002	.823
	StatusxStres	.031 ^f	.468	.640	.031	.981
	StatusxStres	.058 ^a	.887	.376	.058	.995
2	Status	.020 ^b	.300	.764	.020	.955
	StatusxLone	.049 ^b	.705	.482	.047	.889
	StatusxLone	.000 ^b	-.005	.996	.000	.791
	StatusxStres	.055 ^b	.814	.416	.054	.936
	StatusxStres	.033 ^b	.478	.633	.032	.924
3	StatusxLone	.191 ^f	1086	.279	.072	.139
	StatusxLone	-.095 ^e	-593	.554	-.039	.166
	StatusxStres	.397 ^e	1765	.079	.116	.084
	StatusxStres	.125 ^e	.595	.552	.039	.097
4	StatusxStres	.422 ^d	1594	.112	.105	.060
	StatusxStres	.085 ^d	.401	.689	.027	.096
a. Predictors in the Model: (Constant), Loneliness2, Loneliness 1						
b. Predictors in the Model: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1						
c. Predictors in the Model: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status						
d. Predictors in the Model: (Constant), Loneliness2, Loneliness1, Stress2, Stress1, Status, StatusxLone2, StatusxLone1						
e. Dependent Variable: Purchase						

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
5	(Constant)	5087.238	1195.089		4.257	.000
	Loneliness1	-5.179	46.648	-.012	-.111	.912
	Loneliness2	42.419	105.263	.041	.403	.687
	Stress1	-116.370	55.207	-.219	-2.108	.036
	Stress2	27.937	78.434	.034	.356	.722
	Status	-2544.088	1851.056	-.425	-1.374	.171
	StatusxLone	39.630	70.981	.123	.558	.577
	StatusxLone	-219.051	156.887	-.253	-1.396	.164
	StatusxStres	141.498	85.341	.443	1.658	.099
	StatusxStres	69.237	112.963	.130	.613	.541

a. Dependent Variable: Purchase

