

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้สูงอายุ
ในเขตประเวศ

FACTORS AFFECTING THE SELECTION OF SERVICES PROVIDED BY
NURSING HOME FOR THE ELDERLY IN
KHET PRAWET

จัทมานณี สายยี่ด

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Jutamaneer Saiyeud

Email: i.jutamaneer@gmail.com

Department of Marketing, Faculty of Business Administration,

Ramkhamhaeng University, Thailand.

Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้สูงอายุในเขตประเวศ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้สูงอายุในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในพื้นที่เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จะเป็นเพศหญิง 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.0 สถานภาพโสด 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 อยู่ในช่วงอายุ 25 – 35 ปี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8

การศึกษาในระดับปริญญาตรี 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 อาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 25,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 มีจำนวนสมาชิกครอบครัว 3-4 คน จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 มีผู้สูงอายุที่ต้องรับผิชอบส่วนใหญ่มีจำนวน ผู้สูงอายุที่ต้องรับผิชอบผู้สูงอายุ 1 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 54.3 ผู้สูงอายุที่รับผิชอบของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ ภายใต้ดูแลของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 มากที่สุด ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานบริบาลผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่จะรู้จักธุรกิจ ให้บริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ซึ่งส่วนใหญ่ที่รู้จักจะรู้จักจากสื่อที่เป็นการโฆษณา จากปัจจัยลักษณะผู้ซื้อพบว่าผู้ประเมินส่วนใหญ่มี ความเห็นว่า อันดับแรกคือตัวท่านเอง ด้านบุคคลต้องการที่พัก ที่มีคนดูแล ปัจจัยด้านจิตวิทยา อันดับแรกท่านจะเดินทางไปดู สถานที่ต่างๆแล้วเลือกที่ท่านชอบ การวิเคราะห์ปัจจัยการตลาดบริการและกระบวนการตัดสินใจในการเลือกใช้ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุโดยรวมระดับ ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดในทุกๆด้าน

คำสำคัญ : สถานบริบาลผู้สูงอายุ, ปัจจัยด้านการตลาดบริการ, กระบวนการตัดสินใจ

ABSTRACT

This research study The objectives are (1) to study the factors that influence the decision to use the elderly in Prawet District (2) to study the demographic factors that influence the decision to use the elderly in Prawet District, Bangkok (3) To study marketing mix factors which influence the decision to choose elderly care services in Prawet Bangkok.

The sample group used in this research is the population in Prawet area. Bangkok, 400 people by using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation The results show that A total of 400 respondents will be 244 female, accounting for 61.0 percent. Single status 235 people, accounting for 58.8 percent. In the age range 25 - 35 years, 203 people, representing 50.8%, studying at the bachelor degree, 286 people accounting for 71.5%, 138 private businesses /

business owners, accounting for 34.5%, with monthly income of 10,000 - 25,000 baht, 105 people, representing 26.3%. There are 185 family members, 3-4 people, representing 46.3%. There are elderly people who are responsible. Elderly who are liable, 1 elderly is 54.3%. The elderly who are responsible for most of the respondents are Under the supervision of 157 respondents, accounting for 39.3%, the most. The understanding of the nursing home Most are familiar with business. Providing services for the elderly Most of which are known to be known from advertising media. From the characteristics of the buyer, it is found that most assessors think that first you are yourself. Personally, need accommodation with psychological factors. First, you will travel to see Various locations and choose the one you like Analysis of service market factors and selection decision processes affecting the decision to use services for the elderly in general, at the level of Importance is at the highest level in all aspects.

Keywords : Nursing home, Marketing mix (7Ps), Decision behavior

บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาจะพบว่า จำนวนประชากรสูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วกลายเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก สะท้อนให้เห็นว่าโลกในปัจจุบันได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรในปัจจุบัน กลายเป็นประเด็นสำคัญที่นักประชากรศาสตร์ ผู้บริหารนโยบาย ผู้นำระดับภูมิภาค หรือ ระดับชาติ รวมถึงนักการตลาดทั่วโลกต้องจับตามอง เนื่องจากภาวะผู้สูงอายุนั้นไม่เพียงแต่ ส่งผลกระทบต่อตัวบุคคลหรือภายในครอบครัวเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบในวงกว้างไปจนถึง ระดับประเทศและระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นกับภาคเศรษฐกิจ (รติมา คชนันท์, 2561) ทั้งนี้ ประเทศไทยจึงได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และคาดการณ์ว่าจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ และสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด ในปี พ.ศ. 2564 และปี พ.ศ. 2578ตามลำดับ หากสังเกตจะพบว่า ประเทศไทยใช้เวลาในการก้าวเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์เพียงแค่ 20 กว่าปีเท่านั้น ซึ่งถือว่าใช้นเวลาน้อยมาก ในขณะที่กลุ่ม ประเทศที่เผชิญปัญหาสังคมผู้สูงอายุลำดับแรก ๆ นั้นมักเป็นกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว และใช้ เวลาในการเปลี่ยนผ่านค่อนข้างมาก อาทิ ฝรั่งเศสใช้เวลา 115 ปี สวีเดน 85 ปี ออสเตรเลีย 73 ปี สหรัฐอเมริกา 69 ปี เป็นต้น ทำให้ประเทศ

เหล่านี้มีเวลาในการเตรียมตัว ปรับโครงสร้างทาง เศรษฐกิจและสังคมเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ อย่างเพียงพอ ขณะที่ประเทศกลุ่มที่สองที่กำลัง ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์กลับเป็น ประเทศที่กำลังพัฒนาอย่าง ประเทศไทย ซิลิ จีน หรือสิงคโปร์ที่ใช้เวลาในการเปลี่ยนผ่านเพียง ประมาณ 20 กว่าปี (ชมพูนุท พรหมภักดี, 2556) ซึ่งถือว่าน้อยมากสำหรับการเตรียมตัวรับมือการ เปลี่ยนแปลงในระดับมหภาคที่กำลังจะเกิดขึ้นกับประเทศไทยสำหรับการรับมือกับสังคม ผู้สูงอายุ

สถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุถือว่าเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตมากขึ้นเนื่องจาก ประชากร ผู้สูงอายุมิมากขึ้น บางแห่งลงทุนเปิดเป็นโรงเรียนสอน เพื่อผลิตบุคลากรให้มีความรู้ใน การบริการผู้สูงอายุ เริ่มต้นหลักการดูแลผู้สูงอายุความรู้พื้นฐานการพยาบาลและการแพทย์การ ช่วยเหลือผู้ป่วยฉุกเฉิน การกายภาพบำบัด แต่การบริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุถึงมีมากขึ้น แต่ก็ยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากปริมาณของผู้สูงอายุในประเทศเรามีการเพิ่ม จำนวนมากขึ้นในๆทุกปี เหตุผลส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการอันดับแรกเพราะไม่มีเวลา อันดับสอง ไม่มีความรู้ความชำนาญในการดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในระยะพักฟื้น โดยเฉพาะกรณีป่วย เป็นโรค หรือเป็นอัมพาต ต้องให้อาหารผ่านทางสายยาง บางหลายคิดเครื่องช่วยหายใจติดตัวหลังจาก ออกจากโรงพยาบาล ถึงเวลาที่แพทย์อนุญาตให้กลับมาพักอาศัยที่บ้าน บุตรหลานหรือญาติก็ยังไม่มีความชำนาญ ความพร้อม อุปกรณ์พอที่จะสามารถดูแลผู้สูงอายุได้

ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มการใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุเพิ่ม มากขึ้น เนื่องจากสถานะสังคมของคนกรุงเทพฯในปัจจุบันมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่เร่งรีบ ประชาชนต่าง ต้องมีความรับผิดชอบภายในหน้าที่การงานภายนอกบ้านอาจทำให้การดูแลเอาใจ ใส้ผู้สูงอายุลดน้อยลง ผู้สูงอายุบางท่านต้องมีการใส่ใจในโรคต่างๆที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุในเรื่อง การดูแลสุขภาพและเรื่องอาหาร สภาพจิตใจ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์สถานบริบาลผู้สูงอายุที่ จะเป็นทางออกสำหรับหลาย ครอบครัว ซึ่งเป็นสถานที่เปิดให้บริการแก่ ตัวผู้สูงอายุจาก แนวโน้มดังกล่าวผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มการใช้สถานบริบาล ผู้สูงอายุ มากขึ้น (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2552) ทำให้สถานบริบาล ดูแลผู้สูงอายุ ที่เปิดให้บริการในกรุงเทพมหานครมากที่สุด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า , 2552)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถาน บริบาลดูแลผู้สูงอายุในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ซึ่งสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุส่วนใหญ่ มี กลุ่มเป้าหมายทาง การตลาดกลุ่มเดียวกัน ดังนั้นจึงเกิดการเปรียบเทียบซึ่งในหลายปัจจัยโดยมี

ปัจจัยต่างเข้ามา ไม่ว่าจะเป็น ผู้ประกอบการที่วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด หรือครอบครัวของผู้สูงอายุที่มีการตัดสินใจให้ หรือผู้สูงอายุเอง ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุงานวิจัยชิ้นนี้ จึงทำขึ้นมา เพื่อศึกษาอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร อะไรที่ทำให้ผู้สูงอายุตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลในแต่ละที่ที่มีต่างกันไป โดยศึกษาจาก ครอบครัวว่าส่วนใหญ่ต้องการอะไร และผู้สูงอายุต้องการ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง การให้บริการของศูนย์บริบาลผู้สูงอายุ ให้มีคุณภาพ และประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ความต้องการของผู้ใช้บริการ การขยายกิจการของผู้วิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขต ประเวศ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาลักษณะผู้ซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุ ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ศึกษาเกี่ยวกับการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุเพื่อทราบถึงการให้บริการและการตลาด ในการให้ความสนใจแก่ตัวผู้สูงอายุเพื่อเป็นประโยชน์ผู้สนใจเปิดกิจการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุ
2. ศึกษาเกี่ยวกับผู้สูงอายุเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครเพื่อเป็นประโยชน์แก่สถานบริบาล ใน ปัจจุบันว่าผู้สูงอายุในปัจจุบันมีความคิดเห็นและความสนใจอย่างไรในตัวสถานสถาน บริบาล
3. ศึกษาเกี่ยวกับครอบครัวผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานบริบาลเพื่อเป็นประโยชน์แก่สถาน บริบาลในปัจจุบันเพื่อทราบถึงมุมมองในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุ

4. ทราบถึงความคิดเห็นของผู้ดูแลสูงอายุที่อาศัยในเขตประเวศ กรุงเทพมหานครว่าส่วนใหญ่มีความคิด ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลเพราะอะไร และต้องการให้สถาน บริบาลดูแลผู้สูงอายุ มีรูปแบบการบริการเช่นใด

5. เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาและพัฒนาสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุเพื่อตอบสนอง ความต้องการของผู้สูงอายุในปัจจุบันและอนาคต

ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย คือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ บุตรหลานของผู้สูงอายุ ทั้งชายและหญิง ผู้ดูแลผู้สูงอายุ หรือผู้เกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกสถานบริบาลที่อยู่ในเขต ประเวศ

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริบาล ดูแลผู้สูงอายุในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร เนื้อหาที่ทำการศึกษาค้นคว้าได้แก่ ปัจจัยลักษณะ ประชากรศาสตร์ การตลาดบริการ ลักษณะผู้ซื้อ และการตัดสินใจเลือก

3. ขอบเขตด้านเวลา

ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาในช่วงเดือน กันยายน 2562 ถึงเดือน พฤศจิกายน 2562

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีผู้สูงอายุ
2. สถานการณ์ผู้สูงอายุในปัจจุบัน
3. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุ
4. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนปัจจัยการตลาดบริการ
6. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
7. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทฤษฎีลักษณะผู้ซื้อ
8. ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

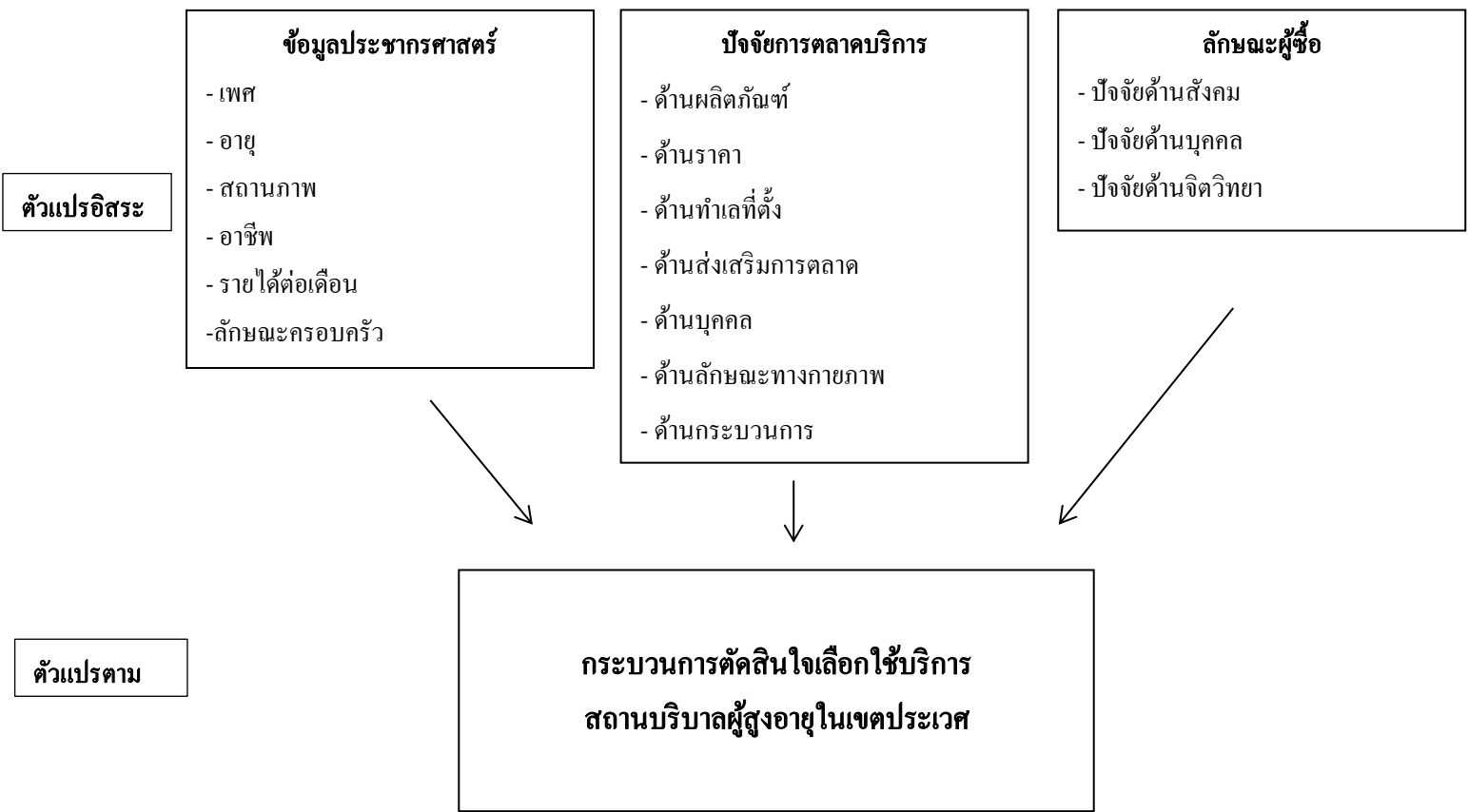
ศิริพันธุ์ สาสัตย์ (2552) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการปฏิบัติการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวในสถานบริการในประเทศไทย และผลการวิจัยพบว่า สถานบริการมีระบบรักษาความปลอดภัย การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ จัดสวนปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นและตกแต่งทาสีอาคารให้มีสภาพดีขึ้น เพื่อให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีสุขภาพทางกาย และสุขภาพทางใจที่ดีขึ้นเหมาะสำหรับการดูแลผู้สูงอายุ ด้วยบรรยากาศที่อบอุ่นและปลอดภัยเหมือนบ้าน

ชุตินา บุญทบ (2554) ศึกษาความต้องการสถานบริการของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่พบว่าพักอยู่กับคู่สมรสไม่มีบุตร เป็นบ้านเดี่ยว ดูแลสุขภาพด้วยการเดิน ปัญหาที่พ้ออาศัยคือไม่สะดวกในการเดินทางคมนาคม จึงมีความต้องการสถานบริการของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ โดยรวมมีความต้องการเรียบลำดับได้ดังนี้ คือ ด้านสภาพแวดล้อมที่พ้ออาศัย รองลงมาคือด้านบริการสาธารณสุขปโภค ด้านบริการภายในสถานบริการ และด้านอาคารที่พ้ออาศัย

จิตติรายี นະวาระ และ นิตนา ฐานิตชนกร (2554) เรื่อง “การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิจัย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด เป็นเครื่องมือในการ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สูงอายุจำนวน 400 คนทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปใน เขตกรุงเทพมหานคร และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุด ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และ ด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้าน กระบวนการให้บริการ

สกลชัย สุมนานุสรณ์ (2557) ศึกษาความต้องการรูปแบบที่พักอาศัยและสิ่งแวดล้อมทางกายภาพบริเวณรอบที่พักอาศัยสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ โดยปัจจัยการตัดสินใจซื้อพบว่าผู้สูงอายุมีขั้นตอนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล ข่าวสาร การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการศึกษาสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดการกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ โดยการใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยการใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

2. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ บุคคลที่อยู่ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ใน การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามถูกแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับ ลักษณะ ปัจจัยด้านประชากร

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสถานบริบาลผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะผู้ซื้อ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เลือกลงใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุ ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 5 กระบวนการตัดสินใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกลงใช้สถานบริบาล ผู้สูงอายุ ในเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร

4. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การศึกษาค้นคว้าข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ และผลงานที่เกี่ยวข้องกับตัว แปรกระบวนการตัดสินใจ ปัจจัยด้านประชากร และส่วนประสมทางการตลาด

2. สร้างแบบสอบถามโดยอาศัยกรอบแนวคิดที่ เกี่ยวกับการพฤติกรรม การตัดสินใจ ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้สูงอายุ

3. จัดทำร่างแบบสอบถาม ประกอบด้วยโครงสร้าง 5 ส่วน

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงและความ เหมาะสมของแบบสอบถาม และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะต่อที่ปรึกษางานวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้าย คลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนแล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของ แบบสอบถามทั้งฉบับด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค(Cronbach's Alpha coefficient)

6. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเชื่อมั่นไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

5.การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่มีการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนิน โดยทำแบบสอบถามออนไลน์ กลับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบสะดวก หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้ว นำข้อมูล ที่ได้วิเคราะห์คำนวณผล โดยการใชโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ตัวแปร ด้านปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน

1.2 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้การวิเคราะห์ ตัวแปร ด้านปัจจัยการตลาดบริการ และกระบวนการตัดสินใจ

สรุปผล

สรุปผลวิเคราะห์ด้านปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากผลการวิเคราะห์ ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่ จะเป็นเพศหญิง 244 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.0 สถานภาพโสด 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 อยู่ในช่วงอายุ 25 –35 ปี จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 การศึกษาในระดับปริญญาตรี 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 อาชีพธุรกิจ ส่วนตัว/เจ้าของกิจการ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 25,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 มี จำนวนสมาชิกครอบครัว 3-4 คน จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 มีผู้สูงอายุที่ต้องรับผิดชอบส่วนใหญ่มีจำนวน ผู้สูงอายุที่ต้องรับผิดชอบ ผู้สูงอายุ 1 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 54.3 ผู้สูงอายุที่รับผิดชอบของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ ภายใต้อายุของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 มากที่สุด

สรุปผลวิเคราะห์เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับสถานบริบาลผู้สูงอายุ

การวิเคราะห์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานบริบาลผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่จะรู้จักธุรกิจ ให้บริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ซึ่งส่วนใหญ่ที่รู้จักจะรู้จักจากสื่อที่เป็นการโฆษณา ซึ่งความคิดเห็น ต่อลักษณะที่จำเป็นในการให้บริการเกี่ยวกับธุรกิจให้บริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุที่เรียกว่า สถาน บริบาลผู้สูงอายุ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในทุกด้านโดยให้ความสำคัญในเรื่องของการ ให้บริการพยาบาล หรือผู้เชี่ยวชาญดูแลผู้ป่วย ผู้คนชรา ดูแลที่บ้าน มากที่สุด ส่วนบริการที่ควรมี มากที่สุดภายในสถานบริบาลผู้สูงอายุ นอกเหนือจากการมีทีมแพทย์และพยาบาลวิชาชีพดูแล

สรุปผลวิเคราะห์ด้านลักษณะผู้ซื้อ

- 1.ด้านสังคมข้อที่ 1 ท่านคิดว่าใครเป็นผู้มีอิทธิพลทำให้ผู้สูงอายุ(60 ปีขึ้นไป) ในเขต กรุงเทพมหานครตัดสินใจใช้บริการสถานบริบาลโดยผู้ประเมินส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า อันดับแรกคือ ตัวท่านเองจำนวน
- 2.ด้านสังคมข้อที่ 2 ท่านคิดว่าถ้าท่านจะพาผู้สูงอายุไปใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแห่งหนึ่ง ท่านจะเลือกตามประเภทใดโดยผู้ประเมินส่วนใหญ่มีความเห็นว่า อันดับแรกคือ เลือกเลือกใช้ สถานที่ที่มีการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข
- 3.ด้านสังคมข้อที่ 3 ท่านคิดว่าสถานบริบาลที่มีราคาสูง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ น่าจะเป็นผู้มีฐานะ และการศึกษาโดยผู้ประเมินส่วนใหญ่มีความเห็นว่า อันดับแรกคือ ไม่เห็นด้วยเพราะราคาสูงบ่งบอกถึงคุณภาพของสถานบริบาลไม่ใช่ตัวบุคคล
- 4.ด้านบุคคลข้อที่ 1 ถ้าท่านต้องการเลือกใช้สถานบริบาลให้กับผู้สูงอายุในความดูแลของท่านจะเลือก เพราะอะไร โดยผู้ ประเมินส่วนใหญ่มีความเห็นว่า อันดับแรกคือ มีอาการเจ็บป่วยหรือโรคภัยที่ต้องดูแลอย่างใกล้ชิด
- 5.ด้านบุคคลข้อที่ 2 ท่านคิดว่าถ้าท่านต้องการเลือกสถานบริบาลหนึ่งแห่งท่านจะตัดสินใจเลือกที่แห่งนั้นเพราะ อะไรจากสิ่งเหล่านี้ โดยผู้ประเมินส่วนใหญ่มีความเห็นว่า อันดับแรกคือ สถาน บริบาลมีการรักษาที่ครบวงจร เช่น กายภาพบำบัด กิจกรรมบำบัด
- 6.ด้านบุคคลข้อที่ 3 ท่านคิดว่าถ้าท่านต้องการเลือกสถานบริบาลผู้สูงอายุท่านจะเลือกดูสิ่งใดเป็น อันดับแรกของ สถานบริบาล โดยผู้ประเมินส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า อันดับแรก คือ ราคาของสถานบริบาล

7.ด้านจิตวิทยาข้อที่ 1 ท่านคิดว่าถ้าท่านจะเลือกใช้บริการสถานบาล 1 แห่งในกรุงเทพมหานคร อะไรเป็นเหตุผลให้ท่านเลือกที่แห่งนั้น โดยผู้ประเมินส่วนใหญ่มีความเห็นว่า อันดับแรก ท่านจะเดินทางไปดู สถานที่อื่นๆแล้วเลือกที่ท่านชอบ

8.ด้านจิตวิทยาข้อที่ 2 คือท่านคิดว่าผู้สูงอายุมีเหตุผลใดที่เลือกใช้บริการ โดยผู้ประเมินส่วนใหญ่มีความเห็นว่าต้องการหาที่พักผ่อน และความสุขให้กับชีวิต

9.ด้านจิตวิทยาข้อที่ 3 คือท่านคิดว่าอะไรเป็นสิ่งจูงใจให้ผู้สูงอายุหรือท่านเลือกใช้บริการสถานบริหาร โดยผู้ประเมินส่วนใหญ่มีความเห็นคือ สถานบริหารมีการฟื้นฟูสุขภาพร่างกายและจิตใจ โดยยึดหลักองค์

สรุปผลวิเคราะห์ด้านปัจจัยการตลาดบริการ

การวิเคราะห์ปัจจัยการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริหารโดยรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับการใช้ปัจจัยการตลาดบริการในทุกๆด้าน

สรุปผลวิเคราะห์ด้านกระบวนการตัดสินใจ

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริหารโดยรวมระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดกับการใช้การตัดสินใจในทุกหัวของกระบวนการตัดสินใจ

ส่วนที่ 2 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถานบริหารผู้สูงอายุ ในเขตประเวศกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ ผลการศึกษาที่สรุปว่า ปัจจัยการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกายภาพ ด้านการบริการ และด้านบุคลากร/พนักงาน มีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ ผล ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับ

ผลการศึกษาของ นาฏริชา จ้อยปาน (2558) เรื่อง “การศึกษาโครงการ จัดตั้งธุรกิจ คอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงอายุ” ผลการวิจัยพบว่า การให้ระดับความสำคัญกับส่วนประสม ทาง การตลาด ด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะ ภายนอก ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีผลต่อ การ ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการให้กับผู้สูงอายุ ความมีชื่อเสียงของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มี แพทย์และพยาบาล ให้บริการตลอด จำนวนผู้เข้ารับบริการ ไม่มากจำกัดความแออัดของสถานที่ ราคาที่มีความเหมาะสม และความคุ้มค่าโดยต้องมีรายละเอียดที่ชัดเจน สถานที่ที่มีความสะดวก เหมาะสมกับผู้ให้บริการ การ ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ หรือการมีพนักงานคอยแนะนำศูนย์ มีอุปกรณ์ที่ทันสมัย บรรยากาศร่มรื่น มีระบบการทำงานมีความชำนาญ ถูกต้อง และการเอาใจ ใส่ผู้ที่เข้ารับบริการด้วยอัธยาศัยดี ซึ่งส่วน ประสมทางการตลาดที่เหมาะสมและสอดคล้องกัน ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุ

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วาทีณี บุญชะลัทธิ และยุพินวรสิริอมร (2538) เรื่อง “ภาคเอกชนกับการให้บริการสุขภาพและการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า ราคา จะแตกต่างกันไปขึ้นกับอาการของโรคและประเภทของโรงพยาบาลที่ไปรับการรักษา และเมื่อ ถามผู้สูงอายุถึงความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับค่าบริการที่เสียไปกับบริการที่ได้รับพบว่า ส่วนใหญ่ตอบว่าคุ้ม ทั้งนี้เพราะผู้สูงอายุเห็นว่าตนเองสุขภาพดีขึ้น ได้รับการบริการและการดูแล เอาใจใส่ที่ดี มีแพทย์ที่เป็นเชี่ยวชาญให้การดูแลอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ราคาที่มีความเหมาะสมและความ คุ้มค่ากับการบริการ มีรายละเอียดที่ชัดเจนสามารถส่งผลให้ เกิดการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ ศูนย์เนอร์สซิ่งโฮมให้กับผู้สูงอายุ

2. กระบวนการตัดสินใจมีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุ ผลการศึกษาที่สรุปว่า กระบวนการตัดสินใจด้านการตระหนักรู้ถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจ ด้านการตัดสินใจซื้อ และ ด้าน พฤติกรรมหลังการซื้อ มีความสัมพันธ์ต่อระดับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการบริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อของ

ผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552) ซึ่งมีขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีกระบวนการ 5 ขั้นตอนได้แก่ 1.การรับรู้ความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา 2.การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินทางเลือกก่อนการตัดสินใจซื้อ 4.การตัดสินใจซื้อ 5.พฤติกรรมหลังจากการซื้อ ธุรกิจจำเป็นต้องกระตุ้นในลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงความต้องการ จนเกิดการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่มีความสนใจจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และทำการ ประเมินผลทางเลือกโดยการพิจารณาเปรียบเทียบเลือกผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณสมบัติตาม ความต้องการ หลังจากที ประเมินทางเลือกเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยตัดสินใจซื้อในผลิตภัณฑ์ และตรายี่ห้อที่มีความชอบหรือพึงพอใจมากที่สุด ความรู้สึกภายหลังจากการซื้อหรือการได้ทดลอง ผู้บริโภคจะมีความประทับใจของความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ถ้าพอใจและมีการซื้อซ้ำ ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติต่ำกว่าที่คาดหวัง เขาจะไม่พอใจและไม่ซื้ออีก

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2555). **เร่งผลักดันธุรกิจบริการผู้สูงอายุสู่มาตรฐานสากล รองรับ**

Trend โลก. เข้าถึงเมื่อ 02 ตุลาคม 2562. เข้าถึงได้จาก

<http://newsletter.dbd.go.th/view.php?id=1109>

จักรพงษ์ สุขพันธ์. (2559). **ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อช่องการจัดจำหน่ายผัก**

อินทรีย์. การประชุมวิชาการระดับชาติ, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

ชยุต รัชตะวรรณ. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการ**

ดูแลผู้สูงอายุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ ,มหาวิทยาลัยบูรพา .

ชุติมา บุญสมทบ. (2554). **ความต้องการสถานบริการของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัด**

กระบี่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย ราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ชมพูนุท พรหมภักดี. (2556). **การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย (Aging society in Thailand)**. สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 3(16), 1-19.

จิตาธิษั นະวาระและนิตนา ฐานิตชนกร. (2557). **การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร**. เอกสารการประชุม วิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (29 กรกฎาคม 2554)

ทรรศวรรณ จันทรสาข. (2557). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจลงทุนในกองทุนรวม RMF และ LTF กับ บลจ.บัวหลวง: กรณีศึกษาลูกค้าที่ลงทุนผ่านธนาคารกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยชั้น.

นาฏริษา จ้อยปาน. (2558). **การศึกษาเรื่อง โครงการจัดตั้งธุรกิจคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงวัย**. ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิตและการผลิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Sanyasayan. (2018). **Active aging design sangkom “karuna” phu sung wai plod phara su okart**. เรียกใช้เมื่อ 12 October 2019 จาก<https://www.realinspire.com/2018/active-aging-thailand/>

United Nations Population Fund. (2012). **Ageing in the twenty-first century: A celebration and a challenge**. New York: Author

United Nation. (2015). **World populations ageing 2015**. New York: Author.