

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานคร*

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE THE NURSING HOME
FOR THE ELDERLY IN BANGKOK

ปัทมานันท์ เขมพิพิศน์

Pathamananth Khempipisch

ปาไลดา ศรีสรณ์กำพล

Palida Srisornkompon

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Panyapiwat Institute of Management, Thailand.

E-mail: sahapat.in@bsru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้งหมด 7 ด้าน (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ตัวอย่างประชากรที่ใช้ศึกษาจำนวน 400 คน คือ ผู้เคยใช้บริการหรือผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ด้านอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 40-49 ปี ด้านวุฒิการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ด้าน อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ด้านระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 35,001-45,000 บาท ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ 2 ประการ คือ ประการแรก ปัจจัย ส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุ ประการที่สอง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้งหมด 7 ด้าน (7Ps) ที่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ คือ ส่วนประสมทางการบริการหรือผลิตภัณฑ์ ส่วน ประสมทางราคา ส่วนประสมทางช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนประสมทางพนักงาน และส่วนประสม ทางกระบวนการให้บริการ ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด และส่วนประสมทางลักษณะกายภาพ ไม่ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

* Received: 2 August 2022; Revised: 24 August 2022; Accepted: 28 August 2022

คำสำคัญ: ปัจจัยการตลาด, สถานบริการผู้สูงอายุ, กรุงเทพมหานคร

Abstract

The objectives of this research article were 1) to study personal factors in terms of gender, age, education, status and income that affect the decision to choose the nursing home service for the elderly 2) to study the mix of factors in 7 aspects of service marketing (7Ps) that affect the decision to choose the nursing home for the elderly. This research is a quantitative research. The population of 400 people in the study were those who used to use services or who were involved in the decision to use the nursing homes for the elderly in Bangkok. with the age of 30 years and over.

The results of a study on personal factors of 400 respondents, regarding gender, found that most of them were female. For age, it was found that most of them were aged 40-49 years. In term of educational qualifications, it was found that most of them had a bachelor's degree or equivalent. In terms of occupation, it was found that most of them were company employees. In terms of monthly income level, it was found that most of them have monthly income of 35,001-45,000 baht. Factors affecting the decision to choose the nursing home for the elderly in Bangkok can be summarized as 2 things. Firstly, personal factors in terms of gender, age, education, status and income affecting the decision to use the service of the nursing home for the elderly. Secondly, the 7 aspects of service marketing mix (7Ps) that affect the decision to choose the nursing home service for the elderly as; service or product mix, price mix, distribution channel mix, staff mix, and the service process mix Regarding to the marketing mix and physical characteristics mix, there was no effect on the decision to choose the nursing home for the elderly.

Keywords: Marketing Factors, Nursing Home for the Elderly, Bangkok

บทนำ

ประเทศไทยได้เป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Aged Society) ในปี พ.ศ. 2564 โดยมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 10 - 20 ของประชากรทั้งหมด และในปี พ.ศ. 2574 ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (super aged society) ซึ่งหมายถึงการมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2564) จากสถานการณ์ของการเข้าสู่สังคมสูงวัยตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ในประเทศไทยมีผู้สูงอายุมีแนวโน้มว่าจะเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพที่จะดำรงชีวิตในวัยบั้นปลายได้อย่างมีความสุขและมีความ

เป็นอยู่ที่ดี โดยไม่ต้องพึ่งพาหรือเป็นภาระของลูกหลานในระยะยาว เป็นกลุ่มผู้สูงอายุทรงพลัง (Active Aging) ที่ยังสามารถสร้างผลผลิตที่มีคุณค่าต่อสังคมไทยได้ในระยะยาว แนวโน้มของคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้สูงอายุดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น

ภาพรวมสังคมผู้สูงอายุในไทย สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)



ภาพที่ 1.1 ผู้สูงอายุในประเทศไทยแยกตามกลุ่มอายุ (ธนาคารกสิกรไทย, 2564)

จากสถิติผู้สูงอายุที่ใช้บริการภายในศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ กรมกิจการผู้สูงอายุ ที่สำรวจเมื่อกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 มี ศพส. จำนวน 12 แห่ง โดย 11 แห่ง เป็น ศพส. ที่มีผู้ใช้บริการภายในเป็นผู้สูงอายุรวมทั้งสิ้น 1,276 คน (ยกเว้น ศพส.จังหวัดขอนแก่น ที่เป็นศูนย์ให้บริการเฉพาะช่วงกลางวัน) แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 553 ราย และเพศหญิง จำนวน 725 ราย (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564)

เนื่องจากประเทศไทยจะก้าวสู่ “สังคมผู้สูงวัย” ระดับสุดยอดในปี พ.ศ. 2575 โดยมีสัดส่วนผู้สูงอายุ 65 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ทำให้กิจการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุหรือผู้มีภาวะพึ่งพิง เช่น เนอร์สซิงโฮม ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ หรือโรงพยาบาลผู้สูงอายุ ในปัจจุบันมีอยู่ราว 4,000 แห่งทั่วประเทศ จึงต้องยกระดับให้ได้มาตรฐาน และกลายเป็นโอกาสของธุรกิจอื่น ๆ ที่รองรับสังคมผู้สูงอายุอีกด้วย (ปาริชาติ บุญเอก, 2564) การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์นี้ ผู้บริหารของธุรกิจจะต้องมีการเตรียมความพร้อมเพื่อแสวงหาผลประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจของสังคมผู้สูงอายุดังกล่าว เพื่อการขยายงานของธุรกิจให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องอย่างยั่งยืน จากข้อมูลงานวิจัยมูลนิธิตสถาบัน

และพัฒนาผู้สูงอายุไทย พบว่า จำนวนธุรกิจบริการผู้สูงอายุระยะยาวและสถานพยาบาลประมาณ 400 แห่งในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 49.28 ของทั้งหมด โดยผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีภาวะพึ่งพิงมากกว่าผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามภูมิภาค และสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ญาติจำเป็นต้องทำงานนอกบ้านและไม่มีเวลาดูแล จึงนิยมใช้บริการธุรกิจบริการสุขภาพผู้สูงอายุที่สามารถเข้าถึงบริการได้โดยสะดวก (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2564)

จากการศึกษาธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ พบว่า ประเทศไทยมีธุรกิจดังกล่าวที่จดทะเบียนจัดตั้งเป็นนิติบุคคลจำนวน 493 ราย และมีมูลค่าทุนจดทะเบียน 1,615.93 ล้านบาท โดยส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบริษัทจำกัด รองลงมาคือ ห้างหุ้นส่วนจำกัดและห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล หากวิเคราะห์ย้อนหลังไป 3 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 - 2563 จะพบว่า มีจำนวน “การจัดตั้งธุรกิจใหม่” ที่เติบโตแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะปี พ.ศ. 2562 มีจำนวน 113 ราย ซึ่งเติบโตกว่า 50% เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 ที่มีจำนวน 76 ราย และในขณะที่ยปี พ.ศ. 2563 มีจำนวน 117 ราย ใกล้เคียงกับปี 2562 และในปี พ.ศ. 2564 ช่วงเวลา 3 เดือนแรก (ม.ค.-มี.ค.) มีการจัดตั้งนิติบุคคลในธุรกิจนี้แล้วจำนวน 52 ราย เพิ่มขึ้นเป็น 79.31% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2563 และมี “การเพิ่มทุน” จำนวน 19.40 ล้านบาท มากขึ้นถึง 8 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้ “รายได้” ของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปี พ.ศ. 2560 มีรายได้จำนวน 460.07 ล้านบาท ปี พ.ศ. 2561 มีรายได้จำนวน 772.23 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 68 เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน และปี พ.ศ. 2562 มีรายได้ 1,008.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.60 และมี “ผลกำไร” จำนวน 11.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 คิดเป็น 1.6 เท่า (TNNONLINE, 2564)

ปัจจัยหลักที่ทำให้ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุเกิดการขยายตัว นอกจากการเติบโตของจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มากขึ้นแล้ว ยังเป็นผลมาจากการออกพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 มาตรา 3 (3) โดยเป็นกฎหมายคุ้มครองกิจการดูแลผู้สูงอายุ มีผลบังคับใช้เมื่อ 28 มกราคม พ.ศ. 2564 ซึ่งผู้ประกอบการรายใหม่ทุกราย จะต้องขออนุญาตก่อนเปิดกิจการ ทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งประโยชน์จากการศึกษาในครั้งนี้ จะสามารถนำไปต่อยอดเพื่อพัฒนาธุรกิจที่ตอบโจทย์ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด รวมถึงผู้ที่สนใจในธุรกิจนี้ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

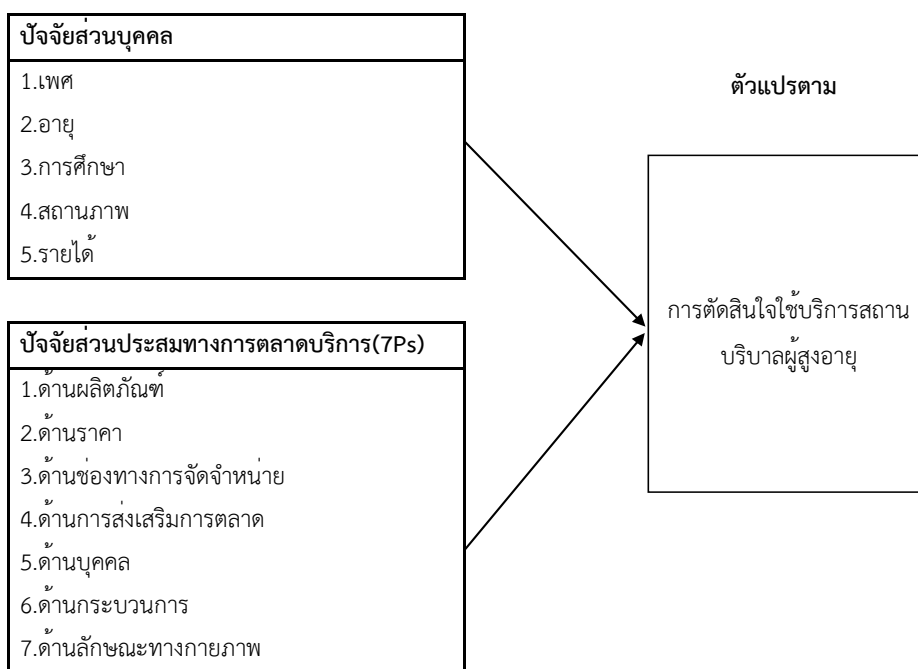
1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้งหมด 7 ด้าน (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และ รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้งหมด 7 ด้าน (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ประชากร กลุ่มตัวอย่างการกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดกลุ่มประชากร คือ ผู้ใช้บริการและผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ โดยมีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป จากสถิติกรุงเทพมหานคร 2564 จาก กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล มีจำนวนประชากรรวม 3,627,755 คน ประกอบด้วยเพศชาย จำนวน 1,618,766 คน เพศหญิงจำนวน 2,008,989 คน (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2565) โดยกำหนดขอบเขตเชิงพื้นที่ ในเขตกรุงเทพมหานคร อันเนื่องมาจากกลุ่มประชากรมีความหลากหลาย เป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ดังนั้น จึงเป็นพื้นที่ที่มี

ความเหมาะสมในการกำหนดกลุ่มประชากร โดยกำหนดขอบเขตของกลุ่มประชากรทั้งหมดในจังหวัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบ่งเป็น 6 กลุ่ม โดยแบ่งเขตจำนวนประชากรตามการบริหารงานในเขต กรุงเทพมหานคร

ขั้นตอนที่ 2 จับสลากเลือกเขต โดยนำเขตทั้งหมดใน 6 กลุ่ม นำมาจับสลากเลือกเขต กลุ่มละ 1 เขต (Simple random sampling)

ขั้นตอนที่ 3 คำนวณสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง ตามสัดส่วนประชากรในแต่ละเขต (Google Data Studio, 2564)

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบสัดส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต โดยมีทั้งหมด 6 เขต ดังต่อไปนี้

ที่	เขต	จำนวน		กลุ่มตัวอย่าง 100% = 400
		ประชากร	สัดส่วนของประชากร	
1	เขตดินแดง	115,508	15%	60
2	เขตสาทร	75,753	10%	40
3	เขตจตุจักร	155,297	21%	84
4	เขตมีนบุรี	142,197	19%	76
5	เขตคลองสาน	69,139	9%	36
6	เขตบางแค	193,303	26%	104
รวมจำนวนประชากรทั้ง 6 เขต		751,197	100%	400

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง คำนวณตามสัดส่วนของประชากรทั้งหมด 6 เขต ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละเขต

ขั้นตอนที่ 4 Purposive selection แบบสอบถามมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลเฉพาะผู้ที่มีอายุ 30 ปี ขึ้นไป และเป็นผู้ที่เคยใช้บริการ หรือมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำการสร้าง และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์ (Item Objectives Congruence: IOC) จากการนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบจำนวน

3 ท่าน และนำมาปรับปรุงตาม คำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ต้องมีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ได้ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.92 แสดงให้เห็นว่า แบบสอบถามชุดนี้มีความสมบูรณ์สามารถใช้งานได้จริงแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง ประกอบด้วยคำถาม 2 ข้อย่อย

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และรายได้ มีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อย่อย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7 P's)

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อย่อย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวิจัยในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลดังต่อไปนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ จำนวน 6 เขตกระจายตามเขตที่กำหนด สถานที่เก็บข้อมูลคือ ห้างสรรพสินค้า ตลาด ป้ายรถเมล์ ร้านอาหาร โดยใช้ QR Code แล้วให้ทำแบบสอบถามผ่านโทรศัพท์มือถือ เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีจากหนังสือ บทความ และวรรณกรรมต่าง ๆ และเรื่องที่เกี่ยวข้องที่มีผู้ทำการรวบรวมไว้เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งเป็นการบรรยาย การอธิบาย การสรุป และการแปลความหมายของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ประกอบกับการแปลความหมายเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลในด้านต่าง ๆ

การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม โดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

t-Test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ซึ่งใช้สำหรับทดสอบข้อมูลแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการที่แตกต่างกัน

One-way ANOVA ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการที่แตกต่างกัน โดยกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95 โดยใช้วิธี Fisher's Least-Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของกลุ่มตัวอย่าง

Multiple Regression การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอนเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 P's) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 80.75 อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 40-49 ปี มีจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 วุฒิการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 355 คน คิดเป็นร้อยละ 88.75 อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพ เป็นพนักงานบริษัท จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 ระดับรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.00

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้งหมด 7 ด้าน (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ จากการศึกษาวิจัยรายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Products/Service) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.41, S.D.=0.51) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านราคา (Prices) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.35, S.D.=0.54) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Places) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.37, S.D.=0.53) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotions) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.39, S.D.=0.54) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน (People) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.40, S.D.=0.53) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.40, S.D.=0.52) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidences) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X}$ =4.38, S.D.=0.53)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนสมมติฐานได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ โดยใช้สถิติทดสอบ Independent Sample t-test จำแนกตามเพศ สรุปได้ว่า ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA จำแนกตามอายุ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน จึงทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ (LSD) เมื่อทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างอื่นทั้งหมด 3 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 50-59 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 60 ปีหรือมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี มีความเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 50-59 ปี นอกนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3. ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน จึงทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ (LSD) เมื่อทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างอื่นทั้งหมด 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า และกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

4. ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มี อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน จึงทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ (LSD) เมื่อทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตาม อาชีพ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัท มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ มีความคิดเห็นแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

5. ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน จึงทำการตรวจสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ (LSD) เมื่อทดสอบความแตกต่างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับรายได้ เป็นรายคู่ด้วยวิธีการ LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 25,001 – 35,000 บาท มีความคิดเห็นแตกต่างกันจากกลุ่มตัวอย่างอีก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับรายได้ 35,001 – 45,000 บาท และมีระดับรายได้ 45,001 – ขึ้นไป นอกนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้งหมด 7 ด้าน (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสมมติฐานคือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Products/Service) ด้านราคา (Prices) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Places) ด้านบุคคล (People) และด้านกระบวนการ (Process) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล

การอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการอภิปรายผลงานวิจัยได้ ดังนี้

1. จากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานของศิริกัญญา ศิริชวักค์ โดยผลการศึกษาพบว่า เนื่องจากความคิดในการที่เลือกตัดสินใจใช้บริการอาจแตกต่างกันของเพศชายและเพศหญิง โดยเพศชายอาจจะไม่ได้ใส่ใจในรายละเอียดของการเช่าอาหารทเมนต์อย่างเพศหญิง ที่มีรายละเอียดปลีกย่อยที่มากกว่าเพศชายนั่นเอง (ศิริกัญญา ศิริชวักค์, 2560)

ทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานของศิริกัญญา ศิริชวักค์ โดยความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอาหารทเมนต์ของผู้บริโภคเขตตอนเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ศิริกัญญา ศิริชวักค์, 2560)

2. จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน (7Ps) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยได้ข้อมูลจากการทดสอบด้วยวิธีวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression) สามารถอภิปรายเรียงตามน้ำหนักของการวิเคราะห์สถิติ Multiple Regression ได้ดังนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยรวมและรายข้อมีทั้งหมด 5 ด้าน ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้ คือ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Products/Service) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ โดยมากที่สุดคือ มีบริการห้องพักที่สะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน และมีความเป็นส่วนตัว มีบริการด้านกิจกรรมเสริม เช่น ห้องสนทนา การ ห้องประชุม ห้องออกกำลังกาย ที่มีความสะดวกสบายและทันสมัย มีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ครบครันและทันสมัย และมีบริการด้านสุขภาพ มีแพทย์ พยาบาล ผู้ช่วยพยาบาล นักจิตวิทยา นักโภชนาการ นักกายภาพบำบัด นักกิจกรรมอยู่ประจำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพศิน ชื่นชูจิตต์ ระบุว่า ด้านบริการมีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบ้านพักคนชราที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมสุขภาพ ที่มีบุคลากรทางการแพทย์ประจำการอยู่ที่บ้านพักคนชรา (พศิน ชื่นชูจิตต์, 2564)

ปัจจัยด้านราคา (Prices) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ โดยมากที่สุดคือ มีบริการและคุณภาพของบริการ ค่ำค่า เหมาะสมกับราคา มีการแสดงรายละเอียดของราคาที่ชัดเจน มีบริการดีและคุณภาพยอดเยี่ยม ราคาถูกกว่าคู่แข่ง และมีราคาให้เลือกที่เหมาะสม ตามระดับความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิพงษ์ มณีสุขเกษม ระบุว่า ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมากในเรื่องค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุในครอบครัวเพื่อให้ดูแลอย่างใกล้ชิด รวมไปถึงที่พักอาศัยก็ถือเป็นปัจจัยในการพิจารณา (วุฒิพงษ์ มณีสุขเกษม, 2561)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Places) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ โดยมากที่สุดคือ มีความสะดวกในการเดินทาง และระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ มีความสะดวกสบายใกล้โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า สถานที่ออกกำลังกาย และสถานีดารวจ มีป้ายบอกสถานที่ที่มีความชัดเจนและสังเกตง่าย และมีทำเลที่ตั้งของสถานที่ที่เหมาะสม ไม่อยู่ใกล้เคียงโรงงานอุตสาหกรรมและฟาร์ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชยุต รัชตะวรรณ ระบุว่า ด้านทำเล (ช่องทางการจำหน่าย) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมากในเรื่องความสะดวก ความสะดวก และใกล้โรงพยาบาล (ชยุต รัชตะวรรณ, 2559)

ปัจจัยด้านพนักงาน (People) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ โดยมากที่สุดคือ บุคลากรมีความรู้ ความชำนาญ และทักษะการให้บริการอย่างถูกต้อง มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการดูแลเอาใจใส่ อธิบายดี สุภาพ เป็นกันเอง และมีการให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียม สอดคล้องกับงานวิจัยของธนวัฒน์ อินทวิ และเบญจพร คงบำเพ็ญ กล่าวว่า ด้านบุคลากร มีอิทธิพลในเรื่องความชำนาญในการรับมือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ มีความรู้ในการดูแลผู้สูงอายุ (ธนวัฒน์ อินทวิ และเบญจพร คงบำเพ็ญ, 2560)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ โดยมากที่สุดคือ มีการบริการพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมงสำหรับผู้สูงอายุ มีกลไกการกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ มีการประเมินและวางแผนการบำบัดรักษาเป็นระยะ เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละคนที่มีปัญหาสุขภาพแตกต่างกัน และมีแพทย์ผู้ทำการรักษาเฉพาะด้านดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชยุต

รัชตะวรรณ ระบุว่า ด้านกระบวนการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมากในเรื่องการบันทึกข้อมูลของผู้ใช้บริการ และกระบวนการรายงานข้อมูลแก่ญาติ (ชยุต รัชตะวรรณ, 2559)

ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีอยู่ 2 ด้าน ดังนี้ คือ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidences) จากการศึกษาเชิงปริมาณปรากฏว่า ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ดังกล่าว ไม่ได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพศิน ชื่นชูจิตต์ ระบุว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบ้านพักคนชรา ในยุค New normal โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.073 ซึ่งมากกว่า 0.05 (พศิน ชื่นชูจิตต์, 2564)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร สรุปได้ 2 ประการ คือ ประการแรก ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ และ รายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ประการที่สอง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้งหมด 7 ด้าน (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ คือ ส่วนประสมทางการบริการหรือผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมทางราคา ส่วนประสมทางช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนประสมทางพนักงาน และส่วนประสมทางกระบวนการให้บริการ ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดและส่วนประสมทางลักษณะกายภาพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) จากการศึกษาวิจัยทำให้เห็นว่า ผู้สูงอายุมุ่งเน้นในเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพของผู้บริการหรือบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องเกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งควรต้องมีการพัฒนาบุคลากรที่ดูแลผู้สูงอายุอย่างสม่ำเสมอจากหน่วยงานที่ดูแลเรื่องสุขภาพที่มีความน่าเชื่อถือ ในการนี้ อาจจะเป็นการร่วมมือกับโรงพยาบาลรัฐหรือเอกชน สถานศึกษาที่มีการเปิดสอนหลักสูตรทางการดูแลผู้สูงอายุหรือการบริบาลผู้สูงอายุ อีกทั้งต้องมีการจัดสถานที่ที่บริบาลผู้สูงอายุให้มีมาตรฐานตามที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ และต้องมีการตรวจสอบว่ามีความพร้อมในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

2) การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้เห็นว่า ผู้สนใจในการบริการมีอยู่จำนวนไม่น้อย และจะเป็นส่วนที่ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่กล้าที่จะลงทุนมากยิ่งขึ้นเมื่อได้รับข้อมูลที่ครอบคลุมในเรื่องของการจัดทำสถานบริการอย่างถูกต้องตามกฎหมาย มีมาตรฐาน บุคลากรมีความรู้ความสามารถ ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีการส่งเสริมการขาย ตลอดจนการใช้บริการมีค่าใช้จ่ายที่มีความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปได้กว้างขึ้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตเพิ่มเติมดังนี้

- 1) การศึกษาเชิงคุณภาพในเรื่องเกี่ยวกับความพร้อมในส่วนของคุณภาพผู้ให้บริการที่มีความรู้ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุ
- 2) ความพร้อมของสถานบริการก็เป็นอีกกลุ่มตัวอย่างที่มีความสำคัญและควรศึกษาว่า ปัจจุบันมีความพร้อมในการให้บริการมากน้อยแค่ไหน มีมาตรฐาน ตามกำหนดมากน้อยแค่ไหน
- 3) ในอนาคต ควรศึกษาวิจัย ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อจะทำให้ครอบคลุมถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563. เรียกใช้เมื่อ 10 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/335>.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2561). คู่มือพัฒนาธุรกิจบริการผู้สูงอายุสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจ. เรียกใช้เมื่อ 10 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://wow.in.th/fWwFS>.
- กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2565). จำนวนประชากรในกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2564 จำแนกตามอายุและเขต. เรียกใช้เมื่อ 7 กรกฎาคม 2565 จาก https://webportal.bangkok.go.th/public/user_files_editor/130/BMA%20STATISTIC/2564/Soc_64/Soc_Pop_64_11.xlsx.
- ชยุต รัชตะวรรณ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการดูแลผู้สูงอายุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร*. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธนพัฒน์ อินทวิ และเบญจพร คงบำเพ็ญ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ใน *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”*. ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2561). *ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ*. เรียกใช้เมื่อ 10 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://shorturl.asia/GIRn8>.
- ปาริชาติ บุญเอก. (2564). *ส่องธุรกิจน่าจับตา รับ “สังคมสูงวัย”*. เรียกใช้เมื่อ 10 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://shorturl.asia/GIRn8>.

- พศิน ชื่นชูจิตต์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบ้านพักคนชราในยุค New normal". ใน สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วุฒิพงษ์ มณีสุขเกษม. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริกิมญ์ ศิริชกัศ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าอพาร์ทเมนต์ของผู้บริโภคเขตดอนเมือง. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Google Data Studio. (2564) จำนวนประชากรกรุงเทพมหานครแยกตามเขต ปี 2563. เรียกใช้เมื่อ 10 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://wow.in.th/qDkxb>.
- TNNONLINE. (2564). “ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุรุ่ง 3 เดือนแรกปี64 เกิดใหม่เพิ่ม 79.31%”. เรียกใช้เมื่อ 10 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.tnnthailand.com/news/wealth/78830/>.