

THE ATTITUDES OF CONSUMERS TOWARDS NURSING HOME SERVICES IN BANGKOK

Pradisorn LAKHONPON¹, Veerachai PRAPHANPHOJ¹ and Sareeya SASAROM^{1*}

1 Faculty of Business Administration, Thongsook College, Thailand; dd2.vv2@gamil.com
(Corresponding Author)

ARTICLE HISTORY

Received: 12 January 2024

Revised: 26 January 2024

Published: 9 February 2024

ABSTRACT

The purposes of present research were to study 1) the attitudes of consumers towards nursing home services in Bangkok. 2) the relation between the Demographic Characteristics and the attitudes of consumers towards nursing home services in Bangkok. The samples in this study was 385 people who has age more than 35 years old in Bangkok. Data were analyzed by frequency, percentage, standard deviation and Correlation Coefficient. The research findings indicated that the attitudes of consumers towards nursing home services in Bangkok in overall was in high level. When considered to each aspect which could sort from high to low as followed; physical characteristics, price, goods and services, the service staff, service process, promotion and services, respectively. The hypothesis testing showed that gender related to personnel aspect and service process, age related to goods /services and physical characteristics. The level of education related to services and promotion and average income per month related to price.

Keywords: The Attitudes, Nursing Home Services, Bangkok

CITATION INFORMATION: Lakornpon, P, Praphanphoj, V & Sasarom, S. (2024). The Attitudes of Consumers towards Nursing Home Services in Bangkok. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(2), 4

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

ภติสรณ์ ลครพล¹, วีรชัย ประพันธ์พจน์¹ และ สรียา ศตะรมย์^{1*}

1 คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข; dd2.vv2@gmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคชายและหญิงอายุ 35 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานครจำนวน 385 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการวิจัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดและลำดับสุดท้าย คือ ด้านช่องทางการให้บริการตามลำดับ การทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนอายุมีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับด้านช่องทางการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับด้านราคา

คำสำคัญ: ความคิดเห็น, สถานบริการผู้สูงอายุ, กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลการอ้างอิง: ภติสรณ์ ลครพล, วีรชัย ประพันธ์พจน์ และ สรียา ศตะรมย์. (2567). ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. *Procedia of Multidisciplinary Research*, 2(2), 4

บทนำ

ปัจจุบันประชากรโลกมีอายุยืนยาวมากขึ้น เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การพัฒนาทางการแพทย์และการบริการด้านสาธารณสุขที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ประชากรส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพและอนามัย จึงเป็นเหตุผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรจากอดีต อีกทั้งการป้องกันรักษาโรคและความสามารถในการดูแลตนเองจากโรคภัยไข้เจ็บ ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องให้มีประสิทธิภาพทำให้อายุเฉลี่ยของประชากรโลกมีอายุที่ยืนยาวขึ้น โดยอายุขัยเฉลี่ยถึงประมาณ 70 ปี สำหรับสังคมไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรครั้งสำคัญ คือ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยสัดส่วนจำนวนประชากรในวัยทำงานและวัยเด็กลดลง เนื่องจากอัตราเกิดและอัตราตายลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชากรไทยโดยเฉลี่ยมีอายุยืนยาวขึ้น ซึ่งรัฐบาลกำหนดให้เตรียมความพร้อมสังคมไทยสู่สังคมผู้สูงอายุเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและจัดทำแผนปฏิบัติการด้านผู้สูงอายุ ระยะที่ 3 (พ.ศ.2566-2580) ไว้แล้ว การที่รัฐต้องกำหนดแผนงานเกี่ยวกับผู้สูงอายุไว้อย่างเป็นทางการนั้น เพราะการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยกำลังเผชิญหน้ากับการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุ การมีจำนวนและสัดส่วนประชากรสูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หมายความว่าประเทศจะมีระยะเวลาที่ค่อนข้างสั้นในการเตรียมรองรับการดูแลผู้สูงอายุที่จะเพิ่มขึ้น ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและยังมีผลกระทบต่อภาวะทางเศรษฐกิจ สังคมและการบริหารประเทศ ทั้งนี้เพราะ สัดส่วนของประชากรวัยทำงานที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุก็จะลดน้อยลง ทำให้อัตราส่วนภาระพึ่งพิงที่ประชากรวัยทำงานจะต้องเลี้ยงดูประชากรวัยสูงอายุมีจำนวนเพิ่มขึ้น หมายถึง งบประมาณมหาศาลที่จะต้องนำมาดูแลผู้สูงอายุ (ปัทมา ว่าพัฒนางศ์ และปราโมทย์ ประสาทกุล, 2557)

ขณะที่ความต้องการการดูแลสูงขึ้น ในทางตรงข้ามกลับพบว่าจำนวนผู้ดูแลในครอบครัวมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากขนาดของครอบครัวลดลง ครอบครัวและลูกหลานไม่มีเวลาดูแลเนื่องจากต้องทำงานนอกบ้านมากขึ้น รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงจากครอบครัวขยายไปเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุขาดผู้ดูแล ผู้สูงอายุถูกทอดทิ้งหรือไม่สามารถอยู่ร่วมกับครอบครัวและไม่สามารถดำรงชีพในชุมชนได้โดยลำพังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น การจัดบริการรองรับความต้องการด้านสุขภาพหรือสถานบริการดูแลผู้สูงอายุจึงเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยและเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ แต่ยังไม่ปรากฏว่ามีการจัดให้มีบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุกลุ่มนี้ที่ชัดเจนที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการด้านผู้สูงอายุได้จัดบริการสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุเพื่อช่วยเหลือผู้สูงอายุได้ในบางส่วน เช่น กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์โดยกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการได้จัดบริการสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ โดยมีการจัดตั้งสถานสงเคราะห์คนชรา เพื่ออุปการะผู้สูงอายุที่ประสบปัญหาความทุกข์ยากเดือดร้อน ไม่มีที่อยู่อาศัยไม่มีผู้ดูแล ส่วนการบริการดูแลผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตนเองไม่ได้ที่มีอยู่ในปัจจุบันได้แฝงอยู่ในการบริการให้เฉพาะผู้พักอาศัยซึ่งต่อมามีปัญหาทางด้านสุขภาพต้องการการดูแลทั้งในระดับปานกลางและระดับมาก ซึ่งมีความจำเป็นต้องการการดูแลที่เฉพาะ ต้องใช้ทักษะการพยาบาลเฉพาะทางสำหรับการดูแลผู้สูงอายุทำให้ผู้สูงอายุอีกหลายคนไม่สามารถใช้บริการเหล่านี้ได้ (พันธ์ทิพย์ วรวาท, 2556)

สถานบริบาล (nursing home) เป็นสถานที่ให้บริการแก่ผู้สูงอายุที่มีภาวะเปราะบางและมีโรคเรื้อรัง โดยให้บริการพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมง ช่วยเหลือการทำกิจวัตรประจำวัน การเคลื่อนไหว ดูแลทางด้านจิตสังคมและการดูแลส่วนบุคคล (Ribbe et al., 1997) และสถานบริบาลผู้สูงอายุ รับผิดชอบเฉพาะผู้สูงอายุในลักษณะเป็นการพยาบาล (nursing care) ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานของภาคเอกชนและมีอยู่ในกรุงเทพมหานคร มากกว่าต่างจังหวัด

สถานบริบาลผู้สูงอายุที่มีลักษณะให้บริการด้านสุขภาพแก่ผู้สูงอายุตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับผู้ที่ต้องการการดูแลในระดับสูงมีแต่ในภาคเอกชน การจดทะเบียนของสถานพยาบาลเอกชนมีหลายลักษณะ ทำให้ไม่สามารถทราบจำนวนสถานบริบาลผู้สูงอายุที่ชัดเจน บริการส่วนใหญ่เน้นการฟื้นฟูสภาพและลักษณะการบริการแตกต่างกันไปตามศักยภาพของสถานบริบาล ไม่มีการกำหนดสมรรถนะของผู้ให้บริการ บุคลากรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความชำนาญในการดูแลผู้สูงอายุ ไม่มีมาตรฐานการดูแลและมาตรฐานสถานบริบาลผู้สูงอายุ ในภาครัฐมีบริการดูแลระดับสูงแฝงอยู่ในสถาน

สงเคราะห์คนชรา แต่ไม่มีการแบ่งระดับความต้องการการดูแลของผู้สูงอายุที่ชัดเจน จึงอาจไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ด้วยเหตุผลดังกล่าว

ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร เพื่อสนองตอบความคาดหวัง ความต้องการของผู้บริโภค ผู้สูงอายุ ครอบครัวและสังคมและเพื่อการเตรียมความพร้อมการรองรับให้ตรงกับสภาพปัญหา ความต้องการและความจำเป็น เพื่อให้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีคุณภาพและมีความสุขและสนับสนุนสถาบันครอบครัวให้เป็นสถาบันหลักต่อไป

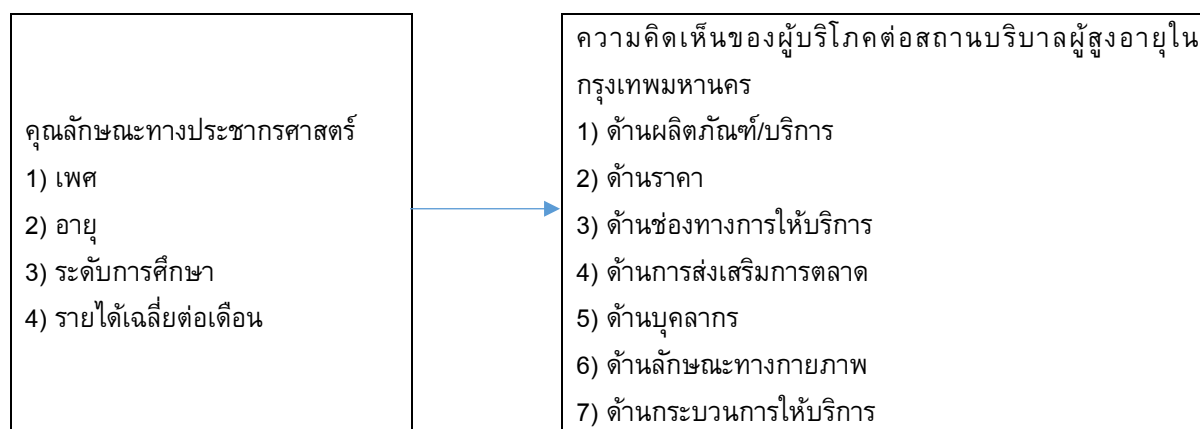
การทบทวนวรรณกรรม

ส่วนประสมการตลาด หมายถึง องค์ประกอบของการดำเนินงานทางการตลาดที่ใช้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งธุรกิจสามารถควบคุมได้ และจำเป็นต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Kotler, 2011) โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์ (2552) ได้แบ่งปัจจัยส่วนประสมการตลาดออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทางบริษัทเสนอขายสู่ตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ การจัดหาการใช้หรือการบริโภคที่จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ 2) ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายเพื่อให้ได้ซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถานที่และกิจกรรมที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาดเป้าหมาย 4) การส่งเสริมการขาย หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารหรือใช้เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ งานวิจัยของ ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล (2564ก, 2564ข) และ อารยะ ภูมิจิตอมร, ชินโสณ วิสิฐนริธิกา และทศพร มะหะหมัด (2563) พบว่า มันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า ขณะที่งานวิจัยของ บุญไทย แสงสุพรรณ และกฤษฎา เขียววัฒนสุข (2563) ก็พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค 5) ด้านบุคคล หรือพนักงาน ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร 6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ 7) ด้านกระบวนการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ผู้วิจัยสรุปได้ว่าทฤษฎีความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครทางด้านผลิตภัณฑ์ คือ การบริการ เพราะผู้สูงอายุที่ใช้บริการสถานบริบาลต้องการบริการที่ดีช่วยเหลือผู้สูงอายุ ราคามีผลต่อผู้สูงอายุในการเลือกใช้สถานบริบาลเพราะสถานบริบาลมีราคาตั้งแต่ต่ำสุดถึงสูงสุดเหมาะสมกับคุณภาพ ช่องทางการจัดจำหน่าย สถานบริบาลต้องมีการเดินทางเข้าออกง่ายหาเจอง่ายในกรณีต้องมีภาวะฉุกเฉินสถานที่ตั้งมีสภาพแวดล้อมที่ดี การส่งเสริมการตลาดคือการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้สูงอายุถึงการบริการให้ผู้สูงอายุรู้จักและตัดสินใจเลือก บุคคล คือ ส่วนสำคัญเพราะต้องเป็นผู้ที่ดูแลผู้สูงอายุอย่างใกล้ชิด ลักษณะทางกายภาพและนำเสนอมีส่วนตัดสินใจของผู้สูงอายุ เพราะต้องการสถานที่สะอาดและมีอุปกรณ์ช่วยอำนวยความสะดวก กระบวนการระบบต้องรวดเร็วหากเกิดภาวะฉุกเฉินสามารถติดต่อกับโรงพยาบาลในเครือหรือใกล้เคียงได้ทันที

สมมติฐานการวิจัย

- 1) คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ
- 2) คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านราคา
- 3) คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านช่องทางการให้บริการ
- 4) คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในการส่งเสริมการตลาด
- 5) คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านบุคลากร
- 6) คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านลักษณะทางกายภาพ
- 7) คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านการให้บริการ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การสำรวจ (Survey) ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคชายและหญิงอายุ 35 ปีขึ้นไป ในกรุงเทพมหานครจำนวน 385 คน โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยสูตรของ คอแครน (Cochran, 1977) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เกณฑ์การให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ การทดสอบความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) โดยรวมมีค่าตั้งแต่ .80 ขึ้นไปทุกด้าน ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ (กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา, 2558: 159) การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามประมวลผล เพื่อหาค่าสถิติ ได้แก่ บัณฑิตคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) ส่วนความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) โดยใช้ตัวเลขของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient)

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย มีอายุ 46-55 ปี สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 80,001-100,000บาท ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละ คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์

คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	236	61.30
หญิง	149	38.70
อายุ		
35-45 ปี	24	6.23
46-55 ปี	275	71.43
56-65 ปี	76	19.74
ตั้งแต่ 66 ปีขึ้นไป	10	2.60
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	19	4.94
ปริญญาตรี	112	29.09
สูงกว่าปริญญาตรี	254	65.97
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 30,000 บาท	13	3.38
30,000-60,000 บาท	71	18.44
60,001-80,000 บาท	91	23.64
ตั้งแต่ 80,001-100,000บาท	115	29.87
ตั้งแต่ 100,001 บาทขึ้นไป	95	24.68
รวม	385	100.00

ความคิดเห็นต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครลำดับที่ 1 คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ลำดับที่ 2 คือ ด้านราคา ลำดับที่ 3 คือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ลำดับที่ 4 คือ ด้านบุคลากร ลำดับที่ 5 คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ลำดับที่ 6 คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด และลำดับสุดท้าย คือ ด้านช่องทางการให้บริการตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม

(n = 385)				
ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครโดยภาพรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	4.15	0.22	มาก	3
2) ด้านราคา	4.17	0.32	มาก	2
3) ด้านช่องทางการให้บริการ	4.06	0.28	มาก	7
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09	0.43	มาก	6
5) ด้านบุคลากร	4.12	0.19	มาก	4
6) ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.20	0.41	มาก	1
7) ด้านกระบวนการให้บริการ	4.11	0.35	มาก	5
รวม	4.13	0.31	มาก	

การทดสอบสมมติฐานการศึกษา พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านบุคลากรและด้านกระบวนการให้บริการ ส่วน อายุ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านผลิตภัณฑ์/บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ นอกจากนี้ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านช่องทางการให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในด้านราคา ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร						
	ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	ด้านราคา	ด้านช่องทางการให้บริการ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการให้บริการ
เพศ	-	-	-	-	.73	-	.74
อายุ	.76	-	-	-	-	.72	-
ระดับการศึกษา	-	-	.77	.75	-	-	-
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	-	.78	-	-	-	-	-

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1) ความคิดเห็นต่อสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และลำดับสุดท้าย คือ ด้านช่องทางการให้บริการ ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทน์ภัส ทรัพย์โชคธนกุล (2557), อัจฉรวรรณ งามญาณ และณัฐวัชร เผ่าภู (2555), ศิริพันธุ์ สาสัตย์ (2552), ชุตินา บุญสมทบ (2554) และ ชยุต รัชตะวรรณ (2559) ทั้งนี้เนื่องจากการบริการภายในสถานดูแลผู้สูงอายุนั้นเป็นสถาน

บริการทางสุขภาพสำหรับ ผู้สูงอายุ มีลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยหน้าที่ทางธุรกิจที่สำคัญประกอบด้วย 1) ทำเลที่ตั้ง 2) การก่อสร้างและออกแบบอาคารสถานที่ 3) อุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และมีรูปแบบของบริการที่หลากหลาย ให้การช่วยเหลือดูแลในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวัน และมีบริการที่เกี่ยวข้องทางการแพทย์หรือการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ อีกทั้งผู้สูงอายุส่วนมากต้องอาศัยอยู่ที่พักเดิมมากกว่าย้ายไปบ้านพักผู้สูงอายุทั้งที่ที่พักเดิมไม่เอื้ออำนวยต่อสภาพร่างกายและเมื่อมีความต้องการจะซื้อหรือปรับปรุงบ้านจะมีการปรึกษามิตรในครอบครัวและเมื่อถึงขั้นตอนการซื้อจะมีการเปรียบเทียบในสินค้ากับราคาเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ สถานดูแลผู้สูงอายุมีการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้และความน่าเชื่อถือด้วยธุรกิจบริการทางสุขภาพรูปแบบต่างๆ ที่เป็นช่องทางในการเข้าถึงบริการที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น เพื่อสอดคล้องกับการเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แบบต่อไป โดยเน้นคุณภาพบริการในมิติคุณค่าและความพึงพอใจ การสร้างความเชื่อมั่นและการบริหารจัดการ จะเป็นปัจจัยไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ นอกจากนี้ สถานบริการมีระบบรักษาความปลอดภัย การปรับปรุงสิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ จัดสวนปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นและตกแต่งทางสีอาคารให้มีสภาพดีขึ้น เพื่อให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีความสุขทางกายและสุขภาพทางใจที่ดีขึ้นเหมาะสำหรับการดูแลผู้สูงอายุ ด้วยบรรยากาศที่อบอุ่นและปลอดภัยเหมือนบ้าน ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงส่งผลให้ความคิดเห็นต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

2) การทดสอบสมมติฐานการศึกษา พบว่า คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์ระหว่างกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในทุกด้านอยู่ในระดับสูง ซึ่ง ชยุต รัชตะวรรณ (2559) พบว่า สถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดกลุ่มเดียวกัน ดังนั้นจึงเกิดการเปรียบเทียบซึ่งในหลายๆ ปัจจัยโดยมีปัจจัยต่างๆ เข้ามา ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการที่วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด หรือครอบครัวของผู้สูงอายุที่เป็นผู้ตัดสินใจ หรือตัวผู้สูงอายุเอง

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

แม้ว่าผลการวิจัยความคิดเห็นความคิดเห็นต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากก็ตาม แต่ผู้วิจัยเห็นมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น ดังนี้

- 1) ควรมีการพัฒนาคุณภาพบริการโดยเน้นความสะอาด สะดวกและปลอดภัยต่อผู้สูงอายุ โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่พักที่ได้มาตรฐาน มีบริการด้านสุขภาพ ซึ่งต้องมีแพทย์ พยาบาลประจำ มีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยครบครันและมีสถานที่กว้างขวางเพียงพอ เพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน
- 2) ควรเลือกทำเลที่ตั้งสถานบริบาลผู้สูงอายุ ที่มีความสะดวกสบายในการเดินทาง มีป้ายบอกสถานที่ที่ชัดเจน อยู่ในย่านที่มีความปลอดภัย มีสภาพแวดล้อมที่ดี ไม่มีมลพิษ
- 3) สถานบริบาลผู้สูงอายุควรมีการอบรมบุคลากรให้มีความรู้ ความชำนาญ มีทักษะการให้บริการอย่างถูกต้อง ให้บริการอย่างเสมอภาคเท่าเทียม มีธรรมาจริยดี สุภาพเป็นกันเองและ มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยเฉพาะด้านมาตรฐานที่พักและการบริการด้านการดูแลผู้สูงอายุอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ โดยบุคลากรที่ได้รับการอบรม เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด ซึ่งจะส่งผลต่อยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น
- 2) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการและความพึงพอใจต่อสถานบริบาลผู้สูงอายุของผู้บริโภคแบบเฉพาะเจาะจงเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้สูงอายุต่อไป
- 3) ควรมีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ เพื่อให้มีอายุยืนยาวอย่างมีความสุขเป็นการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีอายุยืนยาวขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชยุต รัชตะวรรณ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร, วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชุตินา บุญสมทบ. (2554). ความต้องการสถานบริบาลของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย ราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- นันท์นภัส ทรัพย์โชคชนกุล. (2557). รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นงลักษณ์ พิณศิริ. (2553). การศึกษาความต้องการธุรกิจบริการบ้านพักผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- พันธ์ทิพย์ วรราช. (2556). การศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุในสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุในสถานบริบาล เอกชนเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการพยาบาลผู้สูงอายุ คณะพยาบาลศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์ และปราโมทย์ ประสาทกุล. (2557). สถานการณ์ผู้สูงอายุแนวโน้มและผลกระทบจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น, 12 ธันวาคม 2557.
- ศิริพันธุ์ สาสัตย์. (2552). รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์เรื่องสถานดูแลผู้สูงอายุระยะยาวในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- อัจฉราวรรณ งามญาณ และณัฐวัชร เผ่าภู. (2555). ผู้สูงอายุไทย : การเตรียมการทางการเงินและลักษณะบ้านพักหลังเกษียณที่ต้องการ. วารสารบริหารธุรกิจ, 35(136), 62-87.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Kotler, Phillip. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. 9th ed. New Jersey: Asimmon & Schuster.
- Ribbe, M. W., Ljunggren, G., Steel, K., Topinkova, E., Hawes, C., Ikegami, N., Henrard, J.-C., Jonnson, P. V. (1997). Nursing Homes in 10 Nations: A Comparison between Countries and Settings. *Age and Ageing*, 26(2), 3-12.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2024 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).