

การศึกษากลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร

A Study of Service Marketing Strategies of Long - Term Care Service Institution for the Elderly in Urban Areas and Bangkok

ขจรจิตร ธารสา

Khajornjit Thanasarn

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก

Business Administration and Information Technology,

Rajamangala University of Technology Tawan-ok

E-mail: khajornjit_th@mutto.ac.th

Received 8/11/2564

Revised 10/6/2566

Accepted 16/6/2566

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการศึกษากลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้กำหนดรูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้สูงอายุ (ที่ไม่เคยใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุ) ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ในการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และกลยุทธ์ตลาดบริการ โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติเชิงอนุมานเพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยเลือกใช้สถิติ Independent sample t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยใช้สถิติ F-Test และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ด้วยวิธีการเลือกแบบลำดับขั้น ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีช่วงอายุระหว่าง 60 - 64 ปี อาชีพในปัจจุบัน คือ ทำอาชีพหน่วยงานราชการ มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีสถานภาพสมรส ในส่วนปัจจัยด้านจิตวิทยา พบว่า ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นเป็นอันแรก ในด้านบุคลิกภาพ โดยกล่าวว่า บุตรหลาน และคนอื่น ๆ ในสังคม ต้องมองเข้ามา แล้วรู้สึก ว่า ผู้สูงอายุอยู่ในสถานดูแลผู้สูงอายุอย่างมีความสุข และกลยุทธ์ตลาดบริการ พบว่า ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นเป็นอันแรก ในด้านบุคลากร โดยกล่าวว่า เจ้าหน้าที่ในสถานดูแลผู้สูงอายุควรผ่านการอบรม การดูแลผู้สูงอายุทุกคนรวมไปถึงหมอ และพยาบาล ควรอยู่ในสถานดูแลผู้สูงอายุ ในส่วนของผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ รายได้ การศึกษา สถานภาพ และลักษณะครอบครัว ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในทางกลับกันลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ และอาชีพไม่พบนัยสำคัญทางสถิติในส่วนของปัจจัยจิตวิทยา ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านความเชื่อ และทัศนคติ และด้านบุคลิกภาพของผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมืองและกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในทางกลับกันปัจจัยจิตวิทยา ด้านการรับรู้ไม่พบนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: กลยุทธ์ตลาดบริการ สถานบริการดูแล ผู้สูงอายุ

Abstract

Research on the study of Service Marketing Strategies of Long-Term Care Service Institution for the Elderly in urban areas and Bangkok used quantitative method. The sample size used for this study was the elderly (who never used the service of an elderly care institution) in urban areas and Bangkok. The researcher used the purposive sampling method. The research tool was a questionnaire. The statistics used in the data analysis were descriptive statistics and inferential statistics. Demographic factors, psychological factors and service marketing strategies were analyzed by using frequency, percentage, average statistics, and standard deviation. Inferential statistics were used to test hypotheses and the test statistics were independent sample T-Tests, One-Way ANOVA: Analysis of Variance using F-Test statistic and Multiple Linear Regression analysis by Stepwise method. The results of the questionnaire found that most of the samples were female. The age range was between 60 - 64 years old. The current occupation was government service, having income between 20,001 - 30,000 Baht, bachelor's degree, and marital status. In terms of psychological factors, it was found that most of the elderly respondents give the first opinion in personality, saying that children and others in society must look at and feel elderly people are happy in the elderly care institution. In terms of service marketing strategies, it was found that most of the elderly respondents give the first opinion in personnel, saying that the staff in the elderly care institution should be trained to take care of all the elderly, including doctors and nurses, and should be available in the elderly care institution. The results showed that elderly with demographic characteristics of different age, income, education, status, and family characteristics affecting the service marketing strategies of long-term care institution for the elderly in urban areas and Bangkok are significantly different. Conversely, gender and occupation are not statistically significant. In terms of psychological factors, perception, learning, beliefs and attitudes, and personality of the elderly influencing the service marketing strategies of long-term care institution for the elderly in urban areas and Bangkok are statistically significant. On the other hand, the psychological factor of motivation is not statistically significant.

Keywords: service marketing strategies, service care institution, elderly

1. บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์ และการแพทย์ที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินชีวิตของประชากรโลก ส่งผลให้ประชากรส่วนใหญ่มีอายุยืนยาวมากยิ่งขึ้น บวกกับปัญหาอัตราการเจริญพันธุ์ลดน้อยลง ทำให้หลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ (Aging society)” ซึ่งหมายถึง ประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด หรือมีประชากรอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งหมด ขณะที่หลายประเทศ ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว อาทิเช่น ประเทศในแถบยุโรป และประเทศญี่ปุ่นได้เข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุแล้วอย่างสมบูรณ์ (Aged society)” ซึ่งหมายถึง ประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด หรือมีประชากรอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด โดย United Nations Population Fund คาดการณ์ในปี ค.ศ. 2001 - 2100 จะเป็นศตวรรษแห่งผู้สูงอายุ เนื่องจากโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งแต่ละประเทศจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจ สังคม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการแพทย์ (United Nations Population Fund, 2012) ซึ่งในประเทศไทยจำนวนผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 11.7 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2560 เป็น 23.0 ล้านคน

ในปี พ.ศ. 2590 (United Nation, 2015) ปัจจุบันผู้สูงอายุในประเทศไทย มีประมาณ 13 ล้านคน หรือร้อยละ 19 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ และจากการประเมินด้วยแบบสอบถามการช่วยเหลือตนเองในกิจวัตรประจำวันขั้นพื้นฐานที่จัดทำขึ้นโดย กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้กล่าวอีกว่ากลุ่มผู้สูงอายุบางส่วนเป็นผู้สูงอายุที่ต้องการผู้ดูแล ซึ่งในปี พ.ศ. 2557 มีประมาณ 3 แสนคน จากผู้สูงอายุทั้งหมดประมาณ 10 ล้านคน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2557) และสำนักงานสถิติแห่งชาติ ยังมีการรายงานภาพรวมสถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทยในการก้าวเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์” ในปี พ.ศ. 2564 โดยจะมีประชากรผู้สูงอายุเป็น ร้อยละ 20 ของประชากรในประเทศทั้งหมด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559)

จากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุขึ้น ในหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสการเติบโตของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย และเนื่องจากเดิมที่สังคมไทยเป็นสังคมที่ลูกหลานดูแลพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย โดยผู้ดูแลผู้สูงอายุมักเป็นผู้หญิง (Chandeowwit, 2013) แต่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทำให้การดูแลผู้สูงอายุเปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการเข้าสู่ตลาดแรงงานของผู้หญิงมากขึ้น ดังนั้น ในอนาคตการที่จะมีลูกหลานเป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุอย่างเพียงพอไม่น่าจะเป็นไปได้ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย 2557) นอกจากนี้ผู้สูงอายุที่ต้องการผู้ดูแล คือ ผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงที่ประสบปัญหาการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ซึ่งสามารถวัดได้ด้วยแบบสอบถามการประเมินการช่วยเหลือตนเองในกิจวัตรประจำวันขั้นพื้นฐาน หรือ Activities of Daily Living (ADL) ที่จัดทำขึ้นโดย กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (กรมอนามัย, 2557) ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุจึงเติบโตมากยิ่งขึ้น เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ข้อมูลจากมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่าปัจจุบันมีผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 800 ราย แบ่งเป็น นิติบุคคล จำนวน 273 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.12 ทุนจดทะเบียนรวม 1,534.30 ล้านบาท และบุคคลธรรมดา จำนวน 527 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.88 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560) แม้ว่าปัจจุบันธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทยส่วนมากยังเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ไปจนถึงขนาดกลาง แต่ก็มีโอกาสและความน่าสนใจในการลงทุน เนื่องจากมีตลาดรองรับขนาดใหญ่ทั้งจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุภายในประเทศเอง และกลุ่มผู้สูงอายุจากต่างประเทศ อัตราที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุพบว่าสถานบริการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว เริ่มได้รับความสนใจจากผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า มีจำนวนสถานบริการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวทั้งหมด 138 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 49.28 อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยร้อยละ 43.48 เป็นสถานบริการ สถานสงเคราะห์คนชราให้บริการทุกระดับความต้องการการดูแล (ศศิพัฒน์ ยอดเพชร, 2552) สถานดูแลยังครอบคลุมบริการ การช่วยเหลือกิจวัตรประจำวันพร้อมทั้งติดตามดูแลสุขภาพเบื้องต้น เช่น บ้านพักคนชรา สถานที่ให้การช่วยเหลือในการดำรงชีวิต สถานดูแลระยะยาวในโรงพยาบาล สถานบริการ สถานดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้าย เป็นต้น จากบริการที่ครอบคลุมความต้องการของผู้สูงอายุ ทำให้สถานดูแลผู้สูงอายุระยะยาว มักตอบโจทย์ต่อความต้องการของผู้สูงอายุมากที่สุดในตอนนี้

จากการเติบโตของธุรกิจสถานบริการดูแลผู้สูงอายุที่มีเพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาผลกระทบตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุในชุมชนเขตเมืองและกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้สูงอายุที่มีอิทธิพลต่อผลกระทบตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลกระทบทางการตลาดของสถานบริการดูแลระยะยาวที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงอายุในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อผลกระทบตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร

1.1.2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้สูงอายุที่มีอิทธิพลต่อผลกระทบตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร

1.1.3 เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของสถานบริการดูแลระยะยาวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร

1.2 ขอบเขตของการวิจัย

1.2.1 **ขอบเขตด้านเนื้อหา:** การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร โดยครอบคลุมไปถึงปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และกลยุทธ์การตลาดบริการ

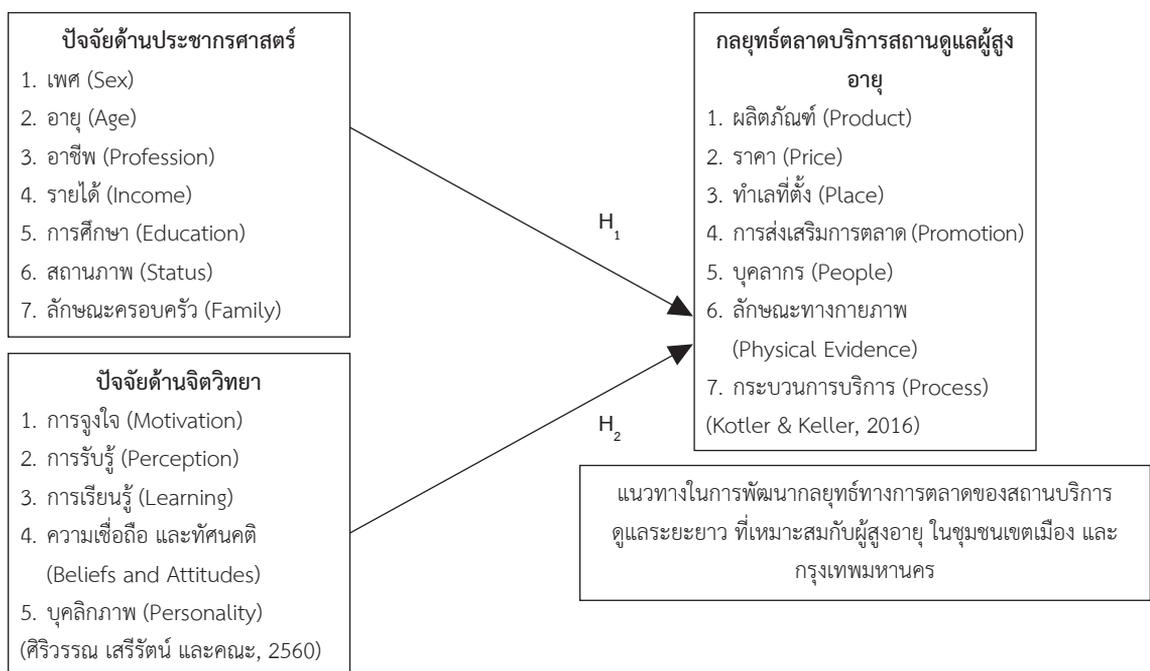
1.2.2 **ขอบเขตด้านประชากร:** ผู้สูงอายุทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร

1.2.3 **ขอบเขตด้านเวลา:** ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2564

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร

1.3.2 ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. วิธีการทดลองหรือวิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้กำหนดรูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 **ประชากรกลุ่มตัวอย่าง:** ผู้สูงอายุ (ที่ไม่เคยใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุ) ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่สามารถทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน การคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากรโดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดที่ยอมรับได้ 5% หรือ 0.05 จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มอีก 15 คน รวมเป็น 400 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย: เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ (Check-List) และแบบมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale)

2.3 การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย: ทำการตรวจสอบแบบสอบถามโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item - Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยแต่ละข้อต้องมีค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.5 จากนั้นทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง และนำผลที่ได้มาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาต้อง ไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงอยู่ในเกณฑ์ที่ความเชื่อถือ

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล: ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามให้ครบถ้วนตามจำนวน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกแจกแบบสอบถามเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุทั่วไปที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล: ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ (1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านจิตวิทยา และกลยุทธ์ตลาดบริการ โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) สถิติตค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล (2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยเลือกใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการ และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA : Analysis of Variance) โดยใช้สถิติ F-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกรณีตัวแปรต้นเป็นตัวแปรเชิงกลุ่ม 1 ตัว ประกอบด้วย ตัวแปรย่อยมากกว่า 2 ตัว เพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะ และลักษณะครอบครัว ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการ และใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) เป็นสถิติเพื่อการวิเคราะห์ตัวแปรต้นหลายตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ด้วยวิธีการ Stepwise เพื่อทดสอบสมมติฐานในปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการ

3. ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษากลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเมือง และกรุงเทพมหานคร ด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยสามารถสรุปผลการวิจัยเป็น 5 ส่วน ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 234 คน คิดเป็น ร้อยละ 58.50 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 60 - 64 ปี จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 อาชีพในปัจจุบัน หรือก่อนเกษียณ ทำอาชีพหน่วยงานราชการ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 มีสถานภาพสมรส จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.75 ลักษณะครอบครัวอาศัยอยู่กับคู่สมรส และบุตร จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยด้านจิตวิทยา โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้สูงอายุต่อปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ความคิดเห็นของผู้สูงอายุ (N = 400)			
	\bar{x}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. การจูงใจ (Motivation)	4.06	.89	เห็นด้วย	2
2. การรับรู้ (Perception)	3.99	.89	เห็นด้วย	5
3. การเรียนรู้ (Learning)	4.03	.87	เห็นด้วย	3
4. ความเชื่อ และทัศนคติ (Beliefs and Attitudes)	4.00	.89	เห็นด้วย	4
5. บุคลิกภาพ (Personality)	4.11	.88	เห็นด้วย	1
รวม	4.02	.90	เห็นด้วย	

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นภาพรวมปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{x} = 4.02$ S.D. = .90) เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นอันดับแรกใน ด้านบุคลิกภาพ และเมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับเห็นด้วย โดย ด้านการจูงใจ ($\bar{x} = 4.06$ S.D. = .89) ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า ท่านจะเลือกสถานดูแลผู้สูงอายุที่ทำให้ตัวท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยในการอยู่อาศัย เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.42$) ด้านการรับรู้ ($\bar{x} = 3.99$ S.D. = .89) ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานดูแลผู้สูงอายุควรมีความน่าสนใจมากกว่านี้ เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.26$) ด้านการเรียนรู้ ($\bar{x} = 4.03$ S.D. = .87) ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า ท่านพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในสถานดูแลผู้สูงอายุ หากสิ่งเหล่านั้นทำให้ท่านมีความสุข เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.27$) ด้านความเชื่อ และทัศนคติ ($\bar{x} = 4.00$ S.D. = .89) ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า สถานดูแลผู้สูงอายุควรให้ความรู้ ความเข้าใจ เพื่อทำให้ความเชื่อ และทัศนคติเดิม ๆ ในทางลบลดน้อยลง หรือจางหายไป เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.28$) และ ด้านบุคลิกภาพ ($\bar{x} = 4.11$ S.D. = .88) ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า บุตรหลาน และคนอื่น ๆ ในสังคม ต้องมองเข้ามาแล้วรู้สึก ว่า ผู้สูงอายุอยู่ในสถานดูแลผู้สูงอายุอย่างมีความสุข เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.38$)

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษากลยุทธ์ตลาดบริการ โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้สูงอายุต่อกลยุทธ์ตลาดบริการ

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ความคิดเห็นของผู้สูงอายุ (N = 400)			
	\bar{x}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ (Product)	4.42	.86	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3
2. ด้านราคา (Price)	4.37	.88	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4
3. ด้านทำเลที่ตั้ง (Place)	4.06	.91	เห็นด้วย	6
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.87	.96	เห็นด้วย	7
5. ด้านบุคลากร (People)	4.55	.83	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.47	.79	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2
7. ด้านกระบวนการ (Process)	4.36	.85	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
รวม	4.28	.88	เห็นด้วย	

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นภาพรวมกลยุทธ์ตลาดบริการของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.28$ S.D. = .88) เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ ด้านบุคลากร และเมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ และ

บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.42$ S.D = .86) โดยผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า สถานดูแลผู้สูงอายุควรได้รับมาตรฐาน และได้รับการจดทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.59$) ด้านราคา อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.37$ S.D = .88) โดยผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า สถานดูแลผู้สูงอายุควรชี้แจงรายละเอียดราคาให้ชัดเจน เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.55$) ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{x} = 4.06$ S.D = .91) โดยผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า ทำเลที่ตั้งควรอยู่ในพื้นที่ที่บุตรหลานสามารถมาเยี่ยมท่านได้สะดวก เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.43$) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{x} = 3.87$ S.D = .96) โดยผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า ท่านคิดว่าการโฆษณาควรมีมากกว่านี้ในทุก ๆ ช่องทาง เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.16$) ด้านบุคลากร อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.55$ S.D = .83) โดยผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า เจ้าหน้าที่ในสถานดูแลผู้สูงอายุควรผ่านการอบรมดูแลผู้สูงอายุทุกคน รวมไปถึงหมอ และพยาบาล ควรมีอยู่ในสถานดูแลผู้สูงอายุ เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.58$) ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.47$ S.D = .79) โดยผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า บริเวณภายใน และภายนอก ควรมีความสะอาดเรียบร้อย เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.72$) และด้านกระบวนการ อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ($\bar{x} = 4.36$ S.D = .85) โดยผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความคิดเห็นว่า ควรมีวัน และเวลาที่ชัดเจน ที่บุตรหลานสามารถเข้ามาเยี่ยมผู้สูงอายุได้ เป็นอันดับแรก ($\bar{x} = 4.46$)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร โดยเลือกใช้การวิเคราะห์ Independent sample T-Test และการวิเคราะห์ One - way ANOVA โดยใช้สถิติ F-Test

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ลักษณะประชากรศาสตร์	สถิติที่ใช้	T/F	sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. เพศ (Sex)	T-Test	-1.007	0.315	ไม่แตกต่าง
2. อายุ (Age)	F-Test	3.22	0.02*	แตกต่าง
3. อาชีพ (Profession)	F-Test	2.00	0.07	ไม่แตกต่าง
4. รายได้ (Income)	F-Test	3.168	0.01*	แตกต่าง
5. การศึกษา (Education)	F-Test	5.774	0.00*	แตกต่าง
6. สถานภาพ (Status)	F-Test	9.035	0.00*	แตกต่าง
7. ลักษณะครอบครัว (Family)	F-Test	5.729	0.00*	แตกต่าง

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุ รายได้ การศึกษา สถานภาพ และลักษณะครอบครัว ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทางกลับกันผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) เป็นสถิติเพื่อการวิเคราะห์ตัวแปรต้นหลายตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม ด้วยวิธีการ Stepwise

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

ปัจจัยด้านจิตวิทยา	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	β		
ค่าคงที่	1.180	0.139		8.473	0.000**
การจงใจ (x_1)	-.010	0.041	-0.011	-0.241	0.809
การรับรู้ (x_2)	.099	0.037	0.105	2.639	0.009*
การเรียนรู้ (x_3)	.249	0.037	0.253	6.752	0.000**
ความเชื่อ และทัศนคติ (x_4)	.222	0.040	0.240	5.483	0.000**
บุคลิกภาพ (x_5)	.357	0.044	0.384	8.141	0.000**

R = 0.813, R² = 0.661, Adjusted R² = 0.657, SE (est.) = 0.342, Sig = 0.000(*), F = 152.038, Durbin-Watson = 1.737

*ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

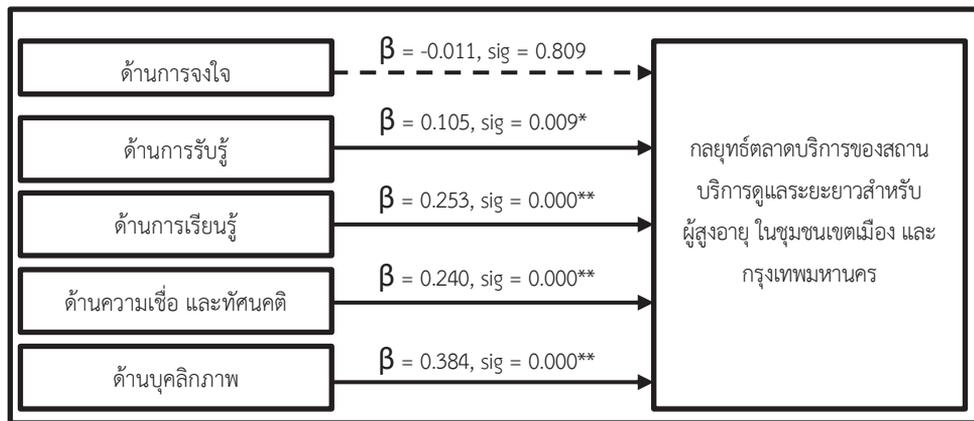
**ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาระดับนัยสำคัญทางสถิติ พบว่าปัจจัยจิตวิทยา ด้านการรับรู้ ส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยจิตวิทยา ด้านการเรียนรู้ ด้านความเชื่อ และทัศนคติ และ ด้านบุคลิกภาพ ส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยปัจจัยจิตวิทยาทั้ง 4 ด้าน ข้างต้น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเมือง และกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณา พบว่า ปัจจัยจิตวิทยา ด้านบุคลิกภาพ มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร มากที่สุด ($\beta = 0.384$) รองลงมาเป็น ด้านการเรียนรู้ ($\beta = 0.253$) ด้านความเชื่อ และทัศนคติ ($\beta = 0.240$) และด้านการรับรู้ ($\beta = 0.105$) ซึ่งสามารถสรุปเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Y = 1.180 - 0.011(x_1) + 0.105(x_2) + 0.253(x_3) + 0.240(x_4) + 0.384(x_5)$$

จากสมการพยากรณ์สามารถพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม มีค่าเท่ากับ 0.813 และสามารถอธิบายผลจากสมการได้ร้อยละ 66.1 (R² = 0.661)

ดังนั้นการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ผลการวิจัยโดยรวมพบว่าปัจจัยจิตวิทยา ด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านความเชื่อ และทัศนคติ และด้านบุคลิกภาพ ของผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร ในทางกลับกันปัจจัยจิตวิทยา ด้านการจงใจ ของผู้สูงอายุไม่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 2



หมายเหตุ มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการ
 ไม่มีอิทธิพลส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการ

ภาพที่ 2 ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้สูงอายุที่มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร

4. สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษากลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเมือง และกรุงเทพมหานคร โดยสามารถอภิปรายผลในแต่ละประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

ผลการศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 60 - 64 ปี อาชีพในปัจจุบัน หรือก่อนเกษียณ ทำอาชีพหน่วยงานราชการ มีรายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 108 คน มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส และลักษณะครอบครัวอาศัยอยู่กับคู่สมรส และบุตร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) พบว่าบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการในสินค้า และบริการที่แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น กลุ่มวัยรุ่น จะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ และความปลอดภัย

ผลการศึกษาปัจจัยจิตวิทยา พบว่า ระดับความคิดเห็นภาพรวมปัจจัยจิตวิทยาของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วย และเมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ **ด้านบุคลิกภาพ** โดยผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า บุตรหลานและคนอื่น ๆ ในสังคม ต้องมองเข้ามาแล้วรู้สึกว่าการที่ผู้สูงอายุอยู่ในสถานดูแลผู้สูงอายุอย่างมีความสุข ซึ่งสอดคล้องกับเล็ก สมบัติ, ศศิพัฒน์ ยอดเพชร และธนิษานต์ ศักดาพร (2554) ในรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง ภาวะสูงวัยอย่างมีคุณภาพ ประโยชน์กับการพัฒนาสังคม และเศรษฐกิจในประเทศไทย ที่ได้กล่าวถึง ทฤษฎีความต่อเนื่อง (Continuity Theory) เรื่องของการปรับตัวทางสังคมของผู้สูงอายุ กล่าวคือ การที่ผู้สูงอายุจะมีความสุขในบั้นปลายชีวิตได้นั้น มีผลมาจากบุคลิกภาพ และรูปแบบของการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลที่มีมาแต่เดิมซึ่งเชื่อว่า ผู้สูงอายุจะปรับตัวได้ดี และมีความสุขในบั้นปลายชีวิตได้นั้น ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ และการมีพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตที่ผ่านมาในอดีต

ผลการศึกษากลยุทธ์ตลาดบริการ พบว่า ระดับความคิดเห็นภาพรวมกลยุทธ์ตลาดบริการของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ระดับความคิดเห็นมากที่สุดเป็นอันดับแรก ได้แก่ **ด้านบุคลากร** โดยผู้สูงอายุที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า เจ้าหน้าที่ในสถานดูแลผู้สูงอายุควรผ่านการอบรมการดูแลผู้สูงอายุทุกคน รวมไปถึงหมอ และพยาบาล ควรมีอยู่ในสถานดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kirsty et al. (2021) ได้ศึกษาการทำความเข้าใจพฤติกรรมของพนักงาน

ที่ส่งเสริมคุณภาพสำหรับผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในสถานดูแลระยะยาว ได้กล่าวว่า ความเป็นผู้นำมีอิทธิพลสำคัญต่อวิธีการที่จะใช้กับทรัพยากรขององค์กร โดยพนักงานที่เพียงพอถูกนำไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมกับความรู้ความเชี่ยวชาญ และทักษะที่จำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการ และ Shin, So & Park, Jeong (2017) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในสถานดูแลระยะยาว พบว่า การเห็นคุณค่าในตนเอง ภาวะสุขภาพ และระดับการพยาบาล เป็นปัจจัยสำคัญ ส่วนตัวแปรส่วนบุคคล การปรับตัวให้เข้ากับสถานที่ การใช้เวลาที่ไม่ดีของเจ้าหน้าที่ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายใน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญยังไม่ได้คาดการณ์

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ในด้านอายุ รายได้ การศึกษา สถานะ และลักษณะครอบครัว ที่แตกต่างกันส่งผลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานที่ตั้งไว้เพียงบางส่วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alex Jingwei He & Kee-Lee Chou (2017) ที่ศึกษาความต้องการสำหรับการบริการสถานบริการดูแลระยะยาวที่มีคุณลักษณะที่ต่างกันของผู้สูงอายุ เป็นการตรวจสอบแผน และความคาดหวังสำหรับบริการสถานบริการดูแลระยะยาวของผู้สูงอายุวัยกลางคน และผู้สูงอายุ 1,613 คน ในเขตบริหารพิเศษฮ่องกงแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน ด้วยข้อมูลที่รวบรวมจากการสำรวจทางโทรศัพท์ พบว่า พบว่าลักษณะประชากรมีผลกระทบต่อทุกด้านของความ ต้องการสถานบริการดูแลระยะยาว และการวางแผนในระดับที่ต่างกัน นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) ยังพบว่าบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความแตกต่างกัน มีความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่น กลุ่มวัยรุ่น จะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุ จะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ และความปลอดภัย เป็นต้น

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านจิตวิทยาของผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยจิตวิทยา ในด้านการรับรู้ ด้านการเรียนรู้ ด้านความเชื่อ และทัศนคติ และด้านบุคลิกภาพ ของผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร โดยปัจจัยจิตวิทยา ด้านบุคลิกภาพ มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ตลาดบริการ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยุต รัชตะสุวรรณ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผู้สูงอายุ 400 คน พบว่า ปัจจัยจิตวิทยาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลงานวิจัยการศึกษากลยุทธ์ตลาดบริการของสถานบริการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ ในชุมชนเขตเมือง และกรุงเทพมหานคร นอกจากข้อมูลที่ได้นั้นจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาทางด้านคุณภาพประสิทธิภาพในทุก ๆ ด้านให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุแล้ว ยังสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการศึกษาต่อเพื่อพัฒนาการตลาดบริการของสถานบริการในส่วนพื้นที่ของจังหวัดอื่น ๆ เนื่องจากว่าในแต่ละปีนั้นจำนวนผู้สูงอายุมีเพิ่มขึ้นทุกปี ในเขตพื้นที่ที่แตกต่างกัน ถ้าหากว่ามีการพัฒนาตลาดบริการที่เหมาะสมในแต่ละเขตพื้นที่แล้ว จะถือว่าเป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่ของกลุ่มผู้สูงอายุให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกด้วย อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมหน่วยงานทางด้านกระทรวงการพัฒนาสังคม และความมั่นคงของมนุษย์ สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นข้อมูลในการพัฒนา หรือสร้างความสุขให้กับผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม และเพื่อเป็นข้อมูลในการส่งเสริมให้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ (สศช.) สามารถนำไปต่อยอดในการปรับแผนการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติตามวาระ

5. เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้าพาณิชย์ เร่งแก้ปัญหาคารขาดแคลนธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2564: http://www.dbd.go.th/ewt_news.php?nid=469404775 &filename =Template_Design_Temp_Sub. Retrieved from <https://www.dbd.go.th/>
- กรมอนามัย. (2557). **สมุดบันทึกสุขภาพผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- ชยุต รัชตะวรรณ. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริบาลดูแลผู้สูงอายุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ (การบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร): มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จิตรรัตน์ เสาร์เรือน และกนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุต. (2562). **การวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างของการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์ดูแลในกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer)**. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2562. <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/11955>
- พิสิษฐ์ พิธิยาพรรณ และคณะ. (2558). **การพัฒนามาตรฐานการดูแลสุขภาพผู้สูง อายุในศูนย์การให้บริการแบบพักค้าง**. วารสารบูรพาเวชสาร Vol. 2 No. 1 (2015): JANUARY-JUNE 2015 <https://he01.tci-thaijo.org/index.php/BJmed/article/view/119286>
- เล็ก สมบัติ, ศศิพัฒน์ ยอดเพชร และธนิกานต์ ศักดาพร. (2554). **รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ เรื่อง ภาวะสูงวัยอย่างมีคุณภาพเชื่อมโยงกับการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจในประเทศไทย**. สำนักงานมาตรฐานการพัฒนาสังคม และความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2557). **การศึกษาผลลัพธ์ทางสุขภาพ และความเป็นธรรมทางสุขภาพ**. กรุงเทพฯ: วิทยุการปก.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2552). **บูรณาการระบบการดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ เจพรีน 2.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2560). **การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุงใหม่)**. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- Alex Jingwei He and Kee-Lee Chou. (2017). **Long-term care (LTC) planning is important in helping the older people tackle their future needs better**. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Chandeowit, W. (2013). **Social and economic aspects of the elderly in Thailand**. Malaysian Journal of Economic Studies, 50(2):193-206.
- Cochran, W. G. (1997). **Sampling Techniques** (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- Kirsty, H., Carl, T., Antony, A., Paul, E., Claire, G., Barbara, H., et al. (2021). **Understanding the staff behaviours that promote quality for older people living in long term care facilities: A realist review**. International Journal of Nursing Studies, Volume 117.
- Mignani, V., Ingravallo, F., Mariani, E., & Chattat, R. (2017). **Perspectives of older people living in long-term care facilities and of their family members toward advance care planning discussions: a systematic review and thematic synthesis**. Clinical interventions in aging, 12, 475-484. <https://doi.org/10.2147/CIA.S128937>
- Praewpran Seetisarn. (2017). **Exploring the Key Issues Affecting the Adoption of Health Care Services for the Elderly in Bangkok**. Mahidol University: Bangkok.

Shin, So & Park, Jeong. (2017). **Factors Influencing Quality of Life of Elderly Residents in Long-term Care Facilities**. Journal of Korean Gerontological Nursing. 19. 113-124. 10.17079/jkgn.2017.19.2.113.

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

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