

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์  
Factors Affecting To Decision Making For Elderly Care In Huahin, Prachuapkhirikhan

ธนพัฒน์ อินทวิ และเบญจพร คงบำเพ็ญ \*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล 400 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุที่ครอบครัวให้ความสำคัญเป็นมียู่ด้วยกัน ทั้งหมด 5 องค์ประกอบ โดยอันดับแรกคือ องค์ประกอบด้านทักษะบุคลากร รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านลักษณะทางกายภาพ องค์ประกอบด้านราคา องค์ประกอบด้านกระบวนการให้บริการ และองค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

**คำสำคัญ :** การตัดสินใจ, สถานดูแลผู้สูงอายุ

### Abstract

The objective of this research was to study factors affecting to decision making for elderly care in Hua Hin, Prachuapkhirikhan. The purpose of this study was a quantitative research. Questionnaires were used to collect data 400 persons. Data analysis was used to analyze descriptive statistics, frequency, percentage, mean and standard deviation.

The result showed that the factors affecting the decision making for the elderly care, which family concerned about five factors. The first was the people factor, followed by the physical evidence factors, the price factor, the service process factor and the product factor, respectively.

**Keywords :** decision making, elderly care

\*ผู้นิพนธ์ประสานงาน benjaporn.ink837@gmail.com

## 1. บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

ความก้าวหน้าด้านการพัฒนาด้านนวัตกรรมทางการแพทย์นั้นเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชากรมีอายุเพิ่มขึ้น อัตราการเกิดเพิ่มขึ้น แต่อัตราการตายลดลง ต่างจากสังคมไทยในสมัยก่อนที่มีอัตราการเกิดลดลง แต่อัตราการตายเพิ่มขึ้น เพราะเทคโนโลยีด้านการรักษาโรคยังไม่มีมีความก้าวหน้า ทำให้ประชากรผู้สูงอายุคิดเป็นอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับประชากรไทยทั้งหมด ส่งผลให้สังคมประชากรไทยในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมผู้สูงอายุ(แกนศิลป์ เข็มจินดา, 2558) นั้นแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยกำลังเข้าสู่ภาวะประชากรสูงวัย ซึ่งมีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุสูงกว่าประชากรทั้งหมด และในอนาคตคาดว่าประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (รศรินทร์ เกรย์และคนอื่นๆ, 2556)

สภาพสังคมผู้สูงวัยที่ได้ทำการสำรวจ ได้แสดงจำนวนผู้สูงอายุซึ่งควรนำไปไปวางแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงวัย การเพิ่มศักยภาพการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในอนาคต อัตราของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพังคนเดียวมีอัตราเพิ่มขึ้น การอยู่คนเดียวตามลำพังจึงมีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตในอนาคต (คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติกองทุนผู้สูงอายุ, 2555)

จากอัตรายูเฉลี่ยของคนไทยที่สูงขึ้น ทำให้เกิดปัญหาผู้สูงอายุถูกทอดทิ้งและขาดการดูแลเอาใจใส่จากครอบครัว ปัญหาร่างกาย และตามมาด้วยปัญหาด้วยสุขภาพจิต (ทิพย์สุนทร์ อินคำมา, 2556) อัตราผู้สูงอายุที่ถูกทอดทิ้งในสังคมไทยมีเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากสภาพครอบครัวที่เปลี่ยนไป ความรักในครอบครัวมีต่ำลงเรื่อยๆ บุตรหลานอาจไม่เอาใจใส่ผู้สูงอายุอย่างใกล้ชิด เพราะต้องออกไปทำงาน อาจส่งผลกระทบต่อผู้สูงอายุรู้สึกขาดการดูแล (Ta Whan, 2555)

เมื่อมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น โดยที่ประเทศไม่ได้มีการวางแผนเพื่อรับกับประชากรผู้สูงอายุ อาจทำให้เกิดผลกระทบกับประเทศไทย เมื่อมีผู้สูงอายุมากขึ้น คือ มีรายได้น้อยลงและผู้สูงอายุจึงต้องพึ่งพิงลูกหลานวัยทำงาน เมื่อครอบครัวมีภาระค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น จึงต้องหารายได้มาจุนเจือ จนทำให้ไม่มีเวลาดูแลผู้สูงอายุ และในที่สุดผู้สูงอายุจึงมีแนวโน้มที่จะถูกทอดทิ้ง (กนกศิลป์ เข็มจินดา, 2558)

วัยสูงอายุเป็นช่วงของการเปลี่ยนแปลง เมื่อมีอายุมากขึ้น สภาพร่างกายก็ย่อมเกิดการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นด้านประสาทการรับรู้ หรือร่างกายที่เปลี่ยนไป สภาพจิตใจก็มักต้องมีการเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) ผลกระทบด้านสภาพจิตใจของผู้สูงอายุ เมื่อมีอายุมากขึ้นก็มีการเปลี่ยนแปลงไป เมื่ออายุมากขึ้นก็จะไม่สามารถออกไปนอกบ้านเพื่อทำงานได้นั้นอาจเป็นสาเหตุให้ผู้สูงอายุเกิดความเครียดหรือเก็บตัว (ประไพ ยศะทัตต์มา, 2551)

คนไทยนั้นดำเนินชีวิตโดยให้ความสำคัญด้านเวลาที่เร่งด่วน สมาชิกในครอบครัวแต่ละคนต่างมีหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบ จนทำให้ไม่มีเวลาในการดูแลผู้สูงอายุได้อย่างใกล้ชิด และอาจทำให้การดูแลสุขภาพ การรับประทาน การพักผ่อนและความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุทำได้ไม่ทั่วถึง (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2552) การดูแลผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้เป็นเรื่องที่ลำบาก จะต้องมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญหรือห้องปฏิบัติการที่ได้มาตรฐานในการตรวจสอบสุขภาพของผู้สูงอายุ (สมบุญ อินทลาภาพร, 2553)

จากข้อมูลและปัญหาที่ได้กล่าวมาในข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ทางด้านการพัฒนาสถานดูแลผู้สูงอายุให้ตอบสนองปัญหาทางด้านร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุและเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดในการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุในปัจจุบัน

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## 1.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางการตลาด 7Ps จะช่วยให้องค์กรสามารถระบุผลกระทบทางการตลาดของสินค้าและบริการ (Annmarie Hanlon, 2007) จากทฤษฎีสำหรับองค์กรการให้บริการของ (Philip Kotler, 2008) ที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาด 7Ps เพื่อธุรกิจบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่จะต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าเห็นคุณค่าของสินค้านั้น ๆ ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ตัวผลิตภัณฑ์ และการบริการ
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ที่สามารถซื้อได้ ลูกค้าจะพิจารณาระหว่างคุณภาพของการบริการกับราคา ถ้าลูกค้าเห็นว่าคุณค่าของสินค้าเหมาะสมกับราคาก็จะตัดสินใจซื้อ การกำหนดราคาการให้บริการต้องมีความเหมาะสมกับการให้บริการ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นช่องทางในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อลูกค้าในด้านการนำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านช่องทางการนำเสนอการบริการ

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นช่องทางสื่อสารที่เสนอให้ผู้ใช้บริการโดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือเชิญชวนลูกค้าให้เกิดการใช้บริการ

5. ด้านบุคลากร (People) จะต้องมีการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและสร้างความแตกต่างจากองค์กรอื่นๆ เจ้าหน้าที่ที่ต้องมีความสามารถ มีความรู้ที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า เน้นการสร้างคุณภาพด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย การพูดจาต้องอ่อนน้อม และมีการบริการที่รวดเร็วทันใจ

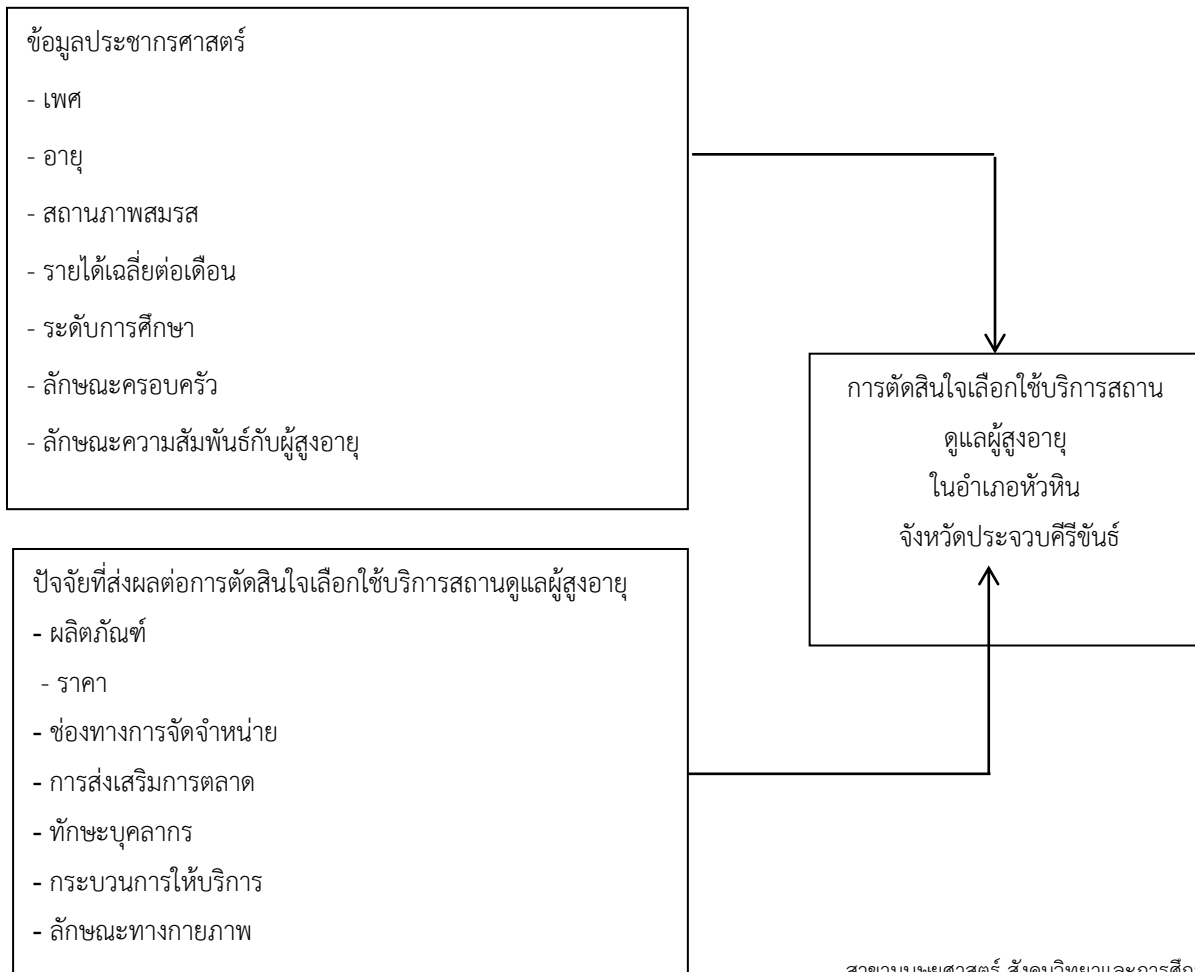
7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นการปฏิบัติงานในด้านการให้บริการ เพื่อนำเสนอให้กับลูกค้าและมอบการบริการแก่ลูกค้าอย่างสมบูรณ์ และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

สรุปได้ว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ จะต้องนำทฤษฎี แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มาใช้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของธุรกิจ พัฒนาศักยภาพการบริการให้ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

#### 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



## 2. ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

### 2.1 ขอบเขตของการวิจัย มีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร คือ ครอบครัวหรือบุคคลที่ต้องดูแลผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลประชากรศาสตร์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุ

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

### 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุ แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ลักษณะครอบครัว และลักษณะความสัมพันธ์กับผู้สูงอายุ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุ

### 2.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.3.1 ศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม

2.3.2 นำผลการศึกษาที่ได้มาสร้างเป็นแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมตามกรอบแนวคิด

2.3.3 จัดทำแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

### 2.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

หาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 2013) โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการประมวลผล ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้ พบว่ามีค่าอัลฟาเท่ากับ 0.819 ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นสูง

### 2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุ จะใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## 3. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 238 คน (คิดเป็นร้อยละ 59.5) เมื่อจำแนกตามอายุพบว่าส่วนใหญ่มีอายุ 30-39 ปี จำนวน 124 คน (คิดเป็นร้อยละ 31) และมีสถานภาพสมรส จำนวน 148 คน (คิดเป็นร้อยละ 37) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,000-30,000 บาท จำนวน 124 คน (คิดเป็นร้อยละ 31) ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 158 คน (คิดเป็นร้อยละ 39.5) มีลักษณะ

ครอบครัวแบบครอบครัวขยาย จำนวน 209 คน (คิดเป็นร้อยละ 52.2) ลักษณะความสัมพันธ์กับผู้สูงอายุเป็นบุตร จำนวน 181 คน (คิดเป็นร้อยละ 45.2)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุ สามารถสรุปได้ตามปัจจัยดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 1 :** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.1 สถานบริการดูแลผู้สูงอายุต้องได้รับการจัดตั้งอย่างถูกต้อง	4.16	0.95	มาก
1.2 สถานบริการมีประสบการณ์ด้านการดูแลผู้สูงอายุมาเป็นเวลายาวนาน	3.19	0.85	ปานกลาง
1.3 ความน่าเชื่อถือของสถานบริการดูแลผู้สูง	3.33	0.82	ปานกลาง
1.4 สถานบริการมีชื่อเสียงด้านการดูแลผู้สูงอายุ	3.50	0.91	ปานกลาง
1.5 สถานบริการมีคุณภาพด้านการให้บริการผู้สูงอายุ	4.39	0.84	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.71</b>	<b>0.49</b>	<b>มาก</b>

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสถานบริการที่มีคุณภาพด้านการให้บริการผู้สูงอายุ ( $\bar{X}=4.39$ , S.D.= 0.84) รองลงมาคือ สถานบริการดูแลผู้สูงอายุต้องได้รับการจัดตั้งอย่างถูกต้อง( $\bar{X}=4.16$ , S.D.= 0.95) และสถานบริการมีชื่อเสียงด้านการดูแลผู้สูงอายุ ( $\bar{X}=3.50$ , S.D.= 0.91)

**ตารางที่ 2 :** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านราคา

2. ปัจจัยด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
2.1 ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ สภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้ง	4.04	0.86	มาก
2.2 ค่าบริการที่ชัดเจน	4.06	0.86	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.05</b>	<b>0.74</b>	<b>มาก</b>

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับค่าบริการที่ชัดเจน ( $\bar{X}=4.06$ , S.D.= 0.86) รองลงมาคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพ สภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้ง ( $\bar{X}=4.04$ , S.D.= 0.86)

**ตารางที่ 3 :** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
3.1 การสมัครเข้ารับบริการผ่านโรงพยาบาล	2.54	0.99	ปานกลาง
3.2 การสมัครเข้ารับบริการผ่านเว็บไซต์	3.82	0.80	มาก
3.3 การสมัครเข้ารับบริการทางโทรศัพท์	3.15	0.84	ปานกลาง
3.4 การสมัครเข้ารับบริการที่ศูนย์ของสถานบริการผู้สูงอายุ	2.38	1.18	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.97</b>	<b>0.61</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสมัครเข้ารับบริการผ่านเว็บไซต์ ( $\bar{X}=3.82$ , S.D.= 0.80) รองลงมาคือ การสมัครเข้ารับบริการทางโทรศัพท์ ( $\bar{X}=3.15$ , S.D.= 0.84) และการสมัครเข้ารับบริการผ่านโรงพยาบาล ( $\bar{X}=2.54$ , S.D.= 0.99)

ตารางที่ 4 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
4.1 การมอบส่วนลด	2.92	0.97	ปานกลาง
4.2 การประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับหรือป้ายโฆษณา	3.36	0.89	ปานกลาง
4.3 มีช่องทางเลือกใช้บริการได้หลากหลาย เช่น ทางโทรศัพท์ อีเมลล์ เว็บไซต์	3.58	0.81	มาก
4.4 การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ	4.01	0.93	มาก
4.5 การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์	3.25	0.83	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.42</b>	<b>0.48</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ( $\bar{X}=4.01$ , S.D.= 0.93) รองลงมา คือ การมีช่องทางเลือกใช้บริการได้หลากหลาย เช่น ทางโทรศัพท์ อีเมลล์ เว็บไซต์ ( $\bar{X}=3.58$ , S.D.= 0.81) และการประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับหรือป้ายโฆษณา ( $\bar{X}=4.36$ , S.D.= 0.89)

ตารางที่ 5 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านทักษะบุคลากร

5. ปัจจัยด้านทักษะบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
5.1 มีผู้เชี่ยวชาญที่ดูแลผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง	4.09	0.89	มาก
5.2 บุคลากรมีความเต็มใจในการดูแลผู้สูงอายุ มีอัธยาศัยไมตรีที่ดี	4.08	0.84	มาก
5.3 ผู้ดูแลมีความชำนาญ สามารถรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้	4.32	0.84	มาก
5.4 บุคลากรมีความรู้ในการทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุ	4.10	0.97	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.15</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทักษะบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับผู้ดูแลมีความชำนาญสามารถรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ ( $\bar{X}=4.32$ , S.D.= 0.84) รองลงมา คือ บุคลากรมีความรู้ในการทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุ ( $\bar{X}=4.10$ , S.D.= 0.97) และมีผู้เชี่ยวชาญที่ดูแลผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง ( $\bar{X}=4.09$ , S.D.= 0.89)

ตารางที่ 6 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

6. ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
6.1 การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว	3.53	0.94	มาก
6.2 การสมัครใช้บริการที่ไม่ยุ่งยาก	4.01	0.93	มาก
6.3 ความสามารถในการให้บริการทุกครั้งมีความเหมาะสม	3.76	0.99	มาก
6.4 การพัฒนาการให้บริการโดยอาศัยข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ	4.02	0.87	มาก
6.5 มีกระบวนการวิเคราะห์จัดการที่ชัดเจน	3.64	0.96	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการให้บริการโดยอาศัยข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ( $\bar{X}=4.02$ , S.D.= 0.87) รองลงมา คือ การให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว และการสมัครใช้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ( $\bar{X}=4.01$ , S.D.= 0.93) และความสามารถในการให้บริการทุกครั้งมีความเหมาะสม ( $\bar{X}=3.76$ , S.D.= 0.99)

ตารางที่ 7 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
7.1 มีสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานดูแล	3.79	0.90	มาก
7.2 สถานประกอบการมีการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้อยู่เป็นประจำ	4.14	0.94	มาก
7.3 มีการรักษาความสะอาดสถานที่อย่างสม่ำเสมอ	4.16	0.87	มาก
7.4 ท่าเลที่ตั้งของสถานดูแลผู้สูงอายุอำนวยความสะดวกในการเดินทาง	4.32	0.83	มาก
7.5 สถานดูแลผู้สูงอายุมีการให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย	4.32	0.89	มาก
<b>รวม</b>	4.15	0.62	มาก

จากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับท่าเลที่ตั้งของสถานดูแลผู้สูงอายุอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ( $\bar{x}=4.32$ , S.D.= 0.83) รองลงมา คือ สถานดูแลผู้สูงอายุมีการให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย ( $\bar{x}=4.32$ , S.D.= 0.89) และมีการรักษาความสะอาดสถานที่อย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{x}=4.16$ , S.D.= 0.87)

ตารางที่ 8 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ผลิตภัณฑ์	3.71	0.49	มาก
ราคา	4.05	0.74	มาก
ช่องทางการจัดจำหน่าย	2.97	0.61	ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	3.42	0.48	ปานกลาง
ทักษะบุคลากร	4.15	0.61	มาก
กระบวนการให้บริการ	3.79	0.61	มาก
ลักษณะทางกายภาพ	4.15	0.62	มาก
<b>รวม</b>	3.75	0.59	มาก

จากการวิเคราะห์ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุนั้น มีภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.75$ , S.D.=0.59) ประชากรตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยปัจจัยด้านทักษะบุคลากร ( $\bar{x}=4.15$ , S.D.=0.61)ในระดับมาก ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{x}=4.15$ , S.D.=0.62)ในระดับมาก ด้านราคา ( $\bar{x}=4.05$ , S.D.=0.74)ในระดับมาก ด้านกระบวนการให้บริการ ( $\bar{x}=3.79$ , S.D.=0.61)ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x}=3.71$ , S.D.=0.49)ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{x}=3.42$ , S.D.=0.48) ในระดับปานกลาง และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{x}=2.97$ , S.D.=0.61)ในระดับปานกลาง

#### 4. อภิปรายผล

จากการศึกษาผลการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อครอบครัวหรือบุคคลที่ต้องดูแลผู้สูงอายุที่จะตัดสินใจเลือกสถานบริการให้แก่ผู้สูงอายุมีทั้งหมด 5 องค์ประกอบ คือ

องค์ประกอบด้านทักษะบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับผู้ดูแลมีความชำนาญสามารถรับมือกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ รองลงมาคือบุคลากรมีความรู้ในการทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุ มีผู้เชี่ยวชาญที่ดูแลผู้สูงอายุอย่างทั่วถึง และบุคลากรมีความเต็มใจในการดูแลผู้สูงอายุ มีอัยาศัยไม่ตรีที่ดี

องค์ประกอบด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุมากที่สุด คือทำเลที่ตั้งของสถานดูแลผู้สูงอายุอำนวยความสะดวกในด้านการเดินทาง รองลงมาคือ สถานดูแลผู้สูงอายุมีการให้ความสำคัญด้านความปลอดภัย ตามด้วยมีการดูแลรักษาความสะอาดสถานที่อย่างสม่ำเสมอ สถานประกอบการมีการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้อยู่เป็นประจำ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานดูแล

องค์ประกอบด้านราคา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุมากที่สุด คือ ค่าบริการที่ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ สภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้ง

องค์ประกอบด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุมากที่สุด คือ การพัฒนาการให้บริการโดยอาศัยข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ รองลงมาคือ การสมัครใช้บริการที่ไม่ยุ่งยาก ตามด้วยความสามารถในการให้บริการทุกครั้งมีความเหมาะสม กระบวนการวิเคราะห์จัดการที่ชัดเจน และการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว

องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานดูแลผู้สูงอายุมากที่สุด คือ สถานบริการมีคุณภาพด้านการให้บริการผู้สูงอายุ รองลงมาคือ สถานบริการดูแลผู้สูงอายุต้องได้รับการจัดตั้งอย่างถูกต้อง ตามด้วยสถานบริการมีชื่อเสียงด้านการดูแลผู้สูงอายุ ความน่าเชื่อถือของสถานบริการดูแลผู้สูง และสถานบริการมีประสบการณ์ด้านการดูแลผู้สูงอายุมาเป็นเวลายาวนาน

## 5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ครอบครัวจะคำนึงถึงทักษะของบุคลากรเป็นอันดับแรก ดังนั้นสถานประกอบการควรมีการฝึกอบรมทักษะบุคลากรให้มีความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุให้มากยิ่งขึ้น ด้านลักษณะทางกายภาพ สถานประกอบการจะต้องเข้มงวดด้านความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุเป็นสำคัญ ด้านราคา ควรตั้งราคาให้มีความสมกับคุณภาพการบริการและบอกรายละเอียดค่าใช้จ่ายให้ผู้ใช้บริการทราบชัดเจน ด้านกระบวนการให้บริการ จะต้องรับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ เพื่อนำคำติชมมาพัฒนาศักยภาพของสถานประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานประกอบการ แสดงให้เห็นถึงคุณภาพและความน่าเชื่อถือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรเพิ่มการลงทุนการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ เพราะผู้บริโภคจะให้ความสนใจกับสื่อออนไลน์มากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคไม่ค่อยให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายมากนัก แต่ถ้าหากจะพัฒนาศักยภาพด้านการจัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายบนเว็บไซต์ เพราะผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ทราบข้อมูลเชิงลึก ทราบความคิดเห็น ความต้องการของผู้บริโภคที่ชัดเจน นำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาสถานประกอบการให้มีการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างตรงจุด

## 6. เอกสารอ้างอิง

[1] กนกศิลป์ เข็มจินดา, 2558, “สังคมผู้สูงอายุประเทศไทยพร้อมหรือยัง,”

<http://www.sanpakornsarn.com/backend/magazine-file/file1447742954.pdf> [10 มกราคม 2560].

[2] รศรินทร์ เกรย์และคนอื่นๆ, 2556, “มนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ: มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคม และสุขภาพ,”

<http://www.ipr.mahidol.ac.th/iprbeta/FileUpload/PDF/Report-File-419.pdf> [18 มกราคม 2560].



- [3] คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติกองทุนผู้สูงอายุ, 2555, “สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย,” <http://www.thaitgri.org/images/document/ElderSituations/situationofthailandelderThai2553.pdf> [8 มกราคม 2560].
- [4] ทิพย์สุคนธ์ อินค้ำมา, 2556, “บทความเชิงวิชาการเรื่อง ปัญหาผู้สูงอายุ,” <http://sd-group1.blogspot.com/2013/01/53241950.html> [19 มกราคม 2560].
- [5] TA Whan, 2555, “ปัญหาสังคมผู้สูงอายุที่ถูกทอดทิ้ง,” <http://p-waralak.blogspot.com/2012/06/blog-post.html> [20 มกราคม 2560].
- [6] สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557, “สำรวจด้านประชากรและเคหะ,” <http://www.nso.go.th/sites/2014> [23 มกราคม 2560].
- [7] ประไพ ยศะทัตต์มา, 2551, “สุขภาพจิตของผู้สูงอายุ,” <https://www.doctor.or.th/article/detail/5401> [24 มกราคม 2560].
- [8] สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2552, “สังคมผู้สูงอายุ,” <http://www.thaihealth.or.th> [25 มีนาคม 2560].
- [9] สมบูรณ์ อินทลาภาพร, 2553, “9วิธี ดูแลผู้สูงอายุสุขภาพดี,” <http://www.si.mahidol.ac.th/sidoctor/e-pl/article/detail.asp?id=736> [30 มกราคม 2560].
- [10] ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541, “ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ,” <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html> [25 มกราคม 2560].
- [11] Annmarie Hanlon, 2007, How to use the 7Ps Marketing Mix? <http://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/> [3 March 2017].
- [12] Cronbach, 2013, “Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) using SPSS Statistics,” <https://statistics.laerd.com/spss-tutorials/cronbachs-alpha-using-spss-statistics.php> [2 March 2017].
- [13] Philip Kotler, 2008, “MARKETING THEORIES,” <http://www.professionalacademy.com/blogs-and-advice/marketing-theories---the-marketing-mix---from-4-p-s-to-7-p-s> [5 March 2017].