



ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผู้สูงอายุ  
และการจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

SERVICE MARKETING MIX, QUALITY OF SERVICE, NURSING HOME CHOOSING  
BEHAVIOR AND NURSING HOME MANAGEMENT  
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA.

ระพีพัฒน์ ช้อนสวัสดิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2563

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการผู้สูงอายุ  
และการจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร



ระพีพัฒน์ ชัยอนสวัสดิ์

ปริญญาานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ  
คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ปีการศึกษา 2563  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

SERVICE MARKETING MIX, QUALITY OF SERVICE, NURSING HOME CHOOSING  
BEHAVIOR AND NURSING HOME MANAGEMENT  
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA.



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
(Business Administration(Management))  
Faculty of Business Administration for Society, Srinakharinwirot University  
2020  
Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ  
และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

ของ

ระพีพัฒน์ ช้อนสวัสดิ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ..... ประธาน  
(อาจารย์ ดร.ศุภินญา ญาณสมบุญ) (รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)

ชื่อเรื่อง	ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการ ผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	ระพีพัฒน์ ช้อนสวัสดิ์
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2563
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. ศุภินญา ญาณสมบุรณ์

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อทำการศึกษถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ศึกษาถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการ และ คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ที่มีต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งศึกษาถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ตลอดจนการ  
จัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ ผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุภายในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์ค่าที่ สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คน โดยใช้วิธีการพูดคุยสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างคำถาม ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรสและมีบุตร มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 45,001- 60,000 บาท มีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ และความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดีมาก สำหรับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่าเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุคือ การไม่มีเวลาที่เพียงพอในการดูแลผู้สูงอายุอย่างใกล้ชิด รู้จักสถานบริการผู้สูงอายุจากการได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้ทำการตัดสินใจร่วมกับญาติ/พี่น้อง โดยมีระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ตั้งแต่ 1 - 3 เดือน และ พบว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประมาณ 17,865 บาท ต่อเดือน นอกจากนี้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันมาเป็นระยะเวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 9 เดือน และ สูงสุดอยู่ที่ 72 เดือน โดยผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และ คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ, คุณภาพบริการ, พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ, การจัดการธุรกิจ, สถานบริการผู้สูงอายุ

Title SERVICE MARKETING MIX, QUALITY OF SERVICE, NURSING HOME  
CHOOSING BEHAVIOR AND NURSING HOME MANAGEMENT  
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA.

Author RAPEEPAT CHORNSAWAT

Degree MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Academic Year 2020

Thesis Advisor Supinya Yansomboon , D.B.A

The objectives of this research are to study nursing home service choosing behaviors, to study the influence of the Service Marketing Mix and Quality of Service on nursing home services choosing behavior in the Bangkok Metropolitan Area. To study Nursing home service choosing behavior in the Bangkok metropolitan area and to study nursing home business management. In terms of quantitative research, the sample consisted of four hundred consumers using nursing home services in the Bangkok metropolitan area. The questionnaire was utilized to collect the data and the statistics used for data analysis included percentage, mean, standard deviation, an independent sample t-test, One-way ANOVA and Multiple linear regression. In terms of qualitative research, the sample consisted of interviews with seven nursing home owners in the Bangkok metropolitan area. The results of this research showed that most consumers were female, aged between forty-one and fifty, married with children, worked as private company employees, held a Bachelor's degree, and with an average monthly income of 45,001 to 60,000 Baht. The level of consumer opinions toward the Service Marketing Mix and the Quality of Service were very good. In terms of nursing home service choosing behavior in the Bangkok metropolitan area indicated that most consumers selected the most important factor in choosing a reason to use nursing home services, such as having enough time to closely look after the elderly and to take advice from other people. Most consumers make decisions with their relatives or siblings. The maximum considered before deciding to use nursing home services from one to three months and found that the average monthly costs for most users had an average service fee of approximately 17,865 Baht per month. Most of the consumers used the service of the nursing home for the current period for an average of approximately nine months and the maximum is 72 months. The results of the hypothesis testing had a statistical significance level of 0.05 and revealed that consumers with different personal details also had different nursing home services choosing behavior. In addition, the Service Marketing Mix influenced nursing home service choosing behavior and the Quality of Service influenced nursing home service choosing behavior.

Keyword : Service Marketing Mix, Quality of Service, Service choosing behavior, Business Management,  
Nursing Home

## กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีอันเนื่องมาจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ดร.ศุภินญา ญาณสมบุญรณ์ ที่ปรึกษาปริญญาานิพนธ์ที่คอยให้คำปรึกษา แนะนำ และตรวจสอบแก้ไขตั้งแต่เริ่มต้น ดำเนินการจนกระทั่งสำเร็จเป็นปริญญาานิพนธ์ฉบับสมบูรณ์

รวมทั้ง อาจารย์ ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ และรศ.สุพาดา สิริกุตตา ที่ให้ความกรุณารับเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม รวมถึงให้คำปรึกษาในการแก้ไขแบบสอบถาม และคำแนะนำในการปรับปรุง อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการของปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ประสิทธิ์ ประสาทวิชาความรู้ทุกแขนง รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือตลอดจนคำแนะนำต่าง ๆ ที่ดีและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่ผู้วิจัย อีกทั้งขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่านที่ช่วยให้คำแนะนำ ประสานงาน และช่วยอำนวยความสะดวกเสมอมา

ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณมารดา และบุคคลอันเป็นที่รักที่ได้ให้การสนับสนุน อยู่เคียงข้าง และ คอยให้กำลังใจเสมอมา และขอบคุณมิตรสหายทุก ๆ ท่าน ที่คอยช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจที่ดีให้กันเสมอมา

ระพีพัฒน์ ช้อนสวัสดิ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ .....	ช
บัญชีตาราง .....	ฐ
บัญชีภาพประกอบ .....	ผ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง .....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย .....	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	4
1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research).....	4
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).....	6
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา .....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	11
สมมติฐานการวิจัย.....	12
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์.....	13
2. แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ.....	15
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค .....	24



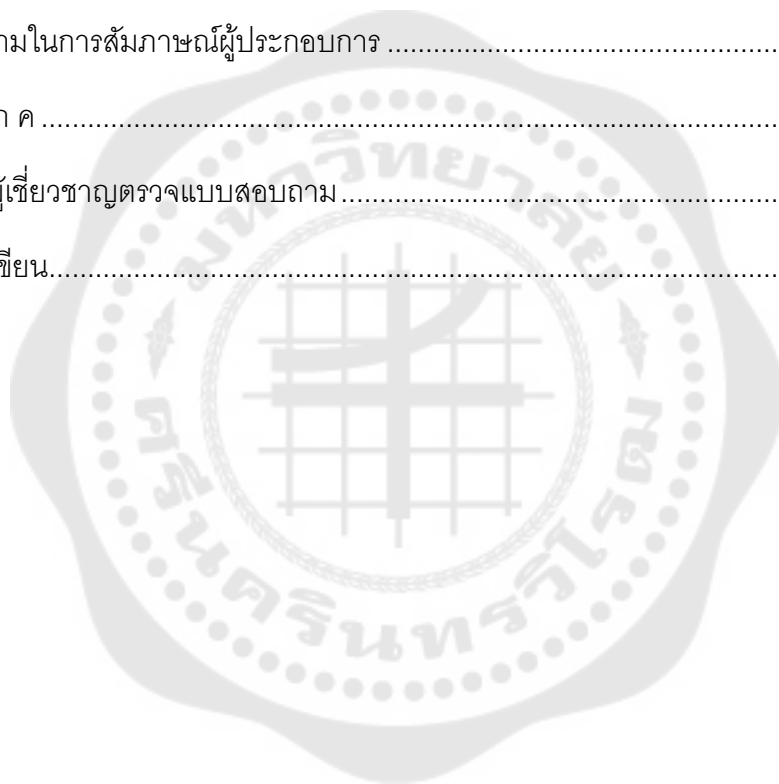
ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค .....	24
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค .....	25
โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) .....	27
กระบวนการตัดสินใจซื้อ .....	29
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Quality of Service) .....	32
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ.....	37
6. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานบริการผู้สูงอายุ และสถานดูแลระยะยาว .....	40
6.1 การดูแลระยะยาว.....	40
6.2 ประเภทของการดูแลระยะยาว .....	41
6.3 การดูแลระยะยาวภายในสถานบริการ (Institutional long-term care).....	42
6.4 กิจกรรมในการบริการดูแล .....	43
6.5 วิธีในการช่วยเหลือดูแล .....	44
6.6 ประเภทของสถานดูแลระยะยาว .....	44
6.6.1 จำแนกตามการดูแลแบบต่อเนื่อง (Continuum of care) .....	44
6.6.2 จำแนกตามลักษณะของการให้บริการและระดับความต้องการในการดูแลของ ตัวผู้สูงอายุ.....	45
6.6.3 จำแนกตามระดับความต้องการในการดูแลของผู้สูงอายุและสังกัด .....	46
6.7 คุณภาพในการดูแลผู้สูงอายุในสถานบริการ .....	49
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	52
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	56
1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) .....	56
1.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างตัวอย่าง .....	56
ประชากร.....	56

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	56
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	57
1.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	57
การใช้บริการในอนาคต.....	62
การแนะนำ/บอกต่อ.....	63
1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
1.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
การจัดทำข้อมูล.....	66
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66
1.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
สรุปสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน.....	72
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).....	72
2.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างตัวอย่าง.....	72
ประชากร.....	72
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	73
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	73
2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	73
2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	73
2.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
การจัดกระทำข้อมูล.....	74
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	75
1.การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research).....	75

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	75
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	76
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	76
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ.....	77
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	80
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ....	89
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาล ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	95
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	206
2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).....	209
การจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ.....	209
1. ด้านการวางแผน .....	209
2. ด้านการจัดการองค์การ .....	210
3. ด้านการสั่งการ.....	212
4. ด้านการประสานงาน.....	214
5. ด้านการควบคุม .....	216
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	218
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	218
ความสำคัญของการวิจัย .....	219
สมมติฐานของการวิจัย.....	219
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	220

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	220
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอัน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ.....	220
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถาน บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	221
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสถานบริหารผู้สูงอายุ ..	223
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหาร ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	225
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	226
สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใ้ บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน .....	226
สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใ้ บริการบริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร.....	238
สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของสถานบริหารผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมใน การ.....	241
อภิปรายผล .....	245
สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใ้บริการ สถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า.....	245
สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใ้บริการ บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	248
สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของสถานบริหารผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการ เลือกใ้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	252
การจัดการธุรกิจสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	256
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย .....	260

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	265
บรรณานุกรม.....	266
ภาคผนวก.....	271
ภาคผนวก ก.....	272
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	272
ภาคผนวก ข.....	282
แบบคำถามในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ.....	282
ภาคผนวก ค.....	286
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	286
ประวัติผู้เขียน.....	288



## บัญชีตาราง

หน้า

ตาราง 1	จำแนกประเภทของสถานดูแลระยะยาวหรือสถานบริการผู้สูงอายุ.....	48
ตาราง 2	เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนสำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนประสมการ ตลาดบริการ .....	60
ตาราง 3	เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนสำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 3 คุณภาพบริการ ของสถานบริการผู้สูงอายุ.....	62
ตาราง 4	เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนสำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 4 การใช้บริการใน อนาคต.....	63
ตาราง 5	เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนสำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 4 การแนะนำ/บอก ต่อ.....	64
ตาราง 6	จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถาน บริการผู้สูงอายุ.....	77
ตาราง 7	จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านอาชีพ ตามการจัดกลุ่มใหม่ .....	80
ตาราง 8	สรุปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทาง การตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร .....	81
ตาราง 9	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) .....	82
ตาราง 10	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา (Price) .....	83
ตาราง 11	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) .	84
ตาราง 12	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) .....	85

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร (People) .....	86
ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident).....	87
ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการ (Process).....	88
ตาราง 16 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของ สถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร .....	89
ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน บริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible).....	90
ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน บริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) .....	91
ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน บริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness)..	92
ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน บริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ (Assurance).....	93
ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน บริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ (Empathy)94	
ตาราง 22 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละของพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร .....	95
ตาราง 23 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมทางเลือกใช้ บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	97
ตาราง 24 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการของ ผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในอนาคต .....	98

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการแนะนำ / บอกต่อ ของ ผู้ใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	99
ตาราง 26 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ สถานพยาบาลผู้สูงอายุ ของแต่ละเพศ .....	101
ตาราง 27 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของแต่ ละเพศ.....	102
ตาราง 28 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุใน ปัจจุบัน ของแต่ละเพศ.....	103
ตาราง 29 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของแต่ละเพศ.....	104
ตาราง 30 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของแต่ละเพศ .....	105
ตาราง 31 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ สถานพยาบาลผู้สูงอายุ ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test .....	107
ตาราง 32 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาล ผู้สูงอายุ จำแนกตามช่วงอายุโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe .....	108
ตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับพฤติกรรม การเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ โดยใช้ Dunnett's T3.....	109
ตาราง 34 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของแต่ ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test.....	111



ตาราง 35 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามช่วงอายุโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 112

ตาราง 36 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุใน ปัจจุบัน ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test..... 113

ตาราง 37 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามช่วง อายุโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 114

ตาราง 38 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 115

ตาราง 39 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามช่วงอายุโดยใช้วิธีการ ทดสอบแบบ F-test ..... 116

ตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับพฤติกรรม การเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการใน อนาคต โดยใช้ LSD ..... 117

ตาราง 41 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้ สถิติ Levene's test..... 118

ตาราง 42 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามช่วงอายุโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe..... 119

ตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับพฤติกรรม การเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยใช้ Dunnett's T3 ..... 120

ตาราง 44 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ  
 สถานบริหารผู้สูงอายุ ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test..... 122

ตาราง 45 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหาร  
 ผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 123

ตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับ  
 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ  
 เดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ โดยใช้ Dunnett's T3 ..... 124

ตาราง 47 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริหารผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของ  
 สถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test..... 125

ตาราง 48 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริหารผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพ  
 สมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ F-test ..... 126

ตาราง 49 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 ปัจจุบัน ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 127

ตาราง 50 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหารผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตาม  
 สถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 128

ตาราง 51 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของสถานภาพสมรส  
 โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 129

ตาราง 52 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้  
 วิธีการทดสอบแบบ F-test ..... 130

ตาราง 53 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับ  
 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้  
 บริการในอนาคต โดยใช้ LSD..... 131

ตาราง 54 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของสถานภาพสมรส โดยใช้  
 สถิติ Levene's test..... 132

ตาราง 55 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการ  
 ทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 132

ตาราง 56 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับ  
 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/  
 บอกต่อ โดยใช้ Dunnett's T3..... 133

ตาราง 57 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ  
 สถานบริบาลผู้สูงอายุ ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 135

ตาราง 58 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาล  
 ผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ F-test ..... 136

ตาราง 59 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน  
 กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย  
 ต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยใช้ LSD ..... 137

ตาราง 60 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของ  
 ระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 139

ตาราง 61 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามระดับ  
 การศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 140

ตาราง 62 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุใน  
 ปัจจุบัน ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test..... 141

ตาราง 63 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามระดับ  
 การศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 141

ตาราง 64 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน  
 กับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้  
 บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน โดยใช้ Dunnett's T3 ..... 142

ตาราง 65 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของระดับการศึกษา  
 สูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test..... 143

ตาราง 66 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดย  
 ใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 144

ตาราง 67 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน  
 กับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้  
 บริการในอนาคต โดยใช้ Dunnett's T3..... 145

ตาราง 68 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของระดับการศึกษาสูงสุด  
 โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 146

ตาราง 69 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้  
 วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 147

ตาราง 70 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน  
 กับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการ  
 แนะนำ/บอกต่อ โดยใช้ Dunnett's T3..... 148

ตาราง 71 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ  
 สถานบริหารผู้สูงอายุ ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 149

ตาราง 72 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหาร  
 ผู้สูงอายุ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe..... 150

ตาราง 73 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับ  
 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ  
 เดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ โดยใช้ Dunnett's T3 ..... 151

ตาราง 74 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริหารผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของ  
 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 154

ตาราง 75 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริหารผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ  
 เดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe..... 154

ตาราง 76 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 ปัจจุบัน ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test..... 155

ตาราง 77 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหารผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตาม  
 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ F-test..... 156

ตาราง 78 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของรายได้เฉลี่ยต่อ  
 เดือน โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 157

ตาราง 79 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้  
 วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 158

ตาราง 80 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับ  
พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้  
บริการในอนาคต โดยใช้ Dunnett's T3..... 159

ตาราง 81 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน  
โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 161

ตาราง 82 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน  
กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการ  
ทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 162

ตาราง 83 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับ  
พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/  
บอกต่อ โดยใช้ Dunnett's T3..... 163

ตาราง 84 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในกาใช้บริการ  
สถานบริบาลผู้สูงอายุ ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test..... 165

ตาราง 85 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน  
กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในกาใช้บริการสถานบริบาล  
ผู้สูงอายุ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe..... 166

ตาราง 86 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน กับพฤติกรรมกา  
รเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับ  
ได้ในกาใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยใช้ Dunnett's T3..... 167

ตาราง 87 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของแต่  
ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 169

ตาราง 88 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน  
กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้  
วิธีการทดสอบแบบ F-test ..... 170

ตาราง 89 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุใน  
 ปัจจุบัน ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test ..... 171

ตาราง 90 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตาม  
 อาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe ..... 172

ตาราง 91 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการ  
 เลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน โดยใช้ Dunnett's T3 ..... 173

ตาราง 92 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของแต่ละอาชีพ โดย  
 ใช้สถิติ Levene's test ..... 174

ตาราง 93 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบ  
 แบบ Brown-Forsythe ..... 175

ตาราง 94 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการ  
 เลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต  
 โดยใช้ Dunnett's T3 ..... 176

ตาราง 95 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ  
 Levene's test..... 177

ตาราง 96 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ  
 Brown-Forsythe..... 177

ตาราง 97 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการ  
 ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถาน  
 บริการผู้สูงอายุ..... 179

ตาราง 98 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาล ผู้สูงอายุ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter .....	180
ตาราง 99 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาล ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ .....	182
ตาราง 100 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุใน ปัจจุบัน .....	184
ตาราง 101 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต .....	185
ตาราง 102 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter .....	186
ตาราง 103 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ .....	188
ตาราง 104 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วย วิธี Enter.....	189
ตาราง 105 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการบริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุ.....	192
ตาราง 106 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาล ผู้สูงอายุ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter .....	193
ตาราง 107 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ .....	196



ตาราง 108 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter .....	197
ตาราง 109 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน .....	199
ตาราง 110 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต .....	201
ตาราง 111 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter .....	202
ตาราง 112 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ .....	203
ตาราง 113 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter.....	204
ตาราง 114 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน.....	206
ตาราง 115 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	207
ตาราง 116 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร .....	208

## บัญชีภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 11



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

เนื่องจากประชากรที่เป็นผู้สูงอายุภายในประเทศไทย มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยที่อัตราการเกิดของประชากรยุคใหม่ได้ลดจำนวนลง ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุซึ่งเป็นประชากรผู้สูงอายุตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 10 ล้านคน จากจำนวนประชากรทั้งหมดประมาณ 65 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) คิดเป็นร้อยละ 14.5 ของจำนวนประชากร โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นประมาณปีละ 5 แสนคน โดยคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) โดยสมบูรณ์ ซึ่งจากที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าในอนาคตอันใกล้ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ภาวะที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ หรือที่เรียกกันว่า “สังคมผู้สูงอายุ (Aged Society)” อย่างแน่นอน

นอกจากประเทศไทยกำลังเริ่มก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว ยังมีเรื่องของสุขภาพและการเจ็บป่วยตามมาอีกด้วย โดยในเรื่องของสุขภาพของผู้สูงอายุนั้นจะเห็นได้จากผลการศึกษาปัญหาทางด้านการเจ็บป่วยจากการตรวจร่างกายผู้สูงอายุไทยในปี พ.ศ. 2552 โดยสำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ ผลปรากฏว่ามีผู้สูงอายุในช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวนร้อยละ 85 หรือประมาณ 6 ล้านคน ที่ยังสามารถดูแลตัวเองได้ และมีผู้สูงอายุที่นอนติดเตียง ติดบ้าน และยังคงต้องพึ่งพิงบุคคลอื่นช่วยเหลืออีกกว่า 1 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นเกือบร้อยละ 15 ของประชากรผู้สูงอายุทั้งหมดโดยที่นอกจากนี้ยังมีผู้สูงอายุประมาณ 960,000 คน ที่พอจะสามารถช่วยเหลือตัวเองได้บ้างบางส่วน และมีผู้สูงอายุ อีกประมาณ 63,000 คน ที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้เลย (ณรงค์, 2557) จึงเห็นได้ว่าเรื่องปัญหาสุขภาพ และการเจ็บป่วยของผู้สูงอายุนั้นจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะมองข้ามไม่ได้ ยิ่งในขณะนี้สังคมผู้สูงอายุนั้นขยายตัวเข้ามาทุกที

โดยที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุเองนั้นนับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่สังคมไทยได้เริ่มตระหนักถึงและได้เริ่มมีการเตรียมการเพื่อให้ผู้สูงอายุนั้นสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุขและได้รับการดูแลเอาใจใส่ที่เหมาะสม ซึ่งในสังคมไทย ณ ปัจจุบันนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเมือง จะสามารถเห็นได้ว่าผู้คนในสังคมต่างเร่งรีบ และมีภาระหน้าที่หรือกิจการงานที่จำเป็นจะต้องรับผิดชอบแตกต่างกันออกไป จึงอาจทำให้มีเวลาไม่เพียงพอ หรือขาดการดูแลเอาใจใส่ที่เหมาะสมต่อผู้สูงอายุ นอกจากนี้สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมก็เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถทำให้เกิดการละเลยหรือไม่สามารถที่จะให้เวลาแก่ผู้สูงอายุได้อย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ของ

ผู้สูงอายุตามมา ไม่ว่าจะเป็นอาการเจ็บป่วยทางด้านสุขภาพร่างกายไปจนถึงปัญหาการเจ็บป่วยทางด้านจิตใจ โดยปัญหาเหล่านี้มีแต่จะยิ่งรุนแรงยิ่งขึ้น และการที่ผู้สูงอายุต้องอยู่เพียงลำพังเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้สำหรับผู้ที่ต้องทำงานนอกบ้านหรือผู้ที่มีรายได้น้อย หากเข้ากินค่าตลอดจนการไม่มีความชำนาญที่เหมาะสมในการดูแลผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวให้ถูกต้องตามหลักทางการแพทย์ รวมไปถึงการดูแลผู้ป่วยผู้สูงอายุในระยะสุดท้ายจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ที่สำคัญ เช่น ออกซิเจน เป็นต้น ซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการดูแลอยู่ตลอดเวลา โดยนอกเหนือจากนี้ในส่วนของสถานบริบาลผู้สูงอายุนั้นเองก็ได้มีการเปิดให้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งที่เป็นของหน่วยงานรัฐบาล และหน่วยงานเอกชน จึงถือเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ที่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เวลากับการทำงาน การเดินทาง หรือการใช้ชีวิตอยู่นอกบ้านมากกว่าที่จะสามารถอยู่ดูแลผู้สูงอายุตลอดเวลาได้ ตลอดจนกระทั่งสำหรับผู้ที่ไม่มีความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญในการดูแลปรนนิบัติต่อผู้สูงอายุที่เป็นผู้ป่วย และนอกจากนี้สถานดูแลผู้สูงอายุเหล่านี้ ยังพร้อมที่จะรับดูแลผู้สูงอายุทั้งที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้หรือไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ก็ตาม

จากที่กล่าวมานั้นนอกจากสถานที่เหล่านี้จะช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องการดูแลปรนนิบัติผู้สูงอายุแล้ว ในเรื่องของอุปกรณ์หรือเครื่องมืออำนวยความสะดวกก็ถือว่ามีความพร้อมที่มากกว่าการดูแลด้วยตนเองที่บ้านและยังจำเป็นที่จะต้องมีการมีกิจกรรม หรือแม้กระทั่งสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการฟื้นฟูทั้งทางด้านสุขภาพร่างกายและสุขภาพทางจิตใจอีกด้วย เพราะฉะนั้นสถานบริบาลผู้สูงอายุนั้นจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะสามารถตอบสนองและรองรับต่อความต้องการในสถานการณ์สังคมในปัจจุบันและรวมถึงในอนาคต

ด้วยเหตุดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยได้เห็นถึงความสำคัญของธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ ที่จะเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากในอนาคตอันใกล้ โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ” โดยนำเอาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ อีกทั้งนำเอาคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุทั้ง 5 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ และความเข้าใจและเห็นใจในผู้ใช้บริการ มาศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และนอกจากนี้ยังทำการศึกษาถึงการจัดการธุรกิจสถานบริบาล

ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ ได้นำไปใช้ในการปรับปรุงหรือพัฒนาให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

โดยการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ตั้งจุดมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อทำการศึกษถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ
2. เพื่อทำการศึกษถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) และกระบวนการ (Process) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อทำการศึกษถึงคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance) และ ความเข้าใจและเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อทำการศึกษถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อทำการศึกษถึงการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

### ความสำคัญของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ในครั้งนี้มีความสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ
2. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมตลาด

(Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) และกระบวนการ (Process) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance) และ ความเข้าใจและเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

5. เพื่อให้ทราบถึงการจัดการจัดการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในมุมมองของผู้ประกอบการ

6. เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุ ใช้เป็นประโยชน์ในการกำหนดและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงส่วนที่ขาดตกบกพร่องของตัวกิจการสถานบริการผู้สูงอายุ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

### ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและและการวิจัยเชิงคุณภาพ รวมอยู่ด้วยกัน โดยจะมีขอบเขตดังต่อไปนี้

## 1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

### 1.1 ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตของเนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาในส่วนของ ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงการนำเอาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมตลาดบุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ อีกทั้งนำเอาคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุทั้ง 5 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ การให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ และความเข้าใจและเห็นใจในผู้ให้บริการ มาศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริการสถานบริการผู้สูงอายุใน

กรุงเทพมหานคร ตลอดจนศึกษาถึงการจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครจากมุมมองของผู้ประกอบการ

## 1.2 ขอบเขตประชากร

### 1.2.1 ประชากร

ประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในกรณีศึกษาในเชิงปริมาณครั้งนี้ได้แก่ ผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ภายในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด โดยสาเหตุในการเลือกบุคคลกลุ่มนี้เนื่องมาจากเป็นกลุ่มบุคคลที่ได้มีการตัดสินใจและเข้ามาใช้บริการ ด้วยเหตุผลและปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งสามารถที่จะตอบได้ว่า มีความรู้สึกและความคิดเห็นอย่างไร หรือมีเหตุผลใดในการเข้ามาใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

### 1.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณครั้งนี้ได้แก่ ผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุภายในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยอาศัยสูตรในการคำนวณของยามาเน่ แบบไม่ทราบจำนวนประชากร (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 385 ตัวอย่าง และเพิ่มแบบสอบถามอีก 15 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

## 1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 เลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับสลากในการเลือกสถานที่เพื่อจัดเก็บแบบสอบถาม จากเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร 5 เขตพื้นที่จาก 50 เขตพื้นที่ โดยผลการจับสลาก ได้เขตพื้นที่ที่จะใช้ในการเก็บแบบสำรวจดังนี้ เขตสะพานสูง เขตลาดพร้าว เขตวังทองหลาง เขตบางกะปิ และเขตรามอินทรา

ขั้นตอนที่ 2 วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยกำหนดให้มีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จากสถานบริการสถานบริการที่อยู่ภายใน 5 เขตพื้นที่ข้างต้น ซึ่งแบ่งได้เป็นเขตพื้นที่ละ 80 คน

ขั้นตอนที่ 3 วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสอบถามโดยใช้วิธีความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างและให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเองจนครบจำนวน 400 คน

## 2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

### 2.1 ขอบเขตเนื้อหา

ขอบเขตของเนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาในส่วนของ ข้อมูลส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงการนำเอาส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมตลาดบุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ อีกทั้งนำเอาคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุทั้ง 5 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ การให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ และความเข้าใจและเห็นใจในผู้ให้บริการ มาศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ตลอดจนศึกษาถึงการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครจากมุมมองของผู้ประกอบการ

### 2.2 ขอบเขตประชากร

#### 2.2.1 ประชากร

ประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในกรณีศึกษาในเชิงคุณภาพครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการในธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่ได้ให้บริการในธุรกิจของสถานบริบาล ซึ่งจะสามารถให้คำตอบในข้อมูลด้านการบริหารจัดการได้

#### 2.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพครั้งนี้ได้แก่ ผู้ประกอบการในธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ซึ่งคิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครทั้งหมดกว่า 70 แห่ง (เอลเดอร์แคร์ไทยแลนด์) โดยจะทำการเก็บแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการเป็นจำนวน 7 คน

### 2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยในเชิงคุณภาพในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการสถานบริบาลผู้สูงอายุที่มีความสะดวกและยินยอมที่จะให้ทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการของสถานบริบาลผู้สูงอายุจำนวน 7 คน จากสถานบริบาลผู้สูงอายุกว่า 70 แห่ง (เอลเดอร์แคร์ไทยแลนด์: ออนไลน์) ซึ่งคิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนทั้งหมด



## ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

### 1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งได้ ดังนี้

#### 1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

##### 1.1.1 เพศ

1.1.1.1 เพศชาย

1.1.1.2 เพศหญิง

##### 1.1.2 อายุ

1.1.2.1 ไม่เกิน 30 ปี

1.1.2.2 31 – 40 ปี

1.1.2.3 41 – 50 ปี

1.1.2.4 51 ปีขึ้นไป

##### 1.1.3 สถานภาพการสมรส

1.1.3.1 โสด

1.1.3.2 สมรส และไม่มีบุตร

1.1.3.3 สมรส และมีบุตร ..... คน

##### 1.1.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

1.1.4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.4.2 ปริญญาตรี

1.1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

##### 1.1.5 รายได้ต่อเดือน

1.1.5.1 15,000 - 30,000บาท

1.1.5.2 30,001 - 45,000บาท

1.1.5.3 45,001 - 60,000บาท

1.1.5.4 สูงกว่า 60,000บาท

### 1.1.6 อาชีพ

- 1.1.6.1 เจ้าของกิจการ
- 1.1.6.2 พนักงานบริษัทเอกชน
- 1.1.6.3 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.1.6.4 รับจ้าง / Freelancer
- 1.1.6.5 อื่น ๆ โปรดระบุ....

### 1.2 ส่วนประสมการตลาดบริการ

- 1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- 1.2.2 ด้านราคา (Price)
- 1.2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
- 1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 1.2.5 ด้านบุคลากร (People)
- 1.2.6 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident)
- 1.2.7 ด้านกระบวนการ (Process)

### 1.3 คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ

- 1.2.1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)
- 1.2.2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)
- 1.2.3 การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness)
- 1.2.4 การให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ (Assurance)
- 1.2.5 ความเข้าใจและเห็นใจในผู้ใช้บริการ (Empathy)

### 1.4 การจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

## 2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

- 2.1 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

## นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลส่วนตัวของของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบไปด้วยเพศ อายุ สถานภาพสมรสระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ
2. สถานบริการผู้สูงอายุ หมายถึง สถานที่ให้บริการดูแลผู้สูงอายุ เป็นสถานที่พักอาศัย ที่ให้การดูแลในรูปแบบต่าง ๆ ตามความต้องการและสภาพร่างกาย หรือโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ ที่มาเข้ารับบริการ
3. ผู้ใช้บริการ คือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งหมายถึง ญาติ บุคคลในครอบครัว หรือบุคคลใด ๆ ก็ตาม ที่เป็นผู้ทำการตัดสินใจในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ
4. อุปกรณ์ที่อยู่นอกเหนือจากบริการ หมายถึง อุปกรณ์ของใช้ต่าง ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในส่วนรับผิดชอบของทางสถานบริการผู้สูงอายุเช่น ที่นอนลม ตลอดจนยาที่จำเป็นต้องใช้เฉพาะโรค หรือเฉพาะสภาวะของผู้สูงอายุแต่ละคน เป็นต้น
5. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ด้าน ประกอบด้วย
  - 5.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ ผลิตภัณฑ์ บริการ เครื่องมือหรืออุปกรณ์จำเป็นต่าง ๆ ทั้งทางการแพทย์ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีให้แก่ผู้สูงอายุที่เข้ารับบริการ
  - 5.2 ราคา (Price) คือ ค่าบริการหรือค่าใช้จ่าย ในการเข้ารับบริการ ทั้งในรูปแบบรายเดือน และรายวัน
  - 5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ท่าเลที่ตั้ง เวลาในการเปิดให้ติดต่อขอใช้บริการ และภูมิทัศน์โดยรอบของท่าเลที่ตั้งนั้น ๆ รวมไปถึงช่องทางในการติดต่อ
  - 5.4 การส่งเสริมตลาด (Promotion) คือ สิทธิพิเศษที่ทางสถานบริการผู้สูงอายุ มอบให้แก่ผู้มาใช้บริการ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร ชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ รวมถึงการติดต่อสื่อสาร และการเสนอทางเลือก ตลอดจนการให้ข้อมูลทางด้านารดูแลหรือแนวทางที่เป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ที่สนใจ
  - 5.5 บุคลากร (People) คือ เจ้าหน้าที่ หรือพนักงานที่ให้บริการและการดูแลภายในสถานบริการผู้สูงอายุ
  - 5.6 ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) คือ ตัวบ้านพัก ห้องพัก บริเวณที่ใช้ในการบริการ การตกแต่ง ความสะอาด และ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานบริการผู้สูงอายุ

5.7 กระบวนการ (Process) คือ วิธีการและขั้นตอนในการให้บริการ การให้บริการที่เท่าเทียม วิธีการในการจัดเตรียมมื้ออาหาร การดูแลปรนนิบัติ การอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ ตลอดจนการช่วยเหลือในการทำกิจวัตร รวมไปถึงการติดต่อให้ข้อมูล หรือติดต่อในยามฉุกเฉิน

6. คุณภาพบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ หมายถึง คุณภาพบริการของทางสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยแบ่งคุณภาพบริการออกเป็น 5 ด้าน ประกอบไปด้วย

6.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ได้แก่ การมีเครื่องมือหรือการมีเครื่องอำนวยความสะดวกที่มีความทันสมัย สามารถจัดกิจกรรมสันทนาการได้ตามความต้องการของผู้สูงอายุ

6.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือในการดูแลที่ไม่มีความผิดพลาด มีการบันทึกอย่างถูกต้อง

6.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ได้แก่ การดูแลตอบสนองความต้องการโดยทันทีที่ผู้รับบริการมีความต้องการเมื่อเกิดอุบัติเหตุ มีแรงจูงใจในการให้บริการ ตลอดจนมีเวลาเพียงพอในการให้การดูแล

6.4 ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ (Assurance) ได้แก่ บุคลากรมีความน่าเชื่อถือ ผู้เข้ารับบริการมีความเชื่อมั่น ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้น ตลอดจนมีทักษะที่ดี

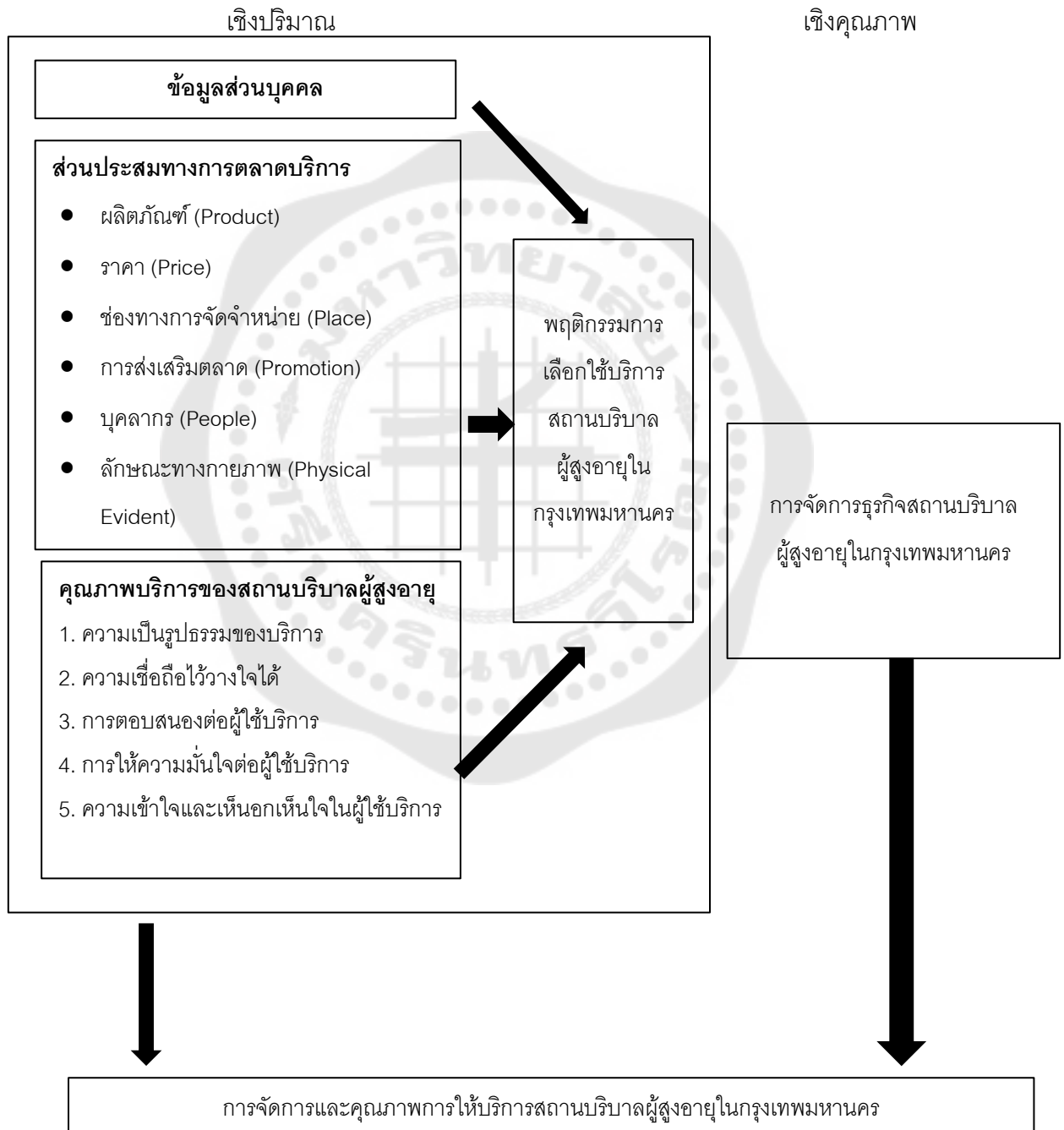
6.5 ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ (Empathy) ได้แก่ มีการให้การดูแลแก่ผู้พักอาศัยทุกคนอย่างเท่าเทียม ให้บริการในทุกช่วงเวลา ตลอดจนมีส่วนร่วมในการดูแล

7. พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุซึ่งประกอบไปด้วย ประสิทธิภาพการให้บริการ ช่องทางที่ทำให้รู้จัก เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ รูปแบบการให้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อเดือน แนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อีกทั้งแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

8. การจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ หมายถึง สิ่งที่ผู้บริหารหรือผู้จัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ ต้องปฏิบัติ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการประสานงาน ดูแลงาน และกิจการต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อให้เกิดความสำเร็จลุล่วงเป็นไปตามเป้าหมาย

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) และด้านกระบวนการ (Process) ของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร

3. คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance) และ ความเข้าใจและเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. แนวคิดทฤษฎีส่วประสมทางการตลาดบริการ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Quality of Service)
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ
6. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานบริการผู้สูงอายุ และสถานดูแลระยะยาว
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ได้ทำการให้ความหมายของ ประชากรศาสตร์ไว้ว่าเป็นลักษณะที่ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด โดยที่ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและยังเป็นตัวช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมาย อีกทั้งยังง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น โดยตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญ เนื่องจากเพศหญิงกับเพศชายมีความแตกต่างกันเป็นอย่างมากในด้านของความคิด และทัศนคติ เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมซึ่งเป็นตัวกำหนดบทบาทของหญิงชายไว้ต่างกัน ส่งผลให้พฤติกรรมของหญิงและชายมีความแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้เพศหญิงมักจะถูกโน้มน้าวจิตใจได้ง่ายกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่มักมีการเผยแพร่ข้อมูลที่ได้รับให้ผู้อื่นต่อไป โดยปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากเพศหญิงนั้นมีการทำงานภายนอกบ้านมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นผลให้พฤติกรรมในการตัดสินใจบริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน

2. อายุ (Age) เนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงได้ใช้ประโยชน์จากอายุมาเป็นตัวแปร

ในการค้นคว้าความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งให้ความสำคัญแก่ตลาดอายุในช่วงนั้น ๆ

3. การศึกษา (Education) เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อ และการศึกษาของผู้รับสาร ซึ่งเป็นผลให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป โดยบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากมีความรู้ที่กว้างขวาง และสามารถเข้าใจสารได้ดี จึงส่งผลให้บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีการเลือกซื้อมากกว่าบุคคลที่มีการศึกษาต่ำ และมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดีกว่า และมีราคาที่สูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

4. อาชีพ (Occupation) บุคคลในแต่ละอาชีพจะมีความจำเป็นและความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นที่ต้องการของกลุ่มอาชีพใด เพื่อทำการจัดสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

5. รายได้ (Income) โดยผู้ที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ และถึงแม้ผู้ที่มีรายได้สูงจะถูกจัดอยู่ในตลาดขนาดเล็กแต่ก็มีกำลังในการซื้อค่อนข้างสูง ซึ่งสินค้าและบริการที่นิยมใช้การแบ่งส่วนตลาดตามรายได้ ได้แก่ บ้าน รถยนต์ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง และการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยแม้ว่ารายได้จะเป็นตัวแปรที่นำมาใช้บ่อยมากแต่อย่างไรก็ตามต้องมีการนำข้อมูลทางด้านรายได้ไปรวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ตัวอื่น ๆ เพื่อที่จะทำการกำหนดตลาดเป้าหมายชัดเจนมากยิ่งขึ้น

6. ขนาดครอบครัว (Family Size) และสถานภาพครอบครัว (Marital Status) ลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญในการศึกษาทางการตลาด และหน่วยผู้บริโภค โดยที่นักการตลาดสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่ง และโครงสร้างที่จะเกี่ยวข้องกับตัวผู้ตัดสินใจในครัวเรือน เพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545) ได้ทำการกล่าวไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์คือลักษณะอันรวมไปถึงอายุ เพศ วงจรชีวิตครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น โดยลักษณะต่าง ๆ ดังกล่าวมีความสำคัญต่อนักการตลาด เพราะมีความเกี่ยวข้องกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหลาย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์จะชี้ให้เห็นได้ถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่และตลาดอื่นก็จะหมดไปหรือลดความสำคัญลง โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้



1. อายุ (Age) นักการตลาดจะต้องคำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงประชากรเรื่องของอายุ

2. เพศ (Sex) จำนวนสตรี (โสดหรือสมรส) ที่ทำงานนอกบ้านมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น นักการตลาดจึงต้องคำนึงว่าในปัจจุบันสตรีเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ซึ่งที่ผ่าน ๆ มาผู้ชายจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ

3. วงจรครอบครัว (Marital Status) ในแต่ละขั้นตอนของวงจรชีวิตครอบครัวจะเป็นตัวการกำหนดที่สำคัญของพฤติกรรม เนื่องจากในแต่ละขั้นตอนจะมีพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกันออกไป

4. การศึกษาและรายได้ (Education and Income) การศึกษามีอิทธิพลต่อรายได้ การได้รู้ว่าจะอะไรเกิดขึ้นกับการศึกษาและรายได้เป็นสิ่งสำคัญเพราะว่าแบบแผนการใช้จ่ายขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับ

จากข้างต้นจะสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์นั้น แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการนำข้อมูลเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษา เพื่อเป็นตัวช่วยสนับสนุนในการวิเคราะห์ทางด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค เนื่องจากความแตกต่างกันของกลุ่มบุคคลทั้งในด้านของ เพศ อายุ สถานภาพสมรสระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพเป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเกิดความแตกต่างกันออกไป

## 2. แนวคิดทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจที่เป็นการให้บริการนั้นจะใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หรือที่รู้จักกันในชื่อ 4P's ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ซึ่งนอกจากนี้ได้มีการอาศัยเครื่องมือเพิ่มเติมเข้ามาเพิ่มเติมหรือที่รู้จักกันว่า 7P's ซึ่งส่วนที่เพิ่มมานั้นได้แก่ บุคคล (People) การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) และกระบวนการ (Process)

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ถือว่าเป็นที่รู้จักมากที่สุดนั่นคือ 4P's ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์การจัดจำหน่าย การส่งเสริมตลาด และราคา ซึ่งในเวลาต่อมาได้มีการร่วมกันปรับปรุงและได้ทำการเพิ่มเติมส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมาใหม่ให้เหมาะสมสำหรับธุรกิจบริการ โดยที่รูปแบบใหม่ของส่วนประสมทางการตลาดที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่นี้จะประกอบไปด้วยปัจจัยทั้ง 8 ประการดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. การจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมตลาด (Promotion)
5. บุคลากร (People)
6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident)
7. กระบวนการ (Process)
8. ผลผลิตภาพ (Productivity)

ซึ่งจะเห็นได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดที่ถูกปรับปรุงขึ้นใหม่นั้น ได้มีปัจจัยอีก 4 ประการเพิ่มเข้ามาซึ่งได้แก่ ทรัพยากรบุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) กระบวนการ (Process) และผลผลิตภาพ (Productivity) โดยที่ตัวปัจจัยทั้ง 8 ประการนี้ จึงเป็นปัจจัยที่สามารถนำมาใช้เป็นหลักของธุรกิจบริการต่าง ๆ และหากว่าธุรกิจบริการดังกล่าวนั้นขาดไปซึ่งปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งแล้วนั้น ก็อาจที่จะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือแม้กระทั่งความล้มเหลวของธุรกิจได้เพราะฉะนั้นกระบวนการในการสร้างส่วนประสมทางการตลาดนี้จึงเป็นการปรับเปลี่ยนตัวปัจจัยหรือองค์ประกอบให้เกิดความเหมาะสมกับสถานการณ์ และเหมาะสมต่อความจำเป็นของตลาดที่มีความเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นที่แน่นอนว่าในองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดแต่ละตัวนั้นอาจที่จะมีการซ้ำซ้อนกันอยู่บ้าง ดังนั้นจึงไม่สามารถที่จะกระทำการตัดสินใจใด ๆ โดยอาศัยองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเพียงเท่านั้น ซึ่งนอกจากนั้นองค์ประกอบหนึ่ง ๆ นั้นก็ยังคงไว้ซึ่งความสำคัญเพียงช่วงเวลาหนึ่ง ๆ เท่านั้น โดยที่องค์ประกอบต่าง ๆ นั้นจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) โดยในการพิจารณาเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์บริการนั้น จะต้องพิจารณาไปถึงขอบเขตของบริการ คุณภาพของบริการ ระดับชั้นของบริการ ราคาสินค้า สายการบริการ การรับประกัน และการบริการหลังการขายนั้นคือส่วนประสมทางด้านผลิตภัณฑ์บริการซึ่งจะต้องครอบคลุมขอบข่ายที่กว้าง

2. ราคา (Price) โดยในการพิจารณาทางด้านของราคานั้นจะต้องรวมไปถึงระดับของราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือค่านายหน้า และเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อการค้า โดยเนื่องมาจากการที่ราคานั้นมีส่วนในการทำให้บริการต่าง ๆ นั้นมีความแตกต่างกัน และยังมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากบริการโดยเทียบระหว่างราคา และคุณภาพของบริการ

3. การจัดจำหน่าย (Place) โดยสถานที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึงนั้นจึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาดบริการ ซึ่งทั้งนี้ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีใช้แต่เฉพาะการเน้นในทางกายภาพเพียงเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการติดต่อสื่อสาร เพราะฉะนั้น ประเภทของช่องทางในการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมนั้นจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงบริการ

4. การส่งเสริมตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดจะรวบรวมเอาวิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารกับตลาดต่าง ๆ ไม่ว่าจะผ่านทางโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมการขายและรูปแบบอื่น ๆ ทั้งทางตรงสู่สาธารณะ และทางอ้อมโดยผ่านสื่อ

5. บุคลากร (People) โดยในด้านบุคลากรนั้นจะครอบคลุม 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

5.1 บทบาทของบุคลากรซึ่งสำหรับธุรกิจบริการนั้น ตัวผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ในการขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์กับผู้รับบริการนั้นมีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการ

5.2 ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน ซึ่งคุณภาพบริการของผู้รับบริการรายหนึ่งอาจส่งผลมาจากผู้รับบริการรายอื่นแนะนำต่อมา ดังเช่น กลุ่มผู้รับบริการจากร้านอาหารบอกต่อหรือแนะนำกันต่อ ๆ มา แต่ปัญหาหนึ่งที่มีมักจะพบเจอนั้นคือ การที่จะควบคุมระดับของคุณภาพในการบริการให้อยู่ในระดับที่คงที่

6. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) มีธุรกิจบริการจำนวนไม่มากนักที่นำลักษณะทางกายภาพเข้ามาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด แม้ว่าลักษณะทางกายภาพนั้นจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการหรือลูกค้าก็ตาม โดยส่วนใหญ่ที่ปรากฏให้เห็นนั้นจะเป็นการสร้างสภาพแวดล้อม การสร้างบรรยากาศ การเลือกใช้สี แสง และเสียงภายในร้าน หรือกระทั่งการใช้ลักษณะทางกายภาพเพื่อสนับสนุนการขาย

7. กระบวนการ (Process) ซึ่งในกลุ่มธุรกิจบริการ กระบวนการในการที่จะส่งมอบบริการนั้นมีความสำคัญเช่นเดียวกับเรื่องของทรัพยากรบุคคล โดยแม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความสนใจดูแลลูกค้าเป็นอย่างดีก็ยังไม่สามารถที่จะแก้ปัญหาของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ทั้งหมด ดังเช่น การเข้าแถวรอ ระบบการส่งมอบบริการ โดยจะครอบคลุมไปจนถึงนโยบายและกระบวนการในการที่จะนำมาใช้ ระดับการใช้เครื่องจักรกลในการให้บริการ อำนาจตัดสินใจของพนักงาน การที่มีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ

8. ผลิตภาพ (Productivity) โดยจากการที่บริการเป็นการกระทำของบุคคล 2 ฝ่าย ซึ่งเมื่อฝ่ายหนึ่งได้กระทำเพื่อให้เกิดงานบริการ อีกฝ่ายหนึ่งนั้นก็จะได้รับบริการในเวลาเดียวกัน ไม่

สามารถแยกออกจากกันได้ และไม่สามารถเก็บเป็นสินค้าคงคลังไว้ได้ ส่งผลให้กิจการต้องเข้ามาจัดการในส่วนของการจัดการซื้อบริการของลูกค้า เพื่อให้ความต้องการบริการของลูกค้ากระจายไปตามช่วงเวลาต่าง ๆ ที่ให้บริการ และเพื่อให้ความต้องการในแต่ละช่วงเวลามีความใกล้เคียงกัน โดยนอกจากนี้แล้ว กิจการต้องทำการจัดการกับกำลังการผลิตงานบริการ เพื่อให้เกิดความสมดุลกับความต้องการ

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2557) ได้ทำการกล่าวไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาดเดิมที่รู้จักกันในชื่อ 4Ps เป็นมุมมองที่ค่อนข้างแคบ ซึ่งไม่เหมาะสมกับการนำมาใช้ในการทำการตลาดกับธุรกิจบริการ เนื่องจากมีลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าโดยทั่วไป จึงได้มีการนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งมีองค์ประกอบหลัก 7 ประการ ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์บริการ (The Service Product) เป็นสิ่งที่ถูกนำเสนอออกสู่ตลาดเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด โดยมีกิจกรรมที่สามารถสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เกิดขึ้น ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามแต่รูปแบบของการดำเนินการของธุรกิจบริการนั้นๆ โดยที่ผลิตภัณฑ์บริการนั้นจะถูกใช้ควบคู่ไปในธุรกิจที่มีการให้บริการ ดังเช่น การให้บริการท่องเที่ยว บริการขนส่ง ร้านอาหาร เป็นต้น

2. ราคาของการบริการ (Pricing the Service) คือ จำนวนเงินที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการจำเป็นต้องจ่ายเพื่อเข้ารับบริการนั้น โดยจะถูกคำนวณจากต้นทุนทางด้านผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ค่าแรงของพนักงานที่ให้บริการ ต้นทุนทางด้านระยะเวลาที่ใช้ในการให้บริการ ต้นทุนทางด้านความคิด นวัตกรรม ตลอดจนจนถึงความยากง่ายในการให้บริการต่าง ๆ และผลตอบแทนที่ผู้ประกอบการต้องการที่จะได้รับ

3. ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) ช่องทางในการจัดจำหน่ายเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้สินค้า หรือบริการนั้น ๆ ได้ถูกนำเข้าสู่ตลาดเพื่อสร้างการเป็นที่รู้จักและความคุ้นเคยของผู้บริโภคกับตัวสินค้าและบริการ โดยที่จะต้องมีการพิจารณาแนวทางในการจัดจำหน่ายที่มีความสะดวกต่อลูกค้า และต้องมีต้นทุนในการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ ดังเช่นการจัดจำหน่ายทางโทรศัพท์ การตั้งร้านตามสถานที่ที่มีผู้คนพลุกพล่าน เป็นต้น

4. การสื่อสารการตลาดบริการ (Promotion: Communication of the Service) หรือก็คือ โปรโมชัน หรือการจูงใจผู้บริโภค ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภคเกิดความชื่นชอบในตัวสินค้าหรือการให้บริการ โดยที่จะต้องเลือกแนวทางที่ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของสินค้าและบริการที่ถูกต้อง ซึ่งการ

ส่งเสริมการตลาดมีหลากหลายวิธีประกอบไปด้วย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ การใช้พนักงานในการเสนอขายสินค้า เป็นต้น

5. บุคคล (People) คือ ผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยจากลักษณะเฉพาะของกิจการที่ได้ทำการให้บริการที่มีพนักงานเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการ ซึ่งในปัจจุบันที่สถานการณ์การแข่งขันที่มีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น พนักงานจึงถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างของการให้บริการ โดยทางด้านผู้ประกอบการธุรกิจสามารถนำความแตกต่างนี้มาเป็นจุดขายของการให้บริการ ซึ่งสามารถที่จะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้

6. กระบวนการ (Process) คือ ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการ ตลอดจนถึงกฎระเบียบ หรือกระทั่งวิธีการทำงาน ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างหรือการนำเสนอการให้บริการแก่ลูกค้า เช่น การกำหนดนโยบายที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคลากรในองค์กรหรือลูกค้า

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evident) คือ สิ่งแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ประกอบไปด้วยสถานที่ที่ใช้ในการให้บริการ รวมไปถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถจับต้องได้ โดยองค์ประกอบเหล่านั้นทำหน้าที่ในการช่วยอำนวยความสะดวกในการให้บริการนั้น ๆ

คอตเลอร์ (Kotler, 1997) ได้ทำการอธิบายถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย 7 องค์ประกอบหรือที่รู้จักกันในชื่อ 7P's ไว้ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งในธุรกิจบริการนั้นได้แก่ บริการที่เสนอเพื่อที่จะสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ ซึ่งจะครอบคลุมทุก ๆ สิ่งของตัวสินค้าตลอดจนสิ่งที่ถูกจัดเตรียมไว้บริการต่อลูกค้า เนื่องจากสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการนั้นไม่ใช่เพียงแต่ตัวสินค้าหรือบริการ แต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่น ๆ ที่จะได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์นั้นจะประกอบไปด้วย

1.1 ประโยชน์หลัก (Core Benefit) ซึ่งก็คือประโยชน์โดยพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ที่จัดเตรียมไว้ให้แก่ผู้บริโภคได้รับโดยตรง โดยสิ่งนั้นจะเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้

1.2 รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ (Tangible Product) หรือผลิตภัณฑ์พื้นฐาน (Basic Product) ซึ่งหมายถึง ลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ตัวผู้บริโภคนั้นสามารถรับรู้ได้ ดังเช่น คุณภาพ ราคา สินค้า

1.3 ผลิตรภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) ซึ่งหมายถึง กลุ่มของคุณสมบัติ และเงื่อนไขที่ผู้รับบริการหวังว่าจะได้รับและใช้เป็นข้อตกลงสำหรับการซื้อสินค้า โดยที่การนำเสนอผลิตรภัณฑ์ที่คาดหวังนั้นจะคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นหลัก

1.4 ผลิตรภัณฑ์ควบ (Augmented Product) นั้นหมายถึง ผลประโยชน์เพิ่มเติมหรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า ดังเช่น บริการก่อนและหลังการขาย

1.5 ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตรภัณฑ์ (Potential Product) ซึ่งหมายถึง คุณสมบัติของผลิตรภัณฑ์ใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือมีการพัฒนา เพื่อที่จะสนองต่อความต้องการของลูกค้าในอนาคต

2. ราคา (Price) หรือกล่าวคือ คุณค่าของผลิตรภัณฑ์ที่อยู่ในรูปแบบของตัวเงินโดยที่ตัวผู้บริโภคจะเปรียบเทียบกันระหว่างคุณค่าของตัวผลิตรภัณฑ์กับราคาของผลิตรภัณฑ์นั้น ซึ่งหากว่าคุณค่านั้นสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะเกิดการตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการจะกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญดังต่อไปนี้

2.1 คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value) ในสายตาของผู้บริโภคซึ่งต้องพิจารณาว่าผู้บริโภคยอมรับในคุณค่าของผลิตรภัณฑ์นั้น ๆ ว่าสูงกว่าราคาผลิตรภัณฑ์

2.2 ต้นทุนของสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำไปเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำในการกำหนดราคา

2.3 สภาพวะของการแข่งขัน รวมไปถึงราคาของคู่แข่งและราคาขายของสินค้าทดแทนที่มีอยู่ในตลาด

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ ดังเช่น สภาพวะทางเศรษฐกิจ หรือนโยบายภาครัฐ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในด้านสถานที่ให้บริการนั้น ในส่วนแรกนั้นคือการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) ซึ่งในการเลือกทำเลที่ตั้งของตัวธุรกิจบริการนั้นถือว่ามีค่าสำคัญมาก โดยเฉพาะในธุรกิจบริการที่ตัวผู้บริโภคจำเป็นต้องไปรับบริการจากตัวผู้ให้บริการในสถานที่ซึ่งทางด้านผู้ให้บริการจัดไว้ ซึ่งทำเลที่ตั้งที่ทำการเลือกนั้นจะเป็นตัวกำหนดกลุ่มของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการ เพราะฉะนั้นสถานที่ให้บริการจึงต้องสามารถที่จะครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งทำเลที่ตั้งนั้นจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามแต่ลักษณะของธุรกิจบริการแต่ละประเภทและในส่วนช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels) การที่จะกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ส่วน ซึ่งได้แก่ ลักษณะของบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจัดจำหน่าย และลูกค้าเป้าหมายของตัวธุรกิจบริการนั้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) นั้นเป็นการติดต่อสื่อสารซึ่งเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างตัวผู้ซื้อกับตัวผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อ โดยที่ในการติดต่อสื่อสารนั้น อาจมีการใช้พนักงานขายในการทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยที่ไม่ใช้คน ทางด้านเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารนั้นมีหลายประการ ซึ่งอาจมีการเลือกใช้เพียงหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่ง ซึ่งต้องใช้หลักในการเลือกใช้เครื่องมือในการสื่อสารแบบประสมประสาน (Integrated Marketing Communication-IMC) โดยที่จะพิจารณาถึงความเหมาะสมต่อผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ และคู่แข่ง โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ ซึ่งเครื่องมือสำหรับส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) นั้นคือกิจกรรมในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแม้กระทั่งความคิด ซึ่งต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งก็คือผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายสินค้ากับกลุ่มผู้รับข่าวสารจำนวนมาก โดยที่อาจจะอยู่ในรูปแบบของการแจ้งข่าวสาร การจูงใจให้เกิดความต้องการ หรือกระทั่งการเตือนความจำ

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) นั้นเป็นรูปแบบของการติดต่อสื่อสารจากตัวผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรง โดยอาจเรียกได้ว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งตัวผู้ส่งข่าวสารนั้นจะสามารถรับรู้และประเมินผลจากทางผู้รับข่าวสารได้ทันที

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) นั้นเป็นเครื่องมือในระยะสั้น เพื่อที่จะกระตุ้นการตอบสนองให้เร็วยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง การนำไปใช้ ไปจนถึงการเผยแพร่วัสดุและเทคนิคต่าง ๆ โดยนำมาใช้เสริมกับการโฆษณา ตลอดจนช่วยส่งเสริมการขาย ซึ่งในการส่งเสริมการขายนั้นอาจจะทำได้โดยวิธีการทางไปรษณีย์ แคตตาล็อก สิ่งพิมพ์ จากทางบริษัทผู้ผลิต การจัดแสดงสินค้า การแข่งขันทางการขาย จนกระทั่งเครื่องมือขายอื่น ๆ โดยที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มความพยายามในการขายของทางพนักงานขาย ผู้จำหน่าย ตลอดจนผู้ขาย ให้ขายผลิตภัณฑ์ และเพื่อให้ลูกค้าต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่หอนั้นทำให้การขายโดยใช้พนักงานขายและการโฆษณาสามารถเป็นไปได้ด้วยดี เพราะการส่งเสริมการขายซึ่งเป็นการให้สิ่งจูงใจเป็นพิเศษ

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) ซึ่งการให้ข่าวนั้นเป็นการนำเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือกระทั่งนโยบายของบริษัท โดยผ่านทางสื่อซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องมีการจ่ายเงินหรืออาจจะมีการจ่ายก็เป็นได้ ซึ่งการให้ข่าวนั้นถือเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ ส่วนทางด้านประชาสัมพันธ์นั้นหมายถึง ความพยายามใน

การสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนต่าง ๆ หรือเผยแพร่ข่าวสารที่ดี การสร้างภาพพจน์ที่ดี โดยการสร้างเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ดี

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) นั้นเป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรืออาจหมายถึงวิธีการต่าง ๆ ที่นักการตลาดใช้ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับตัวผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ดังเช่น การขายผ่านทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยการใส่แคตตาล็อก ตลอดจนการขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือกระทั่งหนังสือพิมพ์ ซึ่งจุดมุ่งใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนองดังเช่น การใช้คูโปงแลกซื้อ เป็นต้น

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน (Employees) ซึ่งคุณภาพในการให้บริการนั้นต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง โดยที่พนักงานนั้นต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการตัดสินใจแก้ปัญหา ตลอดจนสามารถสร้างค่านิยมให้แก่องค์กร

6. การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) นั้นได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่ง ตลอดจนแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ภายในอาคาร รวมไปถึงจนถึงลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ ที่จะสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคได้ และสามารถทำให้เห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน

7. กระบวนการให้บริการ (Process) ส่วนนี้เรียกได้ว่าเป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการแก่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและเกิดความประทับใจ ซึ่งจะมีการพิจารณาใน 2 ด้าน ซึ่งได้แก่

7.1 ความซับซ้อน (Complexity) ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ

7.2 ความหลากหลาย (Divergence) ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงความมีอิสระ ความยืดหยุ่น ความสามารถในการที่จะเปลี่ยนแปลงลำดับหรือขั้นตอนการทำงานได้

เพน (Payne, 1993) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (The Service Marketing Mix) ประกอบไปด้วยปัจจัยทางด้านต่าง ๆ 7 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ ดังเช่น บริการต่าง ๆ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งผลิตภัณฑ์



เหล่านี้ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถขายได้

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์เหล่านั้น หากว่าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคจะเกิดการตัดสินใจซื้อ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง กิจกรรมสำหรับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการที่กำหนดไว้ออกไปยังตลาดเป้าหมาย ในส่วนประสมนี้จะพิจารณาตั้งแต่สถานที่จัดจำหน่าย การจัดจำหน่ายผ่านคนกลาง และการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมในการกระจายสินค้าอันประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกันระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสาร ชักจูงให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการติดต่อสื่อสารอาจทำผ่านพนักงานขาย (Personal Selling) และโดยไม่ใช้คน (Non-Personal Selling) โดยที่เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลากหลายชนิด อาจที่จะเลือกใช้เครื่องมืออย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายเครื่องมือก็ได้ โดยจะพิจารณาถึงความเหมาะสมของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ และคู่แข่ง

5. พนักงาน (People) หมายถึง บุคคลที่จำเป็นต้องผ่านการคัดเลือก (Selection) ฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่ง โดยที่พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้แก่บริษัท

6. กระบวนการ (Process) ถือได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพ หรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เนื่องมาจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ที่หลากหลาย ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ ตลอดจนการชำระเงิน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนจะต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี เพราะหากมีขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งที่ไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือและอุปกรณ์ โดยสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็นเครื่องหมายแทนคุณภาพของการให้บริการ กล่าวได้ว่า ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมาเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการ ดังนั้นลักษณะทางกายภาพยิ่งดูสวยงามและหรูหราเพียงใด ตัวบริการก็จะมีคุณภาพตามไปด้วย ซึ่งลักษณะทางกายภาพในแต่ละธุรกิจจะมีความแตกต่างกันออกไปไม่ว่าจะเป็นในด้านการออกแบบ การจัดวาง สิ่งที่ผู้บริหารต้องทำคือ การศึกษาถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าว่าลูกค้ามีความค้ำใจถึงลักษณะทางกายภาพด้านใดมากที่สุดและควรตั้งอยู่ที่ใด หรือบริเวณใดเนื่องมาจากลักษณะกายภาพนั้นเป็นสิ่งที่แรกที่จะสามารถสร้างความประทับใจ (First Impression) ให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการในครั้งแรก

### 3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค

#### ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายของคำว่า “พฤติกรรม” และคำว่า “ผู้บริโภค” ไว้ว่า “พฤติกรรม” หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึก เพื่อตอบสนองสิ่งเร้า ส่วน “ผู้บริโภค” หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจหรือผู้ที่ซึ่งได้รับการเสนอหรือมีการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้าหรือรับบริการรวมไปถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ที่ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจโดยชอบ ดังนั้น “พฤติกรรมผู้บริโภค” จึงอาจหมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกของผู้ซื้อหรือผู้ที่ได้รับบริการจากผู้ประกอบธุรกิจ

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) คือ การตอบสนองต่อความต้องการ (Wants) และความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ได้ทำการให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคเอาไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือพฤติกรรมที่บุคคลทำการค้นหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล และการใช้จ่าย ในตัวสินค้าและบริการ โดยคาดว่าตัวสินค้าหรือบริการเหล่านั้น จะให้การตอบสนองแก่ความต้องการที่คาดหวังไว้

ชิฟแมน และ คานุก (2006) ได้ทำการให้ความหมายเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ไว้ว่า เป็นพฤติกรรมที่บุคคลได้ทำการค้นหา (Searching) ทำการซื้อ (Purchasing) และทำการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์หรือการบริการ โดยที่มีความคาดหวังว่าสิ่งที่ได้รับจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้

เอ็นเจล แบล็คเวลล์ และมิเนียร์ด (2012) ได้กล่าวถึงความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ไว้ว่าเป็นกระบวนการในการตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อมีการประเมินผล (Evaluating) การใช้ (Using) และการประเมินภายหลังการบริโภค (Disposing) สินค้าหรือบริการ

### การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการวิเคราะห์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภคเพื่อให้สามารถทราบถึงลักษณะ ความต้องการ พฤติกรรม การซื้อ พฤติกรรม การใช้ และพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยข้อมูลที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถกำหนดกลยุทธ์ ที่ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (2546) ซึ่งคำถามที่จะช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ประกอบไปด้วย

Who	=	ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย
What	=	ผู้บริโภคซื้ออะไร
Why	=	ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ
Who	=	ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ
When	=	ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด
Where	=	ผู้บริโภคซื้อที่ไหน
How	=	ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

โดยที่คำตอบที่ต้องการของคำถามทั้ง 7 คำถามจะประกอบไปด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organization, Occasions, Outlets และ Operations หรือเรียกว่า 7Os โดยมีใจความดังต่อไปนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) โดยการตอบจะอาศัยเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด (Base of market segmentation) 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านประชากรศาสตร์ ด้านภูมิศาสตร์ ด้านจิตวิทยา และด้านพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งสามารถนำไปใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด (7Ps) เพื่อที่จะสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงสิ่งที่ตลาดต้องการจากผลิตภัณฑ์และบริการ (Objects) และสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และ

ความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation) สามารถนำไปสร้างกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product Strategies) ให้มีศักยภาพ คุณภาพ และความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสนองต่อความต้องการของเขา ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ในการตอบคำถามนี้จะต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ อันได้แก่ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยด้านจิตวิทยาปัจจัยภายนอก และปัจจัยเฉพาะบุคคล กลยุทธ์ที่ใช้คือส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) เป็นคำถามเพื่อทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ โดยผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อจะประกอบไปด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้ที่มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้บริโภค โดยมีกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องคือ การโฆษณาและกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด (Advertising and Promotion Strategies)

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการจะทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน เป็นต้น โดยที่กลยุทธ์ที่มักจะนำมาใช้กันคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies)

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ หรือก็คือช่องทางใดหรือแหล่งใดที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อหรือใช้บริการดังเช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้า เป็นต้น ซึ่งจะใช้กลยุทธ์ของทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Strategies)

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามที่ต้องการทราบถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผล การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกภายหลังการซื้อ โดยที่กลยุทธ์ที่มักจะนำมาใช้กันคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies)

## โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) คือ การศึกษาถึงจุดเริ่มต้นของพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นระบบที่เกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) เพื่อให้เกิดความต้องการ (Need) โดยสิ่งกระตุ้นที่เข้ามาในความนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) โดยเปรียบเสมือนเป็นกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถที่จะคาดการณ์ได้และยังเป็นสิ่งสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้มักเกิดมาจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วจึงทำให้เกิดการตอบสนอง (Buying's Response) ดังนั้นจึงเกิดการเรียกโมเดลนี้ว่า S-R Theory ที่ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน (Kotler, 2003) ได้แก่

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สามารถที่จะเกิดเกิดขึ้นได้จากภายในร่างกาย (Inside Stimulus) และภายนอก (Outside Stimulus) ซึ่งสิ่งกระตุ้นภายนอกจะสามารถควบคุมได้โดยการสร้างกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูด และจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในสินค้าและบริการประกอบไปด้วย

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เน้นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับ ส่วนผสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ทั้ง 7 ด้าน ดังนี้

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การออกแบบ คุณภาพ ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าหรือบริการ

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.1.5 สิ่งกระตุ้นด้านบุคลากร (People)

1.1.6 สิ่งกระตุ้นด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident)

1.1.7 สิ่งกระตุ้นด้านกระบวนการ (Process)

1.2 ปัจจัยภายนอก (Outside Stimulus) หรือ สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) โดยจะเป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic Stimulus)

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological Stimulus)

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Law Stimulus)

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Stimulus)

2. กล่องดำหรือความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งกล่องดำ (Black Box) เปรียบเสมือนความนึกคิดของผู้ซื้อที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่ทราบจึงจำเป็นต้องทำการค้นหา ซึ่งการนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะและกระบวนการในการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1.1 ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Culture Factor) เป็นสิ่งที่มีความผูกพันในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน ทำให้กระบวนการคิด ความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคลมีความแตกต่างกัน

2.1.2 ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งปัจจัยทางสังคมประกอบไปด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

2.1.3 ปัจจัยด้านบุคคล (Personal Factors) เป็นปัจจัยสำคัญซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะส่วนบุคคล อันได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต และบุคลิกภาพ เป็นต้น

2.1.4 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics) เป็นปัจจัยที่มีองค์ประกอบอยู่มากมายหลายด้าน ดังเช่น การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ โดยที่องค์ประกอบเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการบริโภคของผู้ซื้อทุกราย

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจของผู้บริโภค จะประกอบด้วยขั้นตอนทั้ง 5 ขั้นตอน ได้แก่

2.2.1 การรับรู้ถึงความต้องการ

2.2.2 การค้นหาข้อมูล

2.2.3 การประเมินทางเลือก

2.2.4 การตัดสินใจ

2.2.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Response)  
 ผู้บริโภคมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount)

### กระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision process) นั้นหมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จาก 2 ทางเลือกขึ้นไป (Schiffman, 1994) โดยที่กระบวนการในการตัดสินใจซื้อนั้นประกอบไปด้วยขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอนซึ่งได้แก่ (Loudon, 1993)

การรับรู้ถึงความต้องการ (Need recognition)

การค้นหาข้อมูล (Search for Information)

การประเมินผลทางเลือก (Alternative evaluation)

การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision)

การประเมินผลภายหลังการซื้อ (Post-purchase evaluation)

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2541) ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อไว้ว่า “กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ลำดับขั้น โดยเริ่มจากเหตุการณ์ก่อนที่จะมีการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าจริง ๆ จนถึงเหตุการณ์ภายหลังจากการซื้อ” ซึ่งสามารถสรุปขั้นตอนที่สำคัญทั้ง 5 ได้ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมก่อนการซื้อ (Pre-purchase Behaviors) คือ กระบวนการแรกเริ่มโดยมีแรงจูงใจหรือกระทั่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ซึ่งความต้องการเหล่านั้นอาจเกิดขึ้นจากตัวของผู้บริโภคเองหรืออาจเกิดจากตัวกระตุ้นภายนอกซึ่งเข้าไปกระตุ้นความต้องการ โดยที่กระบวนการในขั้นนี้นั้นเป็นกระบวนการซึ่งตัวผู้บริโภคนั้นมีการตระหนักถึงความต้องการของตัวสินค้า ด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม จึงทำให้เกิดความต้องการสินค้าใหม่ แต่ในบางครั้งความต้องการซื้อนั้นอาจไม่ได้เกิดจากตัวผู้บริโภคเองโดยตรง เนื่องจากสินค้าบางอย่างทางตัวของผู้นั้นไม่ได้ตระหนักถึงความต้องการ แต่อาจเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกลยุทธ์ทางการตลาด ดังเช่น การใช้สื่อโฆษณา การใช้พนักงานขาย หรือกระทั่งวิธีการต่าง ๆ อีกมากมาย

2. แสวงหาทางเลือก (Search for Alternatives) ซึ่งเมื่อตัวผู้บริโภคเกิดความ ต้องการขึ้นแล้วนั้น การหาทางเลือกจึงตามมา โดยที่ในส่วนนี้การหาข้อมูลนั้นจึงเป็นสิ่งที่ถือว่ามี ความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งในการหาข้อมูลนั่นเอง จะมีการพิจารณาข้อมูลต่าง ๆ ทางด้าน ชนิดของ สินค้า รูปลักษณะของสินค้า วิธีการใช้ ประสิทธิภาพของการทำงาน ความคงทนถาวร ราคา ตลอดจนความเชื่อถือที่มีต่อผู้ขาย แต่ในการหาข้อมูลเพื่อเป็นทางเลือกนั้น จะมีการใช้เวลาที่มาก น้อยเพียงใหนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของตัวผู้บริโภค

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นการที่นำทางเลือก หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้ทำการค้นหามาแล้วมาเพื่อทำการประเมินถึงทางเลือกนั้น ๆ โดยที่หากว่า จำเป็นที่จะต้องมีการตัดสินใจอย่างเร่งด่วนทางเลือกเองก็จะมีน้อย หรือหากตัวสินค้านั้นเป็นสินค้า ที่มีมูลค่า ทางด้านผู้บริโภคเองนั้นอาจมีการใช้เวลาในการตัดสินใจมาก หรือหากตัวผู้บริโภคนั้นมี การศึกษาสูง หรือมีรายได้ที่สูงนั้นมักจะมีการหาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประกอบในการตัดสินใจ มากกว่าผู้ที่มีความรู้ต่ำกว่า โดยเกณฑ์ที่ผู้บริโภคนั้นนำมาใช้ประกอบการประเมินผลทางเลือกนั้น ได้แก่ ประสบการณ์เกี่ยวกับตัวสินค้าในอดีต ทักษะคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากคนในครอบครัว หรือกระทั่งกลุ่มอ้างอิง โดยที่เมื่อมีการหาข้อมูลได้แล้ว ทางด้านผู้บริโภคจะ มีการกำหนดเกณฑ์เพื่อเปรียบเทียบ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ นั้น จะเป็นเป็นการเปรียบเทียบระหว่าง คุณสมบัติของสินค้า รูปลักษณะ ตลอดจนราคา เป็นต้น

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นการนำเอาผลจากการที่ได้ทำการ ประเมินผลจากข้อมูลหรือทางเลือกต่าง ๆ นั้นมาทำการตัดสินใจว่า หากซื้อสินค้านั้น ๆ มาแล้วจะ สามารถบำบัดความต้องการและความพอใจให้กับตัวผู้บริโภคได้หรือไม่ หากสินค้านั้นสามารถที่ จะบำบัดความต้องการและความพอใจของผู้บริโภคได้ ตัวกระบวนการซื้อนั้นจะโยงไปสู่ขั้นตอน ของการตัดสินใจเลือกตัวผลิตภัณฑ์

5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Post-purchase Behaviors) ซึ่งในกระบวนการ ตัดสินใจในการซื้อนั้นจำเป็นจะต้องรวมเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งก่อนซื้อและหลังซื้อเข้าไปด้วย เนื่องจากภายหลังจากการที่ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าไปแล้ว ตัวผู้บริโภคเองนั้นจะมีการ ประเมินผลในภายหลังการซื้อว่าสินค้าที่ได้ซื้อไปนั้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้หรือไม่ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งถัดไป และในบางครั้งอาจมีการนำข้อมูลต่าง ๆ ไปบอก ต่อให้แก่ผู้บริโภครายอื่น ซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วกันว่า เมื่อตัวผู้ซื้อได้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ไป แล้วจะเกิดความลังเลใจขึ้นว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องหรือไม่ เป็นไปตามที่ได้คาดหวังหรือไม่ โดย



หากเป็นไปตามที่ตัวผู้บริโภคนั้นคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การซื้อสินค้าชิ้นต่อไป

คอทเลอร์ (2003) ได้กล่าวว่าการบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ มีด้วยกัน 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) คือการที่บุคคลสามารถรับรู้ถึงความต้องการของตนเอง โดยความต้องการเหล่านี้อาจเกิดขึ้นจากสภาวะภายนอกภายในร่างกายของมนุษย์ หรืออาจที่จะเกิดขึ้นจากสิ่งเร้าภายนอกก็เป็นได้ ซึ่งหากความต้องการเกิดขึ้นถึงระดับหนึ่งก็จะแปรเปลี่ยนเป็นแรงกระตุ้นในการที่จะหาสิ่งที่มาสนองต่อความต้องการเหล่านั้น

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อมนุษย์ได้มีความต้องการเกิดขึ้นก็มักที่จะเกิดความพยายามที่จะค้นหาข้อมูลเพื่อมาตอบสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้น โดยที่ปริมาณของข้อมูลที่ต้องการนั้นจะขึ้นอยู่กับว่าบุคคลนั้นพบกับปัญหาที่มากหรือน้อย ดังเช่น การซื้อสินค้าที่มีการซื้ออยู่เป็นประจำ ก็อาจจะไม่จำเป็นต้องค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม ไม่ต้องใช้ความคิดและเวลาในการเลือกซื้อ

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternatives) คือการประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ โดยการนำข้อมูลของสินค้าตลอดจนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตราสินค้ามาเพื่อเปรียบเทียบ โดยที่กระบวนการในการประเมินของผู้บริโภคส่วนใหญ่ มักมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งมองว่าผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยอาศัยจิตใต้สำนึกและมีเหตุผลสนับสนุน ซึ่งแนวคิดที่ช่วยให้สามารถเข้าใจถึงกระบวนการในการประเมินผลของผู้บริโภคได้อันดับแรกคือ ผู้บริโภคพยายามสร้างความพึงพอใจตามความต้องการบางอย่างของตนเอง อันดับที่สอง ผู้บริโภคกำลังมองหาประโยชน์จากสินค้า อันดับที่สาม ผู้บริโภคมองเห็นว่าสินค้าแต่ละตัวนั้นเป็นเสมือนชุดของคุณสมบัติที่มีความสามารถอันหลากหลายในการส่งมอบผลประโยชน์ที่ตนได้มองหา เพื่อความพึงพอใจตามความต้องการ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หลังจากได้มีการประเมินทางเลือก โดยที่ตัวผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความชอบในตราสินค้าต่างๆ ที่อยู่ในทางเลือกเดียวกัน นอกจากนี้ผู้บริโภคอาจทำการสร้างรูปแบบความตั้งใจในการซื้อไว้ที่ตราสินค้าที่ชอบมากที่สุด แต่อาจมีปัจจัย 2 ปัจจัย ที่เข้ามาเกี่ยวข้องระหว่างความตั้งใจและการตัดสินใจซื้อ คือปัจจัยด้านทัศนคติของผู้อื่น และปัจจัยด้านสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นปัจจัยที่อาจทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อความตั้งใจในการซื้อได้

5. ความรู้สึกภายหลังการซื้อ (Post-purchase Feeling) หลังจากการตัดสินใจซื้อและได้ผ่านการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคก็จะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพึงพอใจ หรือความไม่พอใจต่อผลิตภัณฑ์ โดยที่ประสบการณ์เหล่านี้จะเก็บไว้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อในครั้งถัดไป

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Quality of Service)

ในเรื่องของคุณภาพการให้บริการนั้น สามารถกล่าวได้ว่าคุณภาพการบริการนั้น ประกอบขึ้นจากคำสองคำ ซึ่งได้แก่คำว่า “คุณภาพ” และคำว่า “บริการ” ซึ่งทั้งสองคำนั้นต่างก็มีการให้ความหมายจากบุคคลต่าง ๆ ไว้ดังต่อไปนี้

โดยที่ในส่วนของคำว่า “คุณภาพ (Quality)” นั้นหมายถึง บางสิ่งหรือกระทั่งความรู้สึกบางอย่างที่เกิดจากการรับรู้ของผู้รับบริการในการเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐาน ซึ่งสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ โดยที่ความรู้สึกเหล่านี้ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วความหมายที่ถูกไว้ไว้จากบุคคลหรือผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ นั้นดูจะไม่ค่อยเห็นกันสักเท่าไรนัก

दनัย เทียนพุด (2543) ได้กล่าวไว้ว่า “คุณภาพ คือ กระบวนการให้ได้มาซึ่งสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ไม่มีข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องเกิดขึ้น กระทั่งเป็นส่วนที่สร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ”

ณัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์ (2549) ได้กล่าวไว้ว่า “คุณภาพนั้นคือ สิ่งใดก็ตามแต่ที่ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และมีการพูดถึงอยู่เสมอเมื่อได้ใช้สินค้าและบริการ”

ดิกเกินส์ (1994) ได้มีการกล่าวถึงคำว่า “คุณภาพ” ไว้ว่า “คุณภาพนั้นคือ คุณลักษณะของความเป็นเลิศ ซึ่งปราศจากความบกพร่อง และสามารถตอบสนองต่อความต้องการ หรือกระทั่งทำให้เกิดประโยชน์แก่ผู้รับบริการ”

โดยในส่วนของคำว่า “บริการ (Service)” นั้นหมายถึง กิจกรรมที่เกิดขึ้นจากบุคคล หรือองค์กรใด ๆ ซึ่งตอบสนองต่อความต้องการของผู้อื่น ไม่ว่าจะเพื่อให้ได้รับความสุข ความสบายหรือแม้กระทั่งความพึงพอใจ โดยที่ในความหมายของคำว่าบริการนั้น ก็ได้มีการให้คำอธิบายไว้จากผู้เชี่ยวชาญหลากหลายท่านดังต่อไปนี้

สมชาติ กิจยรรยง (2543) ได้กล่าวไว้ว่า “การบริการนั้นคือ การช่วยเหลือ การอนุเคราะห์ หรือแม้กระทั่งให้ความสะดวก รวมไปถึงจนถึงกิจกรรมที่ทำเพื่อผู้อื่น ตามหน้าที่การงาน หรือเพื่อ

ประโยชน์ หรือกระทั่งความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือแม้แต่กิจกรรมที่จัดขึ้นร่วมกับการขายสินค้า”

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539) กล่าวว่า “การบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม หรือการกระทำที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งทำให้ หรือส่งมอบต่อให้กับอีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมาย และมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น”

สุมนา อัญโพธิ์ (2544) ได้มีการกล่าวไว้ว่า “การบริการนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป นั่นคือ จับต้องไม่ได้ แยกออกจากกันไม่ได้ แตกต่างกัน และเป็นความต้องการที่สูญเสียได้ง่าย และขึ้นลงตามฤดูกาล”

คอตเลอร์ (2000) ได้กล่าวเกี่ยวกับการบริการไว้ว่า “การบริการนั้นคือ การกระทำที่หน่วยงานหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งนำเสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหนึ่ง หรือบุคคลอีกบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้”

दनัย เทียนพุ่ม (2543) ได้กล่าวไว้ว่า “การบริการ คือ การให้ทั้งรูปธรรม และนามธรรม ในเชิงความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้องและด้วยอัธยาศัยเป็นพื้นฐาน” และยังได้มีการกล่าวเพิ่มเติมไว้อีกว่า “การบริการในเชิงการตลาด เป็นคุณค่าเสริมของตัวสินค้า เป็นคุณค่าสำคัญของสินค้า และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญกว่าตัวสินค้า” ซึ่งคำว่า “บริการ (Service)” นั้นประกอบไปด้วยอักษรที่มีการสื่อความหมายดังต่อไปนี้

S = Service Mind คือ การคัดคนที่มีจิตใจที่อยากจะให้บริการ

E = Exceed Customer Expectation คือ เข้าใจถึงความคาดหวังของผู้รับบริการ ด้วยการบริการที่เหนือกว่า

R = Reprocess คือ การปรับกระบวนการให้รวดเร็ว สั้น กระชับ และดีกว่าเดิมอยู่ตลอดเวลา

V = Vision คือ วิสัยทัศน์เชิงกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

I = Information Technology คือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อตอบสนองแก่ผู้รับบริการ

C = Cycle Time คือ บริการที่ชนะด้วยเวลา

E = Empowerment คือ ทีมงานที่มีอำนาจในการสั่งการตนเอง

สมิต สัจนุกร (สมิต, 2550) ได้ทำการกล่าวไว้ว่า “การบริการ คือ การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้ง

ด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการที่หลากหลายในการทำให้บุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ” ซึ่งงานบริการนั้นมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ได้รับความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ก็เกิดความรู้สึกทันที
2. ผลของการบริการเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และแปรผลได้รวดเร็ว
3. ผลของการบริการเชื่อมโยงไปถึงคน และหน่วยงาน
4. ผิดพลาดแล้วมีการชดเชยด้วยสิ่งอื่น ก็เพียงแค่บรรเทาความไม่พอใจ
5. สร้างทัศนคติต่อบุคคล หน่วยงานและองค์กรได้เป็นอย่างมาก
6. สร้างจินตภาพ หรือภาพลักษณ์ให้หน่วยงาน และองค์การเป็นเวลานาน
7. หากเกิดความบกพร่องจะเห็นได้ชัด
8. ต้องการคนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี
9. คนเป็นตัวแปรที่สำคัญในการสร้าง และเป็นตัวแปรที่สำคัญในการทำलयงาน

บริการ

อรุณทิพย์ วรชีวัน (2545) ได้มีการกล่าวเพิ่มเติมไว้ว่า “การบริการนั้นมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปแบบ และไม่จำเป็นที่จะต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค”

เพราะฉะนั้นจึงสามารถที่จะกล่าวได้ว่า ความหมายของคำว่า “คุณภาพการให้บริการ” นั้นหมายถึง การตัดสินใจจากการนำข้อเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ผู้รับบริการ หรือสิ่งที่ผู้ให้บริการคาดหวัง ต่อสิ่งที่จะได้รับนั้นว่ามีความเป็นไปได้ในทิศทางหรือแนวทางเดียวกันหรือไม่ ตัวของผู้รับบริการหรือตัวผู้ให้บริการนั้นเกิดความรู้สึกพึงพอใจหรือไม่ โดยที่แนวคิดในเรื่องของ “คุณภาพการให้บริการ” ซึ่งถือเป็นที่ยอมรับเป็นอย่างมากนั้น ก็คือแนวคิดของ ซีส์ทามล์ (Valarie Zeithaml) และคณะ ซึ่งได้ทำการศึกษาถึงคุณภาพของการให้บริการ โดยการวิจัยทางตลาด และสร้างรูปแบบของคุณภาพการบริการ (Service Quality Model) โดยที่มิติที่นำมาใช้ในการทำการประเมินคุณภาพการบริการนั้น วัดจากการรับรู้ต่อบริการของตัวผู้รับบริการว่าเป็นไปตามความคาดหวังหรือไม่เพียงใด โดยมิติที่ตัวผู้รับบริการนั้นใช้ในการประเมินคุณภาพในการบริการนั้นจะประกอบไปด้วย ((รัชยา, 2535) อ้างอิงใน (สุชาธิณี, 2554))

1. สิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ อุปกรณ์เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุในการติดต่อสื่อสาร

2. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้ และมีความน่าเชื่อถือ

3. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความยินดีที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการ และพร้อมที่จะให้บริการได้ในทันที

4. สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) หมายถึง การมีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการบริการที่มีให้และสามารถแสดงออกมาให้ผู้รับบริการประจักษ์ได้

5. ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) หมายถึง ความสุภาพอ่อนโยน ให้เกียรติ มีน้ำใจ และเป็นมิตรต่อผู้รับบริการ

6. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความน่าไว้วางใจ และเชื่อถือได้ ซึ่งเกิดขึ้นจากความซื่อสัตย์ และความจริงใจของผู้ให้บริการ

7. ความมั่นคงปลอดภัย (Security) หมายถึง ความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิต ทรัพย์สิน ตลอดจนชื่อเสียง โดยปราศจากความรู้สึกเสี่ยงต่ออันตราย และข้อสงสัยต่าง ๆ รวมทั้งการรักษาความลับของผู้รับบริการ

8. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ

9. การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง การให้ข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้รับบริการ มีการใช้การสื่อสารด้วยภาษาที่ผู้รับบริการเข้าใจ และรับฟังเรื่องราวต่าง ๆ จากผู้รับบริการ

10. การเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ รวมทั้งความต้องการของผู้รับบริการของตนเอง

ชัชวาล ทัดศิวิฐ (2554) ได้มีการกล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่อง คุณภาพการบริการไว้ว่า เรื่องของตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการ (SERVQUAL) ในระยะถัดมานั้น ได้มีการแบ่งแบบวัดออกเป็น 2 ส่วน อันได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่ใช้ในการวัดถึงความคาดหวังในบริการจากองค์กร หรือหน่วยงาน

ส่วนที่ 2 เป็นการวัดการรับรู้ภายหลังจากที่รับบริการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

โดยที่วิธีในการประเมินคุณภาพในการให้บริการ (SERVQUAL) นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 มิติหลัก ซึ่งก็ยังคงมีความสัมพันธ์ข้องเกี่ยวกับมิติทางด้านคุณภาพในการให้บริการทั้ง 10 ประการดั้งเดิม โดยเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมภายใต้ชื่อมิติใหม่ที่ถูกรับปรุง ซึ่งจะประกอบไปด้วย 5 มิติหลัก ๆ ดังต่อไปนี้

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ดังเช่น สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ตัวผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับซึ่งการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ โดยที่จะต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกครั้ง และทุกจุดของบริการ ซึ่งทำให้รู้สึกว่าการบริการนั้นมีความน่าเชื่อถือตลอดจนสามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อม และความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งมีการกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงและรวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่น โดยผู้ที่ให้บริการต้องแสดงถึงทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกิริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการนั้นจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึงความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ตามแต่ความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

โดยนอกจากที่ยกมานั้น ยังมีผู้ที่ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการไว้อีกมากมาย ซึ่งความหมายต่าง ๆ เหล่านั้นต่างก็มีแนวทาง หรือมีการให้ความหมายไปในทิศทางเดียวกัน

คอปเลอร์ (1994) ได้กล่าวไว้ว่า “คุณภาพการให้บริการนั้น ถูกประเมินโดยผู้รับบริการ โดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างบริการที่รับรู้ กับบริการที่คาดหวัง”

คอร์รอลล์ และเบรเวตัน (1999) ได้กล่าวว่า “คุณภาพการให้บริการ คือ ลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวมที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความคาดหวังหรือความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ”

दनัย เทียนพุ่ม (2543) ได้มีการกล่าวไว้ว่า “ปรัชญาคุณภาพบริการ นั้นจะต้องศึกษาหรือเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ RATER ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวัดคุณภาพการให้บริการลูกค้า” ซึ่งได้แก่

Reliability (ความเชื่อถือได้)

Assurance (ความมั่นใจ ความแน่นอน)

Tangibles (สิ่งที่จับต้องได้)

Empathy (การเอาใจใส่)

Responsiveness (การตอบสนอง)

โดยปัจจัยในการกำหนดคุณภาพการบริการใน SERVQUAL ทั้ง 5 ปัจจัย ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการกำหนดความรับรู้ต่อคุณภาพบริการ โดยที่การรับรู้ต่อคุณภาพบริการของผู้บริโภคเป็นผลเนื่องมาจากขนาดและทิศทางของช่องว่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้จริงต่อการบริการ (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) ซึ่งเมื่อความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้บริโภคมีค่ามากกว่าการรับรู้จริงที่ได้รับ ( $ES > EP$ ) จะทำให้เกิดความไม่พอใจจากบริการที่ได้รับ และความไม่พอใจเหล่านี้จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเมื่อความต่างของระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงสูงขึ้น แต่หากความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้บริโภคมีค่าเท่ากับการรับรู้จริงที่ได้รับ ( $ES = EP$ ) จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจต่อการบริการนั้น ๆ และหากว่ารับรู้จริงที่ได้รับมีค่ามากกว่าการความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของผู้บริโภค ( $ES < EP$ ) การบริการนั้น ๆ จะถือได้ว่าเป็นการบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าความต้องการหรือความคาดหวังของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจ และความพึงพอใจเหล่านี้จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเมื่อความของระดับความคาดหวังและการรับรู้จริงสูงขึ้น

## 5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

สโตเนอร์และฟรีแมน (1992) ทำการกล่าวไว้ว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการในการวางแผน การจัดองค์การ ภาวะของผู้นำ และการควบคุมการทำงานของสมาชิกขององค์การ ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุตั้งเป้าหมายขององค์การ

บาร์ทิล และมาร์ติน (1994) กล่าวเกี่ยวกับการจัดการไว้ว่า “การจัดการ คือกระบวนการที่ทำให้เป้าหมายขององค์การประสบผลสำเร็จโดยการวางแผน การจัดองค์การ การใช้ภาวะผู้นำ และการควบคุม”

คาสท์และโรเซ็นชวิก (1995) ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการ หมายถึง การร่วมมือและการประสานงานกันระหว่างมนุษย์และทรัพยากรทางวัตถุต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบรรลุตั้งวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งเอาไว้

เดล (1969) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการจัดการไว้ว่า การจัดการ คือกระบวนการจัดการ และการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มี เพื่อบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

กฤตภาส แสงเดือน (2552) ได้ทำการสรุปความหมายเกี่ยวกับการจัดการไว้ว่า การจัดการจำเป็นจะต้องมีทรัพยากรที่เป็นปัจจัยพื้นฐานทางการจัดการที่สำคัญอยู่ 4 ประการ หรือ 4M อันได้แก่

1. คน (MAN) ซึ่งเป็นผู้ที่ปฏิบัติกิจกรรมขององค์การนั้น ๆ
2. เงิน (Money) ใช้สำหรับนำมาเป็นค่าจ้างและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ
3. วัสดุสิ่งของ (Materials) อุปกรณ์ เครื่องใช้ เครื่องมือต่าง ๆ ตลอดจนจนอาคาร

สถานที่

4. การจัดการ (Management)

สมคิด บางโม (2538) ได้ทำการกำหนดหลักในการจัดการธุรกิจไว้ 5 ขั้นตอน โดยสามารถเรียกย่อ ๆ ว่า POSDC ซึ่งได้แก่ การวางแผน (planning) การจัดการองค์การ (organizing) การจัดคนเข้าทำงาน (staffing) การอำนวยการหรือการชี้แนะ (directing) และการควบคุมการทำงาน (controlling) แต่ในปัจจุบันนักบริหารเห็นพ้องกันว่าควรมีเพียง 4 ขั้นตอนเท่านั้น โดยได้ทำการตัดขั้นตอนในการจัดคนเข้าทำงาน (staffing) ออก เรียกว่า PODC ซึ่งกล่าวได้ว่า หลักการจัดการธุรกิจ (business management) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. การวางแผน (planning) หมายถึง การเตรียมการรวบรวมข้อมูลและปัจจัยนำเข้า การออกแบบ การกำหนดเป้าหมาย ตลอดจนวิธีการที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ โดยการวางแผนจำเป็นที่จะต้องมีการกระทำล่วงหน้าและทำเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การดำเนินงานไม่เกิดการติดขัด ตลอดจนกระทั่งกระบวนการทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การจัดองค์การ (organizing) หมายถึง การแบ่งสรรหน้าที่บทบาทความรับผิดชอบภายใน หน่วยงาน องค์การหรือกลุ่ม โดยมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของตำแหน่งในแต่ละตำแหน่งให้ชัดเจน เพื่อให้การทำงานในแต่ละช่วงของการดำเนินงานสามารถดำเนินไปได้ดีและมีประสิทธิภาพ โดยจะเป็นการส่งผลต่อการดำเนินงานในภาพรวม เพื่อไปสู่ความสำเร็จหรือเป้าหมายต่อไป

3. การอำนวยการ (directing) คือ สิ่งที่จะเกิดขึ้นหลังจากที่องค์การหรือกลุ่มได้มีการจัดองค์การให้บุคคลากรแต่ละคนได้ทำงานในส่วนของตนเองถนัด มีความสามารถตลอดจนความรับผิดชอบ โดยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการสั่งการให้กระทำ หรือจูงใจการกระทำที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินงาน เพื่อให้การดำเนินงานสามารถเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด



4. การควบคุม (controlling) หมายถึง การควบคุมวงจรการผลิตหรือการบริหารงานให้ดำเนินไปตามวิธีการหรือขั้นตอนที่ได้วางเอาไว้ เพื่อให้สามารถที่จะบรรลุตั้งเป้าหมายที่คาดหวังไว้หรือตั้งไว้

พยอม วงศ์สารศรี (2545 อ้างอิงใน (อรอนงค์, 2552)) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการจัดการประกอบไปด้วยหน้าที่สำคัญ 4 อย่าง ได้แก่ การวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organizing) การนำ (leading) และการควบคุม (controlling) โดยหน้าที่ทั้งสี่อย่างนี้มีความสัมพันธ์กันและไม่สามารถที่จะแบ่งแยกออกจากกันอย่างเด็ดขาดแม้สภาพแวดล้อมทางสังคมและธุรกิจจะมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา ซึ่งแนวคิดทั้งสี่สามารถที่จะนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างทันสมัย โดยหน้าที่ทางการจัดการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวางแผน (planning) เป็นหน้าที่ทางการจัดการในลำดับแรก หมายถึง กระบวนการในการกำหนดเป้าหมายและพัฒนาวิธีการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยในการวางแผนผู้บริหารจำเป็นต้องมองไปถึงอนาคตข้างหน้าว่าทิศทางขององค์การจะเดินไปสู่จุดใด แล้วจึงพิจารณาถึงทางเลือกในกลยุทธ์ที่มีอยู่และเลือกแนวทางที่ดีที่สุดเพื่อที่จะดำเนินงานไปสู่จุดหมายนั้น

2. การจัดองค์การ (organizing) เป็นหน้าที่ของการจัดการในลำดับที่สอง หมายถึง กระบวนการของการกำหนดกรอบ เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาและมอบหมายงาน โดยการบริหารและจัดสรรทรัพยากร การประสานกิจกรรมต่าง ๆ ให้สำเร็จตามเป้าหมาย ซึ่งปกติผู้บริหารจะทำการจัดองค์การหลังจากที่ได้ทำการกำหนดเป้าหมายและได้มีการวางแผนการในการทำงานไว้แล้ว โดยที่หน้าที่ของการจัดองค์การนั้นถือได้ว่าเป็นการกำหนดโครงสร้างที่เหมาะสม

3. การชักนำ (leading) เป็นหน้าที่ของการจัดการในลำดับที่สาม โดยการชักนำ หมายถึง กระบวนการในการใช้อิทธิพลและการจูงใจผู้คนในองค์การให้ร่วมกันทำงานเพื่อบรรลุตั้งเป้าหมายขององค์การที่ถูกกำหนดไว้ เนื่องจากหลังจากการจัดองค์การและมีการมอบหมายงานแล้ว ผู้บริหารจะต้องเข้ามาทำงานร่วมกับกับพนักงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาโดยทันที เพื่อทำการช่วยเหลือและชี้แนะเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมาย และพยายามกระตุ้นให้เกิดการแสดงความสามารถที่มีอยู่ออกมาได้อย่างเต็มที่

4. การควบคุม (controlling) เป็นหน้าที่ของการจัดการในลำดับสี่ การควบคุม หรือ การประเมินผล หมายถึง กระบวนการในการตรวจสอบ ติดตามและกำกับดูแลความก้าวหน้าของกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์การว่าบรรลุตั้งเป้าหมายตามที่ตั้งไว้หรือไม่ โดยที่ผู้บริหารเองอาจที่จะมี

การกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ ในการทำงาน มีให้คำแนะนำเกี่ยวกับการทำงานและเสนอแนะในข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข

ซูรีย์พร วันหลัง (2556) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับการจัดการไว้ว่า การจัดการเป็นการเชื่อมโยงและประสานงานในหน้าที่ต่าง ๆ ขององค์กรให้ทำหน้าที่ของงานในแต่ละด้านให้เกิดความสำเร็จและเป็นไปอย่างเรียบร้อย โดยอาศัยการวางแผน การควบคุม และการตรวจสอบที่มีระเบียบปฏิบัติ ข้อตกลง ตลอดจนเงื่อนไขในการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ

## 6. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานบริการผู้สูงอายุ และสถานดูแลระยะยาว

จากการศึกษางานวิจัยของ ศิริพันธ์ สาสัตย์ และคณะ (2552) ในหัวข้อเรื่อง รูปแบบการปฏิบัติการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวในสถานบริการในประเทศไทย ทำให้ทราบถึงประเภท และรูปแบบต่าง ๆ ของสถานดูแลระยะยาว และสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ รวมไปถึงจนถึงการจำแนกสถานดูแลรูปแบบต่าง ๆ ตามแต่ปัจจัยที่ต่างกันออกไป และนอกจากนี้ยังได้มีการกล่าวถึงเรื่องของคุณภาพในการดูแลให้บริการผู้สูงอายุภายในสถานบริการด้วยเช่นกัน

### 6.1 การดูแลระยะยาว

Kodner (2003 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์, 2552)) ได้กล่าวถึงคำนิยามของการดูแลระยะยาวไว้ว่า ในการดูแลระยะยาวนั้นส่วนหนึ่งเป็นการให้การดูแลทางด้านของสุขภาพและมีอีกส่วนหนึ่งเป็นการให้บริการทางด้านสังคม ซึ่งแวดล้อมไปด้วยการให้บริการที่หลากหลายโดยใช้เทคนิคในระดับต่ำหรือไม่ทันสมัย (Low-tech service) โดยบุคลากรวิชาชีพและบุคลากรที่ไม่มีวิชาชีพ รวมถึงสมาชิกในครอบครัวที่ทำการให้การดูแลโดยไม่หวังซึ่งสิ่งตอบแทน (Unpaid family members) และผู้ที่ให้การช่วยเหลือซึ่งไม่เป็นทางการ (Informal helper) แก่บุคคลที่มีอาการป่วยเรื้อรัง หรือมีภาวะทุพพลภาพซึ่งมีความต้องการการดูแลในเรื่องของการทำกิจวัตรประจำวัน เป็นช่วงเวลาที่ยาวนาน

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO, 2000 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์, 2552)) ได้ทำการกล่าวไว้ว่า การดูแลระยะยาว (Long-term care หรือ LTC) นั้นถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญซึ่งจะขาดไปไม่ได้ของระบบสุขภาพและบริการสังคม โดยที่นอกจากนี้แล้วการดูแลระยะยาวนั้นยังถือเป็นการให้บริการที่ครอบคลุมตั้งแต่การบริการทางการแพทย์และการบริการทางด้านสังคม ซึ่งถูกออกแบบมาเพื่อช่วยเหลือผู้ที่มีภาวะทุพพลภาพหรือกระทั่งมีภาวะเจ็บป่วยเรื้อรังที่มีความต้องการทางด้านดูแล ทั้งนี้การให้บริการนั้นอาจเป็นได้ทั้งในระยะสั้น ไปจนถึงการให้บริการในระยะยาวก็เป็นได้ และยังสามารถที่จะเป็นการให้บริการที่บ้านพักอาศัย ภายในชุมชน หรือกระทั่งในสถานที่พักอาศัยของผู้สูงอายุก็ได้เช่นกัน

กนิษฐา บุญธรรมเจริญ และ ศิริพันธ์ สาส์ตย์ (2551 อ้างอิงใน(ศิริพันธ์, 2552)) ได้มีการให้ความหมายเกี่ยวกับการดูแลระยะยาวไว้ว่า การดูแลระยะยาวนั้น นับเป็นการดูแลสำหรับบุคคลมีอาการป่วยเรื้อรังหรือกระทั่งมีความทุพพลภาพหรือความพิการ ซึ่งสูญเสียความสามารถในการประกอบกิจกรรมอันเนื่องมาจากความเจ็บป่วยหรือความพิการ โดยรวมถึงการให้บริการทั้งภายในสถาบันหรือภายในชุมชนในหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการสถานดูแลกลางวัน การให้บริการสุขภาพที่บ้าน การให้บริการการดูแลที่พักรักษาตัว การดูแลในระยะเปลี่ยนผ่าน การให้บริการในการฟื้นฟูสภาพ การให้การบริการดูแลที่จำเป็นจะต้องอาศัยทักษะทางการแพทย์และกรพยาบาล การให้บริการดูแลในระยะสุดท้าย จวบจนการให้บริการดูแลแบบประคับประคอง โดยที่มักจะเป็นการให้การดูแลที่แยกห่างจากสถานบริการสุขภาพปฐมภูมิ

## 6.2 ประเภทของการดูแลระยะยาว

การดูแลระยะยาวนั้นสามารถที่จะแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ซึ่งได้แก่ (Australia of Health and Welfare, 2005; Lessey & Lessey, 2001 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์, 2552))

1. การดูแลภายในสถานบริการหรือภายในสถาบัน (institutional care) ซึ่งประเภทนี้จะเป็นการให้การดูแลแก่ผู้สูงอายุภายในสถานบริการ โดยอาจมีลักษณะเป็นดังต่อไปนี้

1.1 สถานพยาบาลฉุกเฉิน (Acute care) ซึ่งได้แก่โรงพยาบาลต่าง ๆ ซึ่งให้บริการในกรณีที่ตัวผู้ป่วยผู้สูงอายุนั้นเกิดมีอาการเจ็บป่วยขึ้นมาอย่างเฉียบพลัน หรือกระทั่งมีภาวะแทรกซ้อนที่มีความจำเป็นจะต้องได้รับการรักษาอย่างเร่งด่วน

1.2 สถานพยาบาลกึ่งฉุกเฉิน (Sub-acute care) ซึ่งสถานบริการลักษณะนี้นั้นจะให้บริการแก่ผู้ป่วยผู้สูงอายุที่พ้นภาวะวิกฤตแต่ยังจำเป็นที่จะต้องได้รับการฟื้นฟูสภาพก่อนกลับไปยังที่พักอาศัย

1.3 สถานดูแลระยะยาว (Institutional long-term care) หรือที่เรียกกันว่า Long-term facility care ซึ่งอาจจะเป็นสถานบริการที่มีความต้องการทางการแพทย์ในบางส่วน อันได้แก่ สถานบริบาลผู้สูงอายุ (Nursing home) สถานดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้าย (Hospice care) ไปจนถึงสถานดูแลชั่วคราว (Respite care) หรือเพียงแต่ต้องการเฉพาะที่พักอาศัยเพียงเท่านั้น ดังเช่น บ้านพักคนชรา หรือบ้านพักผู้สูงอายุ (Residential home) ก็เป็นได้

2. การให้การบริการดูแลในชุมชน (Community care services) หรือการบริการดูแลที่บ้าน (Home care) หรือที่เรียกกันอีกอย่างว่า Long-term home care นั้นนับเป็นส่วนหนึ่งของประเภทการดูแลระยะยาวซึ่งอยู่ในรูปแบบของการให้บริการการดูแลในชุมชน โดยเป็นการที่ตัวผู้สูงอายุนั้นมีความต้องการที่จะได้รับความช่วยเหลือดูแลในการทำกิจวัตรประจำวันไปจนถึง

เรื่องของการต้องการขั้นพื้นฐาน อันประกอบด้วยทำให้ความช่วยเหลือในการทำกิจกรรมส่วนตัวในชีวิตประจำวัน การช่วยเหลือในการรับประทานอาหาร หรือกระทั่งการช่วยเหลือในการปรับปรุ่สถานที่พักอาศัยให้เหมาะสมแก่ผู้สูงอายุและเพื่อเป็นการป้องกันอุบัติเหตุที่มีโอกาสเกิดขึ้น โดยมีการให้บริการที่สนับสนุนต่อการดูแลที่บ้าน ดังเช่น บริการในการเยี่ยมบ้าน บริการส่งอาหารถึงบ้าน ศูนย์บริการสุขภาพ จวบจนศูนย์บริการกลางวัน เป็นต้น

ซึ่ง Stone (2000, อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) นั้นได้มีการระบุถึงความแตกต่างระหว่างการให้การดูแลที่บ้านและสถานบริการไว้ว่า “สถานบริบาล (Nursing home) นับได้ว่าเป็นสถานที่ที่มีความเข้มงวดมากที่สุด ส่วนการให้การดูแลที่บ้านนั้น นับว่าเป็นสถานที่ที่มีความเข้มงวดน้อยที่สุด”

### 6.3 การดูแลระยะยาวภายในสถานบริการ (Institutional long-term care)

ในเรื่องของการดูแลระยะยาวภายในสถานบริการเองนั้นก็ยังมีบุคคลหรือองค์กรต่างๆ ได้ให้ความหมายและคำนิยามเอาไว้เพื่อให้เกิดความชัดเจนดังเช่น

Medical Dictionary (2009 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) ได้มีการให้คำนิยามไว้ว่า สถานบริการดูแลระยะยาว (Long-term care facilities) นั้นหมายถึง สถานที่ให้บริการด้านการฟื้นฟูสภาพ ถ้าวรรักษาสุขภาพ ตลอดจนการให้การดูแลที่จำเป็นต้องใช้ทักษะทางการแพทย์และการพยาบาลแก่ผู้ป่วยหรือผู้ที่เข้ามาพักอาศัย ซึ่งมีความต้องการในด้านของการช่วยเหลือในการกระทำกิจวัตรประจำวัน โดยที่สถานบริการดูแลระยะยาว (Long-term care facilities) นั้นจะรวมถึงสถานบริบาล (Nursing home) สถานบริการฟื้นฟูสภาพ (Rehabilitation facilities) ตลอดจนสถานดูแลผู้ป่วยในด้านพฤติกรรมสุขภาพ และสถานดูแลภาวะเรื้อรังระยะยาวภายในโรงพยาบาล

โดยที่ในประเทศอังกฤษและเวลส์ นั้นได้มีการรวมเอาบ้านพักคนชรา (Residential care home) และส่วนของสถานบริบาล (Nursing home) เข้าด้วยกันนั้น เรียกว่าบ้านพักดูแล (Care homes) หลังจากที่มึพระราชบัญญัติในด้านมาตรฐานการดูแลในปี ค.ศ. 2000 (Care standard Act., 2000 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) และในตัวพระราชบัญญัติในด้านมาตรฐานในการดูแล นั้นได้ให้คำนิยามต่อการดูแลระยะยาวไว้ว่า “บ้านพักดูแล (Care homes) นั้นเป็นสถานที่ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อที่จะให้บริการที่พักอาศัยร่วมกับการพยาบาลหรือการดูแลส่วนบุคคล (Care standard Act., 2000 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) และจะต้องมีการขึ้นทะเบียนเพื่อให้บริการส่วนบุคคล (Personal care) หรือกระทั่งบริการส่วนบุคคลร่วมกับการพยาบาล (Nursing care) อีกทั้งยังสามารถที่จะระบุความต้องการในการให้บริการแก่ผู้สูงอายุที่มีความต้องการในการดูแลเฉพาะ

ได้ ดังเช่น ผู้ป่วยที่มีอาการสมองเสื่อม ผู้ที่มีปัญหาทางด้านสุขภาพจิต หรือกระทั่งผู้ป่วยในระยะสุดท้าย” (Netten, Darton & Williams, 2005: 204-205 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์ุ, 2552))

#### 6.4 กิจกรรมในการบริการดูแล

ในการดูแลระยะยาวนั้น Stone (2000 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์ุ, 2552)) และ WHO & Milbank Memorial Fund (2000 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์ุ, 2552)) ได้มีการกล่าวไว้ว่ากิจกรรมในการช่วยเหลือดูแลนั้นจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

1. การให้ความช่วยเหลือในด้านของกิจวัตรประจำวัน (Basis activities of daily living: ADL) หรือก็คือการให้การดูแลส่วนบุคคล (Personal care) ดังเช่น การอาบน้ำ แต่งตัว เป็นต้น

2. การให้การช่วยเหลือในด้านของการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันต่อเนื่อง (Instrumental activities of daily living: IADLs) ซึ่งในส่วนนี้จะรวมไปถึง การช่วยเหลืองานบ้านต่าง ๆ (Household chores) ช่วยเหลือด้านการจัดการในชีวิต (Life management) การจัดเตรียมในเรื่องของยาและเวชภัณฑ์ และสุดท้ายคือการให้ความช่วยเหลือในการเดินทาง

3. การให้การช่วยเหลือทางด้านสุขภาพแก่ผู้ป่วยหรือผู้พักอาศัย (Medical Dictionary, 2000 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์ุ, 2552)) อันได้แก่

3.1 การให้บริการด้านการฟื้นฟูสภาพ (Rehabilitation)

3.2 การให้บริการในการอำนวยการรักษาสุขภาพ (Restoration)

3.3 การให้การดูแลที่จำเป็นจะต้องใช้ทักษะทางการพยาบาล (Skill nursing) โดยที่ไม่มีผู้ที่มีความหมายเกี่ยวกับการพยาบาลไว้ว่า “การพยาบาลนั้นเป็นการให้การดูแลโดยมีการวางแผนและกำกับดูแลหรือได้มีการมอบหมายงานโดยพยาบาลผู้ขึ้นทะเบียนแล้วเท่านั้น (Netten, Darton & Williams, 2005, อ้างอิงใน (ศิริพันธ์ุ, 2552))

4. การให้บริการอื่น ๆ ดังเช่น การให้การดูแลภายหลังภาวะฉุกเฉิน (Intermediate care) ซึ่งจะเป็นการให้การดูแลผู้ป่วยให้มีความพร้อมก่อนที่จะกลับบ้านหรือกลับไปยังที่พักอาศัย โดยส่วนใหญ่จะมีการให้บริการฟื้นฟูสภาพ และให้การดูแลที่เหมาะสมภายในระยะเวลาที่ที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน ซึ่งทั้งหมดนี้ก็เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้มีความเป็นอิสระสามารถที่จะช่วยเหลือตัวเองได้ (Independence) ซึ่งนับเป็นกิจกรรมการดูแลเพื่อที่จะสนับสนุนผู้ที่แพทย์อนุญาตให้กลับบ้านเร็วกว่ากำหนด (Early discharge) ถือเป็นภารกิจป้องกันการนอนโรงพยาบาลโดยไม่มีเหตุจำเป็น รวมไปถึงเป็นการป้องกันการชะลอการย้ายเข้าไปอยู่ภายในสถานดูแลระยะยาวด้วยเช่นกัน (Department of Health)

## 6.5 วิธีในการช่วยเหลือนดูแล

Stone (2000, อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) ได้กล่าวถึงวิธีการช่วยเหลือนดูแล และได้แบ่งวิธีการช่วยเหลือนดูแลออกเป็น 4 ประเภทดังนี้

1. การช่วยเหลือนที่อยู่ในรูปแบบของการลงมือทำ (Hands-on) การคอยอยู่เป็นเพื่อนเพื่อให้ความช่วยเหลือน (Stand-by) หรือเพื่อเป็นการนิเทศ (Supervision)
2. การช่วยเหลือนโดยการใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือ (Assistive devices) ดังเช่นไม้เท้า (Cane) อุปกรณ์ในการช่วยเดิน (Walker) และอุปกรณ์ทางการแพทย์อื่น ๆ
3. การช่วยเหลือนโดยการใช้เทคโนโลยี (Technology) ดังเช่นการใช้คอมพิวเตอร์ในการช่วยเตือนให้ไม่ลืมที่จะรับประทานยา หรือแม้กระทั่งระบบแจ้งเตือนฉุกเฉินให้แก่ผู้ดูแลหรือแม้กระทั่งสมาชิกในครอบครัว ในกรณีที่ผู้สูงอายุเกิดมีสภาวะทุพพลภาพหรือขาดการตอบสนองอย่างกะทันหัน
4. การปรับปรุงบ้านเรือนหรือสถานที่อาศัย (Home modifications) ดังเช่นการจัดสร้างทางลาดสำหรับรถเข็น ไปจนถึงราวจับเพื่อช่วยพยุงตัว เป็นต้น

## 6.6 ประเภทของสถานดูแลระยะยาว

ในการดูแลระยะยาว จะสามารถให้บริการได้ในหลายสถานที่ ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการและจุดประสงค์ของผู้ที่ต้องการเข้ารับบริการหรือเข้ารับการดูแล โดยที่สามารถจำแนกการมีอยู่ของผู้ที่ได้ให้การช่วยเหลือน และแหล่งสนับสนุนในเรื่องของค่าใช้จ่ายออกได้ดังต่อไปนี้

### 6.6.1 จำแนกตามการดูแลแบบต่อเนื่อง (Continuum of care)

Stone (2000, อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) ได้มีการแบ่งการดูแลระยะยาวออกดังต่อไปนี้

1. บ้านพักคนชรา หรือบ้านพักผู้สูงอายุ (Residential home) โดยที่การดูแลในบ้านพักคนชราหรือผู้สูงอายุนั้น มักจะเป็นทางเลือกสำหรับบุคคลที่ไม่มีความต้องการทางด้านการช่วยเหลือนดูแลในสถานบริบาล แต่มีความจำเป็นบางอย่างที่ทำให้ไม่สามารถอยู่ภายในบ้านของตนเองตามลำพังได้ โดยที่บ้านพักคนชราหรือผู้สูงอายุนั้นจะเปรียบเสมือนที่พักอาศัยแทนที่บ้านของตัวผู้เข้ารับบริการ และพร้อมที่จะรองรับเมื่อมีสภาวะสุขภาพเสื่อมถอยก่อนที่จะย้ายเข้าไปยังสถานบริบาลต่อไป
2. สถานที่ช่วยเหลือนในการดำรงชีวิต (Assisted living) ได้ถูกให้คำจำกัดความโดย Stone (2000) ไว้ว่าเป็นสถานที่ที่มีจำนวนเตียงตั้งแต่ 11 เตียงขึ้นไป โดยมีการให้การดูแลขั้นพื้นฐานแก่ประชากรที่เป็นผู้สูงอายุ มีการให้การดูแลอยู่ภายในสายตาดูตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีการช่วยเหลือนดูแลงานบ้านและมีการบริการอาหารอย่างน้อยที่สุดคือ 2 มื้อต่อวัน และต้องทำ

การให้ความช่วยเหลือดูแลส่วนบุคคลอย่างน้อยที่สุด 2 กิจกรรม ดังเช่น การรับประทานยาของผู้เข้ารับบริการ และการอาบน้ำแต่งตัว เป็นต้น

3. สถานะบริบาล (Nursing home or Nursing facility) ถือได้ว่าเป็นสถานบริการหลักทางด้านการดูแลระยะยาว โดยที่มีการดูแลและบริการที่ครอบคลุมกว่าสถานที่อื่น ซึ่ง Stone (2000 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) ได้ระบุไว้นอกเหนือจากนี้ว่าสถานะบริบาล (Nursing home) นั้นเป็นสถานที่ที่ถือได้ว่าเป็นสถานะที่มีความเข้มงวดมากที่สุด และในทางตรงข้ามการดูแลด้วยตัวเองที่บ้านหรือที่พักอาศัยนั้นนับว่าเป็นสถานที่ที่มีความเข้มงวดน้อยที่สุด (Stone, 2000 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552))

### 6.6.2 จำแนกตามลักษณะของการให้บริการและระดับความต้องการในการดูแลของตัวผู้สูงอายุ

โดยการจำแนกตามลักษณะของการให้บริการและระดับของความต้องการในการดูแลของตัวผู้สูงอายุ สามารถแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้ (Ribbe, et al., 1997; Lassey & Lassey, 2001; อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552))

1. โรงพยาบาล (Hospitals) ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับให้บริการทางการแพทย์ โดยที่อาจจะมีทั้งคลินิกสำหรับผู้สูงอายุ หรือกระทั่งหอผู้ป่วยผู้สูงอายุ ก็เป็นได้

2. สถานะบริบาลผู้สูงอายุ (Nursing home) โดยที่สถานะบริบาลนั้น จะเป็นสถานที่ที่มีการให้บริการอยู่ตลอด 24 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งจะมีการให้การช่วยเหลือทั้งในเรื่องของการทำกิจวัตรประจำวัน ในเรื่องการเคลื่อนไหว มีการดูแลทางด้านจิตสังคมและในด้านการดูแลส่วนบุคคล นอกจากนี้ยังมีการดูแลสนับสนุนทางด้านการแพทย์รวมถึงการบริการห้องพักและมื้ออาหาร โดยที่สถานะบริบาลนั้นมักจะให้การดูแลที่อยู่ในลักษณะของการดูแลที่อยู่ในระดับสูงที่สุด (Highest level of care)

3. บ้านพักผู้สูงอายุหรือคนชรา (Residential homes) นั้นเมื่อเทียบกับสถานะบริบาลแล้วจะมีการดูแลที่ไม่ครอบคลุมเท่า จึงสามารถบอกได้ว่า มีการให้บริการที่อยู่ในลักษณะของการบริการที่ต่ำกว่า (Lower level of care)

4. สถานที่พักอาศัยประเภทให้เช่าห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ (Hostels) โดยสถานที่นี้ได้มีการบริการให้ความช่วยเหลือสำหรับผู้ที่มีข้อจำกัดในการทำกิจวัตรประจำวัน

5. ที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ (Sheltered housing) ในที่นี้แทบจะไม่มีแตกต่างจากบ้านของตนเองเลยก็ได้

### 6.6.3 จำแนกตามระดับความต้องการในการดูแลของผู้สูงอายุและสังกัด

จากการศึกษาค้นคว้าในเรื่องของสถานดูแลผู้สูงอายุระยะยาวในประเทศไทย โดย ศิริพันธุ์ สาส์ตย์ และคณะ (2552) จะพบได้ว่าสถานดูแลระยะยาวนั้นประกอบไปด้วย บ้านพักผู้สูงอายุหรือคนชรา สถานที่ให้การช่วยเหลือในการดำรงชีวิต โรงพยาบาลที่มีการให้บริการดูแลระยะยาว จวบจนสถานบริบาลและสถานดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้ายของทางภาครัฐ ดังเช่น ในสังกัดของกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จนกระทั่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น นอกจากนี้ทางภาคเอกชนทั่วไปที่ได้มีการให้บริการ แบบหวังผลกำไร หรือแม้แต่องค์กรการกุศลที่ได้มีการให้บริการแบบไม่หวังซึ่งผลกำไรเองนั้น ก็ได้มีการให้บริการตามระดับของการดูแลผู้สูงอายุ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ศิริพันธุ์, 2552)

1. บ้านพักคนชรา (Residential home) อีกนัยหนึ่งก็คือชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ ที่ช่วยเหลือตัวเองได้ (Independent living communities) หรือชุมชนผู้เกษียณอายุ (Retirement communities) ซึ่งหมายถึงสถานที่ที่ซึ่งมีการให้บริการในส่วนของห้องพักสำหรับผู้ที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ โดยที่ตัวผู้พักอาศัยจะต้องสามารถเดินด้วยตนเองได้ หรือจะโดยการใช้นไม้เท้า (Cane) ไม้เท้าสำหรับช่วยเดิน (Crutches) หรือ จะใช้อุปกรณ์ในการช่วยเดิน (Walker) ก็ได้ เพียงแต่ตัวของผู้พักอาศัยนั้นไม่ได้มีความจำเป็นหรือความต้องการที่จะได้รับการดูแลจากพยาบาลวิชาชีพหรือแม้แต่ผู้ช่วยดูแล ซึ่งคอยให้บริการทางด้านช่วยเหลือหรือการดูแลส่วนบุคคล ดังเช่น การอาบน้ำแต่งตัว หรือการปรนนิบัติเฉพาะต่าง ๆ โดยที่ในประเทศไทยนั้นมีการพบว่าบ้านพักผู้สูงอายุหรือคนชรารส่วนใหญ่ได้ให้บริการโดยภาครัฐในรูปแบบประเภทการสงเคราะห์ ซึ่งได้ตั้งอยู่ภายในสถานสงเคราะห์คนชราทั้งหมดกว่า 25 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งสังกัดกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ในปี พ.ศ. 2546 โดยได้มีการทำการโอนภารกิจของสถานสงเคราะห์คนชราและศูนย์บริการทางสังคมให้ไปอยู่ภายใต้ความดูแลขององค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อมกว่า 12 แห่งและภายในกรุงเทพมหานครจำนวน 1 แห่ง และในส่วนที่เหลืออีก 12 แห่งนั้น ได้มีการพัฒนาในเรื่องของรูปแบบของการบริการและเรื่องของกิจกรรมทางด้านต่าง ๆ รวมไปถึงจนถึงการขยายบทบาทของสถานสงเคราะห์ให้สามารถทำงานในเชิงรุกกับชุมชนภายนอกมากยิ่งขึ้นและยังได้มีการเปลี่ยนชื่อไปเป็น “ศูนย์พัฒนาการจัดสวัสดิการสังคมผู้สูงอายุ” ทั้งนี้เพื่อให้เป็นศูนย์สถิติทางด้านผู้สูงอายุ (กรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ, 2550 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552))

2. สถานที่ให้การช่วยเหลือในการดำรงชีวิต (Assisted living setting) เป็นสถานที่ที่มีไว้เพื่อพักอาศัยสำหรับผู้ซึ่งมีข้อจำกัดทางด้านร่างกายทั้งที่เกี่ยวข้องมาจากอายุจวบ



จนกระทั่งความพิการ ซึ่งมีความจำเป็นและต้องการความช่วยเหลือในด้านการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันบางประการ ซึ่งไม่สามารถที่จะอาศัยอยู่อย่างปลอดภัยได้ภายในบ้านของตน แต่มีความต้องการอยู่อย่างมีอิสระมากที่สุดเท่าที่จะสามารถมีได้ โดยมีการบริการในการดูแลส่วนบุคคล และมีการดูแลที่มีความเกี่ยวเนื่องกับสุขภาพ ซึ่งตัวผู้พักอาศัยนั้นสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้โดยที่ยังไม่จำเป็นจะต้องมีผู้ที่คอยกำกับดูแล และไม่ต้องการในเรื่องของการดูแลที่จำเป็นต้องใช้ทักษะเฉพาะทางด้านการแพทย์หรือการพยาบาล นอกจากนี้ยังมีห้องสำหรับรับประทานอาหารและมีระบบในการขอความช่วยเหลือฉุกเฉินอย่างทันทีทั่วทั้งที่ ซึ่งในประเทศไทยนั้นจะพบได้ว่าในส่วนภูมิภาคเอกชนและในสถานสงเคราะห์คนชราของทางภาครัฐในบางแห่งได้มีการให้บริการในการดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในสภาวะทุพพลภาพหรือแม้กระทั่งการพิการและต้องการการดูแลในระดับที่สูงขึ้นไป

3. สถานบริบาล (Nursing home) กล่าวคือสถานที่ซึ่งมีการให้บริการในการดูแลระยะยาวสำหรับผู้ที่มีอาการป่วยไม่มากถึงขนาดที่จำเป็นจะต้องรับการรักษาอยู่ภายในโรงพยาบาลแต่ก็ไม่สามารถที่จะพักอาศัยที่บ้านได้นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ที่ให้บริการในการดูแลที่มีความจำเป็นจะต้องใช้ทักษะทางการแพทย์และการพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมงต่อวัน จวบจนกระทั่งมีการให้บริการในการกำกับดูแลในส่วนของ การรับประทานยา การรับประทานอาหารระหว่างมื้อ และการให้ความช่วยเหลือทางด้านการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันบางประการให้แก่ผู้สูงอายุที่มีสภาวะเปราะบางหรือรวมไปถึงมีโรคเรื้อรัง อาจเป็นผู้มีความพิการทางร่างกายหรือกระทั่งมีปัญหาทางด้านการรับรู้ด้านเชาวน์ปัญญา (สมองเสื่อม) หรืออาจมีการพิการในทั้งสองรูปแบบ โดยที่ผู้ให้บริการเกือบจะทั้งหมดนั้นเป็นผู้ให้บริการภาคเอกชนยกเว้นภายในสถานสงเคราะห์คนชราหรือผู้สูงอายุของทางภาครัฐในบางแห่ง ที่ได้มีการให้บริการในการดูแลผู้สูงอายุที่มีสภาวะทุพพลภาพซึ่งต้องการในเรื่องของการดูแลจนกระทั่งถึงช่วงเวลาที่เป็นวาระสุดท้ายของชีวิต

4. สถานดูแลระยะยาวภายในโรงพยาบาล (Long-term care hospital) คือสถานที่ซึ่งให้บริการในด้านการรักษาพยาบาลทั่วไปที่มีการให้บริการในส่วนของ การดูแลระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพาเป็นระยะเวลาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาดั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไปเป็นอย่างน้อย โดยอาจพบได้ทั้งโรงพยาบาลที่เป็นของภาครัฐและโรงพยาบาลที่เป็นภาคเอกชน ซึ่งจะสามารถพบได้ในโรงพยาบาลของทางภาคเอกชนเป็นส่วนมาก โดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชนที่อยู่ภายในเขตกรุงเทพมหานคร

5. สถานดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้าย (Hospice care) กล่าวได้ว่าเป็นสถานที่ที่ให้การดูแลในระยะสุดท้ายของชีวิตหรือก็คือก่อนที่ผู้ป่วยจะเสียชีวิต เพื่อคอยช่วยเหลือในการดูแล

เพื่อลดอาการเจ็บปวดหรือกระทั่งอาการอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการให้ความสุขสบายแก่ผู้สูงอายุและเปิดโอกาสให้ได้ใช้เวลาอยู่กับครอบครัวและมิตรสหาย ซึ่งเป้าหมายในการดูแลนั้นเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตของตัวผู้รับบริการให้ได้มากที่สุดเท่าที่สามารถจะเกิดขึ้นได้ โดยที่ทั้งหมดก็เพื่อที่จะช่วยให้ตัวผู้ป่วยได้จากไปอย่างสงบในวันสุดท้ายของชีวิตโดยที่ไม่มีภาระให้การรักษา ซึ่งสถานที่นั้นนั้นอาจตั้งอยู่ภายในโรงพยาบาลหรือกระทั่งภายในสถานที่ทำการทางศาสนา

เมื่อนำเอารูปแบบของสถานดูแลระยะยาวที่ได้ถูกจำแนกออกตามหัวข้อต่าง ๆ โดย Stone Lassey & Lassey และ ศิริพันธุ์ สาสัตย์ จะสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 จำแนกประเภทของสถานดูแลระยะยาวหรือสถานบริการผู้สูงอายุ

Stone	Lassey & Lassey	ศิริพันธุ์ สาสัตย์
บ้านพักคนชรา หรือบ้านพักผู้สูงอายุ (Residential home)	บ้านพักผู้สูงอายุหรือคนชรา (Residential homes)	บ้านพักผู้สูงอายุหรือคนชรา (Residential homes)
สถานที่ช่วยเหลือในการดำรงชีวิต (Assisted living)		สถานที่ให้การช่วยเหลือในการดำรงชีวิต (Assisted living setting)
สถานบริบาล (Nursing home or Nursing facility)	สถานบริบาลผู้สูงอายุ (Nursing home)	สถานบริบาล (Nursing home)
		สถานดูแลระยะยาวภายในโรงพยาบาล (Long-term care hospital)
		สถานดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้าย (Hospice care)
	สถานที่พักอาศัยประเภทให้เช่า ห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ (Hostels)	
	พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ (Sheltered housing)	

เมื่อดูจากตารางข้างต้นจะพบว่าเมื่อได้ทำการจำแนกออกตามหัวข้อต่าง ๆ นั้น จะพบได้ว่า รูปแบบของสถานดูแลระยะยาว โดย Stone Lassey & Lassey และ ศิริพันธ์ุ สาสัตย์ นั้นได้มี 2 รูปแบบใหญ่ๆที่เหมือนกัน ซึ่งได้แก่ บ้านพักคนชรา หรือบ้านพักผู้สูงอายุ (Residential home) และสถานบริบาล (Nursing home) ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยของ ศิริพันธ์ุ สาสัตย์ ในข้างต้น และจากความเป็นจริงของบ้านพักผู้สูงอายุจะเห็นได้ว่า ในประเทศไทยรูปแบบของสถานบริการผู้สูงอายุหรือสถานดูแลระยะยาวนั้น ไม่มีความแตกต่างจากในประเทศอังกฤษและเวลส์ ที่ได้มีการรวมเอาบ้านพักคนชรา หรือบ้านพักผู้สูงอายุ (Residential home) และส่วนของสถานบริบาล (Nursing home) เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งหากกล่าวถึงบ้านพักผู้สูงอายุหรือเนอร์สซิงโฮมในประเทศไทยนั้น ทุกคนต่างก็สามารถเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันว่าเป็นสถานที่สำหรับพักอาศัย และให้การดูแลแก่ผู้สูงอายุ

### 6.7 คุณภาพในการดูแลผู้สูงอายุในสถานบริการ

การพิจารณาคูณภาพการดูแลผู้สูงอายุในสถานบริการ (Quality of institutional geriatric care)

ในส่วนของมุมมองในการพิจารณาเรื่องของคุณภาพการดูแลผู้สูงอายุภายในสถานบริการนั้นต่างก็มีหลากหลาย โดยไม่ว่าจะเป็นมุมมองที่เน้นไปทางด้านความบกพร่อง ด้านความไม่พอเพียงของการดูแล การไม่มีปัญหาในการดูแล หรือกระทั่งอาจพิจารณาจากผลลัพธ์ของการดูแลที่ดี (Wunderlich & Kohler, 2001 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์ุ, 2552)) ซึ่งมีบ้างที่เน้นเรื่องของคุณภาพการจัดการเกี่ยวกับกระบวนการในการจัดการดูแลมากกว่าผู้รับบริการหรือจะกล่าวก็คือ การเน้นไปที่ระบบของการดูแลเป็นสำคัญ โดยที่ในระบบการดูแลนั้นเน้นในเรื่องของคุณภาพของการออกแบบด้านการจัดการดูแลและการปฏิบัติกรที่มีคุณภาพ ซึ่งในการออกแบบนั้นจำเป็นต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการส่วนใหญ่ ส่วนทางด้านกรปฏิบัตินั้นก็ทำให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายที่ต่ำแต่มีการจัดการอย่างรวดเร็วรวมถึงมีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน (Dana, 2004 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์ุ, 2552))

ในเรื่องของการพิจารณาคูณภาพของการดูแลระยะยาวนั้น ได้มีการเสนอมติในการพิจารณาเอาไว้ 3 ด้าน โดย Organization for Economic Cooperation and Development; OECD (2005 อ้างอิงใน (ศิริพันธ์ุ, 2552)) ซึ่งเป็นองค์กรที่เกิดขึ้นมาจากการรวมตัวกันของผู้แทนจากประเทศต่าง ๆ กว่า 30 ประเทศทั่วโลกซึ่งมิตินในการพิจารณาคูณภาพการดูแลระยะยาวทั้ง 3 ด้านนั้น มีดังต่อไปนี้ (ศิริพันธ์ุ, 2552)

1. ด้านคุณภาพเชิงโครงสร้าง ได้แก่ คุณภาพและความปลอดภัยของอาคาร สภาพแวดล้อม ขนาดของห้อง สัดส่วนของบุคลากรกับผู้พักอาศัย

2. ด้านคุณภาพเชิงกระบวนการ ได้แก่ กลไกในการปกป้องสิทธิผู้อาศัย กระบวนการส่งต่อและจำหน่าย มีการประเมินและการวางแผนการดูแล จัดหาบริการตามความต้องการเพื่อให้ผู้อาศัยนั้นสามารถคงความสามารถในการทำหน้าที่ของร่างกาย มีการให้อาหารที่มีความสมดุล มีการจัดการบริการไปยังสถานบริการชั่วคราวแห่งอื่นที่จำเป็น จนกระทั่งมีคณะกรรมการตรวจสอบคุณภาพ

3. ด้านคุณภาพของผลลัพธ์ ได้แก่ ความชุกของแผลกดทับ ภาวะทุพโภชนาการ เรื่องของความสามารถในการประกอบกิจวัตรประจำวันหรือกระทั่งการปฏิบัติกิจกรรมทางสังคม เรื่องการจัดการความเจ็บป่วยที่ไม่เหมาะสม การผูกมัด การติดเชื้อมีการให้อาหารทางสายยาง การป้องกันการหกล้ม อาการกลั้นปัสสาวะไม่ได้ ตลอดจนจนถึงการมีปฏิสัมพันธ์และการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม

ซึ่งในการพิจารณาในเรื่องของคุณภาพการดูแลนั้นยังได้มีการใช้มิติอื่น ๆ มาประกอบการพิจารณา ดังเช่นในการศึกษาเพื่อพัฒนาข้อบ่งชี้ในเรื่องของคุณภาพการดูแลระยะยาวในสถานบริการในประเทศเกาหลี โดย Wang, Chang, Liu & Chen (2007 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) ซึ่งใช้แนวทางในการประเมินคุณภาพของ Deming 5 ประการ ซึ่งพบว่าข้อบ่งชี้คุณภาพการดูแลที่ดีในแต่ละมิติมีดังต่อไปนี้ (ศิริพันธุ์, 2552)

1. มิติความจับต้องได้ (Tangible) ได้แก่ การมีเครื่องมือหรือการมีเครื่องอำนวยความสะดวกที่มีความทันสมัย สามารถจัดกิจกรรมสันทนาการได้ตามความต้องการของผู้สูงอายุ

2. มิติความเที่ยง (Reliability) ได้แก่ ความน่าเชื่อถือในการดูแลที่ไม่มีความผิดพลาด มีการบันทึกอย่างถูกต้อง

3. มิติด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ได้แก่ การดูแลตอบสนองความต้องการโดยทันทีที่ผู้รับบริการมีความต้องการเมื่อเกิดอุบัติเหตุ มีแรงจูงใจในการให้บริการ ตลอดจนมีเวลาเพียงพอในการให้การดูแล

4. มิติของการประกัน (Assurance) ได้แก่ บุคลากรมีความน่าเชื่อถือ ผู้เข้ารับบริการมีความเชื่อมั่น ผู้ให้บริการมีความกระตือรือร้น ตลอดจนมีทักษะที่ดี

5. มิติด้านความเอื้ออาทร (Empathy) ได้แก่ มีการให้การดูแลแก่ผู้พักอาศัยทุกคนอย่างเท่าเทียมกันและให้บริการในทุกช่วงเวลา ตลอดจนมีส่วนร่วมในการดูแล

โดยนอกจากนี้ยังมีการศึกษาถึงคุณภาพในการดูแลที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุ ซึ่งมีการประเมินจากทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ได้แก่ ผู้สูงอายุ ครอบครัว ผู้ให้บริการ หรือกระทั่งผู้ประเมินอื่น ๆ ซึ่งต่างมีจุดอ่อนและจุดแข็งแตกต่างกัน โดยทั้งนี้ก็เพราะว่าในการประเมินคุณภาพโดยผู้สูงอายุในบางวัฒนธรรมนั้น มักที่จะพบได้ว่าจะไม่ค่อยได้รับคำตอบที่เป็นข้อเท็จจริงสักเท่าไร ทั้งนี้เนื่องมาจากตัวผู้สูงอายุนั้นไม่กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นต่อผู้ที่ให้การดูแลตนเองเพราะว่าตนเองยังต้องพึ่งพาผู้ดูแล (Voutilainen, 2004 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) และมีวัฒนธรรมที่มีความรู้สึกที่ดีแม้จะได้รับการช่วยเหลือดูแลเพียงเล็กน้อยก็ตาม (Gould, 1992; Backman et al, 2001 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) ดังนั้นในการประเมินคุณภาพจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการประเมินอย่างรอบด้านทั้งจากผู้ให้บริการและผู้รับบริการ จวบจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ

ในส่วนของการศึกษาคุณภาพการดูแลผู้สูงอายุในมุมมองของพยาบาลเพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงในด้านของคุณภาพการให้การพยาบาลนั้น พบว่าได้มีการศึกษาในประเทศฟินแลนด์ ซึ่งมีประชากรผู้สูงอายุที่มีความต้องการในการดูแลระยะยาวภายในหอผู้ป่วยสูงอายุอยู่เป็นจำนวนมาก โดยได้มีการประเมินประเด็นด้านคุณภาพในการดูแลผู้สูงอายุเกี่ยวกับเรื่องความรู้แลทักษะทางการดูแลของพยาบาลที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุ เรื่องของการปฏิบัติอย่างไม่ถูกต้อง และเรื่องความผาสุกของพยาบาล ทำให้พบว่าพยาบาลส่วนใหญ่มีการตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายเป็นอย่างดี แต่กลับให้การดูแลทางด้านจิตสังคมน้อยโดยเจตนาและไม่เจตนาในการละเลยการดูแลมากกว่าที่จะให้การดูแลด้วยกริยาก้าวร้าว และได้พบว่าพยาบาลมีความเหนื่อยล้าทั้งทางด้านร่างกายไปจนถึงความเหนื่อยล้าทางด้านอารมณ์ (Isola et al, 2008 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) ซึ่งมีความแตกต่างจากการศึกษาของ Murphy (Murphy, 2005) ในประเทศฟินแลนด์ซึ่งพบว่า “การให้การดูแลที่มีคุณภาพคือการให้การพยาบาลที่เป็นองค์รวม เน้นการดูแลเป็นรายบุคคล และการส่งเสริมให้พึ่งพาตนเอง ตลอดจนสามารถที่จะเลือกรับบริการได้” (ศิริพันธุ์, 2552)

โดยในส่วนของการให้การประเมินคุณภาพโดยครอบครัวนั้น Voutilainen, Backman, Isola, & Laukala (2006 อ้างอิงใน (ศิริพันธุ์, 2552)) มีความเห็นที่ว่า ครอบครัวของผู้สูงอายุจะเป็นผู้ประเมินคุณภาพของการดูแลในสถานบริการได้ดีที่สุด จึงเกิดการศึกษาค้นคว้าของการดูแลในมุมมองของครอบครัวภายในหอผู้ป่วยผู้สูงอายุระยะยาว โดยที่ได้มีการใช้แบบสัมภาษณ์คุณภาพการดูแลที่ได้มาจากการทบทวน ซึ่งประเด็นที่นำมาใช้ในการประเมินนั้นได้แก่ การสนองต่อความต้องการทางด้านสังคม การสนับสนุนครอบครัว การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

และการวางแผนในการพยาบาล ตลอดจนการได้รับการสนับสนุนจากพยาบาลให้มีส่วนร่วมในการดูแลซึ่งพบว่า ทางด้านคุณภาพของการดูแลนั้นมีความสัมพันธ์กับการเข้ามามีส่วนร่วมของญาติในเรื่องของการวางแผนในการดูแล การเข้ามามีส่วนร่วมของญาติในการทำการตัดสินใจ ไปจนถึงข้อมูลที่ได้รับและการสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดูแลตามลำดับ แต่ทางด้านการสนับสนุนทางจิตสังคมกลับมีน้อย ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นว่าพยาบาลได้เน้นไปในด้านของการดูแลทางด้านร่างกายมากกว่าการดูแลทางด้านจิตใจ (ศิริพันธุ์, 2552)

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพ็ญพร ประไพพิน (2557) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง การศึกษาความต้องการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุของประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์เมื่อก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุ: กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก เพื่อที่จะสำรวจความคิดเห็น และความต้องการใช้บริการในอนาคต โดยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และแบบแผนครอบครัว ซึ่งประกอบกับทัศนคติที่มีต่อสถานบริการผู้สูงอายุ ที่มีผลต่อความต้องการรูปแบบการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในอนาคตโดยในการศึกษานี้มีกลุ่มเป้าหมายคือ ประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 49 – 67 ปีโดยที่ผลจากการศึกษานั้นพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันนั้นมีผลต่อความต้องการในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เสริม สถานภาพสมรส บุคคลที่ร่วมอาศัย และกรรมสิทธิ์ในที่พักอาศัย ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการไม่แตกต่างกันนั้นได้แก่รายได้และการมีบุตร โดยสรุปแล้วกลุ่มที่ต้องการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุมากที่สุดคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ที่อยู่ระหว่างช่วงอายุ 49 – 54 ปีระดับการศึกษาปริญญาตรีโดยมีอาชีพเป็นพนักงาน บริษัทเอกชนซึ่งเป็นผู้ที่ไม่มีรายได้เสริม คู่สมรสเสียชีวิต โดยอยู่อาศัยเพียงลำพัง และกรรมสิทธิ์ในที่พักอาศัยเป็นของพ่อแม่ตนเองหรือคู่สมรสและในส่วนของทัศนคติที่มีต่อสถานบริการผู้สูงอายุนั้นได้พบว่า ความต้องการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุแปรผันตามทัศนคติต่อสถานบริการผู้สูงอายุ โดยที่หากว่ามีทัศนคติซึ่งเป็นไปในทิศทางบวกมาก ก็มีความต้องการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุมากขึ้นตามไปด้วย

ซูรีย์พร วันหลัง (2556) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง การจัดการธุรกิจบริการสถานดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำเพื่อศึกษาถึงการจัดการของธุรกิจบริการสถานดูแลผู้สูงอายุ และเพื่อทำการเปรียบเทียบการจัดการธุรกิจบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุของตัวผู้ประกอบการ โดยทำการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งผลจากการทำการวิจัยพบได้ว่า

ในการจัดการธุรกิจบริการสถานดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ทางด้านผู้ประกอบการมีภาพรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง โดยที่ในด้านการจัดการผู้ประกอบการที่มีอายุและจำนวนของเงินทุนต่างกัน จะมีความคิดเห็นด้านการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ในด้านของการจัดการการเงิน ผู้ประกอบการที่มีจำนวนของเงินทุนต่างกัน จะมีความเห็นในด้านการจัดการทางการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.1 และผู้ประกอบการที่มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจต่างกัน จะมีความเห็นด้านการจัดการการเงิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.5 ในด้านของบุคลากร ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบการให้บริการตามอาการต่างกัน จะมีความเห็นโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.5

เกศสุดา เหมทานนท์ (2553) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง คุณภาพบริการของสถานเอนามัยตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ โดยได้นำเอาปัจจัยทางด้าน ความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ และการรับรู้ต่อคุณภาพบริการ มาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ โดยผลจากการวิจัยพบได้ว่า คุณภาพบริการของสถานเอนามัยตามความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และในส่วนของคุณภาพบริการของสถานเอนามัยตามการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่คุณภาพบริการของสถานเอนามัยตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการทั้งภาพรวมและเมื่อจำแนกเป็นรายด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการตามความคาดหวังนั้นมากกว่าค่าเฉลี่ยคุณภาพบริการตามการรับรู้ในทุก ๆ ด้าน

ศิริชัย บุตดีสี (2553) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) เพื่อทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ซึ่งได้นำปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ปัจจัย และคุณภาพและการพัฒนาคุณภาพของโรงพยาบาล เข้ามาเป็นตัวแปรในการศึกษา โดยที่ผลในการวิจัยพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพสมรสที่ต่างกันนั้น มีการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพไม่แตกต่างกัน แต่ในส่วนของ รายได้ ระดับการศึกษา รายจ่าย สิทธิในการรักษา วิธีการชำระค่ารักษา และสถานที่พักอาศัยที่ต่างกันนั้น มีการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการนั้น มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจมากที่สุด ส่วนทางด้านราคานั้นมีความสัมพันธ์น้อยที่สุด

ณัฐชานันท์ มีดอินทร์ (2552) ได้ศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮมของผู้สูงอายุเขตธนบุรีโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮมของผู้สูงอายุเขตธนบุรีกรุงเทพมหานครและเพื่อที่จะเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮมของผู้สูงอายุโดยตัวแปรที่นำมาใช้ ได้แก่ปัจจัยที่เป็นลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และตัวแปรที่เป็น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยนำปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัยมาใช้ได้แก่ ปัจจัยด้านพนักงาน ด้านบริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยที่ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นั้นเป็นเพศหญิง อยู่ในสถานภาพโสด อายุระหว่าง 41 – 50 ปี โดยมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้เฉลี่ยที่ 30,000 – 50,000 บาท ต่อเดือน โดยที่ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮม ซึ่งเป็นปัจจัยทางการตลาดทั้ง 4 ปัจจัยนั้นส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้ง 4 ปัจจัย โดยเมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮม ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุภัทรา มิ่งปรีชา (2550) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก ต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลแพร์ โดยนำเอาความคาดหวังต่อคุณภาพบริการ และความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการ มาใช้ในการศึกษา เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอก โดยผลจากการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลแพร์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ด้าน และในการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลแพร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ใช้บริการที่สิทธิ์ต่างกันมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อคุณภาพบริการไม่แตกต่างกัน

กัลยาณี ทรัพย์คงดี (2549) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร โดยตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการของ ศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) และแรงจูงใจในการใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุขศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร และ



ในส่วนของตัวเองแปลตามได้นำเอา ความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และ แนวโน้มการกลับมาใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร เพื่อทำการศึกษเกี่ยวกับปัจจัยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการ ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดและแรงจูงใจในการใช้บริการสามารถทำนายความพึงพอใจโดยรวม ตลอดจนพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและแนวโน้มการกลับมาใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร และโดยเพื่อทำการศึกษาในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ตลอดจนเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมของผู้ใช้บริการกับแนวโน้มการกลับมาใช้บริการ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการกับแนวโน้มการกลับมาใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่า แนวโน้มในการกลับมาใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร ทางด้านการกลับมาใช้บริการอีก และด้านการแนะนำบุคคลที่ทำงานรู้จักให้มาใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับไม่แน่ใจ นอกจากนี้ความพึงพอใจโดยรวมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุขสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มในการกลับมาใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร

สุรชัย บุญยิ่งยงสถิตย์ (2538) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการบ้านพักผู้สูงอายุธรรมปกรณัม เพื่อทำการศึกษาถึงความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้สูงอายุ ที่อาจบ่งชี้ให้เห็นถึงการตัดสินใจในการเลือกซื้อบริการ โดยกลุ่มเป้าหมายในการสำรวจความคิดเห็นคือ ผู้สูงอายุทั้งชาย และหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่พักอาศัยอยู่ในสถานสงเคราะห์คนชรา บ้านพักธรรมปกรณัม จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งตัวแปรที่นำมาใช้นั้นได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล หรือปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านกายภาพ และปัจจัยทางจิตวิทยา โดยผลจากการศึกษานั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นหม้ายเพราะคู่สมรสได้เสียชีวิตไปแล้ว และส่วนใหญ่มีบุตรเป็นเพศชาย ซึ่งผู้สูงอายุส่วนมากนั้นไม่มีสถานภาพทางสังคม โดยที่ไม่สามารถอ่านเขียนได้ ซึ่งผลจากการวิจัยนั้นได้พบว่า ในส่วนของปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านจิตวิทยา และปัจจัยทางด้านกายภาพนั้น ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ โคนในขณะที่ปัจจัยด้านแหล่งรายได้และจำนวนรายได้ กลับมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับระดับความพึงพอใจ

### บทที่ 3

## วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นงานวิจัยที่มีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
6. ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

##### 1.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างตัวอย่าง

###### ประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

###### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ผู้ให้บริการสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงจำเป็นต้องใช้สูตรคำนวณเพื่อหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของยามาเน (Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 โดยมีสูตรในการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  = ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%มีค่าเท่ากับ 1.96

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น 5% ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416}{4(0.0025)}$$

$$n = 384.16 = 385 \text{ คน}$$

จากการคำนวณจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสำรวจเพื่อความคลาดเคลื่อนหรือความไม่สมบูรณ์อีก 15 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจึงเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 เลือกสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับสลากในการเลือกสถานที่เพื่อจัดเก็บแบบสอบถาม จากเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร 5 เขตพื้นที่จาก 50 เขตพื้นที่ โดยผลการจับสลาก ได้เขตพื้นที่ที่จะใช้ในการเก็บแบบสำรวจดังนี้ เขตสะพานสูง เขตลาดพร้าว เขตวังทองหลาง เขตบางกะปิ และเขตรามอินทรา

ขั้นตอนที่ 2 วิธีสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดให้มีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จากสถานบริการสถานบริบาลที่อยู่ภายใน 5 เขตพื้นที่ข้างต้น ซึ่งแบ่งได้เป็นเขตพื้นที่ละ 80 คน

ขั้นตอนที่ 3 วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสอบถามโดยใช้วิธีความสะดวก (Convenience Sampling) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างและให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตัวเองจนครบจำนวน 400 คน

## 1.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีลักษณะเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยอ้างอิงจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้ในการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาด บริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุกรุงเทพมหานครโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 3 คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน

กรุงเทพมหานคร

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล จำนวนทั้งหมด 6 หัวข้อ โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวและเป็นคำถามปลายปิด (Closed-Ended Response Question) ประกอบด้วยคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous Question) จำนวน 1 ข้อ และคำถามที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice Question) จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

- 1.1 ชาย
- 1.2 หญิง

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้ (ปาริชาติ หัตถะแสน, 2549)

- 2.1 ไม่เกิน 30 ปี
- 2.2 31-40 ปี
- 2.3 41-50 ปี
- 2.4 51 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ดังนี้

- 3.1 โสด
- 3.2 สมรส และไม่มีบุตร
- 3.3 สมรส และมีบุตร

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษาสูงสุดเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้

- 4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 4.2 ปริญญาตรี
- 4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 5 รายได้ต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ดังนี้ (สิริกาญจน์, 2558)

- 5.1 15,000 - 30,000บาท
- 5.2 30,001 - 45,000 บาท
- 5.3 45,001- 60,000 บาท
- 5.4 สูงกว่า 60,000 บาท

ดังนี้

ข้อที่ 6 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- 6.1 เจ้าของกิจการ
- 6.2 พนักงานบริษัทเอกชน
- 6.3 ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 6.4 รับจ้าง / Freelance
- 6.5 อื่น ๆ โปรดระบุ....

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดยแบ่งคำถามออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident)
7. ด้านกระบวนการ (Process)

แบบสอบถามส่วนนี้ใช้แบบสอบถามปลายปิด มีรูปแบบการวัดข้อมูลเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

ค่าระดับ	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	เฉย ๆ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งเป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยในแบบสอบถามเกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผลเป็นผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ, 2548) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยในแต่ละช่วงคะแนน แบ่งได้ตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 2 เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนสำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนประสมการตลาดบริการ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ
4.21 – 5.00	ดีมาก
3.41 – 4.20	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่ดี
1.00 – 1.80	ไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยแบ่งคำถามออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness)
4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ (Assurance)
5. ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ (Empathy)

แบบสอบถามส่วนนี้ใช้แบบสอบถามปลายปิด มีรูปแบบการวัดข้อมูลเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าระดับ

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	เฉย ๆ
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งเป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยในแบบสอบถามเกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการอภิปรายผลเป็นผลจากการคำนวณโดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ, 2548) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยในแต่ละช่วงคะแนน แบ่งได้ตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนสำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 3 คุณภาพบริการ  
ของสถานบริบาลผู้สูงอายุ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของ สถานบริบาลผู้สูงอายุ
4.21 – 5.00	ดีมาก
3.41 – 4.20	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่ดี
1.00 – 1.80	ไม่ดีย่างมาก

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครผู้ให้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยมี  
จำนวนทั้งหมด 7 ข้อแบ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Closed-ended question) จำนวน 4 ข้อ  
คำถามปลายเปิด (Open-ended question) จำนวน 1 ข้อ และคำถามแบบ Semantic  
Differential Scale จำนวน 2 ข้อ ซึ่งมีรูปแบบการวัดข้อมูลเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค  
(Interval scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า Rating Scale Method ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ  
โดยสามารถทำการแปลความหมายได้เป็น 2 หัวข้อ ดังนี้

#### การใช้บริการในอนาคต

ระดับความคิดเห็น	ความหมาย
5	ใช้บริการอย่างแน่นอน
4	ใช้บริการ
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่ใช้บริการ
1	ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน



ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่องกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ, 2548) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยในแต่ละช่วงคะแนน ดังตารางที่ 3 ต่อไปนี้

ตาราง 4 เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนสำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 4 การใช้บริการในอนาคต

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	แนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในอนาคต
4.21 – 5.00	ให้บริการอย่างแน่นอน
3.41 – 4.20	ให้บริการ
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.60	ไม่ให้บริการ
1.00 – 1.80	ไม่ให้บริการอย่างแน่นอน

#### การแนะนำ/บอกต่อ

ระดับความคิดเห็น	ความหมาย
5	แนะนำอย่างแน่นอน
4	แนะนำ
3	ไม่แน่ใจ
2	ไม่แนะนำ
1	ไม่แนะนำอย่างแน่นอน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่องกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยใช้สูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (ศิริวรรณ, 2548) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยในแต่ละช่วงคะแนน ดังตารางที่ 4 ต่อไปนี้

ตาราง 5 เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนสำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 4 การแนะนำ/บอกต่อ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	แนวโน้มพฤติกรรมการแนะนำ/บอกต่อ
4.21 – 5.00	แนะนำอย่างแน่นอน
3.41 – 4.20	แนะนำ
2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ
1.81 – 2.60	ไม่แนะนำ
1.00 – 1.80	ไม่แนะนำอย่างแน่นอน

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่นำมาใช้ในการวิจัยมีลำดับการสร้าง ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยจากแหล่งที่มาต่าง ๆ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับการสร้างแบบสอบถาม เพื่อเป็นการศึกษาแนวทางในการสร้างแบบสอบถามที่นำมาใช้
2. ทำการรวบรวมเนื้อหาจากเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ อันได้แก่แนวคิดและทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่อที่ปรึกษาในการวิจัย เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง และทำการเสนอแนะเพิ่มเติม ตามแต่เหมาะสม

4. ทำการปรับปรุงแบบสอบถาม เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากที่สุด

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อนำผลไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  - Coefficient) โดยใช้สูตรแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ค่าแอลฟาที่ได้แสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  โดยหากค่า  $\alpha$  ยิ่งใกล้เคียงกับ 1 มากเท่าไรก็จะแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูงมากเท่านั้น สำหรับการวิจัยครั้งนี้ค่า  $\alpha$  ที่ยอมรับได้คือมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 (กัลยา, 2546) โดยจากการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์	เท่ากับ	.914
ด้านราคา	เท่ากับ	.908
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เท่ากับ	.902
ด้านการส่งเสริมการตลาด	เท่ากับ	.913
ด้านบุคลากร	เท่ากับ	.915
ด้านลักษณะทางกายภาพ	เท่ากับ	.867
ด้านกระบวนการ	เท่ากับ	.840
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	เท่ากับ	.915
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	เท่ากับ	.909
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	เท่ากับ	.890
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ	เท่ากับ	.949
ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ	เท่ากับ	.953

### 1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง จากนั้นจึงนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อทำการศึกษาโดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างได้ทำการตอบแบบสอบถามที่ได้กำหนดไว้

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งฐานข้อมูลออนไลน์ เอกสาร วารสาร ตำราที่สามารถอ้างอิงได้ รวมถึงสารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และปริญญาานิพนธ์ เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม

#### 1.4 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

##### การจัดทำข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูลโดยมีวิธีการดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม โดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า
3. การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows (Statistic Package for Social Sciences: SPSS) Version 24 เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) และทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Research hypothesis)

##### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนที่ 1 มีการแสดงผลโดยการใช้อยู่ละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อทำการอธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เป็นคำถามด้านส่วนประสมทางการตลาด บริการ และ คุณภาพบริการ ซึ่งข้อมูลที่ได้ก็นำมาทำการวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ้อยู่ละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ข้อมูลตอนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสถานบริการ ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ้อยู่ละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic)

2.1 ใช้สถิติ t-test เพื่อทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ t-test ในการทดสอบสมมติฐานตัวแปรด้านเพศ ซึ่งในการนำข้อมูลวิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test นั้นตัวแปรต้นเป็นข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) และตัวแปรตามเป็นข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

2.2 ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มในการทดสอบสมมติฐานตัวแปรด้าน อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด และระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2.3 ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2 และสมมติฐานที่ 3

## 1.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

เป็นหลักการที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำเสนอข้อมูลและหาค่าสถิติเบื้องต้น โดยเป็นการอธิบายหรือบรรยายลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวม แต่จะไม่สามารถอ้างอิงถึงลักษณะประชากรได้ จึงเป็นบทสรุปถึงลักษณะของข้อมูลกลุ่มที่ศึกษา (กัลยา, 2546, p. 127) ประกอบไปด้วย

#### 1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P = ค่าร้อยละ

f = ค่าความถี่ที่ต้องการแปลเป็นค่าร้อยละ

n = ค่าจำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา, 2546, p. 49)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน จำนวนของคะแนนในกลุ่ม

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร ดังนี้  
(กัลยา, 2546, p. 49)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. = ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum x^2$  = ผลรวมคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum x)^2$  = ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

N = จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบราค (Cronbach) หรือ Cronbach's alpha (กัลยา, 2546, p. 43)

$$\alpha = \frac{(k \text{ covariance}) / (\text{variance})}{1 + (k-1)(\text{covariance}) / (\text{variance})}$$

เมื่อ  $\alpha$  แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

k แทน จำนวนคำถาม

$\frac{\text{covariance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง

๗

$\frac{\text{variance}}$  แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.1 สถิติ Independent t-test ทดสอบความแตกต่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบค่าเฉลี่ยประชากรกลุ่มที่ 1 และ 2 มีสูตรหาค่า t ดังนี้ (ชูศรี, 2546)

กรณีที่ความแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน  $S_1^2 \neq S_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad : df = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} \right]}{n_1 - 1} + \frac{\left[ \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{n_2 - 1}}$$

กรณีความแปรปรวนทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน  $S_1^2 = S_2^2$

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} + \left[ \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

เมื่อ  $t$  แทน  $df = n_1 + n_2 - 2$

$\bar{X}_1, \bar{X}_2$  แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

$S_1^2, S_2^2$  แทน ความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2

ตามลำดับ

$n_1, n_2$  แทน จำนวนคะแนนของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

3.2 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) หรือ One-Way Anova ใช้เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variance หากพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe และหากผลการทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูให้แน่ใจว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยจะใช้วิธีของ Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3

หากพบความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test

ดังนี้

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

เมื่อ  $F$  แทน ค่าแจกแจงที่ใช้พิจารณา F – distribution

$MS_{(B)}$  แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

$MS_{(W)}$  แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

ถ้าหากพบความแปรปรวนไม่เท่ากันจะทำการทดสอบด้วย (Brown forsythe) ซึ่งสามารถเขียนได้ดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW}$$

โดยค่า  $MSW = \sum_{t=1}^K \left(1 - \frac{n_1}{N}\right) S_1^2$

เมื่อ B แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown – forsythe

MSB แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSW แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown –

forsythe

K แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากร

$S_1^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

ถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วนั้น ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 โดยมีสูตรดังนี้ (กัลยา, 2546, pp. 332-333)

$$LSD = t_{1-\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE \left[ \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

$$R = n - k$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ i

และ j

MSE แทน Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

K แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง



$n$  แทน จำนวนของตัวอย่างทั้งหมด  
 $\alpha$  แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett's T3 มีดังนี้ (Keppel, 1991)

$$\bar{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ  $\bar{d}_D$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett's test

$q_D$  แทน ค่าจากตาราง Critical value of the Dunnett's test

$MS_{S/A}$  แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

$S$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยกำหนดค่าความอิสระ (Degree of Freedom) ระหว่างกลุ่ม คือ  $K-1$  ภายในกลุ่ม  $n-k$  และรวมทั้งกลุ่มคือ  $n-1$

### 3.3 สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

โดยมีตัวแปรอิสระ  $k$  ตัว ( $x_1, x_2, x_3, \dots, x_k$ ) ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปร  $Y$  โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในเชิงเส้น จะได้สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ ดังนี้ (กัลยา, 2545)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k + e$$

โดยที่  $\beta_0$  แทน ส่วนตัวแกน  $Y$  เมื่อกำหนดให้  $x_1 = x_2 = \dots = x_k = 0$   $\beta_1, \beta_2, \beta_k$  เป็นสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงส่วน (Partial Regression Coefficient) โดยที่  $\beta_1$  เป็นค่าที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม  $Y$  เมื่อตัวแปรอิสระ  $x_1$  เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระ  $x_2, x_3, \dots, x_k$  มีค่าคงที่ เช่น เปลี่ยนไปหนึ่งหน่วย ค่า  $Y$  จะเปลี่ยนไป หน่วย โดยที่  $x_2, x_3, \dots, x_k$  มีค่าคงที่

เงื่อนไขในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณจะเหมือนกัน เงื่อนไขในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย ดังนี้

1. ความคลาดเคลื่อน  $e$  เป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ
2. ค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเป็นศูนย์ นั่นคือ  $E(e) = 0$
3. ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ไม่ทราบค่า  $V(e) =$

$\beta_0^2$

4.  $e_i$  และ  $e_j$  เป็นอิสระต่อกัน โดยที่  $i = j$  นั่นคือ covariance  $e_i$  และ  $e_j$   
= 0

5. ตัวแปรอิสระ  $e_i$  และ  $e_j$  ต้องเป็นอิสระต่อกัน

### สรุปสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

1. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน  
บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

- ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ  
ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ค่าสถิติที่ใช้คือ Independent – Sample t-test

- ผู้ใช้บริการที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน อาชีพ  
แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน  
ค่าสถิติที่ใช้คือ One-way Anova

2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริการ  
สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ค่าสถิติที่ใช้คือ Multiple Regression

3. คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้  
บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ค่าสถิติที่ใช้คือ Multiple Regression

## 2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

### 2.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่างตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือผู้ประกอบการสถานบริการผู้สูงอายุในเขต  
กรุงเทพมหานคร จำนวน 7 คน

### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการในธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งคิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครทั้งหมดกว่า 70 แห่ง (เอลเดอร์แคร์ไทยแลนด์) โดยจะทำการเก็บแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการเป็นจำนวน 7 คน

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยในเชิงคุณภาพในครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการสถานบริบาลผู้สูงอายุที่มีความสะดวกและยินยอมที่จะให้ทำการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการของสถานบริบาลผู้สูงอายุจำนวน 7 คน จากสถานบริบาลผู้สูงอายุกว่า 70 แห่ง (เอลเดอร์แคร์ไทยแลนด์) ซึ่งคิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนทั้งหมด

### 2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพครั้งนี้มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยมีเนื้อหาอ้างอิงจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเป็นการพูดคุยถามตอบคำถามในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ซึ่งในแบบสัมภาษณ์จะมีการเขียนถึงหัวข้อที่จะทำการสัมภาษณ์และแนวคำถามในแต่ละหัวข้อแบบกว้าง ๆ ให้เกิดความยืดหยุ่นและมีความเป็นอิสระในการถามตอบระดับหนึ่ง เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร

### 2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 7 ตัวอย่าง เพื่อทำการศึกษาโดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คน โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

## 2.4 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

### การจัดทำข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครตามที่ได้กำหนดไว้ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อกับทางสถานบริบาลที่ได้รับคัดเลือกเพื่อทำการขออนุญาตในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและชี้แจงรายละเอียดของการสัมภาษณ์
2. นัดหมายวัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยเป็นฝ่ายเดินทางไปทำการสัมภาษณ์
3. ผู้วิจัยขออนุญาตในการบันทึกเทปในระหว่างการสัมภาษณ์ โดยที่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะใช้สำหรับการวิจัยเพียงเท่านั้น และจะไม่มีเปิดเผยชื่อและข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์
4. ถอดเทปสัมภาษณ์ และสังเคราะห์เนื้อหาด้วยการสรุปตามประเด็นในการสัมภาษณ์ที่ทางผู้วิจัยกำหนดไว้

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยในเชิงคุณภาพในครั้งนี้ได้นำเอาการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมาใช้ โดยเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบการบรรยายและการพรรณนา (Descriptive Research)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาวิจัยเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ” โดยในการวิจัยในครั้งนี้จะแบ่งออกเป็นเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังต่อไปนี้

#### 1.การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

##### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Sum of Squares)
$H_0$	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
$H_1$	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยนี้ ตัวผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยได้มีการแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนตามลำดับดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบไปด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

**ตอนที่ 3** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ

**ตอนที่ 4** การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

**ส่วนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ข้อดังนี้

1. ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

3. คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ส่วนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบไปด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ โดยนำเสนอในรูปแบบการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ซึ่งปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 6 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	193	48.2
หญิง	207	51.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>2. อายุ</b>		
ไม่เกิน 30 ปี	29	7.3
31 – 40 ปี	117	29.2
41 – 50 ปี	149	37.3
51 ปีขึ้นไป	105	26.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>3. สถานภาพสมรส</b>		
โสด	144	36.0
สมรส และไม่มีบุตร	100	25.0
สมรส และมีบุตร	156	39.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>4. ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	31	7.8
ปริญญาตรี	281	70.2
สูงกว่าปริญญาตรี	88	22.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>5. รายได้ต่อเดือน</b>		
15,000 – 30,000 บาท	38	9.5
30,001 – 45,000 บาท	122	30.5
45,001 – 60,000 บาท	141	35.2
สูงกว่า 60,000 บาท	99	24.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>6. อาชีพ</b>		
เจ้าของกิจการ	130	32.5
พนักงานบริษัทเอกชน	151	37.8
ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	70	17.5
รับจ้าง / Freelance	41	10.2
อื่นๆ ได้แก่ ค้าขาย	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 6 พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน จำแนกตัวแปรได้ดังต่อไปนี้

**เพศ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 และเพศชาย 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 ตามลำดับ

**อายุ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 ถัดมา



คืออายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไป จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 และอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

**สถานภาพสมรส** พบว่าสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ สมรส และมีบุตร จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ โสด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ สมรส และไม่มีบุตร จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษาสูงสุด** พบว่าระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

**รายได้ต่อเดือน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รายได้สูงกว่า 60,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

**อาชีพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ถัดมาคือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 รับจ้าง / Freelance จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 6 พบว่า ลักษณะข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอาชีพอื่น ๆ มีความถี่ค่อนข้างต่ำ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการจัดกลุ่มใหม่เพื่อเป็นการใช้ในการทดสอบสมมติฐานต่อไป ซึ่งผลปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตาราง 7 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละ ของข้อมูลด้านอาชีพ ตามการจัดกลุ่มใหม่

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>6. อาชีพ</b>		
เจ้าของกิจการ	130	32.5
พนักงานบริษัทเอกชน	151	37.8
ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	70	17.5
รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย	49	12.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 7 พบว่าข้อมูลด้านอาชีพ ตามการจัดกลุ่มใหม่ ปรากฏดังต่อไปนี้

**อาชีพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ถัดมาคือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และอาชีพรับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

**ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร**

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 8 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการ ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.665	.444	ดีมาก
2. ด้านราคา (Price)	4.557	.512	ดีมาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.519	.482	ดีมาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	4.418	.566	ดีมาก
5. ด้านบุคลากร (People)	4.699	.407	ดีมาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident)	4.634	.410	ดีมาก
7. ด้านกระบวนการ (Process)	4.608	.455	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.586</b>	<b>.383</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 8 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.586

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับดีมากในทุก ๆ ด้าน โดยที่ด้านของบุคลากรจะอยู่ในลำดับที่สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.699 รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.665 ถัดมาเป็นด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.634 ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.608 ต่อมาคือด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.557 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.519 และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.418 ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกครบครัน	4.60	.562	ดีมาก
2. มีความน่าเชื่อถือ	4.56	.572	ดีมาก
3. มีการให้บริการที่ครบถ้วนและมีคุณภาพ	4.68	.566	ดีมาก
4. มีการให้เข้าเยี่ยมอุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น ที่นอนลม ถังออกซิเจน	4.56	.610	ดีมาก
5. มีการดูแลที่เหมาะสมต่อสภาวะทางร่างกายและโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ	4.84	.426	ดีมาก
6. มีการรายงานสภาวะหรืออาการของผู้สูงอายุในกรณีต่าง ๆ สม่ำเสมอ	4.76	.497	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.66</b>	<b>.443</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 9 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับที่ดี  
มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ใน  
เรื่องของการ มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกครบครัน ความน่าเชื่อถือ มีการให้บริการที่  
ครบถ้วนและมีคุณภาพ มีการให้เข้าเยี่ยมอุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น ที่นอนลม ถังออกซิเจน มีการดูแลที่  
เหมาะสมต่อสภาวะทางร่างกายและโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ และ มีการรายงานสภาวะหรือ  
อาการของผู้สูงอายุในกรณีต่าง ๆ สม่ำเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 4.56 4.68 4.56 4.84 และ  
4.76 ตามลำดับ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคา (Price)

ด้านราคา (Price)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ค่าบริการมีความเหมาะสม	4.65	.603	ดีมาก
2. มีราคาและแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย	4.38	.694	ดีมาก
3. มีการกำหนดราคาในการเข้าเยี่ยมอุปกรณ์เฉพาะ และ อุปกรณ์ที่อยู่นอกเหนือจากบริการที่เหมาะสม และไม่ แพงจนเกินไป	4.44	.684	ดีมาก
4. อัตราค่าบริการไม่สูงจนเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับ การดูแลผู้สูงอายุด้วยตนเอง หรือจ้างคนมาดูแล ผู้สูงอายุที่บ้าน	4.76	.537	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.58</b>	<b>.512</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 10 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ ค่าบริการมีความเหมาะสม มีราคาและแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย มีการกำหนดราคาในการเข้าเยี่ยมอุปกรณ์เฉพาะ และอุปกรณ์ที่อยู่นอกเหนือจากบริการที่เหมาะสม และไม่แพงจนเกินไป และ อัตราค่าบริการไม่สูงจนเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับการดูแลผู้สูงอายุด้วยตนเองหรือจ้างคนมาดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 4.38 4.44 และ 4.76 ตามลำดับ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีช่องทางในการติดต่อสอบถาม และให้คำปรึกษาที่สะดวก หลากหลาย และง่ายต่อการเข้าถึง	4.63	.533	ดีมาก
2. มีช่องทางที่ใช้ในการติดต่อกับทางสถานบริบาลผู้สูงอายุ และพนักงานที่ทำการดูแลผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก หรือทางเว็บไซต์ในกรณีที่มีความจำเป็น	4.57	.576	ดีมาก
3. มีสาขาที่ให้บริการในหลายพื้นที่	4.19	.781	ดี
4. ทำเลที่ตั้ง สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก	4.56	.589	ดีมาก
5. สถานที่ตั้งของสถานบริบาลผู้สูงอายุอยู่ใกล้กับโรงพยาบาล หรือสามารถเดินทางไปยังโรงพยาบาลได้สะดวก ในกรณีจำเป็น และกรณีฉุกเฉิน	4.65	.532	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.52</b>	<b>.482</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 11 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของการ มีช่องทางในการติดต่อสอบถาม และให้คำปรึกษาที่สะดวก หลากหลาย และง่ายต่อการเข้าถึง มีช่องทางที่ใช้ในการติดต่อกับทางสถานบริบาลผู้สูงอายุ และพนักงานที่ทำการดูแลผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก หรือทางเว็บไซต์ในกรณีที่มีความจำเป็น ทำเลที่ตั้งสามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก และ สถานที่ตั้งของสถานบริบาลผู้สูงอายุอยู่ใกล้กับโรงพยาบาล หรือสามารถเดินทางไปยังโรงพยาบาลได้สะดวก ในกรณีจำเป็น และกรณีฉุกเฉิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 4.57 4.56 และ 4.65 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีในเรื่องของการ มีสาขาที่ให้บริการในหลายพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีการส่งข้อมูลโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น แฟนเพจ หรือเว็บไซต์ อย่างสม่ำเสมอ	4.22	.757	ดีมาก
2. มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับการทำสัญญาในการใช้บริการในระยะยาว	4.43	.686	ดีมาก
3. มีการให้ส่วนลดในกรณีให้ทางบ้านพักช่วยจัดหาเครื่องใช้จำเป็นบางประเภท เช่น ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ หรือแผ่นรองพื้นกันเปื้อน	4.40	.715	ดีมาก
4. มีส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ที่ได้รับการแนะนำมาจากทางโรงพยาบาล หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	4.32	.716	ดีมาก
5. มีกิจกรรมให้แก่ผู้สูงอายุในโอกาสต่าง ๆ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันปีใหม่ กิจกรรมรดน้ำดำหัวเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น	4.72	.521	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.42</b>	<b>.566</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 12 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของการ มีการส่งข้อมูลโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น แฟนเพจ หรือเว็บไซต์ อย่างสม่ำเสมอ มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับการทำสัญญาในการใช้บริการในระยะยาว มีการให้ส่วนลดในกรณีให้ทางสถานบริการช่วยจัดหาเครื่องใช้จำเป็นบางประเภท เช่น ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ หรือแผ่นรองพื้นกันเปื้อน มีส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ที่ได้รับการแนะนำมาจากทางโรงพยาบาล หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และ มีกิจกรรมให้แก่ผู้สูงอายุในโอกาสต่าง ๆ เช่น การ

ทำบุญตักบาตรในวันปีใหม่ กิจกรรมรดน้ำดำหัวเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 4.43 4.40 4.32 และ 4.72 ตามลำดับ

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากร (People)

ด้านบุคลากร (People)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ มีกริยามารยาทที่สุภาพ เรียบร้อย และมีความเป็นกันเอง	4.78	.422	ดีมาก
2. เจ้าหน้าที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน และมีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี ในการให้การดูแลและบริการ	4.79	.453	ดีมาก
3. เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการแนะนำและให้ข้อมูลในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุแก่ญาติ ได้เป็นอย่างดี	4.79	.460	ดีมาก
4. เจ้าหน้าที่มีการแต่งกายสุภาพ เหมาะสม	4.50	.571	ดีมาก
5. มีบุคลากรเพียงพอสำหรับการให้บริการ	4.64	.536	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.70</b>	<b>.407</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 13 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ มีกริยามารยาทที่สุภาพ เรียบร้อย และมีความเป็นกันเอง เจ้าหน้าที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน และมีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี ในการให้การดูแลและบริการ เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการแนะนำและให้ข้อมูลในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุแก่ญาติได้เป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่มีการแต่งกายสุภาพ เหมาะสม และมีบุคลากรเพียงพอสำหรับการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 4.79 4.79 4.50 และ 4.64 ตามลำดับ



ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical  
Evident)

ด้านลักษณะทางกายภาพ(Physical Evident)	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. บ้ายชื่อสถานบริบาลสามารถมองเห็นได้ชัดเจน	4.34	.583	ดีมาก
2. ภายในสถานที่มีความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ	4.76	.431	ดีมาก
3. มีการแบ่งส่วนสำหรับผู้สูงอายุชายและหญิงอย่าง เหมาะสม	4.56	.568	ดีมาก
4. สถานที่มีความร่มรื่น สะอาด มีส่วนกลาง และส่วนที่ เป็นธรรมชาติให้ผู้สูงอายุได้พักผ่อน	4.68	.561	ดีมาก
5. บริเวณห้องพักของผู้สูงอายุ มีพื้นที่กว้างขวาง เหมาะสม ไม่อึดอัด	4.96	.533	ดีมาก
6. ภายในบริเวณบ้านพักมีการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ในการใช้ชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ เช่น รววจับ ทางลาดสำหรับรถเข็น	4.79	.472	ดีมาก
<b>รวม</b>	4.63	.410	ดีมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 14 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ บ้ายชื่อสถานบริบาลสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ภายในสถานที่มีความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ มีการแบ่งส่วนสำหรับผู้สูงอายุชายและหญิงอย่างเหมาะสม สถานที่มีความร่มรื่น สะอาด มีส่วนกลาง และส่วนที่เป็นธรรมชาติให้ผู้สูงอายุได้พักผ่อน บริเวณห้องพักของผู้สูงอายุ มีพื้นที่กว้างขวางเหมาะสม ไม่อึดอัด และภายในบริเวณบ้านพักมีการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ เช่น รววจับ ทางลาดสำหรับรถเข็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 4.76 4.56 4.68 4.96 และ 4.79 ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด  
บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการ (Process)

ด้านกระบวนการ (Process)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ผู้ใช้บริการจะได้รับหนังสือสัญญาการเข้าอยู่ และ การชำระเงินที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน	4.64	.531	ดีมาก
2. มีกฎกติกาและการเข้าเยี่ยมผู้สูงอายุอย่างชัดเจน	4.47	.621	ดีมาก
3. มีการแจ้งให้ผู้ใช้บริการ (ญาติ) ทราบเมื่อมีความ จำเป็นต้องใช้สิ่งของบางอย่าง ที่นอกเหนือจากบริการ ปกติเช่น แผ่นรองกันเปื้อน และของฟุ่มเฟือยต่าง ๆ	4.54	.547	ดีมาก
4. มีระบบการติดต่อในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน หรือกรณี จำเป็นต่าง ๆ	4.79	.465	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.61</b>	<b>.455</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 15 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของผู้ใช้บริการจะได้รับหนังสือสัญญาการเข้าอยู่ และการชำระเงินที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน มีกฎกติกาและการเข้าเยี่ยมผู้สูงอายุอย่างชัดเจน มีการแจ้งให้ผู้ใช้บริการ (ญาติ) ทราบเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้สิ่งของบางอย่าง ที่นอกเหนือจากบริการปกติเช่น แผ่นรองกันเปื้อน และของฟุ่มเฟือยต่าง ๆ และ มีระบบการติดต่อในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน หรือกรณีจำเป็นต่าง ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 4.47 4.54 และ 4.79 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ

ตาราง 16 สรุปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)	4.627	.420	ดีมาก
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)	4.561	.556	ดีมาก
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness)	4.530	.475	ดีมาก
4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance)	4.660	.466	ดีมาก
5. ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy)	4.694	.516	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.614</b>	<b>.423</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 16 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุโดยรวมในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.614

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับดีมากในทุก ๆ ด้าน โดยที่ด้านของ ความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการจะอยู่ในลำดับที่สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.694 รองลงมาคือ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.660 ถัดมาเป็นด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.561 และด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.530 ตามลำดับ

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ มีสภาพสมบูรณ์พร้อม ใช้งาน	4.68	.512	ดีมาก
2. มีสถานที่กว้างขวาง และมีบริเวณให้ใช้สอยได้เต็มที่	4.64	.511	ดีมาก
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วบริเวณ	4.46	.595	ดีมาก
4. ผู้สูงอายุที่เข้ารับการดูแลมีอาการดีขึ้น และได้รับ การดูแลเป็นอย่างดี	4.70	.500	ดีมาก
5. มีการทำสัญญาในการเข้าใช้บริการที่เป็นธรรม	4.62	.554	ดีมาก
6. มีเอกสารในการทำสัญญาและใบเสร็จอย่างชัดเจน	4.66	.544	ดีมาก
<b>รวม</b>	4.63	.420	ดีมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 17 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี  
 มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ใน  
 เรื่องของ อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ มีสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งาน มีสถานที่กว้างขวาง และมี  
 บริเวณให้ใช้สอยได้เต็มที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วบริเวณ ผู้สูงอายุที่เข้ารับการดูแลมีอาการดี  
 ขึ้น และได้รับการดูแลเป็นอย่างดี มีการทำสัญญาในการเข้าใช้บริการที่เป็นธรรม และมีเอกสารใน  
 การทำสัญญาและใบเสร็จอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 4.64 4.46 4.70 4.62 และ 4.66  
 ตามลำดับ

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน  
บริหารผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีการให้บริการที่ตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับทาง สถานบริหารผู้สูงอายุ	4.64	.522	ดีมาก
2. มีการคิดค่าบริการ และค่าอุปกรณ์ที่อยู่ นอกเหนือจากสัญญาอย่างถูกต้อง และมีหลักฐาน ชัดเจน	4.61	.615	ดีมาก
3. ทางสถานบริหารผู้สูงอายุมีภาพลักษณ์และชื่อเสียง ที่ดี	4.44	.680	ดีมาก
<b>รวม</b>	4.56	.556	ดีมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 18 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน  
บริหารผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้โดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก  
โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ใน  
เรื่องของการมีการให้บริการที่ตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับทางสถานบริหารผู้สูงอายุ มีการคิด  
ค่าบริการ และค่าอุปกรณ์ที่อยู่นอกเหนือจากสัญญาอย่างถูกต้อง และมีหลักฐานชัดเจน และทาง  
สถานบริหารผู้สูงอายุมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 4.61 และ 4.44  
ตามลำดับ

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness)

ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ทางสถานบริการและเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนอง ต่อคำร้องขอพิเศษของท่านได้เป็นอย่างดี	4.53	.543	ดีมาก
2. ท่านรู้สึกถึงความกระตือรือร้นที่จะให้ความช่วยเหลือ และบริการด้วยความเต็มใจของเจ้าหน้าที่เมื่อท่าน ต้องการ	4.54	.504	ดีมาก
3. ท่านรู้สึกถึงความเป็นมิตรและปลอดภัยเมื่อมาถึง สถานบริการผู้สูงอายุ	4.54	.538	ดีมาก
4. ท่านได้รับการรายงานอาการของผู้สูงอายุที่เข้ารับการ ดูแล จากเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ	4.53	.579	ดีมาก
5. ท่านสามารถติดต่อขอรับบริการได้สะดวกและรวดเร็ว	4.52	.601	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.53</b>	<b>.475</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 19 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี  
 มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ใน  
 เรื่องของ ทางสถานบริการและเจ้าหน้าที่ที่สามารถตอบสนองต่อคำร้องขอพิเศษของท่านได้เป็น  
 อย่างดี ท่านรู้สึกถึงความกระตือรือร้นที่จะให้ความช่วยเหลือและบริการด้วยความเต็มใจของ  
 เจ้าหน้าที่เมื่อท่านต้องการ ท่านรู้สึกถึงความเป็นมิตรและปลอดภัยเมื่อมาถึงสถานบริการผู้สูงอายุ  
 ท่านได้รับการรายงานอาการของผู้สูงอายุที่เข้ารับการดูแล จากเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ และท่าน  
 สามารถติดต่อขอรับบริการได้สะดวกและรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 4.54 4.54 4.53 และ  
 4.52 ตามลำดับ

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ (Assurance)

ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ (Assurance)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ทางสถานบริบาลผู้สูงอายุทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความ มั่นใจ และรู้สึกปลอดภัยที่จะนำผู้สูงอายุมาเข้ารับ บริการ	4.67	.512	ดีมาก
2. เจ้าหน้าที่ของทางสถานบริบาลมีความรู้ ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุในสภาวะความ เจ็บป่วย หรือสภาวะทางร่างกายในแบบต่าง ๆ ได้อย่าง ถูกต้องรวดเร็ว	4.68	.508	ดีมาก
3. มีการร่วมมือกับทางสถาบันทางการแพทย์หรือ โรงพยาบาลในการอำนวยความสะดวกในกรณีต่าง ๆ ที่จำเป็น	4.65	.616	ดีมาก
4. มีการคิดค่าบริการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม โดยมี หลักฐานชัดเจน และเป็นไปอย่างถูกต้องรวดเร็ว	4.61	.603	ดีมาก
5. สถานบริบาลให้การบริการอย่างเท่าเทียม ไม่เลือก ปฏิบัติ	4.71	.453	ดีมาก
6. เจ้าหน้าที่มีการอธิบายเกี่ยวกับวิธีการในการดูแล และปฏิบัติต่อผู้สูงอายุ เพื่อให้ญาติได้เข้าใจ และเกิด ความสบายใจ	4.65	.547	ดีมาก
<b>รวม</b>	4.66	.466	ดีมาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 20 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการโดยรวมอยู่ในระดับที่  
 ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดี  
 มาก ในเรื่องของ ทางสถานบริบาลผู้สูงอายุทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจ และรู้สึกปลอดภัยที่จะ  
 นำผู้สูงอายุมาเข้ารับบริการ เจ้าหน้าที่ของทางสถานบริบาลมีความรู้ความสามารถในการดูแล

ผู้สูงอายุในสภาวะความเจ็บป่วย หรือสภาวะทางร่างกายในแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว มีการร่วมมือกับทางสถาบันทางการแพทย์หรือโรงพยาบาลในการอำนวยความสะดวกในกรณีต่าง ๆ ที่จำเป็น มีการคิดค่าบริการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม โดยมีหลักฐานชัดเจน และเป็นไปอย่างถูกต้องรวดเร็ว สถานะบริหารให้การบริการอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ และเจ้าหน้าที่มีการอธิบายเกี่ยวกับวิธีการในการดูแลและปฏิบัติต่อผู้สูงอายุ เพื่อให้ญาติได้เข้าใจ และเกิดความสบายใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 4.68 4.65 4.61 4.67 และ 4.65 ตามลำดับ

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy)

ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เจ้าหน้าที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้สูงอายุ เสมือนคนในครอบครัว และให้บริการด้วยใจ	4.72	.549	ดีมาก
2. เจ้าหน้าที่มีความเข้าใจในความรู้สึกของญาติ ที่นำผู้สูงอายุมาเข้ารับบริการ	4.65	.648	ดีมาก
3. เจ้าหน้าที่มีความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจในสภาวะของผู้สูงอายุที่ถูกพามาเข้ารับบริการ	4.70	.572	ดีมาก
4. ทางสถานบริการผู้สูงอายุมีความเข้าใจในด้านความต้องการที่แตกต่างกันของผู้เข้ารับบริการ	4.71	.532	ดีมาก
<b>รวม</b>	<b>4.69</b>	<b>.516</b>	<b>ดีมาก</b>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาม 21 พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63



เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ เจ้าหน้าที่ที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้สูงอายุเสมือนคนในครอบครัว และให้บริการด้วยใจ เจ้าหน้าที่ที่มีความเข้าใจในความรู้สึกของญาติ ที่นำผู้สูงอายุมาเข้ารับบริการ เจ้าหน้าที่ที่มีความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจในสภาวะ ของผู้สูงอายุที่ถูกพามาเข้ารับบริการ และทางสถานบริบาลผู้สูงอายุมีความเข้าใจในด้านความต้องการที่แตกต่างกันของผู้เข้ารับบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 4.65 4.70 และ 4.71 ตามลำดับ

#### ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามภายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบจำนวนความถี่ และร้อยละ แจกแจงเป็นค่าเฉลี่ย ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานดังนี้

ตาราง 22 จำนวนความถี่ และค่าร้อยละของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุ</b>		
1. ไม่มีเวลาที่เพียงพอในการดูแลผู้สูงอายุอย่างใกล้ชิด	153	38.2
2. สถานที่พักอาศัยไม่เอื้ออำนวยต่อการดูแลผู้สูงอายุ	109	27.3
3. ต้องการให้ผู้สูงอายุได้รับการดูแลที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ	138	34.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>ท่านรู้จักบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ได้อย่างไร</b>		
1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	9	2.3
2. ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น	245	61.2
3. สื่อออนไลน์ Social Media	146	36.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ตาราง 22 (ต่อ)

พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ท่านได้ทำการตัดสินใจร่วมกับบุคคลใดบ้างในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ</b>		
1. ตัดสินใจด้วยตนเอง	50	12.5
2. ตัดสินใจร่วมกับญาติ/พี่น้อง	263	65.7
3. ตัดสินใจร่วมกับตัวผู้สูงอายุ	64	16.0
4. ตัดสินใจร่วมกับแพทย์ประจำตัวของผู้สูงอายุ	23	5.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>
<b>ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการพิจารณา ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ</b>		
1. น้อยกว่า 1 เดือน	117	29.3
2. ตั้งแต่ 1 - 3 เดือน	221	55.2
3. มากกว่า 3 เดือน	62	15.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

ผลวิเคราะห์จากตาราง 22 แสดงถึงพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ให้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีจำนวน 400 คน ซึ่งจำแนกตัวแปรได้ดังนี้

**เหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ** พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เลือกเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในเรื่องของ การไม่มีเวลาที่เพียงพอในการดูแลผู้สูงอายุอย่างใกล้ชิด เป็นจำนวน 153 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 38.3 โดยรองลงมาเป็นเรื่องของ การต้องการให้ผู้สูงอายุได้รับการดูแลที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และในเรื่องของ สถานที่พักอาศัยไม่เอื้ออำนวยต่อการดูแลผู้สูงอายุ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

**ท่านรู้จักบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ได้อย่างไร** พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ รู้จักสถานบริบาลผู้สูงอายุจาก การได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น เป็นจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ

65.7 รองลงมาคือรู้จักผ่านทาง สื่อออนไลน์ Social Media จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และรู้จักผ่านทาง สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

**ท่านได้ทำการตัดสินใจร่วมกับบุคคลใดบ้างในการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ** พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ได้ทำการตัดสินใจร่วมกับญาติ/พี่น้อง เป็นจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาคือตัดสินใจร่วมกับตัวผู้สูงอายุ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และตัดสินใจร่วมกับแพทย์ประจำตัวของผู้สูงอายุ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

**ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการพิจารณา ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ** พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณา ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ตั้งแต่ 1 - 3 เดือน เป็นจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาคือใช้เวลาน้อยกว่า 1 เดือน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และใช้เวลา มากกว่า 3 เดือน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ตาราง 23 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	$\bar{X}$	S.D.
1. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ยอมรับได้ในการใช้ บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุประมาณ (บาท / เดือน)	14,000.00	30,000.00	17,865.00	2,202.02
2. ท่านเคยใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ มาทั้งหมด (แห่ง)	1.00	4.00	1.41	.639
3. ท่านใช้บริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ในปัจจุบันมาเป็นระยะเวลา (เดือน)	1.00	72.00	9.36	10.06

ผลวิเคราะห์จากตาราง 23 แสดงถึงพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร โดยผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้มีจำนวน 400 คน ซึ่งจำแนกตัวแปรได้ดังนี้

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุประมาณกิโลบาทต่อเดือน พบว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ โดยเฉลี่ยประมาณ 17,865 บาท / เดือน โดยต่ำสุดอยู่ที่ 14,000 บาท / เดือน และสูงสุดอยู่ที่ 30,000 บาท / เดือน

ท่านเคยใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุมาทั้งหมดกี่แห่ง พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุโดยเฉลี่ยประมาณ 1 แห่ง โดยต่ำสุดอยู่ที่ 1 แห่ง และเคยใช้บริการมาแล้วสูงสุดอยู่ที่ 4 แห่ง

ท่านใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบันมาเป็นระยะเวลากี่เดือน พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบันมาเป็นระยะเวลาโดยเฉลี่ยประมาณ 9 เดือน โดยต่ำสุดอยู่ที่ 1 เดือน และสูงสุดอยู่ที่ 72 เดือน

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในอนาคต

แนวโน้มพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานครในอนาคต	ระดับแนวโน้มในการ ใช้บริการในอนาคต		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ท่านประสงค์ที่จะใช้บริการสถานบริบาล ผู้สูงอายุต่อไปในอนาคตหรือไม่	4.44	.568	ใช้บริการอย่างแน่นอน
<b>รวม</b>	<b>4.44</b>	<b>.568</b>	<b>ใช้บริการอย่างแน่นอน</b>

ผลวิเคราะห์จากตาราง 24 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุต่อไปในอนาคตอยู่ที่ระดับ ใช้บริการอย่างแน่นอน

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมการแนะนำ / บอกต่อ ของ ผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

แนวโน้มพฤติกรรมการแนะนำ / บอกต่อ ของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ในกรุงเทพมหานคร	ระดับแนวโน้มการ แนะนำ / บอกต่อ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ท่านจะแนะนำการใช้บริการสถานบริบาล ผู้สูงอายุแก่ผู้ที่สนใจหรือไม่	4.73	.473	แนะนำอย่างแน่นอน
<b>รวม</b>	<b>4.73</b>	<b>.437</b>	<b>แนะนำอย่างแน่นอน</b>

ผลวิเคราะห์จากตาราง 25 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้ม ในการแนะนำ/บอกต่อเรื่องการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุที่ระดับ แนะนำอย่างแน่นอน

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ Independent – Sample t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance : One-way ANOVA) และวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้วิธีในการทดสอบดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ในการทดสอบด้วยสถิติ Independent – Sample t-test ผู้วิจัยใช้การทดสอบสำหรับความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม โดยทดสอบความแปรปรวนด้วย Levene's t-test เมื่อค่า Sig. มากกว่า .05 จะอ่านค่าสถิติ t-test ที่ Equal Variances Assumed และเมื่อค่า Sig. น้อยกว่า .05 จะอ่านค่า t-test ที่ Equal Variances Not Assumed

และในการทดสอบด้วย One-way ANOVA ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบสำหรับความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยทำการทดสอบค่าความแปรปรวนด้วย Levene's t-test เมื่อค่า Sig. น้อยกว่า .05 ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ Brown-Forsythe และทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่มีความแตกต่างกันด้วยวิธี Dunnett's T3 และเมื่อ Levene's t-test มีค่า Sig. มากกว่า .05 ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ F-test และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จะทำการเปรียบเทียบความ

แตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD)

สมมติฐานที่ 2 ในการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครวิจัทำการใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์

สมมติฐานที่ 3 ในการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครผู้วิจัทำการใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์

การนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐานจะประกอบไปด้วย ผลการทดสอบสมมติฐาน 3 ข้อ โดยทำการแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

### **สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน**

**สมมติฐานที่ 1.1** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้

บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1.1** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ของแต่ละเพศ

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุของผู้ใช้บริการ	Levene's test for Equality of Variances	เพศ	$\bar{X}$	n	S.D.	t	df	Sig.	
<b>ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุประมาณ (บาท / เดือน)</b>									
Equal Variances	.339	.561	ชาย	18,042	193	2,155	1.550	398	.122
Assumed			หญิง	17,701	207	2,238			

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 26 การทดสอบความแปรปรวนพบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ได้ผลดังนี้

**ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ** ผลทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .561 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal Variances Assumed พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .122 ซึ่งมากกว่า .05 ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน

มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1.2** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของแต่ละเพศ

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุของผู้ใช้บริการ	Levene's test for Equality of Variances	เพศ	$\bar{X}$	n	S.D.	t	df	Sig.	
	F.	Sig.							
<b>ท่านเคยใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุมาทั้งหมด (แห่ง)</b>									
Equal Variances	9.494*	.002	ชาย	1.35	193	.585	-2.145*	395	.033
Not Assumed			หญิง	1.48	207	.682			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 27 การทดสอบความแปรปรวนพบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ในด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ได้ผลดังนี้

**ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ** ผลทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่าค่าความแปรปรวนของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal Variances Not Assumed พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .033 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้



บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงมี พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ มากกว่าเพศชาย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยอยู่ที่ .13 แห่ง

**สมมติฐานที่ 1.1.3** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของแต่ละเพศ

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุของผู้ใช้บริการ	Levene's test for Equality of Variances	เพศ	$\bar{X}$	n	S.D.	t	df	Sig.	
ท่านใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบันมาเป็นระยะเวลา (เดือน)									
Equal Variances	3.092	.079	ชาย	9.03	193	8.89	-.636	398	.525
Assumed			หญิง	9.67	207	11.06			

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 28 การทดสอบความแปรปรวนพบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ในด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ได้ผลดังนี้

**ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน**  
ผลทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .079 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศชายและเพศหญิงไม่แตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal Variances Assumed พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .525 ซึ่งมากกว่า .05 ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการ

เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถาน  
บริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1.4** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรเลือกใช้  
บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่าง  
กัน

ตาราง 29 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของแต่ละเพศ

พฤติกรรมกร เลือกใช้บริการ สถานบริบาล ผู้สูงอายุของ ผู้ให้บริการ	Levene's test for Equality of Variances		เพศ	$\bar{X}$	n	S.D.	t	df	Sig.
	F.	Sig.							
<b>ท่านประสงค์ที่จะใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุต่อไปในอนาคตหรือไม่</b>									
Equal Variances	.005	.944	ชาย	4.46	193	.568	.457	398	.648
Assumed			หญิง	4.43	207	.569			

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 29 การทดสอบความแปรปรวนพบว่า พฤติกรรม  
กรเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ในด้านของแนวโน้มในการใช้บริการ  
ในอนาคต ได้ผลดังนี้

**ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต** ผลทดสอบความแปรปรวนโดย  
ใช้ Levene's test พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .944 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ )  
และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศชายและเพศหญิงไม่  
แตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal Variances Assumed พบว่า มีค่า  
Sig. เท่ากับ .648 ซึ่งมากกว่า .05 ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ )  
หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการสถานบริบาล  
ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.1.5** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของแต่ละเพศ

พฤติกรรม การเลือก ใช้บริการ สถาน บริการ ผู้ สูงอายุ ของ ผู้ ใช้ บริการ	Levene's test	เพศ	$\bar{X}$	n	S.D.	t	df	Sig.	
	for Equality of Variances								
	F.	Sig.							
<b>ท่านจะแนะนำการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุแก่ผู้ที่สนใจหรือไม่</b>									
Equal Variances	8.082*	.005	ชาย	4.76	193	.439	1.403	397	.162
Not Assumed			หญิง	4.70	207	.502			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์จากตาราง 30 การทดสอบความแปรปรวนพบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ในด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ได้ผลดังนี้

**ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ** ผลทดสอบความแปรปรวนโดยใช้ Levene's test พบว่าค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ค่าความแปรปรวนของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน จึงทดสอบความแตกต่างแบบ t-test กรณี Equal Variances Not Assumed พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .162 ซึ่งมากกว่า .05 ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.2** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.2.1** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ตาราง 31 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการ ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ (บาท)	4.895*	3	396	.002

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 31 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แต่ละช่วงอายุมีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 32 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามช่วงอายุโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ (บาท)	16.498*	3	263.928	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามช่วงอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 33

ตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยใช้ Dunnett's T3

อายุ	$\bar{x}$	ไม่เกิน 30 ปี			
		31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
ไม่เกิน 30 ปี	16,620.69	-	-1620.92*	-1979.31*	
		(.788)	(.000)	(.000)	
31 – 40 ปี	17,034.19	-	-1207.42*	-1565.81*	
			(.000)	(.000)	
41 – 50 ปี	18,241.61		-	-358.39	
				(.812)	
51 ปีขึ้นไป	18,600.00			-	

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 33 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ พบว่า

ผู้ให้บริการในช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี กับผู้ให้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการในช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างจากผู้ให้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ให้บริการในช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ น้อยกว่าผู้ให้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1,620.92 บาท





**สมมติฐานที่ 1.2.2** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ตาราง 34 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ (แห่ง)	2.760*	3	396	.045

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 34 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แต่ละช่วงอายุมีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 35 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามช่วงอายุโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้ บริการ (แห่ง)	.886	3	182.645	.450

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามช่วงอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ .450 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.2.3** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ตาราง 36 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ในปัจจุบัน (เดือน)	5.269*	3	396	.001

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 36 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน** พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แต่ละช่วงอายุมีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 37 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามช่วงอายุโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาล ผู้สูงอายุในปัจจุบัน (เดือน)	.572	3	101.970	.635

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามช่วงอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .635 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.2.4** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ตาราง 38 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	1.242	3	396	.294

จาก ตาราง 38 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .294 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แต่ละช่วงอายุมีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันในด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 39 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามช่วงอายุโดยใช้วิธีการ ทดสอบแบบ F-test

พฤติกรรมกรเลือกใ้ บริการสถานบริบาล ผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านแนวโน้มในการใช้บริการ ในอนาคต	ระหว่างกลุ่ม	3	4.663	1.554	4.694*	.002
	ภายในกลุ่ม	396	124.014	.313		
	รวม	399	128.677			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใ้ บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนก ตามช่วงอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติด้วยค่า F-Test พบว่า มี Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งมีค่าน้อย กว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใ้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 40

ตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับพฤติกรรม  
การเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการใน  
อนาคต โดยใช้ LSD

อายุ	$\bar{X}$	ไม่เกิน 30 ปี			
		31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป	
		4.34	4.29	4.53	4.51
ไม่เกิน 30 ปี	4.34	-	.054 (.641)	-.185 (.103)	-.169 (.150)
31 – 40 ปี	4.29		-	-.240* (.001)	-.224* (.003)
41 – 50 ปี	4.53			-	.016 (.823)
51 ปีขึ้นไป	4.51				-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 40 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุ  
แตกต่างกัน กับพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน  
แนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต พบว่า

ผู้ให้บริการในช่วงอายุ 31 – 40 ปีกับผู้ให้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี พบว่า  
มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการในช่วงอายุ 31 – 40 ปี มี  
พฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้  
บริการในอนาคต แตกต่างจากผู้ให้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ให้บริการในช่วงอายุ 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการ  
ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่าผู้ให้บริการในช่วง  
อายุ 41 – 50 ปี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .240

ผู้ให้บริการในช่วงอายุ 31 – 40 ปีกับผู้ให้บริการในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป พบว่า  
มีค่า Sig. เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการในช่วงอายุ 31 – 40 ปี มี  
พฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้  
บริการในอนาคต แตกต่างจากผู้ให้บริการในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการในช่วงอายุ 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่าผู้ให้บริการในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .224

**สมมติฐานที่ 1.2.5** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ตาราง 41 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levence Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	26.453*	3	396	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 41 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของแต่ละช่วงอายุ โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แต่ละช่วงอายุมีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน



ตาราง 42 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามช่วงอายุโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	4.693*	3	87.529	.004

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามช่วงอายุ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 43

ตาราง 43 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยใช้ Dunnett's T3

อายุ		ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	4.45	4.72	4.83	4.67
ไม่เกิน 30 ปี	4.45	-	-0.270 (.332)	-0.384 (.058)	-0.281 (.580)
31 – 40 ปี	4.72		-	-0.114 (.159)	.051 (.962)
41 – 50 ปี	4.83			-	.116* (.025)
51 ปีขึ้นไป	4.67				-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 43 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ พบว่า

ผู้ให้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี กับผู้ให้บริการในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างจากผู้ให้บริการในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ให้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มากกว่าผู้ให้บริการในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .116

**สมมติฐานที่ 1.3** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.3.1** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ตาราง 44 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการ ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ (บาท)	7.620*	2	397	.001

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 37 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพสมรส มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 45 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ (บาท)	25.666*	2	355.368	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 46

ตาราง 46 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ โดยใช้ Dunnett's T3

สถานภาพสมรส	โสด	สมรส และไม่มีบุตร		
		โสด	สมรส และไม่มีบุตร	สมรส และมีบุตร
	$\bar{X}$	16,902.78	18,270.00	18,493.59
โสด	16,902.78	-	-1367.22*	-1590.81*
			(.000)	(.000)
สมรส และไม่มีบุตร	18,270.00		-	-223.59
				(.805)
สมรส และมีบุตร	18,493.59			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 46 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด กับผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และไม่มีบุตร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และไม่มีบุตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และไม่มีบุตร โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1,367.22 บาท

ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด กับผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพ

สมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ น้อยกว่า ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1,590.81 บาท

**สมมติฐานที่ 1.3.2** ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ตาราง 47 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้ บริการ (แห่ง)	1.570	2	397	.209

จาก ตาราง 47 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .209 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพสมรส มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันในด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 48 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ F-test

พฤติกรรมกรเลือกใ้ บริการสถานบริบาล ผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านจำนวนของสถานบริบาล	ระหว่างกลุ่ม	2	.585	.293	.714	.490
ผู้สูงอายุที่เคยใ้บริการ (แห่ง)	ภายในกลุ่ม	397	.162.692	.410		
	รวม	399	.163.278			

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใ้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใ้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติด้วยค่า F-Test พบว่า มี Sig. เท่ากับ .490 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใ้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใ้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใ้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้



**สมมติฐานที่ 1.3.3** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ตาราง 49 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levence Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุ ในปัจจุบัน (เดือน)	4.323*	2	397	.014

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 49 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene 's test พบว่า

**ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุในปัจจุบัน** พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพสมรส มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้บริหารผู้สูงอายุในปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 50 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการ ผู้สูงอายุในปัจจุบัน (เดือน)	.400	2	356.593	.671

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .671 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.3.4** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ตาราง 51 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมบริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	.510	2	397	.601

จาก ตาราง 51 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .601 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า สถานภาพสมรส มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันในด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 52 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ F-test

พฤติกรรมบริการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	ระหว่างกลุ่ม	2	2.713	1.357	4.275*	.015
	ภายในกลุ่ม	397	125.964	.317		
	รวม	399	128.677			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติด้วยค่า F-Test พบว่า มี Sig. เท่ากับ .015 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 53

ตาราง 53 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต โดยใช้ LSD

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	โสด	สมรส และไม่มีบุตร	สมรส และมีบุตร
		4.33	4.49	4.51
โสด	4.33	-	-0.157*	-0.179*
			(.033)	(.006)
สมรส และไม่มีบุตร	4.49		-	-0.023
				(.752)
สมรส และมีบุตร	4.51			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 53 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด กับผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .179

**สมมติฐานที่ 1.3.5** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ตาราง 54 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
บริหารบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของสถานภาพสมรส โดยใช้  
สถิติ Levene's test

พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริหารบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levence Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	18.695*	2	397	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 54 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้  
บริการสถานบริหารบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของสถานภาพ  
สมรส โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อย  
กว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า  
สถานภาพสมรส มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ดังนั้นผู้วิจัยจึง  
ใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 55 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารบาลผู้สูงอายุใน  
กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการ  
ทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริหารบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	5.505*	2	356.423	.004

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้  
บริการสถานบริหารบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตาม

สถานภาพสมรส โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีค่า Sig. เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 56

ตาราง 56 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยใช้ Dunnett's T3

สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	โสด	สมรส และไม่มีบุตร	สมรส และมีบุตร
		4.63	4.77	4.79
โสด	4.63	-	-.145 (.067)	-.170* (.007)
สมรส และไม่มีบุตร	4.77		-	-.025 (.958)
สมรส และมีบุตร	4.79			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 56 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ พบว่า

ผู้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด กับผู้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างจากผู้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส ใสด มีพฤติกรรมกา  
เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ น้อย  
กว่าผู้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .170

**สมมติฐานที่ 1.4** ผู้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรม  
การเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผู้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกาเลือกใ้  
บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับ  
ได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ  
ระยะเวลาที่ให้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต  
และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้  
ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ผู้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกา  
เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่  
ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ  
ระยะเวลาที่ให้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต  
และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกา  
เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่  
ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ  
ระยะเวลาที่ให้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต  
และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน



**สมมติฐานที่ 1.4.1** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ตาราง 57 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการ ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ (บาท)	1.724	2	397	.180

จาก ตาราง 57 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .180 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุด มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 58 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ F-test

พฤติกรรมกร เลือกใช้บริการ สถานบริบาล ผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดย เฉลี่ยต่อเดือนที่ ยอมรับได้ในการ ใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุ (บาท)	ระหว่างกลุ่ม	2	191617816.4	95808908.20	21.82*	.000*
	ภายในกลุ่ม	397	1743092184	4390660.41		
	รวม	399	1934710000			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติด้วยค่า F-Test พบว่า มี Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ LSD เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 59

ตาราง 59 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยใช้ LSD

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
สูงสุด	$\bar{X}$	16,419.36	17,665.48	19,011.36
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16,419.36	-	-1246.13*	-2592.01*
			(.002)	(.000)
ปริญญาตรี	17,665.48		-	-1345.88*
				(.000)
สูงกว่าปริญญาตรี	19,011.36			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 59 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1,246.13

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2,592.01 บาท

ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี กับผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1,345.88 บาท

**สมมติฐานที่ 1.4.2** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ตาราง 60 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้ บริการ (แห่ง)	4.443*	2	397	.012

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 60 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุด มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 61 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้ บริการ (แห่ง)	1.670	2	74.240	.195

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ .195 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.4.3** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ตาราง 62 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
บริหารบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหารบาลผู้สูงอายุใน  
ปัจจุบัน ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการ สถานบริหารบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levence Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหารบาลผู้สูงอายุ ในปัจจุบัน (เดือน)	6.147*	2	397	.002

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 62 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมกรเลือกใช้  
บริการสถานบริหารบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหาร  
บาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหารบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน พบว่า  
มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติ  
ฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุด มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้าน  
ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหารบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth  
ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 63 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการสถานบริหารบาลผู้สูงอายุใน  
กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหารบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามระดับ  
การศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการสถาน บริหารบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริหาร บาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน (เดือน)	4.430*	2	100.743	.014

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .014 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 64

ตาราง 64 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน โดยใช้ Dunnett's T3

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
สูงสุด	$\bar{X}$	7.807	8.552	12.500
ต่ำกว่าปริญญาตรี	7.807	-	-745 (.980)	-4.694 (.162)
ปริญญาตรี	8.552		-	-3.948* (.013)
สูงกว่าปริญญาตรี	12.500			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 64 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน พบว่า



ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี กับผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.948 เดือน

**สมมติฐานที่ 1.4.4** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ตาราง 65 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	4.708*	2	397	.010

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 65 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .010 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า

ระดับการศึกษาสูงสุด มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 66 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	4.638*	2	113.911	.012

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 67

ตาราง 67 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต โดยใช้ Dunnett's T3

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
สูงสุด	$\bar{X}$	4.29	4.42	4.58
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.29	-	-1.26 (.520)	-2.89* (.031)
ปริญญาตรี	4.42		-	-1.63* (.018)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.58			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 67 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .031 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .289

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี กับผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มี

ระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการ ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .163

**สมมติฐานที่ 1.4.5** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ตาราง 68 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	4.708*	2	397	.018

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 68 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .018 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ระดับการศึกษาสูงสุด มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 69 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน พยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	3.568*	2	93.188	.032

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 69 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีค่า Sig. เท่ากับ .032 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 55

ตาราง 70 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยใช้ Dunnett's T3

ระดับการศึกษา		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
สูงสุด	$\bar{X}$	4.52	4.74	4.77
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.52	-	-0.221 (.078)	-0.257* (.045)
ปริญญาตรี	4.74		-	-0.036 (.874)
สูงกว่าปริญญาตรี	4.77			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 70 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .045 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .275

**สมมติฐานที่ 1.5** ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ใน

การใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.5.1** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ตาราง 71 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการ ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ (บาท)	8.301*	3	396	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 71 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแปรปรวนแตกต่างกันใน ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้วิจัยจึง ใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 72 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ใน การให้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ (บาท)	124.871*	3	232.649	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 72 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธี



ทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 58

ตาราง 73 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยใช้ Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		15,000 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	สูงกว่า 60,000 บาท
	$\bar{X}$	15842.71	16516.39	17893.62	20262.63
15,000 – 30,000 บาท	15,842.71	-	-674.29* (.032)	-2051.51* (.000)	-4420.52* (.000)
30,001 – 45,000 บาท	16,516.39		-	-1377.224* (.000)	-3746.23* (.000)
45,001 – 60,000 บาท	17,893.62			-	-2369.01* (.000)
สูงกว่า 60,000 บาท	20,262.63				-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 73 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท กับผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .032 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 –





ตาราง 74 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน  
 บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของ  
 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levence Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้ บริการ (แห่ง)	4.331*	3	396	.005

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 74 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการ  
 สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ  
 ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ พบว่า มีค่า Sig.  
 เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ )  
 หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านจำนวนของสถานบริการ  
 ผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 75 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน  
 กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ  
 เดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมกรเลือกใช้บริการสถาน บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้ บริการ (แห่ง)	1.842	3	230.245	.140

จากตาราง 75 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ มีค่า Sig. เท่ากับ .140 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.5.3** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ตาราง 76 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ในปัจจุบัน (เดือน)	1.091	3	396	.353

จาก ตาราง 76 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .353 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันในด้าน

ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 77 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ F-test

พฤติกรรมกรเลือกใ้ บริการสถานบริการ ผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการ ของสถานบริการผู้สูงอายุใน ปัจจุบัน (เดือน)	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	3 396 399	758.078 39648.360 40406.438	252.693 100.122	2.524	.057

จากตาราง 77 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใ้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติด้วยค่า F-Test พบว่า มี Sig. เท่ากับ .057 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.5.4** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ตาราง 78 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	3.037*	3	396	.029

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 78 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .029 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 79 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	14.325*	3	201.279	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 79 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 80



ตาราง 80 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต โดยใช้ Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		15,000 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	สูงกว่า 60,000 บาท
$\bar{x}$		4.13	4.28	4.50	4.69
15,000 – 30,000 บาท	4.13	-	.147	-.365*	-.555*
			(.725)	(.011)	(.000)
30,001 – 45,000 บาท	4.28		-	-.218*	-.408*
				(.010)	(.000)
45,001 – 60,000 บาท	4.50			-	-.190*
					(.024)
สูงกว่า 60,000 บาท	4.69				-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 80 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท กับผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .011 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .365



จากผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการสุขภาพผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 60,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .190

**สมมติฐานที่ 1.5.5** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการสุขภาพผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ตาราง 81 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการสุขภาพผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ สถานบริการสุขภาพผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	15.324*	3	396	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 81 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการสุขภาพผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 82 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	7.462*	3	126.016	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 82 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 83

ตาราง 83 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยใช้ Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		15,000 – 30,000 บาท	30,001 – 45,000 บาท	45,001 – 60,000 บาท	สูงกว่า 60,000 บาท
$\bar{x}$		4.37	4.72	4.77	4.82
15,000 – 30,000 บาท	4.37	-	.353*	-.398*	-.450*
			(.025)	(.007)	(.002)
30,001 – 45,000 บาท	4.72		-	-.045	-.097
				(.962)	(.444)
45,001 – 60,000 บาท	4.77			-	-.052
					(.903)
สูงกว่า 60,000 บาท	4.82				-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 83 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท กับผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มากกว่าผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .353

ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท กับผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .05

หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .398

ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท กับผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า60,000 บาท พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างจากผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า60,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า60,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .450

**สมมติฐานที่ 1.6** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้

บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.6.1** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ตาราง 84 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levence Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการ ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ (บาท)	3.939*	3	396	.009

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 84 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .009 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แต่ละอาชีพ มีความแปรปรวนแตกต่างกันใน ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 85 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ (บาท)	29.456*	3	362.647	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 85 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 86



ตาราง 86 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน กับพฤติกรรมกา  
เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับ  
ได้ในกาใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยใช้ Dunnett's T3

อาชีพ	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย	
	$\bar{X}$	18,984.62	17,470.20	17,714.29	16,326.53
เจ้าของ กิจการ	18,984.62	-	1514.42*	1270.33*	2658.09*
พนักงาน บริษัท เอกชน	17,470.20	-	(.000)	(.000)	(.000)
ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	17,714.29	-	-	-244.09	1143.67*
รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย	16,326.53	-	-	(.907)	(.000)

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 86 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มี  
อาชีพแตกต่างกัน กับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน  
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในกาใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ กับผู้ให้บริการที่มีอาชีพ พนักงาน  
บริษัทเอกชน พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ  
เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน



นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ มากกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1,143.67 บาท

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ มากกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1,387.76 บาท

**สมมติฐานที่ 1.6.2** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ตาราง 87 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้ บริการ (แห่ง)	1.008	3	396	.389

จาก ตาราง 87 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .389 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า แต่ละอาชีพ มีความแปรปรวนไม่แตกต่างกันในด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ F-Test ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 88 ผลวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ F-test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ (แห่ง)	ระหว่างกลุ่ม	3	.617	.206	.501	.682
	ภายในกลุ่ม	396	162.660	.411		
	รวม	399	163.277			

จากตาราง 88 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติด้วยค่า F-Test พบว่า มี Sig. เท่ากับ .682 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.6.3** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ตาราง 89 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ในปัจจุบัน (เดือน)	12.530*	3	396	.000

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 89 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน** พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า แต่ละอาชีพ มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 90 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาล ผู้สูงอายุในปัจจุบัน (เดือน)	4.534*	3	144.855	.005

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 90 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน มีค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 91

ตาราง 91 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน กับพฤติกรรมกา  
เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถาน  
บริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน โดยใช้ Dunnett's T3

อาชีพ	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย	
	$\bar{X}$	10.362	7.603	8.000	14.082
เจ้าของกิจการ	10.362	-	2.759*	2.362	-3.720
			(.038)	(.563)	(.5.30)
พนักงานบริษัท เอกชน	7.603	-	-	-397	-6.479*
				(1.000)	(.038)
ข้าราชการ / พนักงานรัฐ /พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8.000			-	-6.082
					(.116)
รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย	14.082				-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 91 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มี  
อาชีพแตกต่างกัน กับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน  
ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ กับผู้ให้บริการที่มีอาชีพ พนักงาน  
บริษัทเอกชน พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ  
เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน  
ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพ  
พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ  
เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน  
ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน มากกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพ พนักงาน  
บริษัทเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.759 เดือน

ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน กับผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .038 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน แตกต่างจาก ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุใน ปัจจุบัน น้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย โดยมีผลต่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.479 เดือน

**สมมติฐานที่ 1.6.4** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้ บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ตาราง 92 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levence Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	2.640*	3	396	.049

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 92 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้ บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test



**ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .049 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แต่ละอาชีพ มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 93 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	6.446*	3	236.875	.000

จากตาราง 93 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปทำการเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เพื่อเป็นการหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามตาราง 94

ตาราง 94 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน กับพฤติกรรมกา  
เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต  
โดยใช้ Dunnett's T3

อาชีพ	เจ้าของ กิจการ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	รับจ้าง / Freelance และอื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย
	$\bar{X}$ 4.59	4.30	4.50	4.39
เจ้าของกิจการ	4.59	- .288* (.000)	.092 (.762)	.205 (.246)
พนักงานบริษัท เอกชน	4.30	-	-.195 (.073)	-.083 (.961)
ข้าราชการ / พนักงานรัฐ /พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.50		-	.112 (.885)
รับจ้าง / Freelance และอื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย	4.39			-

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 94 การเปรียบเทียบรายคู่ของผู้ใช้บริการที่มี  
อาชีพแตกต่างกัน กับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน  
แนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต พบว่า

ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ กับผู้ให้บริการที่มีอาชีพ พนักงาน  
บริษัทเอกชน พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ  
เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน  
แนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างจากผู้ให้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อย่าง  
มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมกา  
เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต  
มากกว่าผู้ให้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .288

**สมมติฐานที่ 1.6.5** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ตาราง 95 การทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	6.030*	3	396	.001

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จาก ตาราง 95 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ของแต่ละอาชีพ โดยใช้สถิติ Levene's test พบว่า

**ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ** พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แต่ละอาชีพ มีความแปรปรวนแตกต่างกันในด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สถิติ Brown-Forsyth ในการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 96 แสดงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	Brown-Forsythe Test			
	Statistic	df1	df2	Sig.
ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ	1.381	3	255.408	.249

จากตาราง 96 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จำแนกตามอาชีพ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Brown-Forsythe พบว่า ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีค่า Sig. เท่ากับ .249 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

## สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 2.1** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

$H_1$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$X_1$  = ด้านผลิตภัณฑ์

$X_2$  = ด้านราคา

$X_3$  = ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

$X_4$  = ด้านการส่งเสริมการตลาด

$X_5$  = ด้านบุคลากร

$X_6$  = ด้านลักษณะทางกายภาพ

$X_7$  = ด้านกระบวนการ

$Y_1$  = ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ

สถานบริการผู้สูงอายุ

ตาราง 97 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	76997161.32	7	10999594.47	2.321*	.025
Residual	1857712893	392	4739063.36		
Total	1934710000	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 97 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า Sig. เท่ากับ .025 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นได้ ดังตาราง 98

ตาราง 98 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ตัวแปร	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	16492.813	1431.185	11.524*	.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (X <sub>1</sub> )	1169.409	363.461	3.217*	.001
ด้านราคา (X <sub>2</sub> )	-320.635	288.942	-1.110	.268
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X <sub>3</sub> )	-270.072	391.591	-.690	.491
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X <sub>4</sub> )	487.235	314.494	1.549	.122
ด้านบุคลากร (X <sub>5</sub> )	292.898	463.659	.632	.528
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X <sub>6</sub> )	-383.191	504.365	-.760	.448
ด้านกระบวนการ (X <sub>7</sub> )	-684.680	353.108	-1.939	.053
r = .199	Adjusted R <sup>2</sup> = .023			
R <sup>2</sup> = .040	SE = 2176.939			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 98 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ได้ร้อยละ 2.3 (Adjusted R<sup>2</sup> = .023)

ผู้วิจัยจึงได้ทำการนำค่าสัมประสิทธิ์ของด้านที่สามารถร่วมทำนายได้ มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ดังต่อไปนี้

$$y_1 = 16492.813^* + 1169.409x_1^*$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์( $x_1$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 1169.490 หน่วย ซึ่งหมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ (บาท/เดือน) ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากผู้ให้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ เพิ่มขึ้น 1169.409 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ( $y_1$ ) มี 6 ตัวแปร ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา( $x_2$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย( $x_3$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด( $x_4$ ) ด้านบุคลากร( $x_5$ ) ด้านลักษณะทางกายภาพ( $x_6$ ) และ ด้านกระบวนการ( $x_7$ ) ซึ่งไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ( $y_1$ )

**สมมติฐานที่ 2.2** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

$H_1$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$X_1$  = ด้านผลิตภัณฑ์

$X_2$  = ด้านราคา

$X_3$  = ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

$X_4$  = ด้านการส่งเสริมการตลาด

$X_5$  = ด้านบุคลากร

$X_6$  = ด้านลักษณะทางกายภาพ

$X_7$  = ด้านกระบวนการ

$Y_1$  = ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

ตาราง 99 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	3.891	7	.556	1.367	.218
Residual	159.387	392	.407		
Total	163.278	399			

จากตาราง 99 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า Sig. เท่ากับ .218 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการ



ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2.3** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน

$H_1$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน

กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$X_1$  = ด้านผลิตภัณฑ์

$X_2$  = ด้านราคา

$X_3$  = ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

$X_4$  = ด้านการส่งเสริมการตลาด

$X_5$  = ด้านบุคลากร

$X_6$  = ด้านลักษณะทางกายภาพ

$X_7$  = ด้านกระบวนการ

$Y_1$  = ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน

ตาราง 10 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุใน  
 ปัจจุบัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	986.380	7	140.911	1.401	.203
Residual	39420.057	392	100.561		
Total	40406.438	399			

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการ  
 เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า Sig.  
 เท่ากับ .203 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง  
 ( $H_1$ ) หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใ้  
 บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใ้  
 บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2.4** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ  
 เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ  
 สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ซึ่งสามารถ  
 เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใ้  
 บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

$H_1$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ  
 สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$$X_1 = \text{ด้านผลิตภัณฑ์}$$

- $X_2$  = ด้านราคา  
 $X_3$  = ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
 $X_4$  = ด้านการส่งเสริมการตลาด  
 $X_5$  = ด้านบุคลากร  
 $X_6$  = ด้านลักษณะทางกายภาพ  
 $X_7$  = ด้านกระบวนการ  
 $Y_1$  = ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

ตาราง 101 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	8.831	7	1.262	4.126*	.000
Residual	119.846	392	.306		
Total	128.677	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 101 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการ  
 เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต  
 มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ  
 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ส่วนประสมทาง  
 การตลาดบริการ อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาล  
 ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
 ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นได้ ดังตาราง 102

ตาราง 102 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter

ตัวแปร	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	3.047	.364	8.383*	.000
ด้านผลิตภัณฑ์ (X <sub>1</sub> )	.217	.092	2.348*	.019
ด้านราคา (X <sub>2</sub> )	.075	.073	1.020	.308
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X <sub>3</sub> )	-.274	.099	-2.754*	.006
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X <sub>4</sub> )	.166	.080	2.082*	.038
ด้านบุคลากร (X <sub>5</sub> )	.047	.118	.399	.690
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X <sub>6</sub> )	.051	.128	.397	.691
ด้านกระบวนการ (X <sub>7</sub> )	.019	.090	.216	.829
r = .262	Adjusted R <sup>2</sup> = .052			
R <sup>2</sup> = .069	SE = .553			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 103 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ได้ร้อยละ 5.2 (Adjusted R<sup>2</sup> = .052)

ผู้วิจัยจึงได้ทำการนำค่าสัมประสิทธิ์ของด้านที่สามารถร่วมทำนายได้ มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ดังต่อไปนี้

$$y_1 = 3.047* + .217x_1* - .274x_3* + .166x_4*$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์( $x_1$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย( $x_3$ ) และด้านการส่งเสริมการตลาด( $x_4$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .217, - .274 และ .166 หน่วยตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

#### ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวก

หากผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลทำให้แนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต เพิ่มขึ้น .217 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

หากผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้แนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต เพิ่มขึ้น .166 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

#### ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบ

หากผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้แนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ลดลง .274 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต( $y_1$ ) มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา( $x_2$ ) ด้านบุคลากร( $x_5$ ) ด้านลักษณะทางกายภาพ( $x_6$ ) และด้านกระบวนการ( $x_7$ ) ซึ่งไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต( $y_1$ )

**สมมติฐานที่ 2.5** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

$H_1$  : ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$X_1$  = ด้านผลิตภัณฑ์

$X_2$  = ด้านราคา

$X_3$  = ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

$X_4$  = ด้านการส่งเสริมการตลาด

$X_5$  = ด้านบุคลากร

$X_6$  = ด้านลักษณะทางกายภาพ

$X_7$  = ด้านกระบวนการ

$Y_1$  = ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

ตาราง 103 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	6.095	7	.871	4.102*	.000
Residual	83.203	392	.212		
Total	89.298	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 103 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นได้ ดังตาราง 104

ตาราง 104 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ตัวแปร	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	3.630	.303	11.985*	.000
ด้านผลิตภัณฑ์ ( $X_1$ )	.151	.077	1.959	.051
ด้านราคา ( $X_2$ )	-.148	.061	-2.424*	.016
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $X_3$ )	.005	.083	.066	.948
ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $X_4$ )	.114	.067	1.717	.087
ด้านบุคลากร ( $X_5$ )	.250	.098	2.546*	.011
ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $X_6$ )	-.131	.107	-1.223	.222
ด้านกระบวนการ ( $X_7$ )	-.006	.075	-.084	.933
$r = .261$	Adjusted $R^2 = .052$			
$R^2 = .068$	SE = .461			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 104 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา และ ด้านบุคลากร สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ได้ร้อยละ 5.2 (Adjusted  $R^2 = .052$ )

ผู้วิจัยจึงได้ทำการนำค่าสัมประสิทธิ์ของด้านที่สามารถร่วมทำนายได้ มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ดังต่อไปนี้

$$y_1 = 3.630^* - .148x_2^* + .250x_5^*$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา( $x_2$ ) และ ด้านบุคลากร( $x_5$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -.148 และ .250 หน่วย ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา และ ด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวก

หากผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากรเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ เพิ่มขึ้น .250 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบ

หากผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ลดลง .148 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ( $y_1$ ) มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์( $x_1$ ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย( $x_3$ ) ด้านการส่งเสริมการตลาด( $x_4$ ) ด้านลักษณะทางกายภาพ( $x_6$ ) และ ด้านกระบวนการ( $x_7$ ) ซึ่งไม่ได้เป็นตัวกำหนด



พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/  
บอกต่อ( $y_1$ )

### สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 3.1** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อ  
พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ  
เดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้  
บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ใน  
การให้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม  
กรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่  
ยอมรับได้ในการให้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

$H_1$  : คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม  
กรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับ  
ได้ในการให้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$X_1$  = ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

$X_2$  = ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

$X_3$  = ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ

$X_4$  = ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ

$X_5$  = ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ

$y_1$  = ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ

สถานบริบาลผู้สูงอายุ

ตาราง 105 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ  
 สถานบริบาลผู้สูงอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	265529579	5	53105915.80	12.535*	.000
Residual	1669180421	394	4236498.53		
Total	1934710000	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 105 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการ  
 เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับ  
 ได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า  
 Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และรับยอมรับสมมติ  
 ฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ด้าน มี  
 อิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่าย  
 โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
 ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นได้ ดังตาราง 106

ตาราง 106 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ตัวแปร	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	18321.362	1244.109	14.726*	.000
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ( X <sub>1</sub> )	-181.919	368.783	-.493	.622
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้( X <sub>2</sub> )	295.850	365.665	.809	.419
ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ( X <sub>3</sub> )	1550.736	409.455	3.787*	.000
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ( X <sub>4</sub> )	-2968.095	401.630	-7.390*	.000
ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ( X <sub>5</sub> )	1245.000	325.791	3.821*	.000
r = .370	Adjusted R <sup>2</sup> = .126			
R <sup>2</sup> = .137	SE = 2058.276			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 106 ผลการวิเคราะห์ พบว่า คุณภาพบริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ และ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ได้ร้อยละ 12.6 (Adjusted R<sup>2</sup> = .126)

ผู้วิจัยจึงได้ทำการนำค่าสัมประสิทธิ์ของด้านที่สามารถร่วมทำนายได้ มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ดังต่อไปนี้

$$y_1 = 18321.362^* + 1550.736x_3^* - 2968.095x_4^* + 1245.000x_5^*$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาล

ผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ( $x_3$ ) ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ( $x_4$ ) และ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ( $x_5$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 1550.736 , -2968.095 และ 1245.000 หน่วย ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ และ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

#### ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวก

หากผู้ให้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมมีการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ จากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ เพิ่มขึ้น 1550.736 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

หากผู้ให้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมมีการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ จากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ เพิ่มขึ้น 1245.000 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

#### ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบ

หากผู้ให้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมมีการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ จากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ลดลง 2968.095 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมีการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถาน

บริบาลผู้สูงอายุ( $y_1$ ) มี 2 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ( $x_1$ ) และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้( $x_2$ ) ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ( $y_1$ )

**สมมติฐานที่ 3.2** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

$H_1$  : คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$X_1$  = ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

$X_2$  = ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

$X_3$  = ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ

$X_4$  = ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ

$X_5$  = ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ

$Y_1$  = ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

ตาราง 107 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	13.386	5	2.677	7.037*	.000
Residual	149.892	394	.380		
Total	163.278	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 107 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการ  
 เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่  
 เคยใช้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อย  
 กว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า  
 คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้  
 บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้  
 บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นได้ ดัง  
 ตาราง 108

ตาราง 108 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ตัวแปร	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	2.373	.373	6.364*	.000
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ( X <sub>1</sub> )	-.355	.111	-3.210*	.001
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้( X <sub>2</sub> )	.562	.110	5.126*	.000
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ( X <sub>3</sub> )	-.192	.123	-1.563	.119
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ( X <sub>4</sub> )	.024	.120	.199	.842
ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ( X <sub>5</sub> )	-.238	.098	-2.442	.015
r = .286	Adjusted R <sup>2</sup> = .070			
R <sup>2</sup> = .082	SE = .617			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 108 ผลการวิเคราะห์ พบว่า คุณภาพบริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ได้ร้อยละ 7.0 (Adjusted R<sup>2</sup> = .070)

ผู้วิจัยจึงได้ทำการนำค่าสัมประสิทธิ์ของด้านที่สามารถร่วมทำนายได้ มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ดังต่อไปนี้

$$y_1 = 2.373^* - .355x_1^* + .562x_2^*$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ(x<sub>1</sub>)

และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้( $x_2$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ  $-0.355$  และ  $0.562$  หน่วยตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

**ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวก**

หากผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้จำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ เพิ่มขึ้น  $0.562$  หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

**ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบ**

หากผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ จากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้จำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ลดลง  $0.355$  หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

**ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร** ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ( $y_1$ ) มี 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ( $x_3$ ) ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ( $x_4$ ) และด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ( $x_5$ ) ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ( $y_1$ )

**สมมติฐานที่ 3.3** คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน

คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้



$H_0$  : คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน

$H_1$  : คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน

กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$X_1$  = ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

$X_2$  = ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

$X_3$  = ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ

$X_4$  = ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ

$X_5$  = ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ

$Y_1$  = ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน

ตาราง 109 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	424.743	5	84.949	.837	.524
Residual	39981.694	394	101.476		
Total	40406.438	399			

จากตาราง 109 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า Sig. เท่ากับ .524 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ

เลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.4** คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

$H_1$  : คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

กำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$X_1$  = ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

$X_2$  = ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

$X_3$  = ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ

$X_4$  = ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ

$X_5$  = ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ

$Y_1$  = ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

ตาราง 110 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน  
 บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	5.409	5	1.082	3.458*	.005
Residual	123.269	394	.313		
Total	128.677	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 110 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการ  
 เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต  
 มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ  
 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า คุณภาพบริการของ  
 สถานบริบาลผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาล  
 ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
 ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นได้ ดังตาราง 111

ตาราง 111 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter

ตัวแปร	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	3.626	.338	10.725*	.000
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ( X <sub>1</sub> )	-.127	.100	-1.266	.206
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้( X <sub>2</sub> )	.172	.099	1.726	.085
ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ( X <sub>3</sub> )	.037	.111	.331	.741
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ( X <sub>4</sub> )	.108	.109	.988	.324
ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ( X <sub>5</sub> )	-.010	.089	-.116	.907
r = .205	Adjusted R <sup>2</sup> = .030			
R <sup>2</sup> = .042	SE = .559			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 111 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ไม่มีตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้ บริการในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 โดยพบว่าตัวแปรแต่ละด้านนั้น มีค่า Sig. มากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน บริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ซึ่งไม่สอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.5** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ อิทธิพลต่อ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/ บอกรต่อ

คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกรต่อ ซึ่งสามารถ เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังต่อไปนี้

$H_0$  : คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

$H_1$  : คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อกำหนดตัวแปรดังต่อไปนี้

$X_1$  = ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

$X_2$  = ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

$X_3$  = ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ

$X_4$  = ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ

$X_5$  = ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ

$Y_1$  = ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

ตาราง 112 แสดงการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
Regression	6.808	5	1.362	6.503*	.000
Residual	82.490	394	.209		
Total	89.298	399			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 112 ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ มีค่า Sig. เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ด้าน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นได้ ดังตาราง 113

ตาราง 113 แสดงการวิเคราะห์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ตัวแปร	B	SE	t	Sig.
ค่าคงที่(Constant)	3.433	.277	12.414*	.000
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ( X <sub>1</sub> )	.015	.082	.182	.856
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้( X <sub>2</sub> )	.068	.081	.842	.400
ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ( X <sub>3</sub> )	.058	.091	.632	.528
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ( X <sub>4</sub> )	-.027	.089	-.301	.763
ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ( X <sub>5</sub> )	.166	.072	2.288*	.023
r = .276	Adjusted R <sup>2</sup> = .065			
R <sup>2</sup> = .076	SE = .458			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 113 ผลการวิเคราะห์ พบว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ได้ร้อยละ 6.5 (Adjusted R<sup>2</sup> = .065)

ผู้วิจัยจึงได้ทำการนำค่าสัมประสิทธิ์ของด้านที่สามารถรวมทำนายได้ มาเขียนเป็นสมการพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ดังต่อไปนี้

$$y_1 = 3.433^* + .166x_5^*$$

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ( $x_5$ ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .166 หมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

หากผู้ให้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จากคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้แนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ เพิ่มขึ้น .166 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุด้านอื่น ๆ มีค่าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง

ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ( $y_1$ ) มี 4 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ( $x_1$ ) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้( $x_2$ ) ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ( $x_3$ ) และ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ( $x_4$ ) ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ( $y_1$ )

## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 114 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ข้อมูลส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริการสถานบริบาล ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร	พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร				
	ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ สถานบริบาลผู้สูงอายุ	ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่ เคยใช้บริการ	ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถาน บริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน	ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ
เพศ	X	✓	X	X	X
อายุ	✓	X	X	✓	✓
สถานภาพสมรส	✓	X	X	✓	✓
ระดับการศึกษาสูงสุด	✓	X	✓	✓	✓
รายได้ต่อเดือน	✓	X	X	✓	✓
อาชีพ	✓	X	✓	✓	X

หมายเหตุ

เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน ( $H_1$ )

เครื่องหมาย X หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน ( $H_0$ )



ตาราง 115 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ	พฤติกรรมการใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร				
	ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุ	ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่ เคยใช้บริการ	ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถาน บริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน	ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	ด้านแนวโน้มการแนะนำบอกต่อ
ด้านผลิตภัณฑ์	✓	×	×	✓	×
ด้านราคา	×	×	×	×	✓
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	×	×	×	✓	×
ด้านการส่งเสริมการตลาด	×	×	×	✓	×
ด้านบุคลากร	×	×	×	×	✓
ด้านลักษณะทางกายภาพ	×	×	×	×	×
ด้านกระบวนการ	×	×	×	×	×
Adjusted R <sup>2</sup>	.023	.006	.007	.052	.052

หมายเหตุ

เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน (H<sub>1</sub>)

เครื่องหมาย × หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน (H<sub>0</sub>)

ตาราง 116 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

คุณภาพบริการ ของสถานบริการผู้สูงอายุ	พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร				
	ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ที่ยอมรับได้ในการใช้บริการ สถานบริการผู้สูงอายุ	ด้านจำนวนของสถานบริการ ผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ	ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของ สถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน	ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต	ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	X	✓	X	X	X
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	X	✓	X	X	X
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ	✓	X	X	X	X
ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ	✓	X	X	X	X
ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจใน ผู้ใช้บริการ	✓	X	X	X	✓
Adjusted R <sup>2</sup>	.126	.070	-.002	.030	.065

หมายเหตุ

เครื่องหมาย ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน (H<sub>1</sub>)

เครื่องหมาย X หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน (H<sub>0</sub>)

## 2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

### การจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ

การศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพครั้งนี้มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์ที่มีเนื้อหาอ้างอิงจากวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยเป็นการพูดคุยถามตอบคำถามในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสถานบริบาลผู้สูงอายุ โดยแบ่งออกเป็นหัวข้อใหญ่ 5 หัวข้อ ซึ่งคำถามในแต่ละหัวข้อจะเป็นคำถามแบบกว้าง ๆ เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นและมีความเป็นอิสระในการถามตอบกับผู้ประกอบการ โดยมีหัวข้อใหญ่ทั้ง 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

#### 1. ด้านการวางแผน

ในส่วนของการวางแผนทางผู้วิจัยได้สอบถามถึงวิธีวางแผนในการดำเนินกิจการอย่างไร มีวิธีบริหารจัดการอย่างไรบ้าง และในส่วนของการคัดเลือกเจ้าหน้าที่หรือพนักงานนั้นมีการคัดเลือกอย่างไร โดยหลังจากได้ทำการพูดคุยพบได้ว่า การวางแผนในส่วนของการดำเนินกิจการสถานบริบาลผู้สูงอายุนั้นไม่ได้ต่างออกไปจากบริษัททั่วไปเท่าไรนัก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการจัดการบัญชี หรือจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ เตรียมการในส่วนของการทำการตลาดเพื่อให้เกิดการตระหนักถึงการมีอยู่ และประสานงานกับหน่วยงานที่เป็นพันธมิตร เพื่อที่จะขอความช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกในกรณีต่าง ๆ ให้พร้อมมากที่สุด ในส่วนการบริหารจัดการ จะคัดสรรคนผู้ที่มีความชำนาญด้านการดูแลผู้ป่วยผู้สูงอายุ ที่มีทั้งคุณวุฒิและวัยวุฒิเพื่อที่จะมาทำงานในส่วนนี้ และสามารถตรวจความเรียบร้อยของผู้ป่วยผู้สูงอายุแทนผู้บริหารได้ เมื่อได้ทำการพูดคุยสอบถามในส่วนนี้พบว่าส่วนที่เป็นสิ่งสำคัญ ที่ผู้ประกอบการสถานบริบาลผู้สูงอายุแต่ละท่าน เน้นเป็นอย่างยิ่งคือเรื่องของการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในสถานบริบาลผู้สูงอายุ เพราะผู้ที่ถูกคัดเลือกเข้ามาทำงานเป็นเจ้าหน้าที่ที่คอยดูแลบริบาลผู้สูงอายุภายในสถานบริบาลผู้สูงอายุนั้นจะเป็นหนึ่งในหัวใจสำคัญที่จะทำให้กิจการขับเคลื่อนต่อไปได้ โดยในส่วนของ การคัดเลือกบุคลากรนั้นสำหรับสถานบริบาลหลาย ๆ แห่งเองนั้นก็ได้มีการร่วมมือกันกับโรงเรียนสอนการบริบาลต่าง ๆ ในการแนะนำ ฝึกอบรม หรือแม้แต่คัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาทำงานในสถานบริบาลผู้สูงอายุต่อไป

“เราเน้นไปที่การจัดสรรบุคลากรให้ตรงกับความสามารถของแต่ละบุคคล การคัดเลือกเจ้าหน้าที่หรือพนักงานจะต้องดูว่ามีความสามารถถึงระดับที่เราต้องการไหม มีความรู้ในส่วนของการดูแลการบริหารดูแลไหน และที่สำคัญต้องมีใจรักในวิชาชีพเพราะแม้ว่าจะไม่มีประสบการณ์ หากมีใจรักก็สามารถที่จะเรียนรู้และฝึกฝนได้”

ผู้ประกอบการ สถานะบริหาร 2

“แต่ที่เราเน้นและให้ความสำคัญคือการจัดการในส่วนของการคัดเลือกพนักงาน ซึ่งอันดับแรกพนักงานต้องเป็นคนที่มีความรักในงานบริหาร ต้องเข้าใจและเรียนรู้ในผู้สูงวัยที่ต้องการความใส่ใจและช่วยเหลือทั้งด้านร่างกาย และจิตใจ และจะต้องสามารถยอมรับกับอารมณ์ของผู้สูงวัยได้”

ผู้ประกอบการ สถานะบริหาร 4

“เจ้าหน้าที่หรือพนักงานดูแลผู้สูงอายุเราสามารถคัดเลือกจากโรงเรียนบริหารที่สอนหลักสูตรการดูแลผู้ป่วยผู้สูงอายุ และผู้ที่สนใจโดยเราจะมีการฝึกอบรมมาให้ โดยเป็นไปตามนโยบายของทางเรา”

ผู้ประกอบการ สถานะบริหาร 5

“จะเลือกจากคนที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการด้านอนามัย การบริหาร มีจิตใจดี มีความสุขุมและจัดการอารมณ์ตนเองได้ดี”

ผู้ประกอบการ สถานะบริหาร 7

ทั้งนี้รูปแบบหรือคุณสมบัติที่ใช้ในการคัดเลือกบุคลากรนั้นก็ก็จะมีความแตกต่างกันออกไปตามแต่ความคิดเห็น หรือแนวทางของทางผู้ประกอบการแต่ละท่านเช่นกัน

## 2. ด้านการจัดการองค์การ

ในส่วนของการจัดการองค์การทางผู้วิจัยได้สอบถามถึงวิธีหรือรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้นำมาใช้ในการบริหารธุรกิจสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นการจัดการในส่วนของการโครงสร้างว่ามีการวางพื้นฐานไว้อย่างไร มีการกำหนดหน้าที่ หรือกำหนดในเรื่องของอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ไว้ในรูปแบบไหน โดยหลังจากได้ทำการพูดคุยพบได้ว่า ในส่วนของการวางโครงสร้างนั้นอาจจะยัง

ไม่ได้มีความชัดเจนหรือเป็นมาตรฐานเดียวกันมากนัก บ้างก็มีการบริหารงานในแบบของธุรกิจครอบครัวซึ่งไม่ได้มีโครงสร้างที่ชัดเจนมากนัก แต่สำหรับบางแห่งเองนั้นก็ได้มีการจัดการในส่วน of โครงสร้างใกล้เคียงกับองค์กรต่าง ๆ ทั่วไป แต่มีลำดับชั้นตำแหน่งไม่มากเท่าบริษัทส่วนใหญ่ แต่ก็จะมีการจัดให้มีผู้อำนวยการของแต่ละแผนก ที่จะสามารถตัดสินใจ และจะสามารถคอยแก้ปัญหาต่าง ๆ เบื้องหน้า ไม่ว่าจะเป็นการบริหารผู้ช่วยผู้สูงอายุ การโภชนาการ หรือด้านความสะดวก ในเรื่องของอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ มีการวางแผนและกำหนดให้พนักงานแต่ละตำแหน่งมีรายละเอียดการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมผู้ปฏิบัติงานทั้งในส่วนหน้าที่โดยตรง และอบรมให้มีธรรมชาติ มีจริยธรรมในการทำงาน และการดูแลบริหารผู้สูงอายุ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของเจ้าหน้าที่ หรือพนักงานที่ให้การดูแลบริหารผู้สูงอายุ ตลอดจนไปจนถึงด้านการจัดการในเรื่องของสถานที่ ภายในให้น่าอยู่ มีความปลอดภัย เหมาะแก่ผู้สูงอายุ อายุที่เข้ามารักษาการดูแลบริหารภายในสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

เรื่องของการกำหนดหน้าที่ หรือแม้กระทั่งข้อกำหนดในเรื่องของอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ นั้น จากการพูดคุยสอบถามจึงพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้มีการจัดการในส่วนนี้ค่อนข้างคล้ายคลึง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นส่วนของการจัดการให้มีผู้รับผิดชอบเป็นลำดับชั้นไป โดยจะมีการกำหนดให้พนักงานแต่ละตำแหน่งมีรายละเอียดการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน มีการร่วมประชุมกับทางผู้จัดการ หรือหัวหน้างานเพื่อแจ้งนโยบายให้กับผู้จัดการให้บริหารจัดการในแต่ละส่วนงานให้เป็นไปตามนโยบายที่กำหนด และมีการจัดประชุมรวม เพื่อรับทราบถึงปัญหา หรือสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถแนะนำ หรือหารือในส่วนของแนวทางการแก้ไข ในปัญหาที่เกิดขึ้น ต่อไปนี้ในเรื่องของอุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ จะต้องมีการใช้งาน และจัดเก็บให้เป็นหมวดหมู่มีห้องเก็บสต็อกของแยกส่วนไว้อย่างชัดเจนเพื่อความสะดวกและเป็นระเบียบ อีกทั้งจะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการดูแลรักษาให้อยู่ในสภาพที่สะอาดและพร้อมใช้งาน และมีการเตรียมการในส่วนของการจัดสรรอุปกรณ์ทางการแพทย์ให้เพียงพอต่อการดูแลอย่างดีที่สุดเพื่อให้พร้อมต่อการใช้งานอยู่เสมอ

“ของเราจะเป็นการบริหารงานแบบครอบครัวแต่อยู่ใต้ระบบและเคารพกฎเกณฑ์ เรา มีการแยกแผนกทำความสะอาดและเก็บรักษาดูแลอุปกรณ์เครื่องใช้ซึ่งจะแยกเป็นสัดส่วนอย่างชัดเจนเพื่อให้ง่ายต่อการทำงาน และมีการเขียนข้อมูลรายละเอียด และวิธีการอย่างชัดเจนเพื่อให้ทุกคนได้ปฏิบัติตามเหมือนกันหมด”

ผู้ประกอบการ สถานบริการ 3

“เราจะต้องจัดการในเรื่องของสถานที่ให้น่าอยู่ มีความปลอดภัย เหมาะแก่ผู้ป่วย และผู้สูงอายุ ให้มากที่สุด ในด้านของอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการใช้งานและจัดเก็บให้เป็นหมวดหมู่มีห้องเก็บสต็อกของแยกส่วนไว้อย่างชัดเจน และต้องทำการระบุน้ำที่บุคคลที่รับผิดชอบต่อสิ่งของ อุปกรณ์ และอาคาร อย่างเป็นระบบ”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 4

“จะต้องมีการประชุมงานพร้อมเปิดรับฟังความเห็นของพนักงาน เพื่อรับรู้ปัญหาและนำไปปรับปรุงให้เกิดความเหมาะสมต่อการให้บริการ”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 6

“ต้องมุ่งเน้นในการดูแลรักษาความปลอดภัยของผู้สูงอายุที่เข้ามารับการดูแลบริบาล ควบคู่ไปกับการดูแลเรื่องสภาพจิตใจและร่างกายไปพร้อม ๆ กัน”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 7

ทั้งนี้รูปแบบหรือวิธีการในการจัดการต่าง ๆ นั้นจะมีความแตกต่างกันออกไปตามแต่วัฒนธรรม หรือกระทั่งแนวทาง และความคิดเห็นของทางผู้ประกอบการแต่ละท่านได้เช่นกัน

### 3. ด้านการสั่งการ

ในส่วนของการสั่งการทางผู้วิจัยได้สอบถามถึงเรื่องของรูปแบบและวิธีการในการสั่งการอย่างไรถึงจะได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวัง และมีมุมมองหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับการสั่งการภายในองค์กรในทิศทางไหน โดยหลังจากได้ทำการพูดคุยพบได้ว่า ในการสั่งการโดยส่วนมากจะเป็นการสั่งการในรูปแบบการสั่งการตามลำดับบังคับบัญชา หรือตามโครงสร้าง โดยหากเป็นการสั่งการในแง่ของสิ่งที่ต้องรู้ และปฏิบัติโดยทั่วกันแล้วนั้น นอกจากการสั่งการโดยวาจาแล้วนั้น ยังได้มีการทำเป็นเอกสารระเบียบปฏิบัติเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน โดยอาจมีการทำเป็นประกาศหรือรูปแบบอื่นใดตามเหมาะสม ไปจนถึงรูปแบบการเข้ามาสั่งงานโดยตรงจากตัวผู้ประกอบการ โดยไม่ได้มีลำดับชั้นในบางกรณี

ทางผู้ประกอบการหลาย ๆ ท่านได้มีการมอบอำนาจในการตัดสินใจให้แก่ผู้รับหน้าที่ในตำแหน่งผู้จัดการ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการสั่งการ หรือมอบหมายหน้าที่เบื้องหน้าในการปฏิบัติงานให้แก่เจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่คอยดูแลบริบาลผู้สูงอายุที่พักอาศัยอยู่ภายในสถาน

บริหาร แทนตัวผู้ประกอบการ และอนุญาตให้สามารถติดต่อประสานงานกับตัวผู้ประกอบการได้โดยตรงเมื่อเกิดเหตุจำเป็นหรือในกรณีต่าง ๆ ได้ทันที นอกจากนี้แล้วยังได้มีการประชุมกับทางผู้จัดการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ และมีการจัดการประชุมรวม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลปัญหาต่าง ๆ ในการทำงาน ตลอดจนถึงหาแนวทางในการแก้ปัญหาาร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นตัวผู้จัดการ หรือแม้แต่เจ้าหน้าที่หรือพนักงานในส่วนต่าง ๆ

“ต้องมีการประชุมนโยบาย และสถานการณ์ต่าง ๆ อาทิแต่ละ 1 ครั้ง หากมีสถานการณ์เร่งด่วน ก็อนุญาตให้ทำการเรียกมาประชุมและหาวิธีแก้ไข ส่วนการสั่งการภายในมอบให้ผู้จัดการสาขาเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ตามความเหมาะสม แต่หากจำเป็นจริง ๆ ก็อนุญาตให้ติดต่อเพื่อขอความคิดเห็นจากทางเราได้”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 1

“ในการสั่งการหากใช้คำพูดที่เป็นคำสั่งอาจทำให้เกิดความรู้สึกต่อต้านขึ้น เราจึงใช้วิธีมอบหมายงานโดยให้พนักงานเข้าใจว่าเป็นหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบและจะต้องทำให้สำเร็จด้วยความสามารถของตัวเอง”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 3

“ในแต่ละส่วนจะมีหัวหน้าหรือผู้รับผิดชอบที่มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกอบรมมาคอยดูแล ตัดสินใจ สั่งการ และให้คำแนะนำแก่บุคลากรในส่วนนั้น ๆ ไปปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งบุคลากรในแต่ละส่วนจะแบ่งหน้าที่ทำงานกันทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 6

ทั้งนี้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสั่งการภายในองค์กรนั้นสามารถเป็นส่วนที่กำหนดรูปแบบและวิธีการในการสั่งการให้เกิดความแตกต่างกันออกไป ตามแต่มุมมองและความคิดเห็นของตัวผู้ประกอบการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแต่ละท่านได้เช่นกัน

#### 4. ด้านการประสานงาน

ในส่วนของการประสานงานทางผู้วิจัยได้สอบถามถึงเรื่องของการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก รวมไปถึงที่ว่ามีการสื่อสารและประสานงานกับบุคลากรต่าง ๆ อย่างไร โดยหลังจากได้ทำการพูดคุยพบได้ว่าการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกนั้นถือเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะหน่วยงานภายนอก ดังเช่นโรงพยาบาล ร้านอุปกรณ์การแพทย์ต่าง ๆ ภาครัฐและเอกชน หน่วยงานรถฉุกเฉิน ในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉินที่ผู้ป่วยผู้สูงอายุต้องไปโรงพยาบาลโดยด่วน สถานอนามัยในเขตพื้นที่ กรณีที่ต้องการความช่วยเหลือในบางกรณี ตลอดจนสำนักงานเขต หรือหน่วยงานสิ่งแวดล้อม ในกรณีที่ต้องการความช่วยเหลือเกี่ยวกับขยะและปฏิภูลเองก็เช่นกัน ซึ่งผู้ประกอบการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแต่ละท่านนั้น ต่างก็มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นส่วนของการให้ความช่วยเหลือ หรือให้ความร่วมมือต่อหน่วยงานของรัฐ ในภาคสาธารณสุขและชุมชน ตามแต่โอกาส โดยการประสานงาน หรือให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงการมีอยู่ของสถานบริบาลผู้สูงอายุ และเป็นการสร้างมิตรภาพที่ดีเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพึ่งพาอาศัยกันต่อไปในอนาคต

การประสานงานภายในนั้นพบว่าทางผู้ประกอบการสถานบริบาลผู้สูงอายุแต่ละท่านต่างก็เห็นว่า การสื่อสารจะต้องเข้าใจง่าย สื่อความชัดเจน และรวดเร็ว เพราะในบางกรณี หรือบางสภาวะฉุกเฉิน หากการสื่อสารหรือการประสานงานต่าง ๆ เป็นไปอย่างล่าช้า อาจเกี่ยวข้องกับความเป็นความตายของผู้สูงอายุที่อยู่ภายใต้การดูแลบริบาล ความรวดเร็วในการประสานงาน และการเตรียมพร้อมในกรณีฉุกเฉินจึงเป็นสิ่งสำคัญ

“ทางเรามองว่าจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน หรือแม้กระทั่งอนามัยในชุมชน เพื่อให้รับรู้ถึงการมีอยู่ของธุรกิจของเรา และมีการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งของรัฐและของเอกชนบ้าง โดยกิจกรรมพวกนี้อาจเป็นการอบรม หรือการหารือต่าง ๆ ก็แล้วแต่โอกาส เรื่องของการสื่อสารภายในเรามองว่า ควรจะสื่อสารกันอย่างตรงไปตรงมาและต้องรู้จักการเลือกใช้คำพูดในการสื่อสารเพื่อลดการเข้าใจผิดและไม่ทำให้เกิดความคับข้องใจ งานจึงจะออกมามีประสิทธิภาพ”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 2

“ในส่วนของการประสานงานกับหน่วยงานภายนอกต่าง ๆ เราจะมองไปที่การสร้างความสัมพันธ์อันดี ซึ่งก่อให้เกิดเป็นความสนิทสนม และสามารถพึ่งพาอาศัยกันและกัน ซึ่งทำให้



การประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เป็นไปได้อย่างราบรื่นและสนิทใจ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นการประสานงานภายในหรือภายนอกนั้น ส่วนสำคัญคือการสร้างความสัมพันธ์ที่การมีความจริงใจให้กันและกัน”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 3

“มีเจ้าหน้าที่ที่คอยประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ตามความรับผิดชอบเพื่อให้ความช่วยเหลือและ ร่วมมือต่อหน่วยงานของรัฐ ในภาคสาธารณสุขและชุมชน ในส่วนของงานภายในจะให้มีการบันทึกประวัติ หรืออาการของผู้สูงอายุอยู่เสมอ เพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินงานและประสานงานกับทางญาติ หรือสถานพยาบาลในกรณีต่าง ๆ”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 4

“เราเห็นว่าในการประสานงานไม่ว่าจะกับหน่วยงานใดเราไม่ได้เข้าไปอย่างเหนือกว่าหรือด้อยกว่า แต่เราเข้าไปในฐานะที่เท่าเทียม และพร้อมที่จะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 5

“แบ่งหน้าที่อย่างชัดเจนในการประสานงานในแต่ละส่วนงานไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอก ควบคู่ไปกับการเตรียมแผนสำรองในกรณีฉุกเฉินตลอดเวลาอย่างไม่ประมาท เพื่อเตรียมรับมือกับปัญหาที่เราไม่อาจล่วงรู้ได้ในอนาคต”

ผู้ประกอบการ สถานบริบาล 7

ทั้งนี้ในการประสานงานไม่ว่าในภาคส่วนใดก็ตามจำเป็นที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์อันดี และสามารถพึ่งพาอาศัยกันและกันได้ ซึ่งจะทำให้การประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เป็นไปได้อย่างราบรื่น

## 5. ด้านการควบคุม

ในส่วนของการควบคุมทางผู้วิจัยได้สอบถามถึงในเรื่องที่ว่าในการบริหารธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุ นั้น มีรูปแบบหรือวิธีการที่จะควบคุมดูแลในเรื่องของความเรียบร้อย และมีวิธีการในการจัดการปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างไร เพื่อให้ธุรกิจก้าวไปสู่ความสำเร็จ โดยหลังจากได้ทำการพูดคุยพบได้ว่า รูปแบบหรือวิธีการสำหรับควบคุมความเรียบร้อยนั้น ทางผู้ประกอบการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแต่ละท่านนั้น มีวิธีการในเชิงที่ใกล้เคียงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ในส่วนของการที่จำเป็นจะต้องมี นโยบายหลักซึ่งจะเข้ามาทำหน้าที่เป็นกติกากฎที่ทุกคนในองค์กรจะต้องเคารพและปฏิบัติตาม และจะต้องมีการสร้างระเบียบแบบแผนไปทั่วถึง กฎเกณฑ์ที่ชัดเจนที่ทุกคนจะต้องเข้าใจตรงกัน นอกจากนี้การควบคุมในส่วนของภาระหน้าที่ในการทำงานนั้น จะต้องมีการจัดในส่วนของหน้าที่งาน ที่เจ้าหน้าที่หรือพนักงานแต่ละคน หรือแต่ละฝ่ายจะต้องรับผิดชอบให้ชัดเจนเพื่อลดปัญหาในส่วนของการทำงานซ้ำซ้อน มีการจัดตารางเวลาในการปฏิบัติการ และช่วงเวลาสำหรับพักผ่อนที่มีความเหมาะสมเพื่อช่วยลดความเหนื่อยล้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความผิดพลาดตามมาได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งผู้ประกอบการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครท่านหนึ่งได้มีการให้ความเห็นไว้ว่า

“ในการบริหารงานนั้น เราควรจะมีมอบหมายหน้าที่ ของแต่ละคนให้ชัดเจน ตั้งแต่ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หน้าที่ของพนักงาน แม่บ้าน แม่ครัว ให้ทำในหน้าที่ที่ตนเองได้รับมอบหมายให้บรรลุตามเป้าที่ได้รับ เพราะเมื่อทุกคนทำหน้าที่ของตนเองดีแล้ว องค์กรก็จะมีปัญหา องค์กรก็จะแข็งแรง และเดินหน้าต่อไป”

ผู้ประกอบการ สถานบริการ 5

นอกจากนี้ในการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น ผู้ประกอบการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแต่ละท่านยังคงมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยในส่วนของกรณีปัญหา นั้น เบื้องต้นจำเป็นที่จะต้องรับรู้ถึงปัญหาต่าง ๆ เพื่อหาวิธีในการรับมือ จึงได้มีการพูดคุย หรือ ประชุมกันเป็นประจำ โดยเป็นการประชุมเพื่อทำความเข้าใจ และเพื่อให้รับรู้ถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลอาการหรือสภาวะทางร่างกายของตัวผู้สูงอายุที่เข้ามารับการดูแลบริการภายในสถานบริการผู้สูงอายุ ปัญหาในการทำงาน หรือแม้แต่การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการแก้ปัญหา หรือกระทั่งนำมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพในส่วนต่าง ๆ เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปได้อย่างราบรื่น และได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด

“ตัวผู้บริหารจะต้องมองภาพรวมขององค์กร และเข้าใจอย่างดีถึงการทำงานในแต่ละแผนก ต้องเป็นผู้รับฟังที่ดี เข้าใจถึงปัญหาทั้งของผู้มาใช้บริการ และปัญหาของพนักงาน”

ผู้ประกอบการ สถานะบริษัท 1

“เรามองที่บุคคลเป็นหลัก เพราะมองเห็นว่าธุรกิจนี้เป็นการทำงานกับคน ซึ่งไม่มีใครสมบูรณ์แบบ เพราะฉะนั้นนอกจากได้คนเก่งมาทำงานแล้ว เราต้องรู้ว่า กับคนแต่ละประเภทควรจะใช้วิธีสื่อสารอย่างไร และใช้คนให้เหมาะกับงาน”

ผู้ประกอบการ สถานะบริษัท 2

“พูดคุยกันทุกวันถึงเรื่องปัญหา และเหตุผล แนวทางแก้ไข และรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ จัดรูปแบบชั่วโมงการทำงานให้มีเวลาที่พนักงานไปสับเปลี่ยนกันพัก เพื่อลดความเหนื่อยล้าซึ่งอาจทำให้เกิดความผิดพลาด และมีการจัดการกะทำงานในช่วงเวลากลางคืนอย่างเหมาะสม เพื่อให้การดูแลความเรียบร้อยเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว”

ผู้ประกอบการ สถานะบริษัท 4

“บริการที่ดีจะต้องมาจากสภาพจิตใจที่ดีของพนักงานเช่นกัน โดยในส่วนนี้จะช่วยลดปัญหาจากบุคลากรลงได้ และเห็นว่าเรื่องต้นทุนความรู้ความสามารถของบุคคลในองค์กรนั้นจะเป็นกุญแจสำคัญเพื่อไปสู่ความสำเร็จได้”

ผู้ประกอบการ สถานะบริษัท 6

ทั้งนี้อีกหนึ่งสิ่งที่เป็นส่วนสำคัญในการป้องกันปัญหา และพาให้ธุรกิจไปสู่ความสำเร็จได้นั้นคือมุมมองและทัศนคติที่ดีของผู้ประกอบการสถานะบริษัทผู้สูงอายุด้วยกัน

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษา “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” เพื่อเป็นข้อมูล และเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุ ในการกำหนด และวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงส่วนที่ขาดตกบกพร่องของตัวกิจการสถานบริการผู้สูงอายุ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ และเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุต่อไป

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อทำการศึกษถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ
2. เพื่อทำการศึกษถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) และกระบวนการ (Process) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อทำการศึกษถึงคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance) และ ความเข้าใจและเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อทำการศึกษถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อทำการศึกษถึงการจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

### ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ
2. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) และกระบวนการ (Process) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อให้ทราบถึงคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance) และ ความเข้าใจและเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อให้ทราบถึงการจัดการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครในมุมมองของผู้ประกอบการ
6. เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ ใช้เป็นประโยชน์ในการกำหนดและวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ตลอดจนนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงส่วนที่ขาดตกบกพร่องของตัวกิจการสถานบริบาลผู้สูงอายุ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evident) และด้านกระบวนการ (Process) ของ

สถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร

3. ต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ (Assurance) และ ความเข้าใจและเห็นใจในผู้ให้บริการ (Empathy) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร

### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยขอสรุปผลดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

**ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามอันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และอาชีพ**

**เพศ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 และเพศชาย 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 ตามลำดับ

**อายุ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 ถัดมาคืออายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไป จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 และอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

**สถานภาพสมรส** พบว่าสถานภาพสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ สมรส และมีบุตร จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาคือ โสด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ สมรส และไม่มีบุตร จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ตามลำดับ

**ระดับการศึกษาสูงสุด** พบว่าระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ปริญญาตรี จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

**รายได้ต่อเดือน** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รายได้สูงกว่า 60,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

**อาชีพ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมาคือ เจ้าของกิจการ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ถัดมาคือ ข้าราชการ / พนักงานรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และ อาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ

## **ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร**

ความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.586 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

**ด้านผลิตภัณฑ์** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ การมีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกครบครัน ความน่าเชื่อถือ มีการให้บริการบริการที่ครบถ้วนและมีคุณภาพ มีการให้เข้าเยี่ยมอุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น ที่นอนลม ถังออกซิเจน มีการดูแลที่เหมาะสมต่อสภาวะทางร่างกายและโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ และ มีการรายงานสภาวะหรืออาการของผู้สูงอายุในกรณีต่าง ๆ สม่าเสมอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 4.56 4.68 4.56 4.84 และ 4.76 ตามลำดับ

**ด้านราคา** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ ค่าบริการมีความเหมาะสม มีราคาและแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย มีการกำหนดราคาในการเข้าเยี่ยมอุปกรณ์เฉพาะ และอุปกรณ์ที่อยู่นอกเหนือจากบริการที่เหมาะสม และไม่แพง

จนเกินไป และ อัตราค่าบริการไม่สูงจนเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับ การดูแลผู้สูงอายุด้วยตนเอง หรือจ้างคนมาดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 4.38 4.44 และ 4.76 ตามลำดับ

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของการ มีช่องทางในการติดต่อสอบถาม และให้คำปรึกษาที่สะดวก หลากหลาย และง่ายต่อการเข้าถึง มีช่องทางที่ใช้ในการติดต่อกับทางสถานบริการผู้สูงอายุ และพนักงานที่ทำการดูแลผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก หรือทางเว็บไซต์ ในกรณีที่มีความจำเป็น ทำเลที่ตั้ง สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก และ สถานที่ตั้งของสถานบริการผู้สูงอายุอยู่ใกล้กับโรงพยาบาล หรือสามารถเดินทางไปยังโรงพยาบาลได้สะดวก ในกรณีจำเป็น และกรณีฉุกเฉิน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 4.57 4.56 และ 4.65 ตามลำดับ และ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีในเรื่องของการ มีสาขาที่ให้บริการในหลายพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของการ มีการส่งข้อมูลโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น แฟนเพจ หรือเว็บไซต์ อย่างสม่ำเสมอ มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับการทำสัญญาในการใช้บริการในระยะยาว มีการให้ส่วนลดในกรณีให้ทางสถานบริการช่วยจัดหาเครื่องใช้จำเป็นบางประเภท เช่น ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ หรือแผ่นรองพื้นกันเปื้อน มีส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ที่ได้รับการแนะนำมาจากทางโรงพยาบาล หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้อง และ มีกิจกรรมให้แก่ผู้สูงอายุในโอกาสต่าง ๆ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันปีใหม่ กิจกรรมรดน้ำดำหัวเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 4.43 4.40 4.32 และ 4.72 ตามลำดับ

**ด้านบุคลากร** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีกิริยามารยาทที่สุภาพเรียบร้อย และมีความเป็นกันเอง เจ้าหน้าที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน และมีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี ในการให้การดูแลและบริการ เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการแนะนำและให้ข้อมูลในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น



ขึ้นกับผู้สูงอายุแก่ญาติได้เป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่มีการแต่งกายสุภาพ เหมาะสม และมีบุคลากรเพียงพอสำหรับการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 4.79 4.79 4.50 และ 4.64 ตามลำดับ

**ด้านลักษณะทางกายภาพ** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ บ้ายชื่อสถานบริการสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ภายในสถานที่มีความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ มีการแบ่งส่วนสำหรับผู้สูงอายุชายและหญิงอย่างเหมาะสม สถานที่มีความร่มรื่น สะอาด มีส่วนกลาง และส่วนที่เป็นธรรมชาติให้ผู้สูงอายุได้พักผ่อน บริเวณห้องพักของผู้สูงอายุ มีพื้นที่กว้างขวางเหมาะสม ไม่อึดอัด และภายในบริเวณบ้านพักมีการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ในการใช้ชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ราวจับ ทางลาดสำหรับรถเข็น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 4.76 4.56 4.68 4.96 และ 4.79 ตามลำดับ

**ด้านกระบวนการ** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ ผู้ใช้บริการจะได้รับหนังสือสัญญาการเข้าอยู่ และการชำระเงินที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน มีกฎกติกาและการเข้าเยี่ยมผู้สูงอายุอย่างชัดเจน มีการแจ้งให้ผู้ใช้บริการ (ญาติ) ทราบเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้สิ่งของบางอย่าง ที่นอกเหนือจากบริการปกติเช่น แผ่นรองกันเปื้อน และของฟุ่มเฟือยต่าง ๆ และมีระบบการติดต่อในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน หรือกรณีจำเป็นต่าง ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 4.47 4.54 และ 4.79 ตามลำดับ

### **ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ**

ความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.614 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

**ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ มีสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งาน มีสถานที่กว้างขวาง และมีบริเวณให้ใช้สอยได้เต็มที่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วบริเวณ ผู้สูงอายุที่

เข้ารับการดูแลมีอาการดีขึ้น และได้รับการดูแลเป็นอย่างดี มีการทำสัญญาในการเข้าใช้บริการที่เป็นธรรม และมีเอกสารในการทำสัญญาและใบเสร็จอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 4.64 4.46 4.70 4.62 และ 4.66 ตามลำดับ

**ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้โดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของการมีการให้บริการที่ตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับทางสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีการคิดค่าบริการ และค่าอุปกรณ์ที่อยู่นอกเหนือจากสัญญาอย่างถูกต้อง และมีหลักฐานชัดเจน และทางสถานบริบาลผู้สูงอายุมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 4.61 และ 4.44 ตามลำดับ

**ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ ทางสถานบริบาลและเจ้าหน้าที่สามารถตอบสนองต่อคำร้องขอพิเศษของท่านได้เป็นอย่างดี ท่านรู้สึกถึงความกระตือรือร้นที่จะให้ความช่วยเหลือและบริการด้วยความเต็มใจของเจ้าหน้าที่เมื่อท่านต้องการ ท่านรู้สึกถึงความเป็นมิตรและปลอดภัยเมื่อมาถึงสถานบริบาลผู้สูงอายุ ท่านได้รับการรายงานอาการของผู้สูงอายุที่เข้ารับการดูแล จากเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ และท่านสามารถติดต่อขอรับบริการได้สะดวกและรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 4.54 4.54 4.53 และ 4.52 ตามลำดับ

**ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ** ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ ทางสถานบริบาลผู้สูงอายุทำให้ผู้ให้บริการเกิดความมั่นใจ และรู้สึกปลอดภัยที่จะนำผู้สูงอายุมาเข้ารับบริการ เจ้าหน้าที่ของทางสถานบริบาลมีความรู้ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุในสภาวะความเจ็บป่วย หรือสภาวะทางร่างกายในแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว มีการร่วมมือกับทางสถาบันทางการแพทย์หรือโรงพยาบาลในการอำนวยความสะดวกในกรณีต่าง ๆ ที่จำเป็น มีการคิดค่าบริการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม โดยมีหลักฐานชัดเจน และเป็นไปอย่างถูกต้องรวดเร็ว สถานบริบาลให้การบริการอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ และเจ้าหน้าที่มีการอธิบายเกี่ยวกับวิธีการในการดูแลและปฏิบัติต่อผู้สูงอายุ เพื่อให้

ญาติได้เข้าใจ และเกิดความสบายใจ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 4.68 4.65 4.61 4.67 และ 4.65 ตามลำดับ

**ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ** ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับที่ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ให้บริการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับที่ดีมาก ในเรื่องของ เจ้าหน้าที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้สูงอายุเสมือนคนในครอบครัว และให้บริการด้วยใจ เจ้าหน้าที่ที่มีความเข้าใจในความรู้สึกของญาติ ที่นำผู้สูงอายุมาเข้ารับบริการ เจ้าหน้าที่ที่มีความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจในสภาวะของผู้สูงอายุที่ถูกพามาเข้ารับบริการ และทางสถานบริบาลผู้สูงอายุมีความเข้าใจในด้านความต้องการที่แตกต่างกันของผู้เข้ารับบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 4.65 4.70 และ 4.71 ตามลำดับ

#### **ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร**

**ด้านเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุ** พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่เลือกเหตุผลสำคัญที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุในเรื่องของการไม่มีเวลาที่เพียงพอในการดูแลผู้สูงอายุอย่างใกล้ชิด เป็นจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 โดยรองลงมาเป็นเรื่องของการต้องการให้ผู้สูงอายุได้รับการดูแลที่ถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และในเรื่องของ สถานที่พักอาศัยไม่แออัดต่อการดูแลผู้สูงอายุ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3

**ท่านรู้จักบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ได้อย่างไร** พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่รู้จักสถานบริบาลผู้สูงอายุจากการได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น เป็นจำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมาคือรู้จักผ่านทาง สื่อออนไลน์ Social Media จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และรู้จักผ่านทาง สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

**ท่านได้ทำการตัดสินใจร่วมกับบุคคลใดบ้างในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ** พบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่ได้ทำการตัดสินใจร่วมกับญาติ/พี่น้อง เป็นจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมาคือตัดสินใจร่วมกับตัวผู้สูงอายุ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และตัดสินใจร่วมกับแพทย์ประจำตัวของผู้สูงอายุ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการพิจารณา ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาน  
**บริหารผู้สูงอายุ** พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ใช้ในการพิจารณา ก่อนตัดสินใจ  
 เลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ ตั้งแต่ 1 - 3 เดือน เป็นจำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2  
 รองลงมาคือใช้เวลาน้อยกว่า 1 เดือน จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 และใช้เวลา มากกว่า 3  
 เดือน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

**ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ**  
**ประมาณกี่บาทต่อเดือน** พบว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่  
 โดยเฉลี่ยประมาณ 17,865 บาท / เดือน โดยต่ำสุดอยู่ที่ 14,000 บาท / เดือน และสูงสุดอยู่ที่  
 30,000 บาท / เดือน

**ท่านเคยใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุมาทั้งหมดกี่แห่ง** พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เคยใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุโดยเฉลี่ยประมาณ 1 แห่ง โดยต่ำสุดอยู่ที่ 1 แห่ง และเคย  
 ใช้บริการมาแล้วสูงสุดอยู่ที่ 4 แห่ง

**ท่านใช้บริการของสถานบริหารผู้สูงอายุในปัจจุบันมาเป็นระยะเวลากี่เดือน**  
 พบว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการของสถานบริหารผู้สูงอายุในปัจจุบันมาเป็นระยะเวลาโดย  
 เฉลี่ยประมาณ 9 เดือน โดยต่ำสุดอยู่ที่ 1 เดือน และสูงสุดอยู่ที่ 72 เดือน

**ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี  
 แนวโน้มในการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุต่อไปในอนาคตอยู่ที่ระดับ ใช้บริการอย่าง  
 แน่นนอน

**ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ** พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มใน  
 การแนะนำ/บอกต่อเรื่องการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุที่ระดับ แนะนำอย่างแน่นนอน

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ทางผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการ**  
**เลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน**

**สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการ**  
**สถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน**

**สมมติฐานที่ 1.1.1** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.1.2** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงมี พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ มากกว่าเพศชาย

**สมมติฐานที่ 1.1.3** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.1.4** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.1.5** ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.2** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.2.1** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 4 คู่ คือ ผู้ใช้บริการในช่วงอายุไม่เกิน 30 ปี และผู้บริการในช่วงอายุ 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ น้อยกว่าผู้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

**สมมติฐานที่ 1.2.2** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.2.3** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุใน ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.2.4** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ใช้บริการในช่วงอายุ 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่าผู้ให้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

**สมมติฐานที่ 1.2.5** ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ใช้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มากกว่าผู้ให้บริการในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป

**สมมติฐานที่ 1.3** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.3.1** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และไม่มีบุตร และ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร ตามลำดับ

**สมมติฐานที่ 1.3.2** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.3.3** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.3.4** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการ



เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร และ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร ตามลำดับ

**สมมติฐานที่ 1.3.5** ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส โสด มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร

**สมมติฐานที่ 1.4** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.4.1** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการ ผู้สูงอายุ มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 3 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี และ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ และ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี

**สมมติฐานที่ 1.4.2** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.4.3** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี

**สมมติฐานที่ 1.4.4** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี และ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี

**สมมติฐานที่ 1.4.5** ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด ต่ำกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี

**สมมติฐานที่ 1.5** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.5.1** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 6 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท และ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 60,000 บาท ตามลำดับ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท และ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 60,000 บาท ตามลำดับ และ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 60,000 บาท

**สมมติฐานที่ 1.5.2** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานพยาบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.5.3** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.5.4** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 5 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท และ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท และ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 60,000 บาท ตามลำดับ และ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 60,000 บาท

**สมมติฐานที่ 1.5.5** ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 3 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถาน

บริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท และ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 – 60,000 บาท และ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 60,000 บาท

**สมมติฐานที่ 1.6** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 1.6.1** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 5 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย ตามลำดับ และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุ มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย

**สมมติฐานที่ 1.6.2** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริหารผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริหารผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 1.6.3** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 2 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน น้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค้าขาย

**สมมติฐานที่ 1.6.4** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ของพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มีความแตกต่างกันอยู่จำนวน 1 คู่ คือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน

กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน

**สมมติฐานที่ 1.6.5** ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร**

**สมมติฐานที่ 2.1** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ค่าคงที่ และ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ หากส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านมีค่าคงที่ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ เท่ากับ 16492.813 หน่วย และหากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น 1169.409 หน่วย

และพบว่า ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ มี 6 ตัวแปร ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุใน



กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

**สมมติฐานที่ 2.2** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระหมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2.3** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน

ผลการวิจัย พบว่า พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 2.4** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่าคงที่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต หากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต เพิ่มขึ้น .217 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการอีก 6 ด้าน มีค่าคงที่ และ หากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต เพิ่มขึ้น .166 หน่วย

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต หากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ลดลง .274 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการอีก 6 ด้าน มีค่าคงที่

และพบว่า ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต มี 4 ตัวแปร ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

**สมมติฐานที่ 2.5** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่าคงที่ และ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคลากร เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ หากส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านมีค่าคงที่ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ เท่ากับ 3.630 หน่วย และหากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ เพิ่มขึ้น .250 หน่วย

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมการ

เลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ หากส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้านมีค่าคงที่ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ เท่ากับ 3.630 หน่วย และหากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านราคาเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ลดลง .148 หน่วย และ

และพบว่า ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการ ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

### **สมมติฐานที่ 3 คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการ**

**สมมติฐานที่ 3.1** คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่าคงที่ คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ หากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุทุกด้านมีค่าคงที่ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ เท่ากับ 18321.362 หน่วย หากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ เพิ่มขึ้น 1550.736 และ หากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ เพิ่มขึ้น 1

หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ เพิ่มขึ้น 1245.000 หน่วย

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ หากคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุทุกด้านมีค่าคงที่ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ เท่ากับ 18321.362 หน่วย หากคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ลดลง 2968.095 หน่วย

และพบว่า ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ มี 2 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ

**สมมติฐานที่ 3.2** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่าคงที่ คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ หาก

คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุทุกด้านมีค่าคงที่ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ เท่ากับ 2.373 หน่วย หากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ เพิ่มขึ้น .562 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการอีก 4 ด้าน มีค่าคงที่

ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ หากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุทุกด้านมีค่าคงที่ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ เท่ากับ 2.373 หน่วย หากคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ลดลง .355 ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการอีก 4 ด้าน มีค่าคงที่

และพบว่า ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ มี 3 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ และด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ ไม่ได้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ

**สมมติฐานที่ 3.3** คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน

ผลการวิจัย พบว่า ผลการวิเคราะห์แหล่งความแปรปรวนของ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ หมายความว่า

คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.4** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต

ผลการวิจัย พบว่า ไม่มีคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุด้านใดเลยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 3.5** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ อิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ค่าคงที่ และ คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ หากคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุทุกด้านมีค่าคงที่ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ เท่ากับ 3.433 หน่วย และ หากคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ เพิ่มขึ้น .166 หน่วย ทั้งนี้เมื่อกำหนดส่วนประสมทางการตลาดบริการอีก 4 ด้าน มีค่าคงที่

และพบว่า ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มี 4 ตัวแปร ได้แก่ คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ และ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ให้บริการ ไม่ได้เป็นตัวกำหนด

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ

### อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นให้ทำการอภิปรายผลดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ผู้ใช้บริการที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่า

**ผู้ใช้บริการที่มีเพศ**แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศหญิง มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ มากกว่าผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชาย โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐฐานันท์ มีดี อินทร์ (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮม ของผู้สูงอายุ เขตธนบุรี โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ถึงร้อยละ 55 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ที่ได้กล่าวไว้ว่า เพศหญิงกับเพศชายนั้นมีความแตกต่างกันเป็นอย่างมากในเรื่องของความคิดและทัศนคติ โดยนอกจากนี้เพศหญิงมักจะมีโอกาสที่จะถูกโน้มน้าวหรือทำการตัดสินใจต่าง ๆ ได้ง่ายกว่าเพศชาย

**ผู้ใช้บริการที่มีอายุ**แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในกาใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และ ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในกาใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุนั้น ผู้ใช้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จะยอมรับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ค่อนข้างสูงได้ ในส่วนของด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ผู้ใช้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป นั้นมีแนวโน้มที่ดีต่อการใช้บริการในอนาคตต่อไป และ ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ผู้ใช้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี จะมีแนวโน้มในการแนะนำ/บอกต่อมากที่สุด โดยสามารถกล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการในช่วงอายุ 41 – 50 ปี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และ ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐิขานันท์ มีดิอินทร์ (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮมของผู้สูงอายุเขตธนบุรี โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮมส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี

**ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส**แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และ ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส และไม่มีบุตร และ ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร นั้นมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ และ ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ค่อนข้างสูง และ ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส สมรส และมีบุตร นั้นมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มากที่สุด

ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า ผู้ให้บริการที่มีสถานภาพสมรส ไม่ว่าจะไม่มีบุตรหรือไม่ มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และ ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อสูงกว่าผู้ให้บริการที่มีสถานภาพโสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริชัย บุคดีสี (2553) ที่ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดีโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะมีสถานภาพสมรส สมรส

**ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด**แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และ ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษาสูงสุด สูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้าน



ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และ ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มากที่สุด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌ็องส์ชานันท์ มีดอินทร์ (2552) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนอร์สซึ่งโฮมของผู้สูงอายุเขตธนบุรี โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มาใช้บริการเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริชัย บุคดีสี (2553) ที่ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) โดยผลการวิจัยพบว่า มาใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) แตกต่างกัน

**ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน** มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และ ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สูงกว่า 60,000 บาท มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ด้านของแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต และ ด้านของแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริชัย บุคดีสี (2553) ที่ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) โดยผลการวิจัยพบว่า ผู้มาใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ที่มีรายได้แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดีโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) แตกต่างกัน

**ผู้ให้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกัน** มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานพยาบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน และ ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานพยาบาลผู้สูงอายุ มากที่สุด ในส่วนของผู้ให้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ คำชาย มีพฤติกรรมการ

เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน นานที่สุด และ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตมากกว่า พนักงานบริษัทเอกชน โดยจะสามารถเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพแตกต่างกันออกไป จะมีพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ในด้านต่าง ๆ แตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญพร ประไพพิน (2557) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง การศึกษาความต้องการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุของประชากรกลุ่มเบบี้บูมเมอร์เมื่อก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุ: กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุที่แตกต่างกันออกไป โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2538) ที่ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลในแต่ละอาชีพจะมีความจำเป็นและความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกันออกไป

**สมมติฐานที่ 2** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 2.1** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในกาใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในกาใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมกาเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในกาใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ เนื่องจาก เมื่อผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์และบริการของทางสถานบริบาลผู้สูงอายุอยู่ในระดับที่สูง หรือผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการยอมรับในส่วนของการใช้จ่ายต่อเดือนในการใช้บริการที่สมเหตุสมผลได้ โดยเมื่อความคิดเห็นในด้านของผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ในระดับดีมาก ผู้ใช้บริการก็จะสามารถยอมรับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่นำเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความพึงพอใจ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะต้องมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค โดยเมื่อเกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เสรี วงษ์

มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า ทักษะคตินั้นเป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อบางสิ่ง โดยทักษะคตินั้นจะเป็นสิ่งที่สามารถชักนำให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริชัย บุคดีสี (2553) ที่ได้ทำการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ของผู้มารับบริการ โดยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยด้วยเห็นด้วยเป็นอย่างมาก

**สมมติฐานที่ 2.2** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ พบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ เนื่องจาก ด้านของจำนวนสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการมาก่อนหน้านั้น อาจเกิดได้จากหลายปัจจัย ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของอายุที่อยู่อาศัยของผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจส่วนตัว ค่าใช้จ่าย หรือแม้กระทั่งการปิดตัวลงของสถานบริบาลนั้น ๆ ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของสูดาวง เรืองรุจิระ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ภายหลังจากการที่ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว ตัวผู้บริโภคเองนั้นจะมีการประเมินผลในภายหลังการซื้อว่าสินค้าหรือบริการที่ได้ซื้อไปนั้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้หรือไม่ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งถัดไป เมื่อตัวผู้ซื้อได้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ไปแล้วจะเกิดความลังเลใจขึ้นว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องหรือไม่ เป็นไปตามที่ได้คาดหวังหรือไม่ โดยหากเป็นไปตามที่ตัวผู้บริโภคนั้นคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การซื้อสินค้านั้น ๆ ต่อไป

**สมมติฐานที่ 2.3** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน พบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายความว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน เนื่องจาก ด้าน

ระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน อาจเกิดได้จากปัจจัยอื่น ๆ อีกหลาย ปัจจัยที่นอกเหนือไปจากปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของ การที่ท่าสัญญาเข้ามาใช้บริการใหม่จึงทำให้มีช่วงเวลาที่ให้บริการค่อนข้างสั้น ความจำเป็นที่เลี้ยง ไม่ได้ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ค่าใช้จ่าย สภาพะทางร่างกายของผู้สูงอายุที่เข้ามารับการดูแลบริบาล ไป จนถึงเรื่องของสถานที่อยู่อาศัยไม่อำนวยความสะดวกดูแลผู้สูงอายุ จึงทำให้ช่วงระยะเวลาของ ผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครนั้นแตกต่างกันออกไป ตามแต่เหตุผล ซึ่งไม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยาณี ทรัพย์คงดี (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการ ใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่า ความ คิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการ และด้านราคา มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับแนวโน้มการกลับมาใช้บริการ ด้าน การกลับมาใช้บริการ แสดงว่าผู้ให้บริการที่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านการ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคคล ด้านคุณภาพ ด้านกระบวนการ และด้านราคาเพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มการกลับมาใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข ด้านการกลับมาใช้บริการอีกเพิ่มขึ้น และไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของสุดาตวง เรืองรุจิระ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ภายหลังจากการที่ ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว ตัวผู้บริโภคเองนั้นจะมีการประเมินผลใน ภายหลังจากซื้อว่าสินค้าหรือบริการที่ได้ซื้อไปนั้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้หรือไม่ ซึ่ง จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งถัดไป เมื่อตัวผู้ซื้อได้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ไปแล้วจะเกิด ความลังเลใจขึ้นว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องหรือไม่ เป็นไปตามที่ได้คาดหวังหรือไม่ โดยหากเป็นไป ตามที่ตัวผู้บริโภคนั้นคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การซื้อสินค้านั้น ๆ ต่อไป

**สมมติฐานที่ 2.4** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการ เลือกรับบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านการส่งเสริมการตลาด มี ความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเลือกรับบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ เป็นปัจจัยที่ กำหนด พฤติกรรมการเลือกรับบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มใน การใช้บริการในอนาคต เนื่องจาก เมื่อผู้ให้บริการมีความคิดเห็นที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ แล้วนั้นจะทำให้เกิดความรู้สึกพอใจ และเป็นไปตามที่ตนคาดหวังจึงเกิดความต้องการที่จะใช้ บริการต่อไปในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยาณี ทรัพย์คงดี (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัย ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร โดย

ผลการวิจัยพบว่า เมื่อผู้ใช้บริการพิจารณาส่วนประสมการตลาดแล้วให้คะแนนความคิดเห็นในระดับดี จึงมั่นใจว่าเมื่อมารับบริการแล้วจะหายจากโรคที่เป็นอยู่หรืออาการทุเลาลง และมีสุขภาพที่แข็งแรงขึ้น มีการบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน อีกทั้งความสะดวกในการมาใช้บริการ การประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงบริการที่มี แพทย์ พยาบาล จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ อยากจะกลับมาใช้บริการอีกเมื่อเจ็บป่วยหรือเมื่อต้องการคำปรึกษาด้านสุขภาพ และมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของสูดาวง เรื่องรุจิระ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ภายหลังจากการที่ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว ตัวผู้บริโภคเองนั้นจะมีการประเมินผลในภายหลังการซื้อว่าสินค้าหรือบริการที่ได้ซื้อไปนั้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้หรือไม่ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งถัดไป เมื่อตัวผู้ซื้อได้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ไปแล้วจะเกิดความลังเลใจขึ้นว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องหรือไม่ เป็นไปตามที่ได้คาดหวังหรือไม่ โดยหากเป็นไปตามที่ตัวผู้บริโภคนั้นคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การซื้อสินค้านั้น ๆ ต่อไปในอนาคต

**สมมติฐานที่ 2.5** ส่วนประสมทางการตลาดบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอก และ เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ เนื่องจากเมื่อบุคลากรมีความรู้ความสามารถรวมถึงภาพลักษณ์ที่ดี จะทำให้ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่ดี และทำให้เกิดความพึงพอใจ หรือเกิดความรู้สึกคุ้มค่า จวบจนเกิดการบอกต่อไปยังผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยาณี ทรัพย์คงดี (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่า เมื่อผู้ใช้บริการพิจารณาส่วนประสมการตลาดแล้วให้คะแนนในระดับดี จึงมั่นใจว่าเมื่อมารับบริการแล้วจะมีหายจากโรคที่เป็นอยู่หรืออาการทุเลาลง และมีสุขภาพที่แข็งแรงขึ้นมีการบริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ราคาค่าบริการที่สามารถจ่ายได้ไม่เอาัดเอาเปรียบจนเกินไป เพราะความเจ็บป่วยก็เป็นทุกข์อย่างหนึ่ง อีกทั้งความสะดวกในการมาใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นที่บ้านหรือที่ทำงาน การประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงบริการที่มี แพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ การให้บริการที่รวดเร็ว สถานที่ที่มีความสะอาดและกว้างขวางเพียงพอ รวมไปถึงคุณภาพของการบริการและความถูกต้องในการตรวจรักษา จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ อยากจะกลับมาใช้บริการอีกเมื่อเจ็บป่วยหรือเมื่อต้องการคำปรึกษาด้าน

สุขภาพ และในที่สุดจะแนะนำหรือชักชวนบุคคลที่รักและรู้จักให้มาใช้บริการที่ศูนย์บริการ  
สาธารณสุข

**สมมติฐานที่ 3** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการ  
เลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

**สมมติฐานที่ 3.1** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม  
การเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่  
ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ พบว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ  
ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์  
ทางบวกกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่าย  
โดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ และ เป็นปัจจัยที่กำหนด  
พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อ  
เดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ เนื่องจากเมื่อผู้ใช้บริการมีความคิดเห็น  
ที่ดีต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุและเกิดความรู้สึกว่าบริการที่ตนเองนั้นสามารถ  
ตอบสนองต่อความต้องการได้และเกิดความมั่นใจต่อสถานบริบาลขึ้นว่าตนเองได้รับสิ่งที่เหมาะสมกับ  
ราคาแล้วนั้นก็เกิดความรู้สึกพึงพอใจและยอมรับค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับบริการที่ได้รับ ซึ่ง  
สอดคล้องกับทฤษฎีของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า ผลิตรักเป็นสิ่งที่นำเสนอต่อ  
ผู้บริโภค เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความพึงพอใจ ซึ่งผลิตรักดังกล่าวจะต้องมีคุณค่าในสายตา  
ของผู้บริโภค โดยเมื่อเกิดความพึงพอใจต่อผลิตรักที่ขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตรัก  
และบริการนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคตินั้นเป็น  
ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อบางสิ่ง โดยทัศนคตินั้นจะเป็นสิ่งที่สามารถชักนำให้มีการ  
เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

**สมมติฐานที่ 3.2** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม  
การเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาล  
ผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ พบว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเชื่อถือ  
ไว้วางใจได้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน  
กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ  
ที่ระดับ .05 และ เป็นปัจจัยที่กำหนด พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุใน  
กรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ เนื่องจากเมื่อผู้ใช้บริการ

มีความคิดเห็นที่ดีต่อคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุที่ใช้อยู่แล้วนั้น ย่อมทำให้เกิดความรู้สึกที่ต้องการจะใช้บริการต่อไปกับสถานบริบาลผู้สูงอายุที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของสุดาตวง เรืองรุจิระ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ภายหลังจากการที่ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว ตัวผู้บริโภคเองนั้นจะมีการประเมินผลในภายหลังการซื้อว่าสินค้าหรือบริการที่ได้ซื้อไปนั้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้หรือไม่ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งถัดไป เมื่อตัวผู้ซื้อได้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ไปแล้วจะเกิดความลังเลใจขึ้นว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องหรือไม่ เป็นไปตามที่ได้คาดหวังหรือไม่ โดยหากเป็นไปตามที่ตัวผู้บริโภคนั้นคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การซื้อสินค้านั้น ๆ ต่อไป

**สมมติฐานที่ 3.3** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน พบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ หมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน เนื่องจาก ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบัน อาจเกิดได้จากปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายปัจจัยที่นอกเหนือไปจากปัจจัยทางด้านคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการที่ทำสัญญาเข้ามาใช้บริการใหม่จึงทำให้มีช่วงเวลาที่ใช้บริการค่อนข้างสั้น ความเคยชินและคุ้นเคยกับสถานที่จนเกิดความรู้สึกที่ไม่ต้องการย้ายไปยังที่ใหม่ ความจำเป็นที่เปลี่ยนแปลงไม่ได้ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ค่าใช้จ่าย สภาพะทางร่างกายของผู้สูงอายุที่เข้ามารับการดูแลบริบาล ไปจนถึงเรื่องของสถานที่อยู่อาศัยไม่อำนวยต่อการดูแลผู้สูงอายุ จึงทำให้ช่วงระยะเวลาของผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครนั้นแตกต่างกันออกไป ตามแต่เหตุผล ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า หลังจาก que ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้วจะทำให้รู้ได้ว่าพึงพอใจหรือไม่กับสินค้าและบริการดังกล่าว แล้วจึงเกิดเป็นทัศนคติโดยเมื่อมีทัศนติดังกล่าวต่อสินค้าหรือบริการอยู่ในระดับที่ดีก็จะทำให้เกิดการยอมรับขึ้น และทำให้เกิดการซื้อซ้ำ และนอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของ สุดาตวง เรืองรุจิระ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ภายหลังจากการที่ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว ตัวผู้บริโภคเองนั้นจะมีการประเมินผลในภายหลังการซื้อว่าสินค้าหรือบริการที่ได้ซื้อไปนั้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้หรือไม่ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งถัดไป เมื่อตัวผู้ซื้อ

ได้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ไปแล้วจะเกิดความลังเลใจขึ้นว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องหรือไม่ เป็นไปตามที่ได้คาดหวังหรือไม่ โดยหากเป็นไปตามที่ตัวผู้บริโภคนั้นคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การซื้อสินค้านั้น ๆ ต่อไป

**สมมติฐานที่ 3.4** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต พบว่า ไม่มีคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุด้านใดเลยที่สามารถทำนายพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต อาจเกิดขึ้นได้จากปัจจัยอื่น ๆ อีกหลายปัจจัยที่นอกเหนือไปจากปัจจัยทางด้านคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสภาวะทางร่างกายและสุขภาพ รวมไปถึงอายุขัยของผู้สูงอายุที่เข้ามารับการดูแลบริบาล สถานภาพทางเศรษฐกิจและการเงินของผู้ใช้บริการ ตลอดจนถึงเรื่องของสถานที่อยู่อาศัยของผู้ใช้บริการที่อาจทำให้สามารถดูแลผู้สูงอายุได้ด้วยตนเอง หรือแม้กระทั่งการที่ตัวของผู้สูงอายุที่เข้ามารับการดูแลบริบาลอยู่ในสภาวะของผู้ป่วยระยะสุดท้าย จึงทำให้ผู้ให้บริการไม่ตัดสินใจที่จะใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุต่อไปในอนาคตก็เป็นได้เช่นกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีของสตาดวง เรืองรุจิระ (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ภายหลังจากการที่ผู้บริโภคได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว ตัวผู้บริโภคเองนั้นจะมีการประเมินผลในภายหลังการซื้อว่าสินค้าหรือบริการที่ได้ซื้อไปนั้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้หรือไม่ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในครั้งถัดไป เมื่อตัวผู้ซื้อได้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ ไปแล้วจะเกิดความลังเลใจขึ้นว่า การตัดสินใจนั้นถูกต้องหรือไม่ เป็นไปตามที่ได้คาดหวังหรือไม่ โดยหากเป็นไปตามที่ตัวผู้บริโภคนั้นคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การซื้อสินค้านั้น ๆ ต่อไปในอนาคต และยังไม่สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของ คอทเลอร์ (2003) ได้กล่าวไว้ว่า หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์มาแล้ว ผู้บริโภคมักจะมีประสบการณ์ตามระดับของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในระดับใดระดับหนึ่ง ซึ่งความพึงพอใจหลังการซื้อจะเกิดขึ้นในระดับใดขึ้นอยู่กับความคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังไว้ ดังนั้น ถ้าผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความคาดหวังของผู้บริโภคก็ย่อมจะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ แต่ถ้าตรงกับความคาดหวังผู้บริโภคจะเกิดความรู้สึกเฉย ๆ และเช่นเดียวกันหากผลิตภัณฑ์นั้นสามารถทำงานได้เกินความคาดหวังที่ตั้งหวัง ผู้บริโภคก็ย่อมจะเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น โดยที่ความรู้



เหล่านี้จะสร้างความแตกต่างในแง่ที่ผู้บริโภคจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์นั้นใหม่ และจะพูดถึงผลิตภัณฑ์ในแง่ดีหรือไม่ดีกับบุคคลอื่นต่อไปหรือไม่ ทั้งนี้ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความคาดหวังของตนตามข่าวสารที่ได้รับจากพนักงานขาย เพื่อน และแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ และในส่วนของกิจกรรมหลังการซื้อนั้น หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจก็จะมีโอกาสที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอีกครั้ง และผู้บริโภคที่พึงพอใจก็จะมีแนวโน้มที่จะพูดถึงสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับตราสินค้าดังกล่าวกับบุคคลอื่น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคที่ไม่พึงพอใจก็ย่อมจะมีปฏิกริยาที่แตกต่างกันออกไป โดยที่ผู้บริโภคอาจจะละทิ้งหรือส่งคืนผลิตภัณฑ์ และอาจจะแสดงความคิดเห็นหรือมีปฏิกริยาแสดงให้สาธารณชนเห็น เช่น การแสดงความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงการแสดงออกส่วนบุคคล ได้แก่ การตัดสินใจหยุดการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เป็นต้น

**สมมติฐานที่ 3.5** คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ พบว่า คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเป็นปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ เนื่องจาก เมื่อผู้ให้บริการได้รู้สึกถึงความเข้าใจเอาใจใส่และเห็นใจ จะเกิดความรู้สึกในทางบวก ซึ่งเป็นความรู้สึกที่ทำให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการครั้งนี้ และเมื่อมีผู้สนใจที่จะใช้บริการจึงเกิดการบอกต่อกันเกิดขึ้นจากประสบการณ์ดังกล่าว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่นำเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความพึงพอใจ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะต้องมีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภค โดยเมื่อเกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ขึ้นแล้ว จะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคตินั้นเป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อบางสิ่ง โดยทัศนคตินั้นจะเป็นสิ่งที่สามารถชักนำให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ และสอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อของ คอทเลอร์ (2003) ได้กล่าวไว้ว่า หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์มาแล้ว ผู้บริโภคย่อมจะมีประสบการณ์ตามระดับของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในระดับใดระดับหนึ่ง ซึ่งความพึงพอใจหลังการซื้อจะเกิดขึ้นในระดับใดย่อมขึ้นอยู่กับความคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังไว้ ดังนั้นถ้าผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคก็ย่อมจะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ แต่ถ้าตรงกับความต้องการผู้บริโภคจะเกิดความรู้สึกเฉย ๆ และเช่นเดียวกันหากผลิตภัณฑ์นั้นสามารถ

ทำงานได้เกินความคาดหวังที่ตั้งหวัง ผู้บริโภคที่ย่อมจะเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น โดยที่ความรู้เหล่านี้จะสร้างความแตกต่างในแง่ที่ว่าผู้บริโภคจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์นั้นใหม่ และจะพูดถึงผลิตภัณฑ์ในแง่ดีหรือไม่ดีกับบุคคลอื่นต่อไปหรือไม่ ทั้งนี้ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความคาดหวังของตนตามข่าวสารที่ได้รับจากพนักงานขาย เพื่อน และแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ และในส่วนของกิจกรรมหลังการซื้อนั้น หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจก็จะมีโอกาสที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอีกครั้ง และผู้บริโภคที่พึงพอใจก็จะมีแนวโน้มที่จะพูดถึงสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับตราสินค้าดังกล่าวกับบุคคลอื่น ๆ

### การจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” สรุปได้ดังนี้

#### ภาพรวมของธุรกิจ

สถานบริบาล (Nursing home) กล่าวคือสถานที่ซึ่งมีการให้บริการในการดูแลระยะยาวสำหรับผู้ที่มีอาการป่วยไม่มากถึงขนาดที่จำเป็นจะต้องรับการรักษาอยู่ภายในโรงพยาบาลแต่ก็ไม่สามารถที่จะพักอาศัยที่บ้านได้ นอกจากนี้ยังเป็นสถานที่ที่ให้บริการในการดูแลที่มีความจำเป็นจะต้องใช้ทักษะทางการแพทย์และการพยาบาลตลอด 24 ชั่วโมงต่อวัน จวบจนกระทั่งมีการให้บริการในการกำกับดูแลในส่วนของกรับประทานยา การรับประทานอาหารระหว่างมื้อ และการให้ความช่วยเหลือทางด้านกรปฏิบัติกิจวัตรประจำวันบางประการให้แก่ผู้สูงอายุที่มีสภาวะเปราะบางหรือรวมไปถึงมีโรคเรื้อรัง อาจเป็นผู้มีความพิการทางร่างกายหรือกระทั่งมีปัญหาทางด้านกรรับรู้ด้านเชาวน์ปัญญา (สมองเสื่อม) ตลอดจนอาจมีการพิการในทั้งสองรูปแบบ โดยที่ผู้ให้บริการเกือบจะทั้งหมดนั้นเป็นผู้ให้บริการภาคเอกชนยกเว้นภายในสถานสงเคราะห์คนชราหรือผู้สูงอายุของทางภาครัฐในบางแห่ง ที่ได้มีการให้บริการในการดูแลผู้สูงอายุที่มีสภาวะทุพพลภาพซึ่งต้องการในเรื่องของการดูแลจนกระทั่งถึงช่วงเวลาที่เป็นวาระสุดท้ายของชีวิต

ซึ่งในประเทศไทยรูปแบบของสถานบริบาลผู้สูงอายุหรือสถานดูแลระยะยาวนั้นมีความคล้ายคลึงกับประเทศอังกฤษและเวลส์ ที่ได้มีการรวมเอาบ้านพักคนชรา หรือก็คือบ้านพักผู้สูงอายุ (Residential home) และส่วนของสถานบริบาล (Nursing home) เข้าไว้ด้วยกัน

#### โอกาสในการดำเนินธุรกิจ

เนื่องจากประชากรที่เป็นผู้สูงอายุภายในประเทศไทย มีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยที่อัตราการเกิดของประชากรยุคใหม่ได้ลดจำนวนลง ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการก้าว

เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Aged Society) โดยสมบูรณ์ ซึ่งจากที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าในอนาคตอันใกล้นี้ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ภาวะที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ หรือที่เรียกกันว่า “สังคมผู้สูงอายุ (Aged Society)” อย่างแน่นอน

นอกจากนี้ในเรื่องของสุขภาพของผู้สูงอายุนั้นจะเห็นได้จากผลการศึกษาปัญหาทางด้านการเจ็บป่วยจากการตรวจร่างกายผู้สูงอายุไทยในปี พ.ศ. 2552 โดยสำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ ผลปรากฏว่ามีผู้สูงอายุในช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวนร้อยละ 85 หรือประมาณ 6 ล้านคน ที่ยังสามารถดูแลตัวเองได้ และมีผู้สูงอายุที่นอนติดเตียง ติดบ้าน และยังคงต้องพึ่งพิงบุคคลอื่นช่วยเหลืออีกกว่า 1 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นเกือบร้อยละ 15 ของประชากรผู้สูงอายุทั้งหมดโดยที่นอกจากนี้ยังมีผู้สูงอายุประมาณ 960,000 คน ที่พอจะสามารถช่วยเหลือตัวเองได้บ้างบางส่วน และมีผู้สูงอายุ อีกประมาณ 63,000 คน ที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้เลย ซึ่งในปัจจุบันจำนวนประชากรผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างรวดเร็วปัญหาทางด้านสุขภาพของผู้สูงอายุจึงมีความสำคัญมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเสื่อมสภาพของอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกาย และนอกจากภาวะทางกายแล้ว ภาวะทางจิตใจเองก็ส่งผลต่อการดำรงชีวิต และจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากผู้อื่น ซึ่งผู้สูงอายุเหล่านี้ควรที่จะได้รับการรักษาพยาบาล ตลอดจนได้รับการฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจ

ซึ่งจากสถานการณ์ต่าง ๆ ในปัจจุบันนี้ทำให้มีสถานบริการดูแลผู้สูงอายุ หรือสถานบริบาลผู้สูงอายุเอกชนเกิดขึ้นเป็นจำนวนไม่น้อย โดยร้อยละ 95 เป็นธุรกิจขนาดเล็กโดยไม่มีผู้นำในตลาดอย่างชัดเจน

#### การจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ

##### ด้านการวางแผน

ควรมีการวางแผนในการดำเนินกิจการ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการจัดการบัญชีหรือจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ เตรียมการในส่วนของการทำการตลาดเพื่อให้เกิดการตระหนักถึงการมีอยู่ และประสานงานกับหน่วยงานที่เป็นพันธมิตร เพื่อที่จะขอความช่วยเหลือหรืออำนวยความสะดวกในกรณีต่าง ๆ ให้พร้อมมากที่สุด ในเบื้องต้น

เน้นการทำแผนธุรกิจเป็นสำคัญโดยให้คุณค่ากับตัวผลิตภัณฑ์บริการ ของทางสถานบริบาลผู้สูงอายุ ให้มีมาตรฐาน และเป็นรูปธรรม ควรมีการให้ความสำคัญในส่วน of สถานที่จะให้มีความสะอาด มีบริเวณหรือพื้นที่เหมาะสมน่าอยู่อาศัย และควรที่จะมีการเพิ่มในส่วนของการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายใน ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมสำหรับบุคลากร เพื่อเป็นการเพิ่มขีด

ความสามารถของพนักงานให้เกิดเป็นคุณภาพบริการที่ดีตามมา ตลอดจนกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุที่เข้ามาพักอาศัยและรับการดูแลบริบาลได้มีส่วนร่วม ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้สูงอายุได้ผ่อนคลายแล้ว ยังเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมการตลาดที่ดี เพื่อช่วยเพิ่มทัศนคติในเชิงบวกให้แก่ผู้ใช้บริการและผู้สนใจใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

มีการจัดวางแผนการบริหารงบประมาณ กำไร ขาดทุน และการเสียภาษีอย่างแม่นยำ อีกทั้งประเมินศักยภาพ ของเครือข่าย ตลอดจนคู่ค้าทางธุรกิจ ที่มีอยู่ทั้งในละแวกสั้น และในระยะยาว เพื่อให้ทราบขีดข้อจำกัด จุดแข็ง จุดอ่อน ณ ปัจจุบัน นอกจากนี้ควรมีการจัดสรรคนในส่วนของงบประมาณสำหรับการตลาด และมีการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งอยู่เสมอ

#### ด้านการจัดการองค์การ

ควรมีการวางโครงสร้างรากฐาน และมีการกำหนดในส่วนของกฎระเบียบ ข้อบังคับที่ชัดเจนเพื่อให้บุคลากรของทางสถานบริบาลผู้สูงอายุ รวมถึงผู้ใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุได้รับทราบและเข้าใจไปในทางเดียวกัน ควรมีการจดทะเบียน หรือมีใบอนุญาตในการประกอบกิจการสถานบริบาลผู้สูงอายุอย่างถูกต้องชัดเจน หรือกระทั่งใบรับรองต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริบาล เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรและสร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และเป็นการทำให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ตลอดจนผู้ที่ให้ความสนใจต้องการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ และควรมีการจัดการในส่วนของสถานที่ภายในสถานบริบาลผู้สูงอายุ ให้มีความสะอาดเรียบร้อย มีสุขอนามัย และเป็นสัดส่วนให้เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน และเหมาะสมกับสภาวะของผู้สูงอายุที่เข้ามาพักการดูแลบริบาลภายในสถานบริบาลผู้สูงอายุ นอกจากนี้ในส่วนของเอกสารสำคัญ หรือเอกสารสัญญาต่าง ๆ ควรมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ และมีการบันทึกลงนามเป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน เพื่อเป็นการช่วยป้องกันกรณีพิพาทต่าง ๆ ที่จะตามมา

ทางด้านของการกำหนดหน้าที่ และข้อกำหนดเกี่ยวกับอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในสถานบริบาลผู้สูงอายุนั้น ควรมีการกำหนดฝ่าย หรือแผนก รวมไปถึงตำแหน่งหน้าที่ต่าง ๆ อย่างชัดเจน มีการสร้างความเข้าใจและฝึกอบรมในเรื่องของการดูแลบริบาลให้แก่เจ้าหน้าที่ ก่อนที่จะปฏิบัติงานจริง เพื่อป้องกันการเกิดความผิดพลาดอันเกิดจากความไม่เข้าใจในขั้นตอนการปฏิบัติดูแลบริบาล ซึ่งอาจกลายเป็นปัญหาใหญ่ได้ ควรมีการจดบันทึกสภาวะต่าง ๆ ของผู้สูงอายุที่อยู่ภายใต้การดูแลบริบาล และมีการรายงานหัวหน้างาน หรือทางผู้ประกอบการอยู่เสมอ เพื่อประเมินสถานการณ์ต่าง ๆ และหาวิธีรับมือกับปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที ในการใช้อุปกรณ์ และเครื่องมือต่าง ๆ ทางผู้ประกอบการควรที่จะมุ่งเน้นให้ความสำคัญในเรื่องของ

กระบวนการในการเบิกจ่าย และจำนวนของอุปกรณ์ที่ใช้งาน ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยในการติดตามหรือรับรู้ถึงปริมาณที่คงเหลือ เพื่อให้สามารถควบคุมและป้องกันการขาดแคลนอุปกรณ์ในยามจำเป็น และที่สำคัญควรจะต้องให้การดูแลรักษาในเรื่องของความสะอาดอยู่เสมอ และจะต้องอยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อความปลอดภัยของผู้สูงอายุที่อยู่ภายใต้การดูแลบริบาล และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน

#### ด้านการสั่งการ

ควรที่จะต้องมีระบบในการสั่งการที่ชัดเจนโดยเป็นการสั่งการผ่านรูปแบบโครงสร้างของงานบุคคล มีการสั่งการเป็นลำดับขั้น เพื่อลดโอกาสที่จะเกิดการสั่งการซ้ำซ้อนขึ้น โดยใช้วิธีการประชุมสั่งการสำหรับหน้าที่ปฏิบัติงานหลักของเจ้าหน้าที่ หรือบุคลากรแต่ละฝ่าย ให้รับรู้โดยทั่วกัน และให้การสั่งการอื่น ๆ เฉพาะด้าน อาจใช้วิธีการมอบหมายไปยังหัวหน้างาน หรือผู้จัดการให้เป็นผู้ประสานงานในการสั่งการต่อไป อีกทั้งในการสั่งการแต่ละครั้งควรเป็นการสั่งการที่กระชับ ชัดเจนและเข้าใจง่าย มีการบันทึกการสั่งงาน หรือกระทั่งบันทึกการประชุมต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถติดตามความคืบหน้าหรือผลการปฏิบัติงานได้ และยังคงมีระบบที่รองรับการสั่งการในกรณีฉุกเฉิน เพื่อให้การติดต่อสั่งการเป็นไปได้อย่างทันท่วงที นอกจากวิธีการ หรือรูปแบบการสั่งการแล้วนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับกลวิธีในการสื่อสารไปยังผู้รับคำสั่ง เพื่อลดโอกาสเกิดความเข้าใจผิด หรือการต่อต้านจากความไม่พอใจที่อาจเกิดขึ้น

#### ด้านการประสานงาน

เบื้องต้นในการประสานงานกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกนั้น ควรที่จะมีฝ่ายหรือบุคคลที่เป็นผู้รับหน้าที่ในการประสานงานอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการช่วยลดโอกาสในการทำงานซ้ำซ้อน โดยที่ตัวของผู้ประสานงานนั้นจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในหน้าที่ของหน่วยงานต่าง ๆ และควรจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถ หรือรู้จักการเลือกใช้คำพูด ในการสื่อสาร เนื่องจากการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ นั้นเป็นการที่ต้องทำงานร่วมกับคนหมู่มาก ที่สำคัญผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นในการประสานงานกับ โรงพยาบาล ร้านอุปกรณ์การแพทย์ต่าง ๆ ภาครัฐ และเอกชน หน่วยงานรถฉุกเฉิน ในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉินที่ผู้ป่วยสูงอายุต้องไปโรงพยาบาลโดยด่วน สถานอนามัยในเขตพื้นที่ กรณีต้องการความช่วยเหลือในบางกรณี ตลอดจนสำนักงานเขต หรือหน่วยงานสิ่งแวดล้อม ในกรณีที่ต้องการความช่วยเหลือเกี่ยวกับขยะและปฏิภูล ซึ่งไม่ว่าจะเป็นการประสานงานกับหน่วยงานใดก็ตามนั้น ควรที่จะต้องมีเอกสารลายลักษณ์อักษรที่เป็นที่รับทราบระหว่างกันและกันทั้งสองฝ่ายเพื่อเป็นการป้องกันและลดโอกาสในกรณีพิพาท ทั้งนี้ในการ

ประสานงานกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกนั้น สำคัญที่สุดคือการสื่อสารจะต้องเข้าใจง่าย สื่อความชัดเจนในสิ่งที่ต้องการในการประสานงาน

#### ด้านการควบคุม

ในส่วนของการดูแลควบคุม ในส่วนของการดูแลจัดการควรที่จะต้องมีนโยบายหลักซึ่งจะเข้ามาทำหน้าที่เป็นกฎระเบียบ หรือกติกาที่ทุกคนในองค์กรจะต้องเคารพและปฏิบัติตาม และจะต้องมีการสร้างระบบระเบียบ รวมไปถึงกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนที่ทุกคนจะต้องเข้าใจตรงกัน นอกจากนี้การควบคุมในส่วนของภาระหน้าที่ในการทำงานนั้น จะต้องมีการจัดในส่วนของหน้าที่งาน ที่เจ้าหน้าที่หรือพนักงานแต่ละคน หรือแต่ละฝ่ายจะต้องรับผิดชอบให้ชัดเจนเพื่อลดปัญหาในส่วนของการทำงานซ้ำซ้อน มีการจัดตารางเวลาในการปฏิบัติการ และช่วงเวลาสำหรับพักผ่อนที่มีความเหมาะสมเพื่อช่วยลดความเหนื่อยล้า ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความผิดพลาดตามมาได้

ควรมีการควบคุมในส่วนของสถานที่อยู่อาศัยให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม ทั้งในส่วนของความสะอาด และความปลอดภัย อีกทั้งควรมีการควบคุมดูแลในเรื่องของคุณภาพบริการ ซึ่งในส่วนนี้ ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญควบคู่ไปกับ การควบคุมดูแลในด้านการให้บริการ ให้เป็นไปตามหลักการดูแล และตามจรรยาบรรณในการบริการผู้สูงอายุ โดยไม่ขัดต่อหลักจริยธรรม และคุณธรรม และต้องให้ความสำคัญในการเข้าใจผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

ผู้ประกอบการสถานบริการผู้สูงอายุ ควรที่จะต้องมีจัดการประชุม เพื่อพูดคุยถึงสถานการณ์ ปัญหา และอุปสรรคต่าง ๆ อยู่เสมอ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลต่าง ๆ มาวางแผนในการรับมือ และแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้ ควรมีการเพิ่มเติมในส่วนของการเตรียมการฝึกซ้อมรับมือในกรณีฉุกเฉินซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ในส่วนของการจัดการปัญหาที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุนั้นก็เป็นอีกหนึ่งส่วนสำคัญที่ ทางผู้ประกอบการควรจะต้องตระหนักถึงและมุ่งเน้นในการรับมือ หรือเตรียมแผนการในการแก้ปัญหา ด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพของสถานบริการผู้สูงอายุ และเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย

#### ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ โดยสรุปได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการทำตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจหรือมีแนวโน้มในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ และรักษาความสัมพันธ์อันดีกับผู้ให้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้บริการ มากกว่าเพศชาย โดยกลุ่มผู้ให้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ที่มีช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป จะเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ และด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตมากที่สุด นอกจากนี้ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการที่มีอาชีพ รับจ้าง / Freelance และ อื่น ๆ ได้แก่ ค่าขาย ซึ่งพบว่าเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันนานที่สุด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการทำการตลาดกับคนในกลุ่มดังกล่าวนี้มากขึ้น ดังเช่น มีการส่งข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านช่องทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค เช่น แฟนเพจ หรือเว็บไซต์ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ถึงการใช้บริการเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมภายในชุมชน หรือมีการเชิญชวนให้ผู้ให้บริการและผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมตลอดจนการอบรมเพื่อให้ความรู้เบื้องต้น นอกจากนี้อาจมีการจัดกิจกรรมให้แก่ผู้สูงอายุในโอกาสต่าง ๆ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันปีใหม่ กิจกรรมรดน้ำดำหัวเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น เพื่อเป็นการรักษา และขยายฐานลูกค้าและเพิ่มโอกาสที่คนกลุ่มนี้จะมาใช้บริการในอนาคต

2. ผู้ประกอบการสถานบริการผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญในเรื่องของส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ในด้านต่าง ๆ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะเป็นในด้านของ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต หรือกระทั่ง ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยทางผู้ประกอบการสถานบริการผู้สูงอายุอาจสามารถนำมาปรับปรุง พัฒนา หรือมีการจัดการทางด้านกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสม ดังเช่น

ด้านผลิตภัณฑ์ ทางผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเครื่องมือหรืออุปกรณ์ให้มีสภาพที่สมบูรณ์ หรือเป็นอุปกรณ์ที่มีการรับรองมาตรฐานทั้งในด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย และมีคุณภาพ อีกทั้งควรมุ่งเน้นในเรื่องของผลิตภัณฑ์หลักหรือก็คือการให้บริการในส่วน

ของการดูแลบริหารให้มีคุณภาพ และมีมาตรฐาน เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ และแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต ซึ่งหากผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ และด้านแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคต จากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้แนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตเพิ่มขึ้นได้ด้วยเช่นกัน

ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นที่ดีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ และแนวโน้มในการใช้บริการในอนาคตเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

ด้านบุคลากร ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญของสถานบริการผู้สูงอายุ ที่ทางผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ เนื่องจากบุคลากรเหล่านี้จะใกล้ชิดกับผู้สูงอายุ และใกล้ชิดกับผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ มากกว่าตัวผู้ประกอบการ และเป็นส่วนที่มีโอกาสเกิดความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจขึ้นได้มากที่สุด โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการฝึกอบรมพนักงานด้านการปฏิบัติงาน ทักษะคติ และให้ความสำคัญกับการคัดเลือกผู้ที่จะมาเป็นเจ้าหน้าที่ของสถานบริการผู้สูงอายุ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ซึ่งเมื่อผู้ใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จากส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านบุคลากรเพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้มีแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

3. ผู้ประกอบการสถานบริการผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญในเรื่องของคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ ซึ่งได้แก่คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ และ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ ซึ่งพบว่าคุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุด้านต่าง ๆ นั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะเป็นส่วนในด้านของ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ ด้านจำนวนของสถานบริการผู้สูงอายุที่เคยใช้



บริการ หรือกระทั่ง ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ โดยทางผู้ประกอบการสถานบริบาลผู้สูงอายุ อาจสามารถนำมาปรับปรุง พัฒนา หรือมีการจัดการทางด้านกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสม ดังเช่น

ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ทางผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในส่วนของการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยการปฏิบัติการในส่วนของการดูแลบริบาลอย่างเต็มประสิทธิภาพและเต็มความสามารถ อาจมีการอบรมฝึกฝนให้เจ้าหน้าที่ที่มีความกระตือรือร้น และทัศนคติที่ดีในการให้บริการตลอดจนผู้สูงอายุที่เข้ารับการดูแลบริบาล อีกทั้งให้บริการตอบสนองในส่วนขอคำร้องขอพิเศษของผู้ใช้บริการที่ไม่ขัดต่อนโยบายของสถานบริบาล และทำให้การติดต่อระหว่างผู้ใช้บริการกับทางสถานบริบาลมีความสะดวกรวดเร็วในการขอรับบริการ นอกจากนี้ควรมีการจัดบันทึกรายงานอาการและสภาวะร่างกายของผู้สูงอายุที่เข้ารับการดูแลบริบาลเพื่อมอบให้กับผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ซึ่งหากผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ จากคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือนที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น

ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ ทางผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับส่วนนี้ไม่น้อยไปกว่าส่วนอื่น ๆ เพราะในส่วนนี้อาจถือเป็นส่วนที่ค่อนข้างยากที่จะทำให้พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ทุกคนทำได้ในระดับที่เท่า ๆ กัน จึงอาจที่จะต้องมีการอบรม ปลูกฝัง หรือจัดกิจกรรมภายในองค์กรเพื่อที่จะเป็นการช่วยในการละลายพฤติกรรม และปรับมุมมองต่อผู้สูงอายุที่เข้ามารับการดูแลบริบาล และทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกได้ว่าทางเจ้าหน้าที่และทางสถานบริบาลจะให้การดูแลผู้สูงอายุด้วยดีทุกประการ ทั้งนี้เมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ได้ถึงความเข้าใจเห็นอกเห็นใจก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีขึ้นกับทางสถานบริบาลผู้สูงอายุ และมีความรู้สึกที่อยากจะแนะนำ/บอกต่อไปยังผู้อื่น เนื่องจากจากผลการวิจัยพบว่าคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ ซึ่งหากผู้ใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อ จากคุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ ด้านความเข้าใจเห็นอกเห็นใจในผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้มีแนวโน้มการแนะนำ/บอกต่อเพิ่มขึ้นได้เช่นกัน

4. การจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุนั้น ผู้ประกอบการควรที่จะมีการวางโครงสร้างรากฐาน และมีการกำหนดในส่วนของกฎระเบียบข้อบังคับที่ชัดเจนเพื่อให้บุคลากรของทางสถานบริการผู้สูงอายุ รวมถึงผู้ใช้บริการของสถานบริการผู้สูงอายุได้รับทราบและเข้าใจไปในทางเดียวกัน ควรมีการจดทะเบียน หรือมีใบอนุญาตในการประกอบกิจการสถานบริการผู้สูงอายุอย่างถูกต้องชัดเจน หรือกระทั่งใบรับรองต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริการ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรและสร้างความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ และเป็นการการให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ ตลอดจนผู้ที่ให้ความสนใจต้องการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ

มุ่งเน้นในการให้คุณค่ากับตัวผลิตภัณฑ์บริการของทางสถานบริการผู้สูงอายุ ให้มีมาตรฐาน และเป็นรูปธรรม ให้ความสำคัญกับเครื่องมือหรืออุปกรณ์ให้มีสภาพที่สมบูรณ์ หรือเป็นอุปกรณ์ที่มีการรับรองมาตรฐานทั้งในด้านการผลิตและการจัดจำหน่าย และมีคุณภาพ อีกทั้งควรมุ่งเน้นในเรื่องของผลิตภัณฑ์หลักหรือก็คือการให้บริการในส่วนของการดูแลบริบาลให้มีคุณภาพ และมีมาตรฐาน

สร้างช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางในการติดต่อที่ทำให้เกิดความสะดวกที่สุดในการขอรับบริการ ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก หรือทางเว็บไซต์ ในกรณีที่มีความจำเป็น และควรมีการให้ความสำคัญในส่วนของสถานที่ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ และสิ่งแรกๆ ที่ผู้สนใจใช้บริการจะสามารถรับรู้ได้ ต้องให้มีความสะอาด มีบริเวณหรือพื้นที่เหมาะสมน่าอยู่อาศัย เป็นสถานที่ที่มีความปลอดภัยสูงเหมาะแก่การให้บริการดูแลบริบาล

มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายใน ไม่ว่าจะเป็นการฝึกอบรมสำหรับบุคลากร เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานให้เกิดเป็นคุณภาพบริการที่ดีตามมา ตลอดจนกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุที่เข้ารับการดูแลบริบาลได้มีส่วนร่วม ซึ่งนอกจากจะทำให้ผู้สูงอายุได้ผ่อนคลายแล้ว ยังเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมการตลาดที่ดี เพื่อช่วยเพิ่มทัศนคติในเชิงบวกให้แก่ผู้ใช้บริการและผู้สนใจใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร กระทั่งเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมภายในชุมชน หรือมีการเชิญชวนให้ผู้ใช้บริการและผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมตลอดจนการอบรม เพื่อให้ความรู้เบื้องต้น นอกจากนี้อาจมีการจัดกิจกรรมให้แก่ผู้สูงอายุในโอกาสต่าง ๆ หรือบุคคลภายนอกสามารถเข้าร่วมได้ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันปีใหม่ กิจกรรมรดน้ำดำหัวเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี และทำให้เกิดการตระหนักถึงการมีอยู่ ตลอดจนลักษณะรูปแบบของสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

## ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการทำการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาในส่วนของตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติมนอกเหนือจากตัวแปรที่ได้มีการศึกษาในครั้งนี้ เช่น การศึกษาในส่วนของทัศนคติที่บุคคลทั่วไปมีต่อการใช้บริการสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ ศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ และสภาวะอาการหรือความเจ็บป่วยของผู้สูงอายุที่เข้ามาใช้บริการดูแลภายในสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการที่ผู้ประกอบการสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ จะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ ให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการและผู้ที่มีโอกาสมาใช้บริการในอนาคตได้อย่างเหมาะสมต่อไป

2. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของแนวโน้มการให้บริการสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ โดยขยายขอบเขตการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ภายในประเทศไทย และศึกษาในเรื่องของแนวโน้มและความเป็นไปได้ในการเติบโตของธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุในอนาคต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการเตรียมพร้อมและรับรู้ถึงทิศทางของธุรกิจสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ ในสังคมผู้สูงอายุที่จะมาถึงในอนาคตอันใกล้

3. ควรทำการศึกษาเรื่องของรูปแบบในการบริหารจัดการธุรกิจผู้สูงอายุลงลึกในเชิงโครงสร้าง และศึกษาในเรื่องของมาตรฐานที่เหมาะสมในการบริหารจัดการสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ และกฎหมายที่รองรับ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้พัฒนาคุณภาพของสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุภายในประเทศให้มีมาตรฐาน และระเบียบที่ชัดเจน นอกจากนี้จะช่วยให้ทางภาครัฐสามารถที่จะหาหนโยบายในการช่วยเหลือ หรืออำนวยความสะดวกให้แก่สถานบริการสำหรับผู้สูงอายุต่อไปในอนาคตของสังคมผู้สูงอายุที่กำลังจะมาถึงได้

## บรรณานุกรม

- Bartol, Kathryn M. (1994). *Management* (2nd ed.. ed.). New York: New York : McGraw-Hill.
- Blackwell, Roger D. (2012). *Consumer behavior*. Andover: Andover : Cengage Learning.
- Corrall, Sheila. (1999). *The new professional's handbook : your guide to information services management*. London: London : Library Association.
- Dale, Ernest. (1969). *Management : theory and practice* (2nd ed.. ed.). New York: New York : McGraw-Hill.
- Dickens, Paul. (1994). *Quality and excellence in human services*. Chichester New York: Wiley.
- Kast, F. E. (1995). *Organization and management : a systems and contingency approach* (4th ed.. ed.): New York : McGraw-Hill.
- Keppel, Geoffrey. (1991). *Design and analysis : researchers handbook* (3rd ed.. ed.). Englewood Cliffs, N.J.: Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. (1994). *Marketing management : analysis, planning, implementation, and control* (8th ed., international ed.. ed.). Englewood Cliffs, N. J.: Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing management* (9th ed., ed.). New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing management* (Millennium ed.. ed.). Upper Saddle River, N.J.: Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing management* (11th ed., international ed.. ed.). Upper Saddle River, N.J.: Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.
- Loudon, David L. (1993). *Consumer behavior : concepts and applications* (4th ed.. ed.). New York: New York : McGraw-Hill.
- Murphy, K. (2005). A qualitative study explaining nurses' perception of quality care for older people in long term care settings in Ireland. *Journal of Clinical Nursing*(16), 477-485.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*,

49(4), 41-50.

Payne, Adrian. (1993). *The essence of services marketing*. New York: New York : Prentice Hall.

Schiffman, Leon G. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.. ed.). New Jersey Prentice-Hall.

Schiffman, Leon G. (2006). *Consumer behavior* (9th ed., pearson international ed.. ed.).

Upper Saddle River, N.J.: Upper Saddle River, N.J. : Pearson/Prentice-Hall.

Stoner, James A. F. (1992). *Management* (4th ed.. ed.). Englewood Cliffs, NJ: Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall International.

Yamane, Taro. (1967). *Statistics : an introductory analysis* (2nd ed.. ed.). New York: New York : Harper.

เกศสุดา, เหมทานนท์. (2553). คุณภาพบริการของสถานเอนามัยตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการระบบสุขภาพ), มหาวิทยาลัยทักษิณ.

เพ็ญพร, ประไพพิน. (2557). การศึกษาความต้องการใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุของประชากรกลุ่มเบบีบูมเมอร์เมื่อก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุ: กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร., พิษณุโลก.

เสรี, วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : Diamond in Business World.

เอลเดอร์แคร์ไทยแลนด์. รายชื่อบ้านพักผู้สูงอายุในกรุงเทพฯและปริมณฑล. Retrieved from <http://www.eldercarethailand.com/eldercare>.

กฤตภาส, แสงเดือน. (2552). การจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในเขตจังหวัดปทุมธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.

กัลยา, วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6.. ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา, วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7.. ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- กัลยาณี, ททรัพย์คงดี. (2549). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการศูนย์บริการสาธารณสุข สำนักอนามัยกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ชัชวาล, ทัดศิวัช. (2554). ความหมายของคุณภาพการให้บริการ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร บัณฑิต), สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ชูรีย์พร, วันหลัง. (2556). การจัดการธุรกิจบริการสถานดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาบริหารธุรกิจ(การจัดการทั่วไป) โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ชูศรี, วงศ์รัตน์. (2546). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 9.. ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดจำหน่าย.
- ณรงค์, สหเมธาพัฒน์. (2557). ปี 68 ไทยก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์. Retrieved from <http://www.thaihealth.or.th/Content/23525-%E0%B8%9B%E0%B8%B5%2068%20%20%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B9%88%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AA%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%9A%E0%B8%B9%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C%20.html>
- ณัฐชานันท์, มีดีอินทร์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการเนอร์สซิ่งโฮมของผู้สูงอายุ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ณัฐพัชร์, ล้อประดิษฐ์พงษ์. (2549). คู่มือสำรวจความพึงพอใจลูกค้า : พร้อมกรณีศึกษาและเทคนิคปฏิบัติที่ได้ผลจริง = *Customer satisfaction handbook*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น ผู้จัดจำหน่าย.
- दनัย, เทียนพุดม. (2543). นวัตกรรมบริการลูกค้า. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : บุ๊คแบงก์.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ, อุทยา. (2557). การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์ = *Services marketing : concepts and strategies* (พิมพ์ครั้งที่ 4, (ฉบับปรับปรุง). ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพาวรรณ, วรณวาณิชย์. (2548). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- รัชยา, กุลวานิชไชยนันท์. (2535). ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- วีรพงษ์, เฉลิมจิระรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ 1 = *Quality in services* (พิมพ์ครั้งที่ 2.. ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น.
- ศิริชัย, บุตรีศรี. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการตรวจสุขภาพที่ศูนย์สุขภาพดี โรงพยาบาล บ้านแพ้ว (องค์การมหาชน). (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริพันธุ์, สาส์ตย์. (2552). รูปแบบการปฏิบัติการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวในสถานบริการในประเทศไทย. (รายงานผลโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์), สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- ศิริวรรณ, เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ, เสรีรัตน์. (2541). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ, เสรีรัตน์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี46. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ, เสรีรัตน์. (2548). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ดวงกลมสมัย.
- สมคิด, บางโม. (2538). หลักการจัดการ. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : วิทย์พัฒนา.
- สมชาติ, กิจยรรยง. (2543). ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า = *Customer service satisfaction strategic*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : เอ็กชเปอร์เน็ท ผู้จัดจำหน่าย.
- สมิต, สัจฉกร. (2550). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ = *Excellence service* (พิมพ์ครั้งที่ 5 (ปรับปรุงใหม่).. ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ : สายธาร.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ. Retrieved from <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สิริกาญจน์, กมลปิยะพัฒน์. (2558). การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. Available from EBSCOhost ir00711a database.
- สุชาธิณี, พยุงภร. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ให้บริการถึงคุณภาพการให้บริการด้านศูนย์บริการตอบรับข้อมูลทางโทรศัพท์ (*Call Center*) ของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่. (การศึกษาเฉพาะบุคคล ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

กรุงเทพ.

สุดาตวง, เรืองรุจิระ. (2541). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 8.. ed.). กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ :

ประกายพริก.

สุภัทรา, มิ่งปรีชา. (2550). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแผนกผู้ป่วยนอกต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลแพร่. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและพัฒนาประชาคมเมืองและชนบท), มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

สุนา, อัญโพธิ์. (2544). ตลาดบริการ = (*Marketing for services*). ม.ป.ท.: ม.ป.ท. : ม.ป.พ.

สุรัชย์, บุญยั้งยงสถิตย์. (2538). ความพึงพอใจในการใช้บริการบ้านพักผู้สูงอายุธรรมดา. (วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

(วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อดุลย์, จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค =: *Consumer behavior*. [ปทุมธานี]: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อรอนงค์, ชาร์กซ์. (2552). การจัดการธุรกิจจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ภายใต้วิกฤตเศรษฐกิจ. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)), มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.

อรุณทิพย์, วรชิวัน. (2545). ทักษะคติของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการสินเชื่อของฝ่ายสินเชื่อสาขากลางธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.







ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

## แบบสอบถาม

### ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ ผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาในเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้เพื่อประโยชน์สำหรับนักวิเคราะห์ในเชิงวิชาการ และผู้ประกอบการในส่วนของกิจการสถานบริการผู้สูงอายุ ความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การศึกษาในเรื่องดังกล่าวสามารถบรรลุเป้าประสงค์ ผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาและความร่วมมือจากท่าน และขอแสดงความขอบคุณมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนที่ 3 คุณภาพบริการของสถานบริการผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูลที่ท่านได้ตอบในแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและจะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาในเรื่องนี้เท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  เพียงข้อเดียว หน้าข้อความที่ตรงกับลักษณะประชากรศาสตร์ของท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ไม่เกิน 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

51 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส และไม่มีบุตร

สมรส และมีบุตร ..... คน

4. ระดับการศึกษาสูงสุด

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้ต่อเดือน

15,000 - 30,000 บาท

30,001 - 45,000 บาท

45,001 - 60,000 บาท

สูงกว่า 60,000 บาท

6. อาชีพ

เจ้าของกิจการ

พนักงานบริษัทเอกชน

ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

รับจ้าง / Freelance

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ของสถานบริบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
1. มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกครบครัน					
2. มีความน่าเชื่อถือ					
3. มีการให้บริการที่ครบถ้วนและมีคุณภาพ					
4. มีการให้เช่าอิมูปรณ์ที่จำเป็น เช่น ที่นอนลม ถังออกซิเจน					
5. มีการดูแลที่เหมาะสมต่อสภาวะทางร่างกายและโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ					
6. มีการรายงานสภาวะหรืออาการของผู้สูงอายุในกรณีต่าง ๆ สม่ำเสมอ					
<b>2. ด้านราคา (Price)</b>					
1. ค่าบริการมีความเหมาะสม					
2. มีราคาและแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย					
3. มีการกำหนดราคาในการเช่าอิมูปรณ์เฉพาะ และอุปกรณ์ที่อยู่นอกเหนือจากบริการที่เหมาะสม และไม่แพงจนเกินไป					
4. อัตราค่าบริการไม่สูงจนเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับการดูแลผู้สูงอายุด้วยตนเอง หรือจ้างคนมาดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน					
<b>3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
1. มีช่องทางในการติดต่อสอบถาม และให้คำปรึกษาที่สะดวกหลากหลาย และง่ายต่อการเข้าถึง					
2. มีช่องทางที่ใช้ในการติดต่อกับทางสถานบริบาลผู้สูงอายุ และพนักงานที่ทำกรดูแลผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค หรือทางเว็บไซต์ ในกรณีที่มีความจำเป็น					
3. มีสาขาที่ให้บริการในหลายพื้นที่					
4. ทำเลที่ตั้ง สามารถเดินทางเข้าถึงได้สะดวก					
5. สถานที่ตั้งของสถานบริบาลผู้สูงอายุอยู่ใกล้กับโรงพยาบาล หรือสามารถเดินทางไปยังโรงพยาบาลได้สะดวก ในกรณีจำเป็น และกรณีฉุกเฉิน					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ของสถานบิบาลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>					
1. มีการส่งข้อมูลโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น แฟนเพจ หรือเว็บไซต์ อย่างสม่ำเสมอ					
2. มีการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับการทำสัญญาในการใช้บริการในระยะยาว					
3. มีการให้ส่วนลดในกรณีให้ทางบ้านพักช่วยจัดหาเครื่องใช้จำเป็นบางประเภท เช่น ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ หรือแผ่นรองพื้นกันเปื้อน					
4. มีส่วนลดพิเศษสำหรับผู้ที่ได้รับการแนะนำมาจากทางโรงพยาบาล หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้อง					
5. มีกิจกรรมให้แก่ผู้สูงอายุในโอกาสต่าง ๆ เช่น การทำบุญตักบาตรในวันปีใหม่ กิจกรรมรดน้ำดำหัวเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น					
<b>5. ด้านบุคลากร (People)</b>					
1. เจ้าหน้าที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีกิริยามารยาทที่สุภาพเรียบร้อย และมีความเป็นกันเอง					
2. เจ้าหน้าที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน และมีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นอย่างดี ในการให้การดูแลและบริการ					
3. เจ้าหน้าที่มีความสามารถในการแนะนำและให้ข้อมูลในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้สูงอายุแก่ญาติได้เป็นอย่างดี					
4. เจ้าหน้าที่มีการแต่งกายสุภาพ เหมาะสม					
5. มีบุคลากรเพียงพอสำหรับการให้บริการ					

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ของสถานบริการผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)</b>					
1. ป้ายชื่อสถานบริการสามารถมองเห็นได้ชัดเจน					
2. ภายในสถานที่มีความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ					
3. มีการแบ่งส่วนสำหรับผู้สูงอายุชายและหญิงอย่างเหมาะสม					
4. สถานที่มีความร่มรื่น สะอาด มีส่วนกลาง และส่วนที่เป็นธรรมชาติให้ผู้สูงอายุได้พักผ่อน					
5. บริเวณห้องพักของผู้สูงอายุ มีพื้นที่กว้างขวางเหมาะสม ไม่อึดอัด					
6. ภายในบริเวณบ้านพักมีการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ในการใช้ชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ราวจับ ทางลาดสำหรับรถเข็น					
<b>7. ด้านกระบวนการ (Process)</b>					
1. ผู้ใช้บริการจะได้รับหนังสือสัญญาการเข้าพัก และการชำระเงินที่เป็นลายลักษณ์อักษรชัดเจน					
2. มีกฎกติกาและการเข้าเยี่ยมผู้สูงอายุอย่างชัดเจน					
3. มีการแจ้งให้ผู้ให้บริการ (ญาติ) ทราบเมื่อมีความจำเป็นต้องใช้สิ่งของบางอย่าง ที่นอกเหนือจากบริการปกติเช่น แผ่นรองกันเปื้อน และของฟุ่มเฟือยต่าง ๆ					
4. มีระบบการติดต่อในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน หรือกรณีจำเป็นต่าง ๆ					

### ส่วนที่ 3 คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

คุณภาพบริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility)</b>					
1. อุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ มีสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งาน					
2. มีสถานที่ที่กว้างขวาง และมีบริเวณให้ใช้สอยได้เต็มที่					
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วบริเวณ					
4. ผู้สูงอายุที่เข้ารับการดูแลมีอาการดีขึ้น และได้รับการดูแลเป็นอย่างดี					
5. มีการทำสัญญาในการเข้าใช้บริการที่เป็นธรรม					
6. มีเอกสารในการทำสัญญาและใบเสร็จอย่างชัดเจน					
<b>2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)</b>					
1. มีการให้บริการที่ตรงตามสัญญาที่ได้ทำไว้กับทางสถานบริบาลผู้สูงอายุ					
2. มีการคิดค่าบริการ และค่าอุปกรณ์ที่อยู่นอกเหนือจากสัญญาอย่างถูกต้อง และมีหลักฐานชัดเจน					
3. ทางสถานบริบาลผู้สูงอายุมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี					
<b>3. การตอบสนองต่อผู้ให้บริการ (Responsiveness)</b>					
1. ทางสถานบริบาลและเจ้าหน้าที่สามารถตอบสนองต่อคำร้องขอพิเศษของท่านได้เป็นอย่างดี					
2. ท่านรู้สึกถึงความกระตือรือร้นที่จะให้ความช่วยเหลือและบริการด้วยความเต็มใจของเจ้าหน้าที่เมื่อท่านต้องการ					
3. ท่านรู้สึกถึงความเป็นมิตรและปลอดภัยเมื่อมาถึงสถานบริบาลผู้สูงอายุ					
4. ท่านได้รับการรายงานอาการของผู้สูงอายุที่เข้ารับการดูแล จากเจ้าหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ					
5. ท่านสามารถติดต่อขอรับบริการได้สะดวกและรวดเร็ว					



คุณภาพบริการของสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (Assurance)</b>					
1. ทางสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจ และรู้สึกปลอดภัยที่จะนำผู้สูงอายุมาเข้ารับบริการ					
2. เจ้าหน้าที่ของทางสถานบริการมีความรู้ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุในสภาวะความเจ็บป่วย หรือสภาวะทางร่างกายในแบบต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว					
3. มีการร่วมมือกับทางสถาบันทางการแพทย์หรือโรงพยาบาลในการอำนวยความสะดวกในกรณีต่าง ๆ ที่จำเป็น					
4. มีการคิดค่าบริการต่าง ๆ อย่างเหมาะสม โดยมีหลักฐานชัดเจน และเป็นไปอย่างถูกต้องรวดเร็ว					
5. สถานบริการให้การบริการอย่างเท่าเทียม ไม่เลือกปฏิบัติ					
6. เจ้าหน้าที่มีการอธิบายเกี่ยวกับวิธีการในการดูแลและปฏิบัติต่อผู้สูงอายุ เพื่อให้ญาติได้เข้าใจ และเกิดความสบายใจ					
<b>5. ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจต่อผู้ใช้บริการ (Empathy)</b>					
1. เจ้าหน้าที่แสดงออกถึงความเอาใจใส่ต่อผู้สูงอายุเสมือนคนในครอบครัว และให้บริการด้วยใจ					
2. เจ้าหน้าที่มีความเข้าใจในความรู้สึกของญาติ ที่นำผู้สูงอายุมาเข้ารับบริการ					
3. เจ้าหน้าที่มีความเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจในสภาวะ ของผู้สูงอายุที่ถูกพา มาเข้ารับบริการ					
4. ทางสถานบริการสำหรับผู้สูงอายุมีความเข้าใจในด้านความต้องการที่แตกต่างกันของผู้เข้ารับบริการ					

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

**คำชี้แจง :** โปรดเติมตัวเลข หรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามระดับความคิดเห็นที่ตรงกับพฤติกรรมในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุของท่านมากที่สุด

1. เหตุผลใด**สำคัญที่สุด**ที่ทำให้ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ
  - ไม่มีเวลาที่เพียงพอในการดูแลผู้สูงอายุอย่างใกล้ชิด
  - สถานที่พักอาศัยไม่เอื้ออำนวยต่อการดูแลผู้สูงอายุ
  - ต้องการให้ผู้สูงอายุได้รับการดูแลอย่างถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ
  - อื่น ๆ (ระบุ) .....
  
2. ท่านรู้จักบริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ได้อย่างไร (เลือกตอบได้หลายคำตอบ)
  - สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
  - ได้รับการแนะนำ จากบุคคลอื่น
  - สื่อออนไลน์ Social Media
  - อื่น ๆ (ระบุ) .....
  
3. ท่านได้ทำการตัดสินใจร่วมกับบุคคลใดบ้างในการเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ
  - ตัดสินใจด้วยตนเอง
  - ตัดสินใจร่วมกับญาติ/พี่น้อง
  - ตัดสินใจร่วมกับตัวผู้สูงอายุ
  - ตัดสินใจร่วมกับแพทย์ประจำตัวของผู้สูงอายุ
  - บุคคลอื่น ๆ (ระบุ) .....
  
4. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการพิจารณา ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ
  - น้อยกว่า 1 เดือน
  - ตั้งแต่ 1 - 3 เดือน
  - มากกว่า 3 เดือน

5. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ยอมรับได้ในการใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุ  
ประมาณ ..... บาท / เดือน

6. ท่านเคยใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุมาทั้งหมด ..... แห่ง

7. ท่านใช้บริการของสถานบริบาลผู้สูงอายุในปัจจุบันมาเป็นระยะเวลา ..... เดือน

8. ท่านประสงค์ที่จะใช้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุต่อไปในอนาคตหรือไม่

ใช้บริการอย่างแน่นอน ..... : ..... : ..... : ..... : ..... ไม่ใช้บริการอย่างแน่นอน  
5 4 3 2 1

9. ท่านจะแนะนำการให้บริการสถานบริบาลผู้สูงอายุแก่ผู้ที่สนใจหรือไม่

แนะนำอย่างแน่นอน ..... : ..... : ..... : ..... : ..... ไม่แนะนำอย่างแน่นอน  
5 4 3 2 1



ภาคผนวก ข  
แบบคำถามในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

**แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ**  
**ธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร เพื่อการวิจัย**

**ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้สถานบริบาล**  
**ผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร**

---

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาในเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการ คุณภาพบริการ พฤติกรรมการเลือกใช้สถานบริบาลผู้สูงอายุ และการจัดการธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะใช้เพื่อประโยชน์สำหรับ นักวิเคราะห์ในเชิงวิชาการ และผู้ประกอบการในส่วนของกิจการสถานบริบาลผู้สูงอายุ ความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การศึกษาในเรื่องดังกล่าว สามารถบรรลุเป้าประสงค์ ผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาและความร่วมมือจาก ท่าน และขอแสดงความขอบคุณมา ณ ที่นี้

ข้อมูลที่ท่านได้ตอบในแบบสอบถามนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและจะนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อการศึกษาในเรื่องนี้เท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาในการพูดคุย ตอบคำถามและให้ข้อมูลในครั้งนี้

## หัวข้อคำถามในการสัมภาษณ์

### 1. ด้านการวางแผน

ท่านมีวิธีการวางแผนในการดำเนินกิจการ การบริหารจัดการ และการคัดเลือกเจ้าหน้าที่หรือพนักงานอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

### 2. การจัดการองค์การ

ในการบริหารธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ ท่านมีวิธีการหรือรูปแบบของการจัดการในด้านโครงสร้าง การกำหนดหน้าที่ และด้านอุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ อย่างไม่

.....

.....

.....

.....

.....

### 3. การสั่งการ

ในการบริหารธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ ท่านมีวิธีการหรือรูปแบบในการสั่งการ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสั่งการภายในองค์การอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

#### 4. การประสานงาน

ในการบริหารธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ ท่านมีรูปแบบหรือวิธีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ หรือบุคลากรอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

#### 5. การควบคุม

ในการบริหารธุรกิจสถานบริบาลผู้สูงอายุ ท่านมีวิธีการหรือรูปแบบในการควบคุมดูแลในด้านการเรียบร้อย และการจัดการปัญหาต่าง ๆ เพื่อให้ไปสู่ความสำเร็จอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ค  
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

1. อ.ดร.ณัฐยา ประดิษฐ์สุวรรณ

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร

สาขาวิชาธุรกิจเพื่อสังคม

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. รศ.สุพาดา สิริกุตตา

อาจารย์ประจำสาขาวิชาธุรกิจเพื่อ

สังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายระพีพัฒน์ ช้อนสวัสดิ์
วัน เดือน ปี เกิด	5 พ.ย. 2534
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต (ศิลปะการแสดง-การแสดงและกำกับการแสดง)

