

คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานคร

THE INFLUENCES OF SERVICE QUALITY TO SOCIAL SERVICE
BUSINESS FOR ELDERLY IN BANGKOK

พรรัชทิพย์ อ่อนมั่ง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ
ในเขตกรุงเทพมหานคร

พรรัชทิพย์ อ่อนมั่ง

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ

คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคม
สำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
The Influence of Service Quality to Social Service Business
for Elders in Bangkok

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวพรรชทิพย์ อ่อนมั่ง

วิชาเอก

การจัดการวิศวกรรมธุรกิจ


อาจารย์ที่ปรึกษา

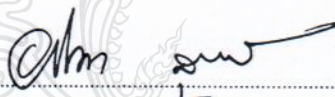
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารณี พิมพ์ข้างทอง, D.B.A.


ปีการศึกษา

2558

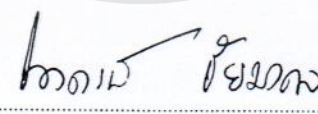
คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์เฉลิมศักดิ์ เลิศวงศ์เสถียร, Ph.D.)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อภิรดา สุทธิสถานนท์, บธ.ม.)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารณี พิมพ์ข้างทอง, D.B.A.)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อนุมัติการค้นคว้าอิสระฉบับนี้
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะบริหารธุรกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายกรพี ชัยมงคล, ปร.ค.)

วันที่ 5 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2559

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคม สำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อ-นามสกุล	นางสาวพรรชทิพย์ อ่อนมั่ง
วิชาเอก	การจัดการวิศวกรรมธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารณี พิมพ์ช่างทอง, D.B.A.
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย Independent Samples t-test, One-way ANOVA และ Least Significant Difference (LSD) ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเกี่ยวกับการดำรงชีวิตมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุด้านกีฬาหรือนันทนาการและด้านการดูแล ส่วนปัจจัยเกี่ยวกับรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร ส่วนคุณภาพการบริการที่เป็นรูปธรรม และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ ธุรกิจบริการทางสังคม ผู้สูงอายุ

Independence Study Title	The Influence of Service Quality to Social Service Business for Elders in Bangkok
Name-Surname	Miss Phathsathip Ormmang
Major Subject	Business Engineering Management
Independence Study Advisor	Assistant Professor Daranee Pimchangthong, D.B.A.
Academic Year	2015

ABSTRACT

The objectives of this research were to study personal factors and service quality affecting the levels of importance of social service business for elders in Bangkok.

The subjects of the study were 400 elders aged 60 up living in Bangkok. Questionnaires were used to collect data using convenience random sampling method. Statistics used for data analysis were descriptive statistics including frequency, percentage, means and standard derivation; and inferential statistics including Independent Samples t-test, One-way ANOVA and Least Significant Different (LSD) at the statistical significant level of 0.05.

The results revealed that personal factors involving lifestyles affected the levels of importance of social service business for elders in sports or recreation and care. The factors involving monthly expenses affected the levels of importance of service quality in tourism, service quality in perception for clients and building confidence in the clients. Additionally, understanding and care for the clients affected the levels of social service business in communication. Concrete service quality and perception for the clients affected the levels of importance of social service business in tourism.

Keywords: service quality, social service business, elders

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือจาก ดร. เฉลิมศักดิ์ เลิศวงศ์เสถียร ประธานกรรมการ ที่กรุณาให้คำแนะนำและดูแลให้คำปรึกษาช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ทำให้การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ด้วยดี ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ อภिरดา สุทธิสถานนท์ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คุณกณีนพกา จารุพงษ์ ข้าราชการบำนาญ กระทรวงศึกษาธิการและคุณปริตตา พลับศิริ อาจารย์พิเศษมหาวิทยาลัย ผู้เชี่ยวชาญที่กรุณาช่วยตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

ขอขอบพระคุณบรรดาคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ ที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนเจ้าของผลงาน ตำรา และเอกสารทางวิชาการทุกท่าน ที่ผู้ศึกษาได้นำมาศึกษาก่อให้เกิดแนวคิดอันมีคุณค่าต่องานค้นคว้าอิสระฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คารณิ พิมพ์ช่างทอง ที่กรุณาให้คำแนะนำและดูแลให้คำปรึกษาช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่ง

ขอขอบพระคุณผู้สูงอายุทุกท่านที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท BEY56 ACY56 MKY56 MGY56 และเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจ แรงใจ และเป็นทีปรึกษาที่ดีเรื่อยมา

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ญาติพี่น้องทั้งหลาย ผู้ให้ชีวิตและให้การสนับสนุน ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จการศึกษา ด้วยความรักและเอาใจใส่เป็นอย่างดีที่สุดและทุก ๆ คนในครอบครัว ผู้เป็นแรงผลักดัน เป็นกำลังใจ และคอยให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์จากการค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ บิดา มารดา ตลอดจนบูรพาจารย์ที่ให้การอบรมสั่งสอนประสิทธิประสาทวิชา ซึ่งผู้ศึกษาจะนำไปพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้นเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติต่อไปในอนาคต

พรชัย อ่อนมั่ง

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(4)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพ.....	(13)
บทที่ 1 บทนำ.....	14
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	14
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	15
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	15
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	15
1.5 คำจำกัดความในการวิจัย.....	16
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	18
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	19
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
2.1 แนวคิดและทฤษฎีด้านธุรกิจบริการ.....	20
2.2 แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการบริการ.....	22
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ.....	23
2.4 ธุรกิจบริการผู้สูงอายุ.....	26
2.5 สถานการณ์ผู้สูงอายุของไทย.....	32
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์.....	40
4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	83
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	83
5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	85
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	88
5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต.....	88
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก.....	91
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	92
ภาคผนวก ข ราชานามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม	100
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ค่า IOC	106
ภาคผนวก ง ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม.....	109
ประวัติผู้เขียน.....	111

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ความถี่ และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล.....	41
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ.....	43
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ.....	44
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ.....	45
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ.....	46
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ.....	47
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ.....	48
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง.....	48
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง (ต่อ).....	49
ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว.....	50
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ.....	51
ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ (ต่อ).....	52
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร.....	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร (ต่อ).....	53
ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล.....	54
ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา.....	55
ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน.....	56
ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน.....	57
ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน.....	58
ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีที่พำอาศัยแตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน.....	59
ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีที่พำอาศัยแตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน(ต่อ).....	60
ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการสื่อสารจำแนกตามที่พักอาศัย.....	60
ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีการดำรงชีวิตแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน...	61
ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีการดำรงชีวิตแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน (ต่อ).....	62
ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการจำแนกตามการดำรงชีวิต.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ 4.21	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแลจำแนกตามการดำรงชีวิต.....	64
ตารางที่ 4.22	การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน.....	65
ตารางที่ 4.23	การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน.....	66
ตารางที่ 4.23	การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน (ต่อ).....	67
ตารางที่ 4.24	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน.....	67
ตารางที่ 4.25	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง	70
ตารางที่ 4.26	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการด้านความบันเทิง	70
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว....	72
ตารางที่ 4.28	แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X_1) ความเชื่อถือไว้วางใจ (X_2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (X_4) ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (X_5) ด้านการท่องเที่ยว.....	72
ตารางที่ 4.29	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อ ระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ	73

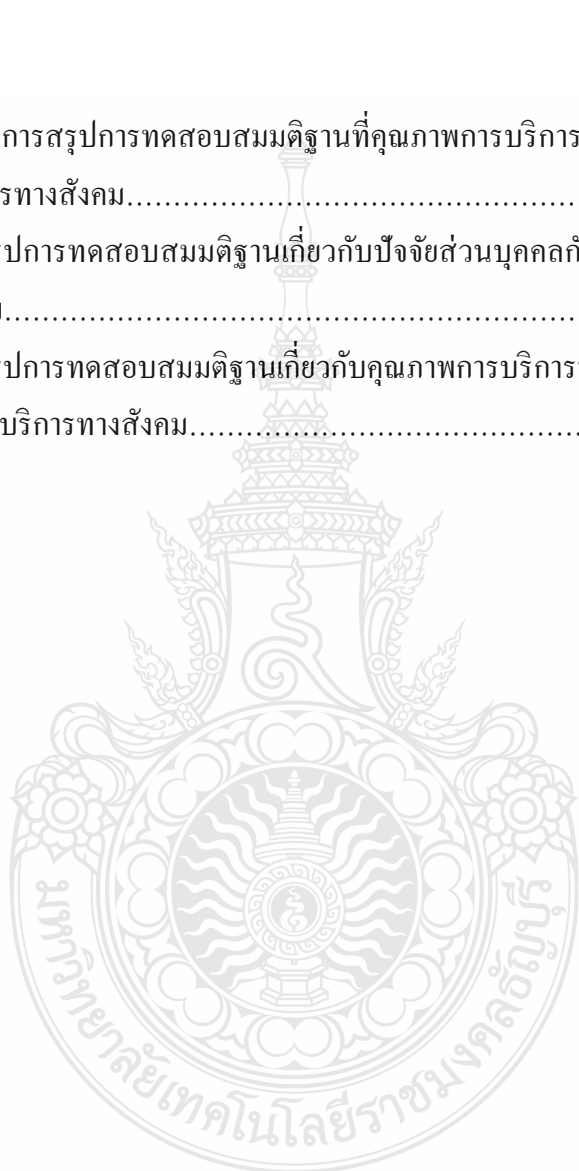
สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของ ธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X_1) ความเชื่อถือ ไว้วางใจ (X_2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3) การให้ความมั่นใจแก่ ผู้รับบริการ (X_4) ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (X_5) ด้านกีฬาหรือ นันทนาการ.	74
ตารางที่ 4.31 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมี อิทธิพลต่อการติดต่อสื่อสาร	75
ตารางที่ 4.32 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของ ธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X_1) ความเชื่อถือ ไว้วางใจ (X_2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3) การให้ความมั่นใจแก่ ผู้รับบริการ (X_4) ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (X_5) ด้านการ ติดต่อสื่อสาร	76
ตารางที่ 4.33 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมี อิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล	77
ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของ ธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X_1) ความเชื่อถือ ไว้วางใจ (X_2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3) การให้ความมั่นใจแก่ ผู้รับบริการ (X_4) ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (X_5) ด้านการดูแล	78
ตารางที่ 4.35 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมี อิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรม ส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา	79
ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของ ธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X_1) ความเชื่อถือ ไว้วางใจ (X_2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3) การให้ความมั่นใจแก่	

ผู้รับบริการ (X ₄) ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (X ₅) ด้านกิจกรรม ส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา.....	80
---	----

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.37 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานที่คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อธุรกิจ บริการทางสังคม.....	81
ตารางที่ 4.38 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลกับธุรกิจบริการทาง สังคม.....	81
ตารางที่ 4.39 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อ ธุรกิจบริการทางสังคม.....	82



สารบัญญภาพ

ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	หน้า 18
------------	---------------------------	------------



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Aged Society) เพราะอัตราการเกิดใหม่ลดลง และประชากรมีอายุยืน เนื่องจากวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ขั้นสูง และการใส่ใจและการดูแลสุขภาพ ทำให้จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะผู้สูงอายุวัยปลาย สังคมไทยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนจากวัฒนธรรมการอยู่รวมกันเป็นครอบครัวใหญ่มาเป็นครอบครัวเดี่ยวขนาดเล็กมากขึ้น และจากสภาพเศรษฐกิจ สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คนวัยทำงานต้องออกไปทำงานนอกบ้าน/ไกลบ้านมากขึ้น ครอบครัวที่ได้รับการดูแลใกล้ชิดจากลูก หลาน ก็ทำให้เกิดความห่างเหินกลายเป็นได้รับการดูแลที่น้อยลง ทำให้ครอบครัวมีบทบาทในด้านการดูแลสุขภาพ จิตใจ และสังคมของผู้สูงอายุได้น้อยลงด้วย จึงมีความต้องการเกี่ยวกับธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น (สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2556) สรุปรายงานผลการวิจัยทิศทางทำให้บริการของธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่จะก้าวเข้าสู่กับผู้สูงอายุ โดยแบ่งรูปแบบธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุเรียงตามลำดับความสำคัญ 4 กลุ่ม คือ 1) ด้านสุขภาพ 2) ด้านสังคม 3) ด้านที่อยู่อาศัย และ 4) ด้านกฎหมาย

การศึกษาเรื่องนี้จะทำการศึกษาเฉพาะทางด้านสังคม ซึ่งเกี่ยวข้องกับกิจกรรม นันทนาการ ท่องเที่ยวและการบริการดูแล เป็นต้น เพราะเป็นรูปแบบของธุรกิจในระดับสอง ยังไม่มีการบริการด้านนี้เพียงพอ และคาดว่าในอนาคตจะมีความต้องการบริการทางด้านสังคมเพิ่มขึ้น เมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ นอกจากนั้นการหาแนวทางการบริการรูปแบบใหม่ ๆ โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจบริการผู้สูงอายุอาจจะเป็นรูปแบบหนึ่งที่ต้องนำมาพิจารณา เพราะกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้มีขนาดใหญ่พอสมควรและมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งผู้สูงอายุไม่ได้หมายถึงเฉพาะผู้สูงอายุที่มีสุขภาพอ่อนแอเท่านั้น แต่จะรวมถึงผู้สูงอายุที่มีสุขภาพแข็งแรงอยู่ด้วย จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยหลายด้านที่เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุ และต้องทำการพัฒนารูปแบบของธุรกิจ การบริหารจัดการธุรกิจบริการให้มีคุณค่า ตรงใจผู้สูงอายุ

ดังนั้นการศึกษาเรื่อง “คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” จะช่วยให้ทราบถึงการบริการด้านสังคมที่ผู้สูงอายุต้องการ รวมถึงคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อธุรกิจบริการด้านสังคมที่ตอบสนองความต้องการของ

ผู้สูงอายุในประเทศไทยเมื่อเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ นอกจากนั้นยังเป็นข้อมูลสนับสนุนสำหรับผู้สนใจทำธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวของสังคมผู้สูงอายุในภาคหน้า อีกทั้งเพื่อให้ผู้ประกอบการนี้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

1.3 สมมติฐานการวิจัย

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีสมมติฐานดังนี้

1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

1.3.2 คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตทางด้านเนื้อหา ทำการศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดกลุ่มผู้สูงอายุเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุระดับต้นที่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี และระดับกลางที่มีอายุระหว่าง 70-79 ปี

1.4.2 ขอบเขตประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้สูงอายุระดับต้นและระดับกลางที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4.3 ขอบเขตด้านตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคำนวณจาก สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวน ของ Taro Yamane ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

1.4.4 วิธีการสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling Method)

1.4.5 ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมพ.ศ. 2558 ถึง เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

1.5 คำจำกัดความในการวิจัย

การบริการ หมายถึง การบริการในด้านที่ผู้สูงอายุต้องการจะได้รับในอนาคตจากธุรกิจบริการ เช่น การให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ การจัดบริการรถรับส่ง การจัดกิจกรรมที่เหมาะสมให้ การออกกำลังกาย การทำกายภาพบำบัด เป็นต้น

ธุรกิจบริการทางสังคม หมายถึง บริการที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่ยังมีสภาพร่างกายแข็งแรง และนิยมการร่วมกลุ่มเข้าสังคม เช่นบริการนันทนาการ การท่องเที่ยว โดยเป็นผู้ที่มีฐานะ มีศักยภาพในการบริโภคและนิยมการท่องเที่ยว การทำกิจกรรม ประกอบด้วย ด้านบันเทิง ด้านท่องเที่ยว ด้านกีฬาหรือนันทนาการ ด้านด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแล ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาการศึกษา

ด้านความบันเทิง หมายถึง กิจกรรมที่ผู้สูงอายุชอบทำเพื่อความบันเทิง เช่น การชมภาพยนตร์ ชมคอนเสิร์ต ชมการแข่งขันกีฬา และเล่นเกมส์ เป็นต้น

ด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสภาพทางร่างกาย ท่องเที่ยวอุทยาน เขิงศิลปวัฒนธรรม เขิงสุขภาพ และเขิงเกษตร เป็นต้น

ด้านการกีฬาหรือนันทนาการ หมายถึง การออกกำลังกายที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น เปตอง กอล์ฟ ปั่นจักรยาน และโยคะ เป็นต้น

ด้านการติดต่อสื่อสาร หมายถึง การติดต่อสื่อสารของผู้สูงอายุกับบุคคลอื่น ๆ ทั้งภายในและนอก เช่น การติดต่อแบบ face-to-face, online, หรือผ่านกลุ่มสังคม

ด้านการดูแล หมายถึง การดูแลผู้สูงอายุในการออกไปทำภารกิจในชีวิตประจำวันนอกบ้าน เช่น การซื้อของ การทำบุญ ไหว้พระ เป็นต้น

ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา หมายถึง การใช้ความสามารถ และประสบการณ์ที่มีอยู่ในตัวตน เพื่อเป็นประโยชน์แก่สังคม เรียนรู้สิ่งใหม่ทั้งด้วยตนเอง และจากผู้อื่นในสังคม เช่น การเป็นที่ปรึกษา วิทยากร หรือผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การที่บริการเป็นที่พอใจ ได้ผลลัพธ์หรือผลผลิตที่ดี ได้มาตรฐาน และไร้ข้อผิดพลาดโดยหลักที่ใช้ในการวัดการให้บริการประกอบด้วย

ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลูกค้าสามารถมองเห็นถึงความพร้อมในด้านต่างๆของบริการ เช่น ศูนย์บริการอยู่ใกล้กับที่พักออาศัย สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม และสามารถเข้าถึงการบริการได้(Website)

ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความวางใจที่ลูกค้าไว้วางใจต่อการรับบริการ มีความถูกต้อง ไม่ผิดพลาด และตรงเวลา เช่น การได้รับความเชื่อถือไว้วางใจที่เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีคุณภาพการบริการที่เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป ให้บริการตามที่กำหนดไว้

การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง การไม่ปฏิเสธลูกค้าก่อน มีความเต็มใจในการให้บริการ สามารถตอบสนองลูกค้าได้แบบทันที เช่น สามารถให้บริการผู้สูงอายุได้อย่างรวดเร็ว ให้บริการด้วยบุคลิกภาพที่เหมาะสมในการบริการ และมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ

การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง การประกันความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งเกิดจากความรู้ และอรรถาธิบายของพนักงาน ทำให้ลูกค้ามีความมั่นใจต่อการได้รับบริการ มีผู้เชี่ยวชาญให้บริการ บุคลากรมีความสามารถพูดคุยกับผู้สูงอายุ มีความปลอดภัยทั้งด้านร่างกาย และทรัพย์สิน

ความเข้าใจและเอาใจใส่ในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง การเอาใจเขามาใส่ใจเรา สามารถดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี ให้ช่วยเหลือลูกค้า มีความเป็นกันเองและคำนึงถึงลูกค้าเป็นหลัก เช่น บริการตามความต้องการ ปฏิบัติด้วยความเสมอภาค และมีการติดตามผล

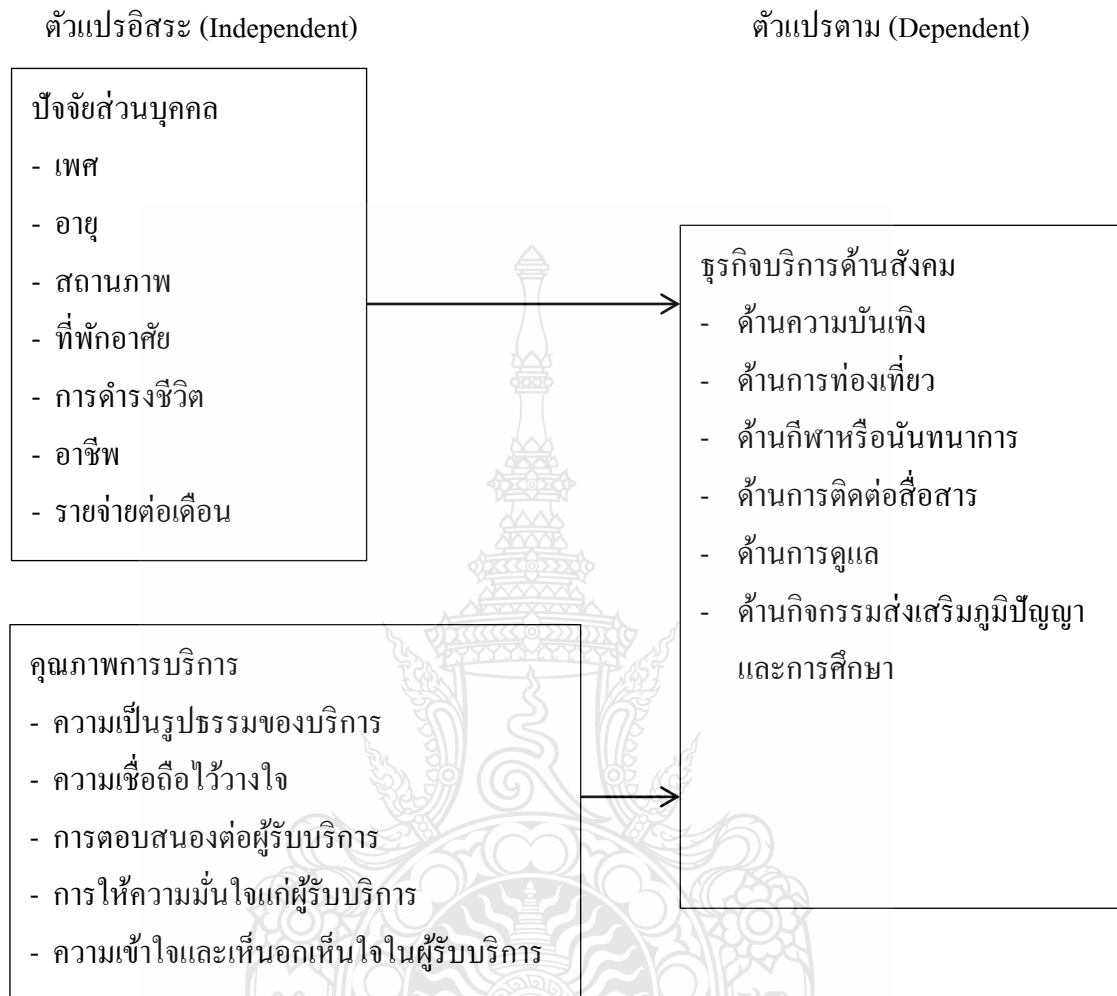
ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป แบ่งตามนิยามขององค์การสหประชาชาติเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้สูงอายุระดับต้น (อายุ 60-69 ปี) คือ ผู้ที่ยังแข็งแรง สุขภาพดี อยู่ได้ตามลำพัง เป็นอิสระ ช่วยเหลือตนเองได้

กลุ่มที่ 2 ผู้สูงอายุระดับกลาง (อายุ 70-79 ปี) คือกลุ่มที่ไม่มีโรคประจำตัวและดูแลสุขภาพดีก็ยังแข็งแรง แต่ต้องพึ่งพิง ควรได้รับการช่วยเหลือ และการเฝ้าระวังทางสุขภาพ

กลุ่มที่ 3 ผู้สูงอายุระดับปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) คือกลุ่มต้องการผู้ดูแลช่วยเหลือในชีวิตประจำวันต้องการดูแลด้านการแพทย์และเวชศาสตร์ผู้สูงอายุตามสาเหตุ ซึ่งอาจจะเป็นการดูแลที่บ้านหรืออื่น ๆ

1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1991)

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 เพื่อให้ทราบถึงการบริการด้านสังคมที่ผู้สูงอายุต้องการ

1.7.2 เพื่อให้ทราบคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

1.7.3 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุให้มีคุณภาพและมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ ได้ค้นคว้าทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำแนวคิดและทฤษฎีมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา โดยได้ทำการค้นคว้าทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีของธุรกิจบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการบริการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
4. ธุรกิจบริการทางสังคม
5. สถานการณ์ผู้สูงอายุของไทย
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีของธุรกิจบริการ

ความหมายของการบริการ

การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ก็จะได้รับ ความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กรของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ เป็นต้น

จิตตินันท์ เศษะคุปต์ (2540) “การบริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ในความหมายที่ว่าเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์

Kotler (2000) อธิบายว่า การบริการ (Service) คือ การกระทำหรือการทำสิ่งที่หน่วยงานแห่งหนึ่งแห่งใดหรือนำเสนอต่อลูกค้าเป็นรายกลุ่มและรายบุคคล เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ จะมีผลก็ต่อเมื่อลูกค้าพอใจที่ตอบใจที่ลูกค้าได้ในทางกายภาพ

ธรรมชาติของการบริการ การบริการ (Services) ไม่เหมือนสินค้า (Goods) การบริการมีลักษณะที่เฉพาะ ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible) คือ บริการไม่สามารถจับต้องได้ ไม่มีตัวตน หรือ โอนกรรมสิทธิ์กันไม่ได้ แต่จะรับรู้ว่าการนั้นดีหรือไม่ก็ต่อเมื่อได้เข้ารับบริการนั้น ๆ แล้ว

2. มีความแตกต่างกัน (Heterogeneous หรือ Variable) คือ บริการมีความไม่แน่นอน เป็น ความผันแปรที่แตกต่างกันออกไปไม่เหมือนเดิมในแต่ละครั้ง หมายความว่า ในแต่ละครั้งจะไม่ได้ รับการบริการที่เหมือนเดิม แต่จะส่งผลให้ได้รับมีความพอใจในการใช้บริการครั้งต่อไป

3. เกิดขึ้นพร้อมกัน (Simultaneous หรือ Inseparable) คือ บริการไม่สามารถแบ่งแยกได้ การให้บริการและการรับบริการต้องเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน เพราะฉะนั้นจึงมีข้อจำกัดในเรื่องผู้ ให้บริการที่เป็นตัวพนักงานและเรื่องของเวลา เช่น พนักงาน 1 คนไม่สามารถให้บริการแก่ลูกค้า หลาย ๆ รายได้ในเวลาเดียวกัน

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishable) คือ บริการจะสูญเปล่าไป เพราะว่าบริการจะทำการ ผลิตได้แค่ครั้งละ 1 หน่วย/ครั้ง

สรุปได้ว่า การบริการ เป็นการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย และส่งมอบสู่ ลูกค้า ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน ไม่สามารถสัมผัสหรือจับแตะต้องได้และ เป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่สามารถนำมาซื้อขายกันได้

ความหมายของธุรกิจบริการ

สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ (2556, น.1-12) อธิบายว่า ธุรกิจบริการ (Service Business) หมายถึงการดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคเพื่อ ความพอใจแก่ผู้บริโภคและผู้บริโภคได้รับประโยชน์มากที่สุดซึ่งดำเนินโดยทางธุรกิจ ลักษณะของ ธุรกิจบริการมีหลายประเภท สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ธุรกิจบริการที่เป็นธุรกิจที่ใช้บุคลากรเป็นหลักในการทำธุรกิจ ซึ่งธุรกิจบริการส่วน ใหญ่ จะใช้พนักงานในการเสนอการให้บริการ (Labor Intensive) ใช้เครื่องมือเป็นสิ่งสนับสนุน เพื่อให้สะดวกและรวดเร็วขึ้น

2. ธุรกิจบริการที่เป็นธุรกิจต้องการคุณภาพมากกว่าปริมาณ เช่น การบริการด้านสังคม และการแพทย์ ผู้ให้บริการไม่สามารถรักษาคอนไซ์ได้ที่ละหลาย ๆ คน เช่น คนไข้ที่ได้รับการผ่าตัด เวลาที่ใช้ก็ต้องเพียงพอกับอาการของผู้ป่วยด้วย และบริการบางอย่างก็ไม่เน้นคุณภาพ เช่น การ ขนส่ง และการสื่อสาร

3. ธุรกิจบริการที่เป็นธุรกิจที่ให้บริการลูกค้าเฉพาะราย เหมือนกับการผลิตตามคำสั่งซื้อ จากลูกค้า หรือตามความต้องการ เพราะลูกค้าแต่ละรายมีความแตกต่างกัน เช่น บริการตัดแต่งทรง ผม

4. ธุรกิจบริการที่เป็นธุรกิจที่มีขีดความสามารถจำกัด เป็นการให้บริการลูกค้าแบบตัวต่อตัว ทำตามความต้องการนั้น ๆ ไม่ได้ เช่น โรงภาพยนตร์บรรจุผู้ดูได้ในจำนวนที่จำกัด

5. ธุรกิจที่บริการเฉพาะด้าน คือ ผู้ให้บริการต้องมีความรู้ในด้านของตัวบริการเป็นอย่างดี เช่น โรงพยาบาลรักษาสัตว์บุคลากรก็ควรจะเป็นสัตวแพทย์

Lovelock (2002, p.34) แบ่งธุรกิจบริการได้ ดังนี้

1. ธุรกิจบริการที่มุ่งเน้นตัวบุคคล คือ ลูกค้าต้องอยู่ในช่วงการให้บริการ ได้แก่ การรักษาพยาบาล ร้านอาหาร การขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น

2. ธุรกิจบริการที่มุ่งเน้นความเป็นเจ้าของ คือ ให้บริการรูปแบบที่ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า ได้แก่ คลังสินค้า ทำความสะอาด ชักรีด เป็นต้น

3. ธุรกิจบริการที่มุ่งเน้นความคิดของบุคคล คือ บริการที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองต่อความคิด บุคคล ประสิทธิภาพของบริการนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ เช่น ระบบการติดต่อสื่อสาร การให้คำปรึกษา บริการการศึกษา เป็นต้น

4. ธุรกิจบริการที่มุ่งเน้นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ คือ บริการรูปแบบข้อมูล เช่น บริการธนาคาร บริการส่งข้อมูล บริการประกันภัย

จากความหมาย สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการ คือ การทำกิจกรรมให้บริการโดยการจัดหาบริการในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้บริโภคได้รับ ประโยชน์จากการรับบริการต้องตอบสนองความต้องการและมีความพอใจ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีของคุณภาพบริการ

ความหมายของคุณภาพบริการ

Lewis and Bloom (1983) ได้นิยาม “คุณภาพการให้บริการไว้ว่า เป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงระดับของการบริการ อาจทำโดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้ดีเพียงใด คุณภาพการส่งมอบ (delivering services quality)”

Gronroos (1982; 1990, p.17) ให้ความหมาย “คุณภาพการให้บริการว่าจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิค (technical quality) อันเกี่ยวกับผลลัพธ์ หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เหมือนกับการประเมินได้ คุณภาพผลิตภัณฑ์ (product quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (functional quality) ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับกระบวนการ การประเมินนั่นเอง

Crosby (1988, p.15) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการหรือ “service quality” นั้น เป็นแนวคิดที่ถือหลักการการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถที่จะทราบสิ่งที่ลูกค้าต้องการได้

Schmenner (1995) ได้กล่าวว่า “ได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น ถ้ารับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองบริการนั้นดีดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการ ก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง”

Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้ชี้ให้เห็นด้วยว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวัง ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการให้ความเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของการบริการในลักษณะของภาพรวม ในมิติของการรับรู้ ผลการศึกษาวิจัยของนักวิชาการกลุ่มนี้ ช่วยให้เห็นว่า การประเมินคุณภาพการให้บริการเป็นไปในทางการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับ

ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง (confirm or disconfirm expectation) ของผู้บริโภค

วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ (2543, น.14-15) คุณภาพการให้บริการ คือ “ความเกี่ยวข้องกันกับความต้องการของลูกค้า หรือความสามารถในการให้บริการที่สนองความต้องการของลูกค้าอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพอใจ”

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550, น.66) แสดงความเห็นไว้ว่า “คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่คาดหวังไว้ว่าจะได้รับ ซึ่งหากเป็นที่ยอมรับได้ ผู้รับบริการก็จะมี ความพอใจในการให้บริการ ตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล”

สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ เป็นเรื่องที่มีหลายแง่มุมของการพิจารณา คุณภาพการบริการเป็นเรื่องที่สำคัญของผู้บริการที่ดำเนินธุรกิจบริการ จึงต้องให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพการบริการที่พิจารณาหรือทำความเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าให้ได้ อย่างเด่นชัด เรื่องของมิติของคุณภาพการบริการสรุปได้ว่า คุณค่าของการวัดความพอใจของ ผู้รับบริการ จะสะท้อนคุณภาพของการให้บริการในธุรกิจนั้น ๆ ได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

นิยามที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติ (United Nation, UN) นิยาม “ผู้สูงอายุ” ว่า ผู้สูงอายุคือ ประชากรทั้งเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปนับตั้งแต่อายุเกิด

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) ยังไม่มีการให้นิยามผู้สูงอายุ เพราะประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน โดยนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม วัฒนธรรม และสภาพร่างกาย ส่วนองค์การสหประชาชาติ (United Nation, UN) และองค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) ใช้คำในภาษาอังกฤษของผู้สูงอายุว่า Older person or elderly person

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายว่า เป็นคนที่มีอายุมาก หรืออยู่ในวัยชรา และให้ความหมายของคำว่าชรา คือ แก่ด้วยอายุ ชำรุดทรุดโทรม

สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เป็นวัยที่ผ่านเหตุการณ์มาในชีวิตหนึ่ง อยู่ ในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงในชีวิต ได้แก่ การเสื่อมถอยทางร่างกาย จิตใจ สังคม อารมณ์ และเป็นผู้ ที่สมควรได้รับการยกย่อง เทิดทูน ดูแลเอาใจใส่จากลูกหลาน

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ สามารถแบ่งได้ดังนี้ (อาภากร ชัยสุริยา, 2543, น.13-17 อ้างใน ชีระวัฒน์ จันทิก, 2556)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความชราด้านชีววิทยา อธิบายถึงสาเหตุของความชราของร่างกาย จำแนกได้ 3 ทฤษฎีย่อย ดังนี้

1) ทฤษฎีทำลายตนเอง (Autoimmunity Theory) เชื่อว่าความชราเกิดจากร่างกายมีภูมิคุ้มกันน้อยลง ร่างกายต่อสู้กับเชื้อโรคที่แปลกปลอมเข้ามาได้ไม่ดีเท่าที่ควร เป็นสาเหตุ ที่เจ็บป่วยง่าย เมื่อเกิดแล้วก็จะมีความรุนแรงเป็นอันตรายถึงชีวิตได้

2) ทฤษฎี Error Theory เชื่อว่าเมื่อคนอายุมากขึ้น ยีนก็จะมีความผิดมากขึ้น จนถึงจุดที่ทำให้เซลล์ต่าง ๆ ของร่างกายหมดอายุลง

3) ทฤษฎีเรดิคัลอิสระ (Free Radicals Theory) เชื่อว่าภายในร่างกายของคนมีเรดิคัลอิสระ หรือ อนุมูลอิสระเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เป็นผลทำให้ยีนผิดปกติ

ทฤษฎีเกี่ยวกับความชราด้านจิตวิทยา อธิบายถึงสาเหตุของความชราของร่างกายมี 3 ทฤษฎีย่อย ดังนี้

1) ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) เชื่อว่าผู้สูงอายุจะมีความทุกข์หรือสุข จะขึ้นอยู่กับความหลังและพัฒนาการด้านจิตใจของตนเอง เช่น การที่บุคคลเติบโตมาจากครอบครัวที่มีความอบอุ่น เมื่อเข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุก็น้อยร่วมกับผู้อื่น ได้อย่างปกติสุข ถ้าบุคคลที่เติบโตมาในลักษณะไม่ให้ความร่วมมือ ตัวใครตัวมัน ก็มักจะเป็นผู้สูงอายุที่ไม่ค่อยมีความสุข

2) ทฤษฎีความปราดเปรื่อง (Intelligence Theory) เชื่อว่าผู้สูงอายุที่ยังปราดเปรื่องจะเป็นผู้สูงอายุที่แข็งแรง

ทฤษฎีเกี่ยวกับความชราด้านสังคมวิทยา อธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้ผู้สูงอายุมีสมรรถภาพทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป มี 4 ทฤษฎีย่อยดังนี้

1) ทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory) เชื่อว่ากิจกรรมของสังคมมีความจำเป็นในบุคคลทุกวัย ควรมีกิจกรรมสังคมพอสมควร จึงทำให้มีความสุข มีภาพพจน์ในทางบวกและปรับตัวเข้ากันได้ดี

2) ทฤษฎีการแยกตนเอง (Disengagements Theory) เชื่อว่าผู้สูงอายุและสังคมจะลดบทบาทลง ทุกคนจะคิดว่าตนเองมีความสามารถลดลง และมีสุขภาพไม่แข็งแรง จึงหลีกเลี่ยงการทำกิจกรรม เพื่อลดความเครียดลง

การเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์และจิตใจของผู้สูงอายุ

วัยสูงอายุเป็นวัยที่ผ่านประสบการณ์มามากมาย ทั้งด้านบวกและด้านลบ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในวัยสูงอายุทั้งสิ้น ซึ่ง (จันทร์เพ็ญ เนียมอินทร์ 2539, น.14-15 อ้างใน ชีระวัฒน์ จันทิก, 2556) อธิบายไว้ดังนี้

1. การสูญเสียบุคคลที่รัก เพราะมีเพื่อนฝูงหรือญาติตายจาก ทำให้ผู้สูงวัยเกิดความรู้สึกถูกแยกถูกพรากจากบุคคลอื่นเป็นที่รัก ทำให้ความเศร้าได้ง่าย

2. การสูญเสียความสัมพันธ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ เพราะอาจจะถึงวัยอันควรที่ต้องออกจากการทำงาน ปลดเกษียณ จึงทำให้เกิดความรู้สึก สูญเสียตำแหน่งหน้าที่การงาน รู้สึกว่าตนเองไร้ค่า ไม่มีเป้าหมายในชีวิต

3. ความสูญเสียสัมพันธภาพในครอบครัว ในสังคมยุคปัจจุบันที่ครอบครัวเป็นแบบครอบครัวเดี่ยวมากกว่า สายสัมพันธ์ระหว่างพ่อแม่ที่เป็นผู้สูงอายุกับลูกหลานมีระยะห่างกัน ทำให้ต้องอยู่อย่างโดดเดี่ยวขาดการทำกิจกรรมร่วมกันลดลง ยิ่งทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกเจ็บเหงาเปล่าเปลี่ยวเกิดความซึมเศร้า เบื่อหน่ายได้ง่าย

4. ความสูญเสียสมรรถภาพทางเพศ เป็นการสูญเสียที่ยิ่งใหญ่ทางจิตใจ เกิดการเปลี่ยนแปลงของสรีระร่างกาย ทำให้เกิดการเสื่อมสมรรถภาพทางเพศตลอดจนความสวยงามของรูปร่างหน้าตา จึงมีผลทำให้เกิดความวิตกกังวล รู้สึกว่าตนเองขาดความดึงดูดสนใจจากเพศตรงข้าม ยิ่งทำให้เพิ่มความหวั่นไหวได้ง่าย เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายที่สามารถเห็นชัดเจนได้ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ จิตใจก็เป็นอีกด้านหนึ่งที่เกิดขึ้น และเป็นปัญหาที่สำคัญในการปรับตัวปรับใจให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงในแต่ละด้าน

ความต้องการของวัยสูงอายุ

Birren (1997, pp. 347-349 อ้างใน ชีระวัฒน์ จันทิก, 2556) ได้อธิบายถึงความจำเป็นทางการศึกษา (Educational Needs) ไว้ว่าประกอบด้วย 3 ด้านที่สำคัญ คือ

1. ความต้องการความรู้ที่จะระงับความต้องการให้บรรเทาเบาลง (Alleviation Needs) หมายถึง ความคาดหวัง หรือความปรารถนาที่จะได้รับความรู้เพื่อบรรเทาความต้องการ ในสิ่งที่จำเป็นต่อชีวิต เช่นการรู้หนังสือ การได้รับบริการต่าง ๆ อาจแบ่งความต้องการเป็นด้านต่าง ๆ เท่าที่จำเป็น
2. ต้องการความรู้เพื่อยกระดับชีวิตให้ดีขึ้น (Enrichment Needs) หมายถึงความคาดหวัง หรือความปรารถนาที่จะได้รับความรู้เพื่อยกระดับตนเอง เป็นการเรียนรู้ เพื่อก่อให้เกิดความสุขเรียนรู้ สิ่งใหม่ ๆ รวมทั้งความอยากรู้ในสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่เคยได้รับรู้ โดยไม่จำเป็นต้องนำความรู้นั้นไปใช้ประโยชน์
3. ความต้องการความรู้เพื่อป้องกันความเสื่อม (Prevention Needs) หมายถึง ความคาดหวัง หรือความปรารถนาที่จะได้รับความรู้เพื่อป้องกันความเสื่อมถอยที่จะเกิดขึ้นในชีวิตด้วยซ้ำ ไม่ว่าจะเป็นความเสื่อมถอยด้านร่างกายด้านจิตใจ ด้านสติปัญญา ด้านสังคมและอารมณ์

2.4 ธุรกิจบริการผู้สูงอายุ

สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1-2 (2556) ประเทศไทยกำลังจะเป็น Aging Society และกำลังจะเป็น Super Aging และอีกไม่กี่ปีจะมีผู้สูงอายุประมาณ 30% ด้วยองค์ความรู้ และความก้าวหน้าด้านวิทยาการมากยิ่งขึ้น ทำให้คนหันมาสนใจดูแลสุขภาพ ทำให้ตนเองมีสุขภาพดีมากขึ้น ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีอายุยืน แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่คนในวัยทำงานใช้เวลาในการทำงานมากกว่าดูแลตนเอง บริการสุขภาพที่รัฐจัดให้ในปัจจุบันก็ยังไม่เหมาะสม แต่ถ้าจะให้รัฐมาจัดบริการในระดับสูงก็ไม่สามารถทำได้ เพราะฉะนั้นธุรกิจจำพวกนี้เริ่มมีความน่าสนใจอย่างมาก โดยการบริการจะแบ่งเป็น 3 ส่วนใหญ่ คือ 1.สุขภาพ 2.บริการสังคม 3.รายได้ที่มั่นคง ในที่นี้ผู้ศึกษาจะกล่าวถึงการบริการในด้านสังคม เพราะมีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษามา ปัจจุบันผู้สูงอายุมิทางเลือกในการใช้ชีวิตมากขึ้น ผู้สูงอายุมิศักยภาพสูงขึ้นมีการช่วยเหลือตนเองได้ดี ทำให้มีทางเลือกในการที่จะอยู่อาศัยกับใครก็ได้ บางรายเลือกที่จะอยู่โดยลำพังคนเดียว เช่น เลือกที่จะอยู่ด้วยตนเองโดยไม่พึ่งพาผู้อื่น มีการเตรียมความพร้อมที่จะอยู่ด้วยตนเอง ดังนั้น ธุรกิจบริการจึงมีความจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุที่มีทางเลือกมาก ในการใช้บริการแต่ละครั้ง ต้องตรงใจของผู้ใช้บริการ สิ่งที่หลายคนต้องการ นั่นก็คือสังคมและสภาพแวดล้อม มีความต้องการความมั่นคง การเข้าสังคมที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย ธุรกิจบริการทางสังคมที่สำคัญได้แก่

1. ด้านความบันเทิง

วัยสูงอายุต้องการที่จะทำกิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย ด้านร่างกาย อารมณ์ จิตใจ และสังคม เช่น ร้องเพลง การชมการแสดง ส่งเสริมการแสดงออก สร้างมนุษยสัมพันธ์ และสะท้อนภาพความเป็นอยู่ของสังคมหรือการดำเนินชีวิตประจำวัน การสร้างความรู้สึกร่วม เช่น การดูโทรทัศน์ ดูภาพยนตร์

ดูละคร เล่นดนตรี เต้นรำ เล่นเกม สั่งสรรค้ พักผ่อนชายทะเล สวนสัตว์ สวนสนุก งานเทศกาล งานประเพณี เป็นต้น

2. ด้านการท่องเที่ยว

วัยสูงอายุ เป็นช่วงที่มีเวลามากที่สุด เพราะไม่ต้องทำงานใด ๆ และอาจต้องการใช้ชีวิตในบั้นปลายไปกับการทำให้ตัวเองมีความสุขที่สุดกับชีวิตที่เหลืออยู่ การท่องเที่ยวนี้ก็เป็นหนึ่งในสิ่งที่ผู้สูงอายุอยากจะทำ เพราะช่วยให้ได้เปิดโลกกว้าง ได้ไปอยู่ในที่ที่อยากไป ได้พบปะเพื่อนฝูง สถานที่ที่อยากไปมากที่สุด ส่วนมากจะเป็น วัดที่มีชื่อเสียงต่าง ๆ ส่วนมากมักชื่นชอบการทำบุญ และอยากที่จะไปสักการะพระพุทธรูป หรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีชื่อเสียง จะเห็นว่าทัวร์สำหรับผู้สูงอายุ ส่วนมาก มักมีโปรแกรมจัดให้ไปเคารพสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ชื่อดังของถิ่นนั้น ๆ ด้วย นับว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ไหว้พระ ได้อิ่มบุญ และได้เปิดหูเปิดตาอีกด้วย นอกจากนี้จะได้ไปทำกิจกรรมกับคนที่มีความชอบเหมือนกันแล้ว ยังได้พูดคุยระลึกความหลัง หรือได้เล่าความภูมิใจในอดีตให้กันและกันได้ฟัง เป็นการปลดปล่อยความในใจ ได้ระบายสิ่งที่อยู่ในใจ และได้พูดคุยเรื่องที่ทุกคนเข้าใจได้อย่างเพลิดเพลิน นับเป็นการท่องเที่ยวที่ดีต่อสุขภาพจิต

องค์การท่องเที่ยวโลก แบ่งรูปแบบเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) สถานที่ธรรมชาติที่เกี่ยวกับระบบนิเวศ มุ่งเน้นให้รักษาระบบนิเวศ รักษาธรรมชาติ

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) คือ การท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ การชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ ที่จัดขึ้น ทำให้เรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นได้รับความเพลิดเพลิน เช่น สิ่งทางประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (specials interested tourisms) คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) พักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี รักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) เป็นการเที่ยวแบบพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายและใจ ในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม ให้เกิดความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ ซึ่งอาจจัดอยู่ในการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (health beauty and spa) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Promotion Tourism) มีรูปแบบการจัด โปรแกรมการทัวร์ที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ดังนี้

3.1.1 ทัวร์แพทย์แผนไทย เยี่ยมชมวัดโพธิ์ที่มีประวัติความเป็นมาที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ซึ่งได้รับยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรก รับฟังการบรรยายสรุปและชมการสาธิตการนวดแผนโบราณและการส่งเสริมสุขภาพ

3.1.2 ทัวร์อาหารสมุนไพร เยี่ยมชมศูนย์เกษตรสมุนไพร สวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร ทางด้านอาหารสมุนไพรไร้พิษที่มีแคลอรีต่ำและเครื่องดื่มนสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และการสาธิตการผลิตอาหารและเครื่องดื่มนสมุนไพร

3.1.3 ทัวร์สมุนไพรชนบท เยี่ยมชมการปฏิบัติงานของกลุ่มชมรมสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยังอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอพื้นบ้าน โดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพรในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยาย

3.1.4 ทัวร์เกษตรธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริและการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ ด้วยการฝึกฝนวิธีการปลูกผักพื้นบ้านสำหรับบริโภคได้เอง การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่ ไร้ปุ๋ย ไร้ยาฆ่าแมลง โดยมีการทัศนศึกษาและพบปะสนทนาและพูดคุยกับนักวิชาการพื้นบ้านเกษตรกรรมไทย

3.1.5 ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมทัศนศึกษาแหล่งน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ ที่มีอยู่ในหลายจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาค โดยไปในธรรมชาติอันเป็นที่ตั้ง น้ำตก น้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่

3.1.6 ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา เยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติอันสวยงามและสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธศาสนาเพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่ร่มรื่นงดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์กับการคลายเครียด รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออก

3.1.7 ทัวร์แหล่งธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติที่สวยงาม โดยการเดินป่าสมุนไพรหรือจักรยานเสือภูเขาในอุทยานแห่งชาติและป่า

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (edu-meditation tourism) เสมือนเป็นการทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ปรัชญาทางศาสนา สังคมแห่งชีวิต ด้วยการฝึกสมาธิ โดยจะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ และทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ต้องรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมชนกลุ่มน้อย (ethic tourism) เป็นการเรียนเข้าถึงความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เพื่อประสบการณ์

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (sports tourism) คือ ท่องเที่ยวและเล่นกีฬาไปด้วย จะได้รับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้น ซึ่งก่อให้เกิดผลดีต่อทั้งร่างกายและจิตใจ เช่น การดำน้ำ ตกปลา กอล์ฟ สุนัขเฮอร์ สกีน้ำ กระดานโต้คลื่น เป็นต้น

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (adventure travel) เป็นการเที่ยวที่สนุก ตื่นเต้น ไร้ใจ ผจญภัยในป่า ซึ่งจะสร้างความทรงจำ ความประทับใจ และได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยว

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (home & farm stay) การท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ชอบใช้ชีวิตร่วมกับผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ แบบใกล้ชิด เพื่อที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม รวมทั้ง ภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (long stay) เที่ยวเฉพาะกลุ่มที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่ต้องการใช้ชีวิตในบั้นปลาย หรือผู้ที่ต้องการพักผ่อนในต่างแดนเป็นเวลานานอย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (incentive travel) การเที่ยวครั้งนี้ที่ถูกจัดขึ้นเพื่อเป็นการสมนาคุณแก่ผู้ที่ประสบความสำเร็จในการทำยอดขายได้ตามเป้าหมาย โดยกลุ่มผู้แทนบริษัทต่าง ๆ จะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย ใช้ระยะเวลา 2 - 7 วัน ซึ่งจะเป็นการนำเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE ย่อมาจาก M = meeting, I = incentive, C = conference, E = exhibition) เป็นการบริการให้กับผู้ที่เข้าร่วมประชุมที่มีการจัดรายการนำเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งมีทั้งแบบเที่ยววันเดียว และแบบเที่ยวพักค้างแรม 2 - 4 วัน โดยมีการคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการ โดยการนำเที่ยวจะมีก่อนประชุม (pre-tour) หรือ หลังประชุม (post-tour)

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นการท่องเที่ยวที่ผู้จัดรายการนำเที่ยว ได้คัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวมาอย่างดีแล้ว เพื่อได้รับความแตกต่างจากท่องเที่ยวระยะยาว

3. ด้านกีฬาหรือนันทนาการ

เมื่อถึงวัยที่ถูกลดบทบาทลง ผู้สูงอายุเองจิตใจก็เริ่มฝ่อลงทุกวัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อร่างกาย และอารมณ์โดยตรง เมื่อเป็นช่วงวัยที่มีเวลาว่างมากเป็นพิเศษ สมาชิกในบ้านก็ออกไปเรียนไปทำงาน หรือไปทำหน้าที่ของตน สังคมรอบข้าง ช่วยให้ผู้สูงอายุ มีความสุขขึ้น เนื่องจากได้พบได้พูดคุย หรือได้ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น เป็นการใช้เวลาที่มีประโยชน์ และสร้างความสุขทางใจให้กับผู้สูงอายุ

วัชรินทร์ เสมามอญ (2556) ได้นิยาม กิจกรรมนันทนาการ หมายถึง กระบวนการ (Process) หรือประสบการณ์ที่ได้รับโดยเอากิจกรรมในช่วงเวลาว่างเป็นสื่อก่อให้เกิดการพัฒนา หรือความเจริญงอกงามทางกาย อารมณ์และสติปัญญาของบุคคล แบ่งได้ 10 ประเภท ดังนี้

1. กิจกรรมศิลปหัตถกรรม (Art and Craft) คือ การประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ ด้วยมือหรือศิลปะต่าง ๆ ที่ทำขึ้นด้วยมือ ในเวลาว่างและไม่ได้ทำเป็นอาชีพ

2. กิจกรรมเกมและกีฬา (Games and Sports) คือ กิจกรรมที่ต้องการความสัมพันธ์กันระหว่างการเคลื่อนไหว สติปัญญา ความอดทน ในการประกอบกิจกรรมซึ่งบางกิจกรรมจะมีการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ

3. กิจกรรมนันทนาการเต้นรำ (Dance) เป็นการแสดงออกผ่านการเคลื่อนไหวที่ใช้จังหวะดนตรี

4. กิจกรรมนันทนาการงานอดิเรก (Hobby) หมายถึง กิจกรรมที่ช่วยในการบำบัดร่างกายและจิตใจ ส่งเสริมให้ทำกิจกรรมที่สนใจ ทำด้วยความเต็มใจ ช่วงเวลาอิสระ เวลาว่าง และเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต

5. กิจกรรมนันทนาการดนตรีและเพลง (Music and Singing) หมายถึง การถ่ายทอดความรู้สึก ถ่ายทอดอารมณ์ออกมา

6. กิจกรรมนันทนาการวรรณกรรม (Reading, Speaking and Writing) หมายถึง กิจกรรมที่สนุกสนาน ขบขัน เพลิดเพลิน เช่น กิจกรรมการพูดคุย ประชาคม ได้ว่าที่ ฟังวิทยุ

7. กิจกรรมนันทนาการบริการอาสาสมัคร (Voluntary Service) หมายถึง กิจกรรมที่ส่งเสริมเรื่องของคุณธรรม การให้บริการอาสาสมัครเป็น พัฒนาชุมชน ความร่วมมือกัน

8. กิจกรรมนันทนาการพัฒนาสุขภาพและสมรรถภาพ หมายถึง การพัฒนาสุขภาพและสมรรถภาพ เช่น การออกกำลังกาย สุขภาพทางกาย

9. กิจกรรมนันทนาการทางสังคม (Social Recreation) หมายถึง กิจกรรมที่สังคมจัด เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมความสามัคคีต่อกัน

10. กิจกรรมนันทนาการพิเศษ (Special Events) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว เป็น กิจกรรมตามประเพณีท้องถิ่น เช่น งานรดน้ำดำหัวผู้สูงอายุ ในทางศาสนา เช่น ทอดกฐิน ทอดผ้าป่า เป็นต้น

4. ด้านการติดต่อสื่อสาร

ณัฐวัฒน์ พระงาม (2555) ให้ความหมาย คือ สิ่งสำคัญหนึ่งของชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่ว่า จะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตของมนุษย์แต่สิ่งที่จะได้มาต้องใช่วิธีการการสื่อสารเป็นเครื่องมือ

การติดต่อสื่อสารมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน สื่อข้อมูลต่าง ๆ โดยรวมแล้วการติดต่อสื่อสารมีจุดมุ่งหมาย ดังนี้

1. เพื่อพัฒนาให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน (Develop Understand) ถ้าเกิดไม่มีการสื่อสารกัน คนเราจะไม่มีโอกาสเข้าใจกันได้ แม้ว่าจะอ่านออกเขียนได้ การสื่อสารกับบุคคลต่างชาติต่างภาษา ย่อมมีอุปสรรคเพราะไม่สามารถเข้าใจกันได้ จึง อาจต้องสื่อสารกันโดยใช้กิริยาท่าทาง (Manner) สีหน้า (Face)

2. เพื่อให้เกิดการกระทำในสิ่งที่มีหวัง (Create action) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบออกคำสั่ง หรือตามคำชักชวนโฆษณา อาจเป็นการใช้สื่อโดยภาษาเขียน ภาษาพูด หรือ ภาษาท่าทางก็ได้

3. เพื่อเป็นการให้ข่าวสาร (Give Information) ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ จะทำให้ผู้อื่นรับรู้ ได้ก็โดยการสื่อสาร

4. เพื่อให้รู้ถึงปฏิกิริยาตอบกลับของผู้อื่น (Know Reaction) เมื่อทำการสื่อสารไปแล้ว ติดต่อสื่อสารกับบุคคลใดแล้ว ทางที่จะรู้ว่าผู้อื่นมีปฏิกิริยาตอบกลับอย่างไรบ้าง ต้องอาศัยวิธีการติดต่อสื่อสารด้วยเช่นกัน

5. เพื่อจงใจให้เกิดความร่วมมือ สร้างกำลังใจแก่ผู้เกี่ยวข้องกัน และปรับปรุง แก้ไข

5. ด้านการดูแล

ปัจจุบัน มีการดำเนินการในหลายรูปแบบ ทั้งที่เป็นรูปแบบขององค์การธุรกิจ เช่น เครือซีเมนต์ไทย ธนาคารกรุงเทพ ฯ เครือเจริญโภคภัณฑ์ ต่างเป็นองค์การธุรกิจที่นำปัจจัยการผลิต เช่น แรงงาน วัตถุดิบ เครื่องจักรกล มาใช้สร้างสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้ซื้อ (ณัฐพันธ์ เจริญนนท์, 2547) หรือรูปแบบของการเป็นธุรกิจเล็ก ๆ เช่น ร้านขายเครื่องไฟฟ้า ร้านขายก๋วยเตี๋ยว ร้านขายหมูกระทะ จนถึงร้านรถเข็นที่เคลื่อนที่เข้าถึงลูกค้า เป็นต้น ในมุมมองของผู้อื่นธุรกิจเหล่านี้น่าจะมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการสร้างหรือพยายามแสวงหาผลกำไร

ธุรกิจด้านการดูแล มีความสำคัญ เช่น สร้างความพึงพอใจในการดำเนินชีวิต มีรายได้ที่เป็นเงินตรา หรือการแลกเปลี่ยนสินค้าที่ต้องการ ทำให้สามารถค้นพบสิ่งที่ต้องการ ทำให้รู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง ที่สามารถสร้างงาน แรงจูงใจให้เกิดความมานะพยายาม การประสบความสำเร็จมองโลกในแง่ดี ความรู้สึกว่าเป็นผู้มีประโยชน์ มีเกียรติที่เกิดจากความสามารถตนเอง

มนุษย์มีการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่น ได้อย่างมีความสุข จึงใช้ธุรกิจมาประยุกต์ให้เข้ากับการดำเนินชีวิตประจำวันจะทำให้การใช้ชีวิตมีแบบแผนตามสภาพทางสังคม ถือว่าเป็นกำไรชีวิตซึ่งเป็นชีวิตที่ได้ดำเนินไปจนบรรลุเป้าหมาย การดำเนินการทางธุรกิจมาประยุกต์กับชีวิตประจำวันทำให้บุคคลสามารถนำพาตนให้เป็นที่ไปสู่เป้าหมายของชีวิตที่ต้องการได้ดีกว่าที่จะดำเนินชีวิตไปอย่างไร้แนวทาง ดังนั้นการดำเนินชีวิตบนฐานความรู้เชิงธุรกิจจะทำให้มนุษย์มีความรอบคอบ

6. ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา

กิจกรรมเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ทุกเพศทุกวัย โดยทั่วไปส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่ไม่มีเป้าหมายหรือเป็นการเข้าสังคมมากกว่าเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดผล (สุภาวดี พุฒิน้อย, 2547)

การสนับสนุนให้มีการเข้าร่วมกิจกรรม หรือทำกิจกรรมเป็นสิ่งที่หนึ่งซึ่งสามารถที่จะช่วยให้มีความสุขที่ดี ถ้าบุคคลประสบความสำเร็จในการทำกิจกรรม ส่งผลโดยตรงต่อการนับถือของตนเอง การร่วมงานทางสังคมก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้สูงอายุได้อยู่ในสังคมอย่างมีคุณค่าและมีความสุข

กิจกรรมถือว่าเป็นรูปแบบของการกระทำใด ๆ หรืองานต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลสนใจ นอกจากการทำงานหรือเพื่อการดูแลประจำวัน สำหรับการแบ่งกิจกรรม (สุภาวดี พุฒิน้อย, 2556) อ้างใน ปัญญาภัทร กัทธกันทากุล, 2544) ได้จัดหมวดหมู่กิจกรรมไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมทางสังคม เป็นการมีส่วนร่วมในงานที่องค์กรจัดขึ้น ที่ตนเป็นสมาชิก ซึ่งแบ่งเป็นการมีส่วนร่วมทางสังคมภายใน ได้แก่ การมีงานร่วมกันต่างๆ ร่วมกับสมาชิกในครอบครัวของตนและการมีส่วนร่วมทางสังคม เช่น อาสาสมัครร่วมกับองค์กรอื่น

2. การมีงานอดิเรก คือ การทำกิจกรรมของตนในเวลาว่างหรือพักผ่อนอาจเป็นงานประจำงานพิเศษ หรือพาสทไทม์ก็ได้ เช่น นันทนาการ เป็นสิ่งที่เสริมสร้างความสุขทางใจและเป็นสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมความพร้อมทางร่างกาย เช่น การเล่นที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ได้แก่ การเล่นดนตรี นาฏศิลป์ การเล่นเกม การเล่นเกม การร้องรำทำเพลง การเล่นเกมกีฬาทั้งในร่มและกลางแจ้ง และการเล่นเกมต่าง ๆ

3. กิจกรรมส่งเสริมอาชีพ ฝึกอบรมให้มีความรู้ มีอาชีพเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เหมาะสมกับวัยของตนเอง ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ หรือการทำงานเพื่อรายได้เสริม (work) หมายถึง การทำให้มีรายได้ เช่นการทอผ้า การทำอาหารสำเร็จรูป การแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้านเพื่อใช้ประโยชน์ด้านอื่น

2.5 สถานการณ์ผู้สูงอายุของประเทศไทย

จากการคาดการณ์ประชากรของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติได้แสดงให้เห็นว่า อีก 10 ปีข้างหน้า ในปี 2556 ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป ประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นถึง 14.1 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 21 ของประชากรทั้งหมด หมายความว่าประเทศไทยจะกลายเป็น "สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์" และนับจากวันนี้ไปอีกเพียง 20 ปี ในปี 2576 ประเทศไทยจะมี ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มากถึง 18.7 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 29 ของประชากรทั้งหมด ในขณะที่เวลานั้น สัดส่วนประชากรวัยเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปีก็จะลดลงเรื่อย ๆ จากที่มีอยู่ร้อยละ 19 ใน

ปี 2556 จะลดลงเหลือเพียงร้อยละ 14 ของทั้งหมด ในปี 2576 อีก 20 ปีข้างหน้า ประเทศไทยก็จะกลายเป็น "สังคมสูงวัยระดับสุดยอด" แล้วเมื่อมีประชากรสูงอายุ 60 ปีขึ้นไป มากถึง 1 ใน 4 ของประชากรทั้งหมด (บทสรุปสำหรับผู้บริหาร ยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็นด้านผู้สูงอายุและสังคมสูงอายุ พ.ศ. 2556-2559)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วัชรินทร์ เสมามอญ (2556) การมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดอ่างทอง ซึ่งผลการวิจัย พบว่าความคิดเห็นที่มีต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมนันทนาการผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดอ่างทอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลการดำเนินการดำเนินการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดรองลงมาคือด้านการจัดกิจกรรม ด้านสิ่งแวดล้อมและด้านการดำเนินการ ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และยังพบว่าด้านโปรแกรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ต่อมา ด้านสถานที่การจัดกิจกรรม ด้านเนื้อหาของหลักสูตร ด้านบุคลากรและด้านวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมและข้อเสนอแนะคือ การจัดกิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุควรมีหน่วยงานสนับสนุน การจัดกิจกรรมควรให้เหมาะสมกับวัยของผู้สูงอายุ และการจัดกิจกรรมควรมีวิทยากรมาให้ความรู้ เนื่องจากต้องการมีความรู้ในเรื่องของสุขภาพกายและสุขภาพจิต

สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2555) ได้ทำการศึกษาความต้องการของผู้สูงอายุ เพื่อกำหนดรูปแบบการจัดการธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยการศึกษาพบว่า ผู้สูงอายุต้องการมีอายุที่ยืนยาว และมีความต้องการปัจจัยขั้นพื้นฐาน ดังนี้ อาหาร ยารักษาโรค ที่อยู่อาศัย และมีผู้ช่วยดูแล ช่วยเหลือรักษาจิตใจในกรณีที่อยู่โดดเดี่ยวหรือไม่ได้อยู่กับครอบครัว โดยไม่เป็นการรบกวน เพื่อให้ได้รับการตอบสนอง ได้กำหนดเป็นรูปแบบธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุขึ้น และสามารถเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกันได้ รูปแบบการจัดการธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย จะเน้นให้บริการแบบดูแลอย่างใกล้ชิดและประกอบกิจกรรมโดยการมีส่วนร่วมและฟื้นฟูจิตใจ รูปแบบธุรกิจดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการเสนอให้เป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภค

ปิยฉัตร ทองแพง (2554) ได้ทำการศึกษาพัฒนารูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุภาคกลาง พบว่า พฤติกรรม ความต้องการและวัฒนธรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุภาคกลาง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยว ได้นำเสนอ “รูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุภาคกลาง” ประกอบด้วย 8

องค์ประกอบ คือ 1) ผู้ประกอบการนำเที่ยว มีความสำคัญต่อการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก 2) ความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์ต้องมีความเข้าใจและจิตวิทยา 3) การแสวงหาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก 4) การบริการที่มีคุณภาพ จะสร้างความพึงพอใจและเป็นบริการตรงกับความต้องการ 5) การเตรียมกิจกรรม 6) ความบันเทิงเพื่อความสุข การสร้างความสุขทางกายและทางใจ 7) การใส่ใจเรื่องความปลอดภัย เน้นเรื่องพาหนะในการเดินทาง 8) ความเชื่อถือได้ในการจัดการด้านการตลาด การตอบสนองและได้เสนอแนะให้ทำการศึกษาครอบคลุมถึงธุรกิจของผู้พิการ และลักษณะของมัคคุเทศก์ในธุรกิจท่องเที่ยว

กวิน วงศ์ลี้ดี (2554) ได้ศึกษา พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย พบว่าผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีรายได้ ระหว่าง 20,000 - 50,000 เหรียญสหรัฐต่อปี ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรปนิยมเดินทางมาเป็นคู่หรือกลุ่มเล็ก มีความสนใจด้านความงดงามของธรรมชาติและวัฒนธรรมการ และส่วนใหญ่นิยมใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 1-3 สัปดาห์สนใจในวัฒนธรรมไทยและความงามทางธรรมชาติของ ควรที่จะประชาสัมพันธ์ข้อมูลในด้านประวัติศาสตร์ไทย และท้องถิ่น เกียรติชีวิตที่น่าสนใจ วิถีชีวิตในอดีตของชาวไทย และมีการให้ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติมากขึ้น

Cheung, Paul (1996) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ “บทบาทขององค์กรพัฒนาเอกชนในการดูแลผู้สูงอายุ พบว่า ในปัจจุบัน องค์กรพัฒนาเอกชน (Non-governmental organizations หรือ NGOs) ในประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย มีบทบาทสำคัญมากในการดูแลผู้สูงอายุ แต่องค์กรพัฒนาเอกชนในอนาคต จะได้รับผลกระทบเนื่องมาจากปัจจัยสามประการคือ ประการแรกได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในหมู่ผู้สูงอายุ การพัฒนาอย่างรวดเร็วในเอเชียทำให้มีความมั่งคั่งเพิ่มขึ้นและต้องการรูปแบบและคุณภาพการบริการที่ดีขึ้น การบริการต่าง ๆ สำหรับผู้สูงอายุซึ่งดำเนินการโดยภาคธุรกิจเอกชนจะกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญในอนาคต เนื่องจากสนิยมและการดำเนินวิถีชีวิตในอนาคตจะเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยประการที่สองได้แก่ การเปลี่ยนแปลงระบบการเกื้อหนุน ในปัจจุบันได้มีแนวโน้มว่าครอบครัวจะไม่สามารถเกื้อหนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกต่อไป การย้ายถิ่นจากชนบทสู่เมืองในหลายประเทศในเอเชีย ทำให้ถูกละทิ้งให้อยู่ในชนบท และต้องเผชิญกับปัญหาการสูญเสียผู้ดูแลเลี้ยงดู และรายได้ด้านการเงิน และก็ต้องเผชิญปัญหาเช่นเดียวกัน เมื่อคู่สมรสหนุ่มสาวย้ายออกจากบ้านเรือนของบิดามารดา หรือแม้กระทั่งบุตรก็อาจไม่มีเวลาดูแล เมื่อครอบครัวไม่ให้การดูแลได้ในอนาคต และต้องแสวงหาความช่วยเหลือจากองค์กรหรือหน่วยงานใด ๆ แล้ว องค์กรพัฒนาเอกชนก็เป็นทางเลือกที่ดีทางหนึ่ง ส่วนปัจจัยที่สามที่มีผลต่อองค์กรพัฒนาเอกชนในอนาคต คือ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับรัฐ กล่าวคือองค์กรจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานเพื่อทำให้บริการมีมาตรฐานและมีคุณภาพ โดยที่รัฐจะต้องจัดหาทรัพยากรและเงินทุน

เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่องค์กร ซึ่งในประเทศต่าง ๆ ในเอเชียจะมีกลไกและการประสานงานอยู่
แล้วในรูปของสภาแห่งชาติเพื่อให้บริการนั้น ๆ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือผู้สูงอายุวัยต้นที่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี และวัยกลางที่อยู่ระหว่าง 70-79 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้การคำนวณการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของTaro Yamane อ้างอิงใน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546, น.26)

สูตรที่ใช้

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

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้สูงอายุ
Z = ค่าระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้
e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05

สำหรับการศึกษาค้นคว้านี้ต้องการระดับความเชื่อมั่นที่ 95% นั่นคือยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5% (0.05) ดังนั้นจึงแทนค่าได้ขนาดตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16 \approx 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 384.16 หรือประมาณ 385 ตัวอย่างและสำรองค่าความคลาดเคลื่อนจึงสำรองไว้ 15 ตัวอย่าง เพราะฉะนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ 400 ตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) คือไม่ได้กำหนดโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับเลือกมาจากประชากรทั้งหมด โดยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุทั้งวัยต้น และวัยกลางที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งรูปแบบของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Closed Ended Question) ซึ่งลักษณะของคำถามจะมีคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice Question) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ที่พักอาศัย การดูแล อาชีพและรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ซึ่งมีจำนวน 15 ข้อ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) หรือมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ลักษณะของคำถามเป็นปลายปิดแบบสเกลการให้คะแนน (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุจำนวน 7 ข้อ ลักษณะของคำถามเป็นปลายปิดแบบสเกลการให้คะแนน (Rating Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Likert ดังนี้

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลผลในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงดังนี้ตามเกณฑ์ที่กำหนดโดย (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553, น.75)

ระดับค่าเฉลี่ยความสำคัญ ของธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุ

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	สำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	สำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	สำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	สำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question)

3.2.2 การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามเพื่อให้เกิดความตรงทางด้านเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability)

3.2.2.1 การทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) และนำแบบสอบถามไปตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน การพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามเป็นมาตราประเมินค่า 3 ระดับ โดยนำคำตอบของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมาแปลผลคะแนน ดังนี้

มีความเห็นว่า สอดคล้อง	กำหนดคะแนนเป็น	+1
มีความเห็นว่า ไม่แน่ใจ	กำหนดคะแนนเป็น	0
มีความเห็นว่า ไม่สอดคล้อง	กำหนดคะแนนเป็น	-1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้ไปแทนค่าในสูตร เพื่อคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of consistency) ต่อไป ถ้าคำถามข้อใดค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ แต่ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถามข้อใดน้อยกว่า 0.5 จะต้องนำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุง

3.2.2.2 นำแบบสอบถามที่ได้มาดำเนินการทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย (Try – Out) จำนวน 30 อย่างเพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ของครอนบัท (Cronbach's Alpha Coefficient) และค่าความเชื่อมั่นต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงจะเป็นแบบทดสอบที่มีความเชื่อมั่นเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลทั่วไป ทำการเก็บข้อมูลเป็นแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ได้ แบ่งลักษณะของการเก็บข้อมูลในการศึกษาออกเป็น 2 แบบ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิทางแบบสอบถามสำหรับผู้สูงอายุวัยต้น ที่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี และวัยกลางที่มีอายุระหว่าง 70-79 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ถ้าแบบสอบถามชุดใดที่ไม่สมบูรณ์ จะดำเนินการเก็บใหม่ให้ครบตามที่กำหนด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary) เป็นข้อมูลทางทฤษฎีจากหนังสือ บทความ และวรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นเนื้อหา โดยใช้วิธีการสรุปประเด็นและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.4.2 การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

3.4.3 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบเรียงมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า

3.4.4 การประมวลผลข้อมูล นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาค่าร้อยละค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในส่วนของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้วิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ใช้เพื่อทดสอบความแตกต่างของเพศและอายุกับธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุ, One-way ANOVA ใช้ทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลมีผลกับธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุ และ Least Significant Difference (LSD) ใช้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ เมื่อพบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า 0.05 และ Multiple liner Regression ทดสอบคุณภาพด้านการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ทดสอบโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test, One-way ANOVA, Least Significant Difference (LSD)

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ทดสอบโดยใช้สถิติ Multiple liner Regression

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ที่เป็นผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้กำหนดสัญลักษณ์ย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	แทน	จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยเลขคณิต(Mean)
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบที (t-Distribution)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงแบบเอฟ (F-Distribution)
SS	แทน	ผลรวมกำลังสองของความแปรผัน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นของความอิสระ(Degree of Freedom)
LSD	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอکنัยสำคัญทางสถิติ
Sig.	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญของสถิติทดสอบ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย 2 ตัวแปร
R Square	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

4.1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิเคราะห์ทำการทดสอบเก็บแบบสอบถามจากผู้สูงอายุที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งการนำเสนอแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	173	43.3
หญิง	227	56.8
รวม	400	100.0
อายุ	ความถี่	ร้อยละ
วัยต้น(อายุระหว่าง 60 ถึง 69 ปี)	376	94
วัยปลาย(อายุระหว่าง 70 ถึง 79 ปี)	24	6
รวม	400	100.0
สถานภาพ	ความถี่	ร้อยละ
โสด	48	12
สมรส	297	74.3
หม้าย	38	9.5
หย่าร้าง	17	4.3
รวม	400	100.0
ที่พักอาศัย	ความถี่	ร้อยละ
บ้านตนเอง	356	89
บ้านของลูกหลาน/ญาติ	38	9.5
อื่นๆ	6	1.5
รวม	400	100.0
การดำรงชีวิต	ความถี่	ร้อยละ
อยู่คนเดียว	32	8
มีลูกหลาน/ญาติดูแล	250	62.5
มีผู้ดูแล(พยาบาลพิเศษ,ศูนย์บริการ ดูแลผู้สูงอายุ,แม่บ้าน)	118	29.5
รวม	400	100.0

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ความถี่และร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคล (ต่อ)

อาชีพ	ความถี่	ร้อยละ
ภาคราชการ	170	42.5
ภาครัฐวิสาหกิจ	37	9.3
ภาคเอกชน	35	8.8
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	140	35
ไม่ได้ทำงาน	18	4.5
รวม	400	100.0
รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	166	41.5
15,000 – 25,000 บาท	136	34.0
25,001 – 35,000 บาท	44	11.0
มากกว่า 35,000 บาท	54	13.5
รวม	400	100.0

ผลจากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน พบว่าผู้สูงอายุเพศชายจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 และเพศหญิงจำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 ผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60 ถึง 69 ปีจำนวน 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94 และมีอายุระหว่าง 70-79 ปีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 มีสถานภาพสมรสจำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.3 และสถานภาพโสดจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 มีที่พักอาศัยที่บ้านตนเองจำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 89 และที่บ้านของลูกหลาน/ญาติจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 มีการดำรงชีวิต โดยมีลูกหลาน/ญาติดูแลจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือมีผู้ดูแล (แม่บ้าน) จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และลำดับที่ 3 อยู่คนเดียวจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 มีอาชีพก่อนเกษียณ/ก่อนเข้าวัยสูงอายุในภาคราชการจำนวน 170 คนคิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาธุรกิจส่วนตัว/ค้าขายจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และลำดับที่ 3 อยู่ในภาครัฐวิสาหกิจจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาทจำนวน 166 คนคิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 15,000-25,000 บาทจำนวน 136 คนคิดเป็นร้อยละ 34

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธุรกิจบริการทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น (ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
<u>ความเป็นรูปธรรมของบริการ</u>									
1.ธุรกิจที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่ พักอาศัยของท่าน	27 (6.8)	242 (60.5)	118 (29.5)	-	13 (3.3)	3.67	0.742	มาก	(3)
2. ธุรกิจที่ให้บริการมีสิ่ง อำนวยความสะดวกที่ เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่ง ห้องน้ำ รถเข็น	44 (11.0)	225 (56.3)	118 (29.5)	-	13 (3.3)	3.71	0.786	มาก	(2)
3.ธุรกิจมีข้อมูลที่สามารถอ้าง การบริการได้ เช่น Website	66 (16.5)	237 (59.3)	71 (17.8)	-	13 (3.3)	3.82	0.858	มาก	(1)
รวม						3.83	0.729	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการพบว่าข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (SD = 0.729)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับที่หนึ่งคือธุรกิจมีข้อมูลที่สามารถอ้างการบริการได้ เช่น Website มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 (SD = 0.858) อันดับที่สองคือ ธุรกิจที่ให้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่ง ห้องน้ำ รถเข็น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (SD = 0.786) อันดับที่สามคือธุรกิจที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (SD = 0.742)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
ความเชื่อถือไว้วางใจ									
1. ธุรกิจบริการได้รับความ เชื่อถือไว้วางใจเป็นที่ ยอมรับกันทั่วไป	84 (21.0)	185 (46.3)	118 (29.5)	13 (3.3)	-	3.85	0.783	มาก	(2)
2. ธุรกิจบริการนี้มีคุณภาพ ในการบริการที่เป็นที่ ยอมรับของบุคคลทั่วไป	67 (16.8)	240 (60.0)	93 (23.3)	-	-	3.93	0.629	มาก	(1)
3. ธุรกิจบริการสามารถ ให้บริการตามระยะเวลาที่ กำหนด	93 (23.3)	147 (36.8)	146 (36.5)	14 (3.5)	-	3.79	0.835	มาก	(3)
รวม						3.84	0.731	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจ พบว่าข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (SD = 0.731) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับที่หนึ่งคือธุรกิจบริการนี้มีคุณภาพในการบริการที่เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 (SD = 0.629) อันดับที่สองคือธุรกิจบริการได้รับความเชื่อถือไว้วางใจเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 (SD = 0.783) อันดับที่สามคือธุรกิจบริการสามารถให้บริการตามระยะเวลาที่กำหนด มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 (SD = 0.835)

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ									
1.สามารถให้บริการผู้สูงอายุได้ อย่างรวดเร็ว	108 (27.0)	173 (43.3)	92 (23.0)	27 (6.8)	-	3.90	0.873	มาก	(1)
2.บุคลากรให้การบริการด้วย บุคลิกภาพที่เหมาะสมในการ บริการผู้สูงอายุ	67 (16.8)	161 (40.3)	146 (36.5)	26 (6.5)	-	3.67	0.828	มาก	(3)
3.มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการ ให้บริการผู้สูงอายุ	106 (26.5)	184 (46.0)	67 (16.8)	43 (10.8)	-	3.88	0.922	มาก	(2)
รวม						3.76	0.803	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นถึง ผลวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านการ
ตอบสนองต่อผู้รับบริการพบว่าข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (SD =
0.908)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับ
ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับที่หนึ่งคือสามารถให้บริการผู้สูงอายุได้อย่างรวดเร็ว มีคะแนน
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (SD = 0.873) อันดับที่สองคือจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการผู้สูงอายุ มี
คะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (SD = 0.922) อันดับที่สามคือมีบุคลากรให้การบริการด้วยบุคลิกภาพที่
เหมาะสมในการบริการผู้สูงอายุ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (SD = 0.828)

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ									
1.มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการผู้สูงอายุ	57 (14.3)	211 (52.8)	106 (26.5)	26 (6.5)	-	3.74	0.777	มาก	(3)
3.ความปลอดภัยของธุรกิจบริการด้านสุขภาพร่างกาย									
3.ความปลอดภัยของธุรกิจบริการด้านสุขภาพร่างกาย	83 (20.8)	222 (55.5)	55 (13.8)	40 (10.0)	-	3.87	0.854	มาก	(2)
4.ความปลอดภัยของธุรกิจบริการด้านสุขภาพทรัพย์สิน									
4.ความปลอดภัยของธุรกิจบริการด้านสุขภาพทรัพย์สิน	16 (4.0)	263 (65.8)	81 (20.3)	40 (10.0)	-	3.63	0.715	มาก	(4)
รวม						3.90	0.746	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นถึง ผลวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ พบว่าข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (SD = 0.746)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับที่หนึ่งคือมีบุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารกับผู้สูงอายุ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (SD = 0.674) อันดับที่สองคือความปลอดภัยของธุรกิจบริการด้านสุขภาพร่างกาย มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (SD = 0.854) อันดับที่สามคือมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการผู้สูงอายุ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 (SD = 0.777) และอันดับสุดท้ายคือความปลอดภัยของธุรกิจบริการด้านสุขภาพทรัพย์สิน มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 (SD = 0.715)

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ ด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ

คุณภาพการบริการ	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
<u>ความเข้าใจและเอาใจใส่</u>									
<u>ผู้รับบริการ</u>									
1.บุคลากรสามารถให้บริการตามที่คุณสูงอายุดังต้องการได้อย่างเหมาะสม	84 (21.0)	197 (49.3)	106 (26.5)	13 (3.3)	-	3.88	0.769	มาก	(2)
2.บุคลากรให้การบริการด้วยความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ	93 (23.3)	162 (40.5)	144 (36.0)	1 (0.3)	-	3.86	0.773	มาก	(3)
3.มีการติดตามผลหลังการได้รับบริการ เช่น มีผู้รับความคิดเห็น เบอร์โทรศัพท์ สายด่วน	149 (37.3)	144 (36.0)	144 (36.0)	42 (10.5)	-	3.94	1.061	มาก	(1)
	รวม					3.91	0.799	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ พบว่าข้อมูลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (SD = 0.799)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับหนึ่งคือมีการติดตามผลหลังการได้รับบริการ เช่น มีผู้รับความคิดเห็น เบอร์โทรศัพท์ สายด่วน มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (SD = 1.061) อันดับที่สองคือบุคลากรสามารถให้บริการตามที่คุณสูงอายุดังต้องการได้อย่างเหมาะสม มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (SD = 0.769) อันดับที่สามคือบุคลากรให้การบริการด้วยความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (SD = 0.773)

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณภาพการบริการ

ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ	\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ	3.83	0.729	มาก	(4)
2. ความเชื่อถือไว้วางใจ	3.84	0.731	มาก	(3)
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.76	0.803	มาก	(5)
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ	3.90	0.746	มาก	(2)
5. ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ	3.91	0.799	มาก	(1)
รวม	3.84	0.761	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (SD = 0.761)

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับหนึ่งคือความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (SD = 0.799) อันดับที่สองคือการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (SD = 0.746) อันดับสามคือความเชื่อถือไว้วางใจ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (SD = 0.731) อันดับสี่คือความเป็นรูปธรรมของบริการ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (SD = 0.729) และอันดับสุดท้ายคือการตอบสนองต่อผู้รับบริการมีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (SD = 0.803)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธุรกิจบริการทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง

ธุรกิจบริการทางสังคม	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ด้านความบันเทิง									
1. การชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง ตามรสนิยมเฉพาะบุคคล	52 (13.0)	190 (47.5)	144 (36.0)	14 (3.5)	-	3.70	0.735	มาก	(2)

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ
ธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง (ต่อ)

ธุรกิจบริการทางสังคม	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
2.การชมภาพยนตร์เพื่อ ความรู้ เช่น ภาพยนตร์เชิง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือ สารคดี ประเภทต่างๆ	40 (10.0)	158 (39.5)	175 (43.8)	27 (6.8)	-	3.52	0.765	มาก	(4)
3.การชมการแสดงที่น่าสนใจ อยู่ในกระแสความนิยม เช่น คอนเสิร์ต ละครเวที ทอล์คโชว์ เป็นต้น	92 (23.0)	171 (42.8)	109 (27.3)	28 (7.0)	-	3.81	0.866	มาก	(1)
4.การเข้าชมการแข่งขันกีฬา แมทช์สำคัญ ๆ ตามความ สนใจ	53 (13.3)	131 (32.8)	98 (24.5)	118 (29.5)	-	3.29	1.032	ปาน กลาง	(5)
5.การเล่นเกมส์ประเภทต่างๆ ทั้งแบบออนไลน์และ ออฟไลน์ เพื่อความ สนุกสนาน เพลิดเพลิน เป็น การกระตุ้นความคิด และทำ ให้เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว	82 (20.5)	131 (32.8)	107 (26.8)	79 (19.8)	1 (0.3)	3.53	1.035	มาก	(3)
					รวม	3.56	0.716	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการทางสังคม
 ในด้านความบันเทิง พบว่าข้อมูลในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ
 3.56 (SD = 0.716)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย
 ดังนี้ อันดับที่หนึ่งคือ การชมการแสดงที่น่าสนใจอยู่ในกระแสความนิยม เช่น คอนเสิร์ต ละครเวที
 ทอล์คโชว์ เป็นต้นมีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 (SD = 0.866) อันดับที่สองคือการชมภาพยนตร์เพื่อ
 ความบันเทิง ตามรสนิยมเฉพาะบุคคล มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 (SD = 0.735) อันดับที่สามคือการ
 เล่นเกมส์ประเภทต่าง ๆ ทั้งแบบออนไลน์ และ ออฟไลน์ เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน เป็นการ
 กระตุ้นความคิด และทำให้เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 (SD = 1.035)

อันดับที่สี่คือการชมภาพยนตร์เพื่อความรู้อย่างเช่น ภาพยนตร์เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมหรือ สารคดีประเภทต่าง ๆ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 (SD = 0.765) และอันดับสุดท้ายคือการเข้าชมการแข่งขันกีฬาแม่ทัพสำคัญ ๆ ตามความสนใจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 (SD = 1.032)

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว

ธุรกิจบริการทางสังคม	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ด้านการท่องเที่ยว									
1.ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism)เช่นน้ำตก ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น	79 (19.8)	160 (40.0)	108 (27.0)	53 (13.3)	-	3.66	0.941	มาก	(3)
2.ท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ	66 (16.5)	187 (46.8)	134 (33.5)	13 (3.3)	-	3.76	0.759	มาก	(1)
3.ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การนวดอบประคบสมุนไพรอบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน ฟีกสมาธิและบำบัดัญญากาวนา	68 (17.0)	160 (40.0)	145 (36.3)	26 (6.5)	1 (0.3)	3.67	0.841	มาก	(2)
4.ท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เช่น การท่องเที่ยวต่างถิ่นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศอย่างน้อย 1 เดือน	65 (16.3)	107 (26.8)	79 (19.8)	135 (33.8)	14 (3.5)	3.18	1.167	ปานกลาง	(4)
	รวม					3.69	0.588	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว พบว่าข้อมูลในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (SD = 0.588)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับหนึ่งคือท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เป็นต้นท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถานพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (SD = 0.759) อันดับที่สองคือท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การนวดอบประคบสมุนไพรอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน ฟีกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 (SD = 0.841) อันดับที่สามคือการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ เช่น น้ำตก ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (SD = 0.941) อันดับที่สุดคือการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เช่น การท่องเที่ยวต่างถิ่นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อย่างน้อย 1 เดือน มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 (SD = 1.167)

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ

ธุรกิจบริการทางสังคม	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปลผล	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ด้านกีฬาหรือนันทนาการ									
1.การออกกำลังกาย เช่น การทำกายบริหาร การรำมวยจีน การเล่นโยคะ และการเดินแอโรบิก เป็นต้น	41 (10.3)	226 (56.5)	131 (32.8)	2 (0.5)	-	3.76	0.629	มาก	(2)
2.การเล่นกีฬาเบา ๆ ที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ เช่น ปั่นจักรยาน ว่ายน้ำ เปตอง เป็นต้น	66 (16.5)	210 (52.5)	97 (24.3)	27 (6.8)	-	3.78	0.796	มาก	(1)
3.การเล่นเกมส์เพื่อฝึกสมอง เช่น หมาจุก หมากฮอส โยนห่วง เป็นต้น	55 (13.8)	131 (32.8)	131 (32.8)	105 (26.3)	27 (6.8)	3.20	1.171	ปานกลาง	(4)

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ (ต่อ)

ธุรกิจบริการทางสังคม	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
4.การมีงานอดิเรกเช่น อ่าน หนังสือ วาดรูป ทำอาหาร เลี้ยงสัตว์ ปลูกต้นไม้ เป็น ต้น	45 (11.3)	223 (55.8)	93 (23.3)	39 (9.8)	-	3.68	0.798	มาก	(3)
			รวม			3.76	0.620	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ พบว่าข้อมูลในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (SD = 0.620)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับหนึ่งคือการเล่นกีฬาเบา ๆ ที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพเช่นปั่นจักรยาน ว่ายน้ำ เปดอง เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 (SD = 0.796) อันดับที่สองคือการออกกำลังกาย เช่น การทำกายบริหาร การรำมวยจีน การเล่นโยคะ และการเดินแอโรบิก เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (SD = 0.629) อันดับสามคือการมีงานอดิเรกเช่น อ่านหนังสือ วาดรูป ทำอาหาร เลี้ยงสัตว์ ปลูกต้นไม้ เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 (SD = 0.798) อันดับสี่คือ การเล่นเกมสื่เพื่อฝึกสมอง เช่น หมากรุก หมากระดาน โยนห่วง เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 (SD = 1.171)

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร

ธุรกิจบริการทางสังคม	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
<u>ด้านการติดต่อสื่อสาร</u>									
14.การพบปะพูดคุยกันในกลุ่ม ผู้ที่มีความสนิทสนมคุ้นเคยเป็น การส่วนตัว เช่น เพื่อน หรือ ญาติพี่น้อง เป็นต้น	119 (29.8)	163 (40.8)	118 (29.5)	-	-	4.00	0.770	มาก	(1)

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร (ต่อ)

ธุรกิจบริการทางสังคม	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
15.การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, IG, Tweeter, Facebook เป็นต้น	109 (27.3)	185 (46.3)	54 (13.5)	52 (13.0)	-	3.87	0.956	มาก	(2)
16.การเข้าร่วมเป็นสมาชิก ชมรมต่าง ๆ เช่น ชมรมดนตรี ชมรมผู้สูงอายุ ชมรมศิลปะ เป็นต้น เพื่อพบปะสังสรรค์ใน กลุ่มผู้ที่มีความสนใจในสิ่ง เดียวกัน	39 (9.8)	184 (46.0)	150 (37.5)	26 (6.5)	1 (0.3)	3.58	0.764	มาก	(3)
			รวม			2.84	0.501	ปาน กลาง	

ผลจากตารางที่ 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการทางสังคม ด้านการติดต่อสื่อสาร พบว่าข้อมูลในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 (SD = 0.501)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับที่หนึ่งคือการพบปะพูดคุยกันในกลุ่มผู้ที่มีความสนทนสนมคุ้นเคยเป็นการส่วนตัว เช่น เพื่อน หรือญาติพี่น้อง เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (SD = 0.770) อันดับที่สองคือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, IG, Tweeter, Facebook เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 (SD = 0.956) อันดับที่สามคือการเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมต่าง ๆ เช่น ชมรมดนตรี ชมรมผู้สูงอายุ ชมรมศิลปะ เป็นต้น เพื่อพบปะสังสรรค์ในกลุ่มผู้ที่มีความสนใจในสิ่งเดียวกัน มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 (SD = 0.850)

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็น
ของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล

ธุรกิจบริการทางสังคม	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
ด้านการดูแล									
1.ต้องการทำภารกิจต่าง ๆ เช่น พบแพทย์ ชื่อของ ทำบุญไหว้ พระ เป็นต้น ด้วยตนเอง ไม่ ต้องการพึ่งพาผู้อื่น ชอบความ เป็นส่วนตัว	108 (27.0)	211 (52.8)	68 (17.0)	13 (3.3)	-	4.03	0.755	มาก	(3)
2.มีความสุขสนุกสนานที่มีเพื่อน ไปทำภารกิจต่าง ๆ เช่น ชื่อ ของ ทำบุญ ไหว้พระ เป็นต้น ด้วยกัน	172 (43.0)	106 (26.5)	109 (27.3)	13 (3.3)	-	4.09	0.908	มาก	(2)
3.รู้สึกสบายใจและ สะดวกสบายที่มีผู้ช่วยในการ ไปทำภารกิจต่าง ๆ ชื่อของ ทำบุญ ไหว้พระ เป็นต้น	120 (30.0)	211 (52.8)	68 (17.0)	1 (0.3)	-	4.12	0.682	มาก	(1)
รวม						4.12	0.672	มาก	

ผลจากตารางที่ 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล พบว่าข้อมูลในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (SD = 0.672)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ อันดับหนึ่งคือรู้สึกสบายใจและสะดวกสบายที่มีผู้ช่วยในการไปทำภารกิจต่าง ๆ ชื่อของ ทำบุญ ไหว้พระ เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (SD = 0.682) อันดับที่สองคือมีความสุขสนุกสนานที่มีเพื่อนไปทำภารกิจต่าง ๆ เช่น ชื่อของ ทำบุญ ไหว้พระ เป็นต้น ด้วยกัน มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (SD = 0.908) อันดับที่สามคือ ต้องการทำภารกิจต่าง ๆ เช่น พบแพทย์ ชื่อของ ทำบุญไหว้พระ เป็นต้น ด้วยตนเอง ไม่ต้องการพึ่งพาผู้อื่น ชอบความเป็นส่วนตัว มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (SD = 0.755)

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ความถี่ ร้อยละและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา

ธุรกิจบริการทางสังคม	ระดับความคิดเห็น(ร้อยละ)					\bar{X}	SD	แปล ผล	อัน ดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด				
ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา									
ปัญหาและการศึกษา									
1.กิจกรรมงานฝีมือ เช่น เย็บผ้า ปักผ้า จักสาน ทำเครื่องหนัง ทำงานศิลปะ เป็นต้น	78 (19.5)	132 (33.0)	147 (36.8)	30 (7.5)	13 (3.3)	3.58	0.990	มาก	(1)
2.กิจกรรมการเรียนรู้ เช่น การเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี กฎหมาย	39 (9.8)	157 (39.3)	124 (31.0)	67 (16.8)	13 (3.3)	3.35	0.977	ปาน กลาง	(2)
3.การถ่ายทอดภูมิปัญญาและความรู้ต่างๆ เช่น เป็นวิทยากรพิเศษ ประชาสัมพันธ์	14 (3.5)	184 (46.0)	82 (20.5)	94 (23.5)	26 (6.5)	3.16	1.034	ปาน กลาง	(3)
23.การเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยสำหรับผู้สูงวัย เพื่อศึกษาในสาขาวิชาที่สนใจ แต่ที่ผ่านมามีเวลาเพียงพอ	39 (9.8)	106 (26.5)	107 (26.8)	93 (23.3)	55 (13.8)	2.95	1.199	ปาน กลาง	(4)
			รวม			3.29	0.862	ปาน กลาง	

ผลจากตารางที่ 4.13 แสดงให้เห็นถึงผลวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล พบว่าข้อมูลในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 (SD = 0.862)

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ อันดับที่หนึ่งคือกิจกรรมงานฝีมือ เช่น เย็บผ้า ปักผ้า จักสาน ทำเครื่องหนัง ทำงานศิลปะ เป็นต้น มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 (SD = 0.990) อันดับที่สองคือกิจกรรมการเรียนรู้ เช่น การเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี กฎหมาย มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 (SD = 0.977) อันดับที่สามคือการถ่ายทอดภูมิปัญญาและความรู้ต่าง ๆ เช่น เป็นวิทยากรพิเศษ ประชาสัมพันธ์ชาวบ้าน มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 (SD = 1.034) อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้ายคือการเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยสำหรับผู้สูงวัย

เพื่อศึกษาในสาขาวิชาที่สนใจ แต่ที่ผ่านมามีเวลาเพียงพอ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 (SD = 1.199) ซึ่งก็อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคม แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคม แตกต่างกัน

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ธุรกิจบริการทางสังคม	t-test for Equality of Mean					
	เพศ	\bar{X}	SD	t	df	Sig
ด้านความบันเทิง	ชาย	3.57	0.724	0.298	398	0.766
	หญิง	3.55	0.710			
ด้านการท่องเที่ยว	ชาย	3.73	0.587	1.257	398	0.209
	หญิง	3.66	0.589			
ด้านกีฬาหรือนันทนาการ	ชาย	3.76	0.587	-0.126	398	0.898
	หญิง	3.77	0.645			
ด้านการติดต่อสื่อสาร	ชาย	2.86	0.509	0.564	398	0.573
	หญิง	2.83	0.496			
ด้านการดูแล	ชาย	4.09	0.692	-0.902	398	0.364
	หญิง	4.15	0.657			
ด้านกิจกรรมส่งเสริม	ชาย	3.26	0.880	-0.652	398	0.515
ภูมิปัญญาและการศึกษา	หญิง	3.31	0.849			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.14 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างเพศที่มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคม โดยใช้ Independent Sample t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์พบว่าทุกด้านมีค่าระดับนัยสำคัญมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธ

สมมติฐาน H_1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคม
แตกต่างกัน

H_0 : อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อระดับ
ความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ธุรกิจบริการทางสังคม	t-test for Equality of Mean					
	อายุ	\bar{X}	SD	t	df	Sig
ด้านความบันเทิง	60 ถึง 69 ปี	3.5532	0.036	-0.710	398	0.452
	70 ถึง 79 ปี	3.6667	0.155			
ด้านการท่องเที่ยว	60 ถึง 69 ปี	3.6995	0.030	0.264	398	0.785
	70 ถึง 79 ปี	3.6667	0.115			
ด้านกีฬาหรือนันทนาการ	60 ถึง 69 ปี	3.7633	0.031	-0.523	398	0.592
	70 ถึง 79 ปี	3.8333	0.130			
ด้านการติดต่อสื่อสาร	60 ถึง 69 ปี	2.8457	0.025	0.117	398	0.904
	70 ถึง 79 ปี	2.8333	0.098			
ด้านการดูแล	60 ถึง 69 ปี	4.1277	0.034	0.017	398	0.985
	70 ถึง 79 ปี	4.1250	0.151			
ด้านกิจกรรมส่งเสริม ภูมิปัญญาและการศึกษา	60 ถึง 69 ปี	3.2793	0.045	-1.216	398	0.131
	70 ถึง 79 ปี	3.5000	0.134			

ผลจากตารางที่ 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอายุที่มีผลต่อธุรกิจบริการ
ทางสังคม โดยใช้ Independent Sample t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร
2 กลุ่ม โดยทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์พบว่าทุกด้านมีค่าระดับ
นัยสำคัญมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อ
ธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ธุรกิจบริการทางสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านความบันเทิง	ระหว่างกลุ่ม	2.084	3	0.695	1.359	0.255
	ภายในกลุ่ม	202.476	396	0.511		
	รวม	204.560	399			
ด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	1.073	3	0.358	1.032	0.378
	ภายในกลุ่ม	137.324	396	0.347		
	รวม	138.398	399			
ด้านกีฬาหรือนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	1.089	3	0.030	0.077	0.972
	ภายในกลุ่ม	153.288	396	0.387		
	รวม	153.378	399			
ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	1.057	3	0.352	1.405	0.241
	ภายในกลุ่ม	99.333	396	0.251		
	รวม	100.390	399			
ด้านการดูแล	ระหว่างกลุ่ม	1.232	3	0.411	0.907	0.437
	ภายในกลุ่ม	179.265	396	0.453		
	รวม	180.497	399			
ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	1.690	3	0.563	0.756	0.519
	ภายในกลุ่ม	295.087	396	0.745		
	รวม	296.778	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างสถานภาพที่มีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคม โดยใช้ Independent Sample t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์พบว่าทุก

ด้านมีค่าระดับนัยสำคัญมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 ที่พักอาศัยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

H_0 : ที่พักอาศัยที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน

H_1 : ที่พักอาศัยที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีที่พักแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ธุรกิจบริการทางสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านความบันเทิง	ระหว่างกลุ่ม	0.342	2	0.171	0.332	0.717
	ภายในกลุ่ม	204.218	397	0.514		
	รวม	204.560	399			
ด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.172	2	0.086	0.246	0.782
	ภายในกลุ่ม	138.226	397	0.348		
	รวม	138.397	399			
ด้านกีฬาหรือนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	0.449	2	0.225	0.583	0.559
	ภายในกลุ่ม	152.928	397	0.385		
	รวม	153.378	399			
ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	4.965	2	2.483	10.329	0.000*
	ภายในกลุ่ม	95.425	397	0.240		
	รวม	100.390	399			
ด้านการดูแล	ระหว่างกลุ่ม	0.857	2	0.428	0.947	0.389
	ภายในกลุ่ม	179.641	397	0.452		
	รวม	180.498	399			

ตารางที่ 4.17 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีที่พักแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน (ต่อ)

ธุรกิจบริการทางสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านกิจกรรมส่งเสริม	ระหว่างกลุ่ม	0.712	2	0.356	0.477	0.621
ภูมิปัญญาและการศึกษา	ภายในกลุ่ม	296.066	397	0.746		
	รวม	296.778	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างที่พักอาศัยที่มีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมโดยใช้สถิติ One-way ANOVA หรือ F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์พบว่า ที่พักอาศัยมีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการสื่อสาร โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 สรุปว่าที่พักอาศัยที่แตกต่างกันมีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยทดสอบค่า LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการสื่อสารจำแนกตามที่พักอาศัย

LSD

ที่พักอาศัย	Mean Difference (I-J)	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม		
		กลุ่ม J		
		บ้านตนเอง	บ้านของลูกหลาน/ญาติ	อื่นๆ
กลุ่ม I	\bar{X}	2.870	2.736	2.000
บ้านตนเอง	2.870	-	0.133 (0.110)	0.870 (0.000*)
บ้านของลูกหลาน/ญาติ	2.736	-	-	0.736 (0.001*)
อื่นๆ	2.000	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคม ด้านการสื่อสารจำแนกตามที่พักอาศัย พบว่ากลุ่มที่พักอาศัยอยู่ที่อื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยมากกว่า กลุ่มที่พักอาศัยที่อยู่ที่บ้านตนเองและกลุ่มที่พักอาศัยที่บ้านของลูกหลาน/ญาติ โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000 และ 0.001 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.870 และ 0.736 หมายความว่ากลุ่มที่พักอาศัยอยู่ที่อื่น ๆ ให้ความสำคัญกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านการสื่อสารน้อยกว่ากลุ่มที่พักอาศัยที่อยู่บ้านตนเองและกลุ่มที่พักอาศัยอยู่ที่บ้านของลูกหลาน/ญาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.5 การดำรงชีวิตที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

H_0 : การดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน

H_1 : การดำรงชีวิตที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีการดำรงชีวิตแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ธุรกิจบริการทางสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านความบันเทิง	ระหว่างกลุ่ม	0.322	2	0.161	0.313	0.731
	ภายในกลุ่ม	204.238	397	0.514		
	รวม	204.560	399			
ด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.158	2	0.079	0.227	0.797
	ภายในกลุ่ม	138.329	397	0.348		
	รวม	138.397	399			
ด้านกีฬาหรือนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	2.420	2	1.210	3.182	0.043*
	ภายในกลุ่ม	152.958	397	0.380		
	รวม		399			
ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	0.424	2	0.212	0.856	0.425
	ภายในกลุ่ม	98.710	397	0.248		
	รวม		399			

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีการดำรงชีวิตแตกต่างกัน
มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน (ต่อ)

ธุรกิจบริการทางสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านการดูแล	ระหว่างกลุ่ม	3.687	2	1.843	4.139	0.017*
	ภายในกลุ่ม		397	0.445		
	รวม		399			
ด้านกิจกรรมส่งเสริม ภูมิปัญญาและการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2.630	2	1.315	1.775	0.171
	ภายในกลุ่ม	294.148	397	0.741		
	รวม	296.778	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างการดำรงชีวิตที่มีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมโดยใช้สถิติ One-way ANOVA หรือ F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์พบว่า การดำรงชีวิตมีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล ด้านกิจกรรมส่งเสริม ภูมิปัญญาและการศึกษา โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.021, 0.015 จึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 สรุปว่าการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันมีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านด้านการดูแล ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยทดสอบค่า LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงในตาราง 4.20

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการจำแนกตามการดำรงชีวิต

LSD

การดูแล	กลุ่ม I	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)		
		กลุ่ม J		
		อยู่คนเดียว	มีลูกหลาน/ญาติดูแล	มีผู้ดูแล(พยาบาลพิเศษ, ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ,แม่บ้าน)
	\bar{X}	4.031	3.744	3.745
อยู่คนเดียว	4.031	-	0.287 (0.014*)	0.285 (0.021*)
มีลูกหลาน/ญาติดูแล	3.744	-	-	-0.001 (0.980)
มีผู้ดูแล(พยาบาลพิเศษ, ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ,แม่บ้าน)	3.745	-	-	-

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการจำแนกตามการดำรงชีวิต พบว่ากลุ่มที่มีการดำรงชีวิตแบบอยู่คนเดียวมีค่าเฉลี่ยมากกว่า กลุ่มที่มีลูกหลาน/ญาติดูแลและมีผู้ดูแล (พยาบาลพิเศษ ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุและแม่บ้าน) โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.014 และ 0.021 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.287 และ 0.285 หมายความว่ากลุ่มที่อยู่คนเดียวให้ความสำคัญกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการมากกว่ากลุ่มที่มีลูกหลาน/ญาติดูแลและมีผู้ดูแล (พยาบาลพิเศษ ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ แม่บ้าน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแลจำแนกตามการดำรงชีวิต

LSD

การดูแล	กลุ่ม I	\bar{X}	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)		
			กลุ่ม J		
			อยู่คนเดียว	มีลูกหลาน/ญาติดูแล	มีผู้ดูแล(พยาบาลพิเศษ, ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ,แม่บ้าน)
		4.312	4.168	3.991	
อยู่คนเดียว	4.312	-	0.144 (0.249)	0.320 (0.016*)	
มีลูกหลาน/ญาติดูแล	4.168	-	-	0.176 (0.018*)	
มีผู้ดูแล(พยาบาลพิเศษ, ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ,แม่บ้าน)	3.915	-	-	-	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านดูแลจำแนกตามการดำรงชีวิต พบว่ากลุ่มที่มีการดำรงชีวิตแบบมีผู้ดูแล (พยาบาลพิเศษ ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ แม่บ้าน)มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่ากลุ่มที่อยู่คนเดียวและกลุ่มที่มีลูกหลาน/ญาติดูแล โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.016 และ 0.018 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.320 และ 0.176 หมายความว่ากลุ่มที่มีผู้ดูแล (พยาบาลพิเศษ ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ แม่บ้าน) ให้ความสำคัญกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแลน้อยกว่ากลุ่มที่อยู่คนเดียวและกลุ่มที่มีลูกหลาน/ญาติดูแล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอาชีพต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ธุรกิจบริการทางสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านความบันเทิง	ระหว่างกลุ่ม	0.563	4	0.141	0.273	0.896
	ภายในกลุ่ม	203.997	395	0.516		
	รวม	204.560	399			
ด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.483	4	0.871	2.549	0.039
	ภายในกลุ่ม	134.915	395	0.342		
	รวม	138.398	399			
ด้านกีฬาหรือนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	1.391	4	0.348	0.904	0.462
	ภายในกลุ่ม	151.987	395	0.385		
	รวม	153.377	399			
ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	0.901	4	0.225	0.894	0.467
	ภายในกลุ่ม	99.489	395	0.252		
	รวม	100.390	399			
ด้านการดูแล	ระหว่างกลุ่ม	1.855	4	0.464	1.026	0.394
	ภายในกลุ่ม	178.642	395	0.452		
	รวม	180.498	399			
ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	1.778	4	0.445	0.595	0.666
	ภายในกลุ่ม	294.999	395	0.747		
	รวม	296.777	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากตารางที่ 4.22 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างอาชีพที่มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคม โดยใช้ Independent Sample t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม โดยทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการ

วิเคราะห์พบว่าทุกด้านมีค่าระดับนัยสำคัญมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 และปฏิเสธสมมติฐาน H_1 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

H_0 : รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน

ธุรกิจบริการทางสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านความบันเทิง	ระหว่างกลุ่ม	2.566	3	0.855	1.677	0.171
	ภายในกลุ่ม	201.994	396	0.510		
	รวม	204.560	399			
ด้านการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.234	4	2.078	6.227	0.000*
	ภายในกลุ่ม	132.163	396	0.334		
	รวม	138.398	399			
ด้านกีฬาหรือนันทนาการ	ระหว่างกลุ่ม	2.723	3	0.908	2.386	0.069
	ภายในกลุ่ม	150.654	396	0.380		
	รวม	153.378	399			
ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	0.754	3	0.251	0.999	0.393
	ภายในกลุ่ม	99.636	396	0.252		
	รวม	100.390	399			
ด้านการดูแล	ระหว่างกลุ่ม	2.541	3	0.847	1.885	0.132
	ภายในกลุ่ม	177.956	396	0.449		
	รวม	180.497	399			

ตารางที่ 4.23 การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมแตกต่างกัน (ต่อ)

ธุรกิจบริการทางสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
ด้านกิจกรรมส่งเสริม	ระหว่างกลุ่ม	5.643	3	1.881	2.559	0.055
ภูมิปัญญาและการศึกษา	ภายในกลุ่ม	291.134	396	0.735		
	รวม	296.778	399			

ผลจากตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคม ใช้สถิติ One-way ANOVA หรือ F-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิเคราะห์พบว่า ด้านการท่องเที่ยว มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ เท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) และยอมรับสมมติฐาน (H_1) สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่า รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงทำการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายคู่โดยทดสอบค่า LSD (Least Significant Difference) ดังแสดงในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่เกี่ยวกับระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน

LSD

รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน		ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม Mean Difference (I-J)			
		กลุ่ม J			
		ต่ำกว่า 15,000 บาท	15,000 - 25,000 บาท	25,000 - 35,000 บาท	มากกว่า 35,000 บาท
กลุ่ม I	\bar{X}	3.6687	3.6324	3.6324	3.6324
ต่ำกว่า 15,000 บาท	3.6687	-	-0.015 (0.821)	0.168 (0.086)	-0.312 (0.000*)
15,000 - 25,000 บาท	3.6324	-	-	0.183 (0.067)	-0.297 (0.001*)
25,000 - 35,000 บาท	3.3182	-	-	-	-0.481 (0.000*)
มากกว่า 35,000 บาท	4.0000	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ที่มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มผู้ที่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท 15,000 - 25,000 บาท และกลุ่ม 25,000 - 35,000 บาท มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มที่มีรายจ่ายมากกว่า 35,000 บาท โดยมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.000, 0.001, 0.000 และมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.312, - 0.297 และ - 0.481

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมของผู้สูงอายุ ทดสอบความสัมพันธ์ด้วยวิธี Linear Multiple Regression

ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติแบบ Linear Multiple Regression ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อพยากรณ์กำหนดให้

รูปแบบทั่วไปของสมการถดถอยเชิงพหุคูณเชิงเส้นทั่วไปคือ

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

เมื่อ

Y คือ สมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรตาม

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ คือ ค่าตัวแปรอิสระที่ 1,2,3,... จนถึงตัวแปรอิสระที่ n

β_0 คือ ค่าคงที่ของสมการ

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_n$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นของตัวแปรอิสระที่ 1, 2, 3, ... จนถึงตัวแปรที่ n

e คือ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

สมการในรูปแบบของประชากร

คุณภาพการบริการ

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y_3 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y_4 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y_5 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$Y_6 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

สมการประมาณค่า

คุณภาพการบริการ

$$\hat{Y}_1 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$\hat{Y}_2 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$\hat{Y}_3 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$\hat{Y}_4 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$\hat{Y}_5 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$\hat{Y}_6 = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

ตัวแปรตาม

ธุรกิจการบริการทางสังคม

$$\hat{Y}_1 = \text{ด้านความบันเทิง}$$

$$\hat{Y}_2 = \text{ด้านการท่องเที่ยว}$$

$$\hat{Y}_3 = \text{ด้านกีฬาหรือนันทนาการ}$$

$$\hat{Y}_4 = \text{ด้านการติดต่อสื่อสาร}$$

$$\hat{Y}_5 = \text{ด้านการดูแล}$$

$$\hat{Y}_6 = \text{ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา}$$

ตัวแปรอิสระ

$$X_1 = \text{ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)}$$

$$X_2 = \text{ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)}$$

$$X_3 = \text{การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)}$$

$$X_4 = \text{การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)}$$

$$X_5 = \text{ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy)}$$

สมมติฐานที่ 2.1 คุณภาพการบริการ ประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านความบันเทิง

H_0 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง

H₁: คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อนำค่าตัวแปรต่าง ๆ ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ ใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิงตามสมการ

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	0.546	0.299	0.295	0.601

จากตารางที่ 4.25 สรุปได้ว่า ธุรกิจบริการทางสังคมด้านบันเทิง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการบริการที่มี การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเชื่อถือไว้วางใจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.264 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 29.50

ตารางที่ 4.26 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของธุรกิจบริการทางสังคม ประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านความบันเทิง

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.114	.191		5.827	0.000*
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ(X ₄)	0.352	0.044	0.367	8.030	0.000*
ความเชื่อถือไว้วางใจ(X ₂)	0.279	0.045	0.285	6.229	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 สำหรับตัวแปรอิสระที่จะสามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ ระดับความคิดเห็น ต่อด้านความบันเทิง ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_1 = b_0 + b_2 X_2 + b_4 X_4$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_1 = 1.114 + 0.352 X_2 + 0.279 X_4$$

เมื่อ

\hat{Y}_1 แทน ธุรกิจบริการทางสังคม ด้านความบันเทิง

b_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย

b_2 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของความเชื่อถือไว้วางใจ

b_4 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

* แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.2 คุณภาพการบริการ ประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านการท่องเที่ยว

H_0 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว

H_1 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อนำค่าตัวแปรต่างๆ ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว

ตัวแปรคำทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	0.585	0.342	0.339	0.467

จากตารางที่ 4.27 สรุปได้ว่าธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการบริการที่มีการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.342 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 33.90

ตารางที่ 4.28 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านการท่องเที่ยว ตามสมการ

ตัวแปรคำทำนาย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.671	0.144	-	11.640	0.000*
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (X ₄)	0.297	0.039	0.377	7.549	0.000*
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X ₁)	0.226	0.040	0.280	5.599	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่าการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเป็นรูปธรรมของบริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H₁ และปฏิเสธสมมติฐาน H₀ สำหรับตัวแปรอิสระที่จะสามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ ระดับความคิดเห็นต่อด้านการท่องเที่ยว ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_2 = b_0 + b_4 X_4 + b_1 X_1$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_2 = 1.671 + 0.297 X_4 + 0.226 X_1$$

เมื่อ

- \hat{Y}_2 แทน ธุรกิจบริการทางสังคม ด้านการท่องเที่ยว
- b_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย
- b_4 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ
- b_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ
- * แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.3 คุณภาพการบริการ ประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านกีฬาหรือนันทนาการ

H_0 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ

H_1 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อนำค่าตัวแปรต่าง ๆ ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ

ตัวแปรทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	0.571	0.326	0.322	0.488

จากตารางที่ 4.29 สรุปได้ว่าธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ คุณภาพการบริการที่มีความเป็นรูปธรรมของบริการ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.379 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 32.2

ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านกีฬาหรือนันทนาการตามสมการ

ตัวแปรค่าทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.733	0.150		11.573	0.000*
ความเป็นรูปธรรมของบริการ(X_1)	0.287	0.040	0.337	7.086	0.000*
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3)	0.248	0.037	0.322	6.756	0.000*

จากตารางที่ 4.30 พบว่าความเป็นรูปธรรมของบริการ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 สำหรับตัวแปรอิสระที่จะสามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ ระดับความคิดเห็นต่อด้านกีฬาหรือนันทนาการตามสมการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_3 = b_0 + b_1 X_1 + b_3 X_3$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_3 = 1.733 + 0.287X_1 + 0.248X_3$$

เมื่อ

\hat{Y}_3 แทน ธุรกิจบริการทางสังคม ด้านกีฬาหรือนันทนาการ

b_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย

b_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของความเป็นรูปธรรมของบริการ

b_3 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

* แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.4 คุณภาพการบริการ ประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ(Assurance) ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านการติดต่อสื่อสารตามสมควร

H_0 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสารตามสมควร

H_1 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสารตามสมควร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อนำค่าตัวแปรต่าง ๆ ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร

ตัวแปรค่าทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
3	0.708	0.502	0.498	0.352

จากตารางที่ 4.31 สรุปได้ว่าธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสารตามสมควร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ คุณภาพการบริการที่มีการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (X_4) ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (X_5) ความเชื่อถือไว้วางใจ (X_2) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.455 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 49.80

ตารางที่ 4.32 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการความเชื่อถือว่าไว้วางใจการตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ตามสมการ

ตัวแปรคำทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.824	0.110	-	7.512	0.000*
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3)	0.310	0.026	0.500	11.862	0.000*
การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (X_4)	0.134	0.029	0.201	4.686	0.000*
ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (X_5)	0.090	0.027	0.144	3.353	0.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่าการตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 สำหรับตัวแปรอิสระที่จะสามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ระดับความคิดเห็นต่อการติดต่อสื่อสารตามสมการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_4 = b_0 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_4 = 0.824 + 0.310 X_3 + 0.134 X_4 + 0.090 X_5$$

เมื่อ

\hat{Y}_4 แทน ธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร

b_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย

b_3 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

b_4 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ

b_5 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ

* แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.5 คุณภาพการบริการ ประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการด้านการดูแล

H_0 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล

H_1 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อนำค่าตัวแปรต่าง ๆ ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแลตามสมการ

ตัวแปรค่าทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	0.674	0.454	0.451	0.498

จากตารางที่ 4.33 สรุปได้ว่าธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการบริการที่มีการตอบสนองต่อผู้รับบริการและความเชื่อถือไว้วางใจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.479 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 45.10

ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านการดูแลตามสมการ

ตัวแปรค่าทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.793	0.141	-	12.693	0.000*
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X_3)	0.477	0.039	0.570	12.178	0.000*
ความเชื่อถือไว้วางใจ (X_2)	0.140	0.043	0.152	3.243	0.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่าการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และความเชื่อถือไว้วางใจ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 และ ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 สำหรับตัวแปรอิสระที่จะสามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ ระดับความคิดเห็น ต่อด้านการดูแลตามสมการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_5 = b_0 + b_3 X_3 + b_2 X_2$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_5 = 1.793 + 0.477 X_3 + 0.140 X_2$$

เมื่อ

- \hat{Y}_5 แทน ธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล
- b_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย
- b_3 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ
- b_2 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของความเชื่อถือไว้วางใจ
- * แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2.6 คุณภาพการบริการ ประกอบไปด้วย ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษาตามสมควร

H_0 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ไม่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษาตามสมควร

H_1 : คุณภาพการบริการประกอบไปด้วยความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษาตามสมควร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เพื่อนำค่าตัวแปรต่าง ๆ ไปสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Multiple Regression) ในการพยากรณ์ใช้ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ระหว่างคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา

ตัวแปรคำทำนาย	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
2	0.461	0.213	0.209	0.767

จากตารางที่ 4.35 สรุปได้ว่าธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ คุณภาพการบริการที่มีความเป็นรูปธรรมของบริการ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.220 และสามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้เท่ากับร้อยละ 20.9

ตารางที่ 4.36 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์แบบสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรงของธุรกิจบริการทางสังคม ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจการตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษาตามสมการ

ตัวแปรคำทำนาย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.008	0.225	-	4.480	0.000*
ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X ₁)	0.419	0.061	0.355	6.896	0.000*
การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X ₃)	0.180	0.055	0.167	3.253	0.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ความเป็นรูปธรรมของบริการ (X₁) และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X₃) มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H₁ และปฏิเสธสมมติฐาน H₀ สำหรับตัวแปรอิสระที่จะสามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ ระดับความคิดเห็นต่อด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษาตามสมการ (Y₆) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_6 = b_0 + b_1 X_1 + b_3 X_3$$

แทนค่าในสมการ

$$\hat{Y}_6 = 1.008 + 0.419 X_1 + 0.180 X_3$$

เมื่อ

\hat{Y}_6 แทน ธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา

b_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย

b_1 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของความเป็นรูปธรรมของบริการ

b_3 แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของการตอบสนองต่อผู้รับบริการ

* แทน ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.37 แสดงการสรุปการทดสอบสมมติฐานที่คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคม ดังนี้

คุณภาพการบริการต่อธุรกิจบริการทางสังคม	
ธุรกิจบริการทางสังคม	สมการพยากรณ์คุณภาพการบริการ
ด้านความบันเทิง	$\hat{Y}_1 = 1.114 + 0.352 X_2 + 0.279 X_4$
ด้านการท่องเที่ยว	$\hat{Y}_2 = 1.671 + 0.297X_4 + 0.226X_1$
ด้านกีฬาหรือนันทนาการ	$\hat{Y}_3 = 1.733 + 0.287X_1 + 0.248X_3$
ด้านการติดต่อสื่อสาร	$\hat{Y}_4 = 0.824 + 0.310X_3 + 0.134 X_4 + 0.090X_5$
ด้านการดูแล	$\hat{Y}_5 = 1.793 + 0.477X_3 + 0.140X_2$
ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา	$\hat{Y}_6 = 1.008 + 0.419 X_1 + 0.180 X_3$

เมื่อ

- X_1 คือ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)
- X_2 คือ ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)
- X_3 คือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)
- X_4 คือ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)
- X_5 คือ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy)
- * คือ ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลกับธุรกิจบริการทางสังคม

ปัจจัยส่วนบุคคล	ธุรกิจบริการทางสังคม					
	ด้านความบันเทิง	ด้านการท่องเที่ยว	ด้านกีฬานันทนาการ	ด้านการติดต่อสื่อสาร	ด้านการดูแล	ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาการศึกษา
1.เพศ	-	-	-	-	-	-
2.อายุ	-	-	-	-	-	-
3.สถานภาพ	-	-	-	-	-	-
4.ที่พักอาศัย	-	-	-	✓	-	-
5.การดูแล	-	-	✓	-	✓	-
6.อาชีพ	-	-	-	-	-	-
7.รายจ่าย	-	✓	-	-	-	-

- ✓ คือมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- คือไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.39 ผลสรุปการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคม

คุณภาพการบริการ	ธุรกิจบริการทางสังคม					
	ด้าน ความ บันเทิง	ด้านการ ท่องเที่ยว	ด้านกีฬา นันทนาการ	ด้านการ ติดต่อสื่อสาร	ด้านการ ดูแล	ด้านกิจกรรม ส่งเสริมภูมิ ปัญญาการศึกษา
1.ความเป็นรูปธรรม ของบริการ	-	✓	✓	-	-	✓
2.ความเชื่อถือ ไว้วางใจ	✓	-	-	-	✓	-
3.การตอบสนอง ต่อผู้รับบริการ	-	-	✓	✓	-	✓
4.การให้ความมั่นใจ แก่ผู้รับบริการ	✓	✓	-	✓	✓	-
5.ความเข้าใจและเอา ใจใส่ผู้รับบริการ	-	-	-	✓	-	-

- ✓ คือมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- คือไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในเรื่อง คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล ทำการแจกแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของคุณภาพของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีผลการวิจัยมีดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.8 และเป็นผู้สูงอายุวัยต้นมีอายุระหว่าง 60-69 ปี คิดเป็นร้อยละ 94 มีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 74.3 มีที่พักอาศัยเป็นบ้านของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 89 มีการดูแลโดยมีลูกหลาน/ญาติดูแล คิดเป็นร้อยละ 62.5 มีอาชีพก่อนเกษียณ/ก่อนเข้าวัยสูงอายุ อยู่ในภาครัฐราชการ คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท และรายจ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 15,000 ถึง 25,000 บาท อยู่ในระดับที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธุรกิจบริการทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (SD = 0.761) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อันดับ 1 คือ ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (SD = 0.799) อันดับ 2 คือการให้ความมั่นใจ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (SD = 0.746) อันดับ 3 คือความเชื่อถือไว้วางใจ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (SD = 0.731) อันดับ 4 คือความเป็นรูปธรรมของบริการ มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (SD = 0.729) และอันดับสุดท้ายคือการตอบสนองต่อผู้รับบริการมีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (SD = 0.803)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจบริการทางสังคมในแต่ละด้านทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความบันเทิง ด้านการท่องเที่ยว ด้านกีฬาหรือนันทนาการ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการดูแล และด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา ทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล เป็นด้านที่มีความสำคัญเป็นอันดับ 1 มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (SD = 0.672) รองลงมาคือด้านกีฬาหรือนันทนาการ โดยมีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (SD = 0.620) อันดับ 3 คือด้านการท่องเที่ยว โดยมีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 (SD = 0.588) อันดับ 4 ด้านความบันเทิง มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 (SD = 0.716) อันดับ 5 ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 (SD = 0.862) และอันดับสุดท้ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด คือ ด้านการติดต่อสื่อสาร มีคะแนนค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 (SD = 0.501)

ส่วนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า ที่พักอาศัยมีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร ส่วนการดำรงชีวิตมีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแลและด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา ส่วนรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว

2. คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจและด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง โดยค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.546 สามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้ร้อยละ 29.50 สรุปว่าคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจและด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง

ผลการศึกษา พบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.585 สามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้ร้อยละ 33.90 สรุปว่าคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยวนั่นเอง

ผลการศึกษา พบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ โดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.571 สามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้ร้อยละ 32.20 สรุปว่าคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการและด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ

ผลการศึกษา พบว่าในทุกด้านของคุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร และโดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.708 สามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้ร้อยละ 49.80 สรุปว่าคุณภาพการบริการในทุกด้าน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร

ผลการศึกษา พบว่าด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการมีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล และโดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.674 สามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้ร้อยละ 45.10 สรุปว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและด้านความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล

ผลการศึกษา พบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการมีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา และโดยมีค่าความสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.461 สามารถทำนายค่าสมการของการวิเคราะห์ได้ร้อยละ 22.90 สรุปว่าคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง พบประเด็นน่าสนใจดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านที่พักอาศัย มีผลต่อระดับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่บ้านของตนเอง มีอิสระในพื้นที่ของ

คนทำให้สามารถจัดงานสังสรรค์ พบปะพูดคุยกันในกลุ่ม ได้โดยสะดวก ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและเป็นสื่อกลางที่ทำให้ผู้สูงอายุได้มาพบปะกัน

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการดำรงชีวิต มีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแล และด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่นคนเดียว มีความแตกต่างจากกลุ่มที่มีผู้ดูแลทั้งพยาบาลพิเศษและแม่บ้าน เพราะกลุ่มที่อยู่นคนเดียว ต้องทำภารกิจต่าง ๆ เช่น พบแพทย์ ซึ่ของ ทำบุญ ไหว้พระ เป็นต้น ด้วยตนเอง ไม่สามารถพึ่งพาผู้อื่นได้ บางครั้งอาจจะต้องการการบริการด้านการดูแลมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาท มีผลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 35,000 บาท ให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ กวิน วงศ์ลีดี (2554) พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีรายได้สูง มีการใช้จ่ายในด้านการท่องเที่ยวและให้ความสนใจด้านความงดงามทางธรรมชาติและวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างมาก

คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจและการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการด้านความบันเทิง เนื่องจากผู้สูงอายุถ้าจะใช้บริการธุรกิจบริการด้านความบันเทิง เช่น การชมภาพยนตร์ การแสดงดนตรี หรือการแข่งขันกีฬา ต้องเป็น การแสดงหรือการแข่งขันที่น่าประทับใจ มีความยิ่งใหญ่และดำเนินการโดยธุรกิจที่มีชื่อเสียง ที่ได้รับความไว้วางใจ

คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการและความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยวที่มีแหล่งข้อมูลอ้างอิง เช่น Website แผนที่ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม ธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว ต้องมีผู้เชี่ยวชาญ มีความสามารถในการสื่อสาร และมีความปลอดภัยทั้งทางด้านร่างกายและทรัพย์สินสูง และธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยวต้องมีการเอาใจใส่ความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสมและไม่เลือกปฏิบัติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยฉัตร ทองแพง (2554) พบว่า องค์ประกอบของการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ต้องเข้าใจในจิตวิทยาของผู้สูงอายุ การบริการที่มีคุณภาพดี จะสร้างความพึงพอใจและเป็นบริการตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุ การใส่ใจเรื่องของความปลอดภัย ความเชื่อถือได้ในการจัดการ และสามารถตอบสนองความต้องการได้ คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรม การตอบสนองต่อผู้รับบริการและความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ

เนื่องจากกลุ่มผู้ที่ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ ซึ่งกิจกรรมนันทนาการผู้สูงอายุต้องการความเป็นรูปธรรม ในเรื่องสถานที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัย มีผู้เชี่ยวชาญให้บริการได้อย่างรวดเร็วและมีบุคลากรเพียงพอ ในการตอบสนองผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรินทร์ เสมามอญ (2556) ที่ว่ารูปแบบการจัดกิจกรรมนันทนาการผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจ ในด้านของสถานที่การจัดกิจกรรม การจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยของผู้สูงอายุ และมีวิทยากรมาให้ความรู้เนื่องจากผู้สูงอายุต้องการความรู้ในเรื่องทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต

คุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุต้องมีการติดต่อสื่อสารกับ ลูกหลาน/ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง จึงต้องใช้บริการติดต่อสื่อสารเป็นหลัก และธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสารจะต้องมีความน่าเชื่อถือได้และต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุมีความคาดหวังในการใช้บริการสูงและมีการเสียค่าใช้จ่ายไปแล้ว

คุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือว่าไว้วางใจและการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดำรงชีวิต เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุต้องทำภารกิจต่าง ๆ เช่น พบแพทย์ ซื่อของ ทำบุญ ไหว้พระ ด้วยตนเอง ไม่พึ่งพาผู้อื่นชอบความเป็นส่วนตัว เพราะฉะนั้นผู้ให้บริการธุรกิจบริการทางสังคมด้านการดูแลต้องมีความเชื่อถือว่าไว้วางใจและสร้างความมั่นใจที่ไปใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันชัย ชูประดิษฐ์ (2555) จะเห็นได้ว่าผู้สูงอายุต้องการในด้านสวัสดิการสังคมในด้านการแก้ไขปัญหาค่าความยากจนและค่อยโอกาสเพื่อดำรงชีวิต สิ่งที่ต้องการมากที่สุด คือ การเพิ่มจำนวนเงินเบี้ยยังชีพ รองลงมาได้แก่ การตั้งกองทุนในชุมชนเพื่อให้การช่วยเหลือและให้บริการผู้สูงอายุ

คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา การ เย็บผ้า ปักผ้า การเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี การถ่ายทอดภูมิปัญญา ความรู้ต่างๆ ต้องให้ความสำคัญกับความเป็นรูปธรรมคือ ต้องสัมผัสได้ และบริการในด้านนี้ต้องมีการตอบสนองการบริการต่อผู้สูงอายุได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

5.3.1 ธุรกิจบริการทางสังคมด้านความบันเทิง ควรที่เน้นคุณภาพการบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจและการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ เพราะธุรกิจบริการทางด้านนี้เป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุให้ความสนใจอยู่ในระดับมาก

5.3.2 ธุรกิจบริการทางสังคมด้านการท่องเที่ยว ควรที่เน้นคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ เพราะธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับทุกเพศทุกวัย

5.3.3 ธุรกิจบริการทางสังคมด้านกีฬาหรือนันทนาการ ควรที่เน้นคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการและการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เพราะการเล่นกีฬา การออกกำลังกาย และการทำกิจกรรมนันทนาการ ส่งผลต่อด้านร่างกายเพราะฉะนั้นในด้านนี้ต้องมีความเป็นรูปธรรมสามารถจับต้องได้และตอบสนองได้

5.3.4 ธุรกิจบริการทางสังคมด้านการติดต่อสื่อสาร ควรเน้นคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ เพราะธุรกิจบริการติดต่อสื่อสารเป็นธุรกิจที่มีความจำเป็นต่อทุกเพศทุกวัย

5.3.5 ธุรกิจบริการทางสังคมด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา ควรเน้นคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ เพราะการทำกิจกรรมต้องทำแล้วก่อให้เกิดผลงานและประโยชน์ต่อส่วนรวม

5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอนาคต

5.4.1 ควรศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจบริการทางสังคมประเภทต่าง ๆ อย่างละเอียด ที่ผู้สูงอายุต้องการ

5.4.2 ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่น ๆ นอกจากคุณภาพการบริการ เช่น ประเภทของการบริการ ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ โดยขยายพื้นที่จัดเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค

บรรณานุกรม

- กฤษมาพร พิงโก๊ะและสวัสดี วรรณรัตน์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความหวังในคุณภาพบริการของอุตสาหกรรมบริการ. วารสารปริชาด, 2(23), 121-131.
- จันทร์เพ็ญ นิยมอินทร์. (2539). สุขภาพจิตและการปรับตัวของผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2549). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ เอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1-7 (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการ. กรุงเทพฯ : เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ณัฐวัฒน์ พระงาม. (2555). การสื่อสารแบบปฏิสัมพันธ์ในองค์กร. มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.
- ธีระวัฒน์ จันทิก. (2556). อรรถประโยชน์ในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุภายใต้บริบทของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี. ทุนอุดหนุนการวิจัยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- วัชรินทร์ เสมามอญ. (2556). การมีส่วนร่วมในการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดอ่างทอง. ทุนสนับสนุนการวิจัยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วีระพงษ์ เถลิมาจิระวัฒน์. (2543). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). Hitech Marketing. กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอลบุ๊คส์.
- สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 1-12. (2556). ทิศทางการให้บริการของธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่จะก้าวเข้าสู่ผู้สูงอายุ. สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ.
- สุภาวดี พุฒิน้อย. (2547). ผู้สูงอายุกับกิจกรรมบำบัด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อากาศกร ชัยสุริยา. (2543). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพอใจของผู้สูงอายุในสถานสงเคราะห์คนชรา บ้านบางแค. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- Birren, J. E. (1997). **Handbook of the Psychology of Aging**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Cheung, P. (1996). "Non-governmental response to ageing issues," **Added Years of Life in Asia: Current Situation and Future Challenges**. Asian Population Studies Series No.141 ESCAP, United Nations.
- Crosby, L. A. (1998). **Building and Maintaining Quality in The service Relationship**. Research Report. QUIS Symposium in Service Quality. Karlstad: Sweden.
- Gronroos. (1990). **Quality / selection definitions, models and methods in use, The Nature of Service and Service Quality**. Retrieved from <http://www.ukoln.ac.uk/metadata/desire/quality/appendix-3.html>
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management: The Millennium Edition**. New Jersey.
- Lovelock, C. H. & Wright, L. (2002). **Principles of Service Marketing and Management**. New Jersey: Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual model of service quality and its implication for future research. **Journal of Marketing**, 49, 41 - 50.
- Parasuraman, A., V. A., & Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of The SERVQUAL Scale. **Journal of Retailing**, 67, 420-450.
- Schmenner, R.W. (1995). Escaping the black holes of cost accounting. **Business Horizons**, 66 - 72.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อเป็นข้อมูลในเชิงวิชาการต่อไป

อนึ่ง ข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะนำไปในเชิงวิชาการซึ่งจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่าน และขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

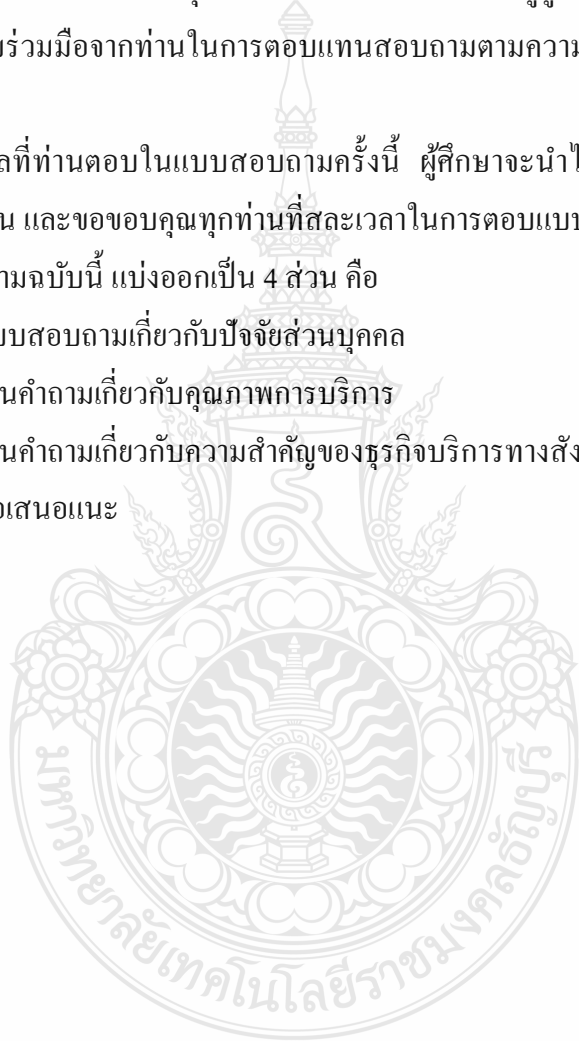
คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำคัญของธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ



ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ

- 1.ชาย 2.หญิง

2.อายุ

- วัยต้น (มีอายุระหว่าง 60 ถึง 69 ปี)
 วัยปลาย (มีอายุระหว่าง 70 ถึง 79 ปี)

3.สถานภาพ

- โสด สมรส หม้าย หย่าร้าง

4. ที่พักอาศัย

- บ้านตนเอง บ้านของลูกหลาน/ญาติ อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. การดำรงชีวิต

- อยู่คนเดียว
 มีลูกหลาน/ญาติดูแล
 มีผู้ดูแล (พยาบาลพิเศษ, ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ, แม่บ้าน)

6. อาชีพ (อาชีพสุดท้ายก่อนเกษียณ/ก่อนเข้าวัยสูงอายุ)

- ภาครัฐราชการ
 ภาครัฐวิสาหกิจ
 ภาคเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 ไม่ได้ทำงาน

7. รายจ่ายต่อเดือน

- ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,000 – 25,000 บาท
 25,001 – 35,000 บาท มากกว่า 35,000 บาท

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นท่านเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

คำนิยาม ธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุ คือ การสร้างเครือข่ายทางสังคม เพื่อให้ผู้สูงอายุมีเพื่อนมีสังคมนอกร้าน โดยเน้นการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งชมรม จัดตั้งกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมทางสังคมร่วมกัน หรือร่วมกันทำกิจกรรมที่สนใจ เช่น การสอนเต้นรำ การเรียนคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ต้องอยู่บ้านคนเดียว ไม่เหงา มีเพื่อนใหม่ ซึ่งนับได้ว่าเป็นการสร้างสังคมใหม่ให้แก่ผู้สูงอายุด้วย

ธุรกิจบริการด้านสังคม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)					
1.1 ธุรกิจที่ให้บริการอยู่ใกล้ที่พักอาศัยของท่าน					
1.2 ธุรกิจที่ให้บริการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ที่จอดรถ ที่นั่ง ห้องน้ำ รถเข็น					
1.3 ธุรกิจมีข้อมูลที่สามารถอ้างการบริการได้ เช่น Website					
2. ความเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability)					
2.1 ธุรกิจบริการได้รับความเชื่อถือไว้วางใจเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป					
2.2 ธุรกิจบริการนี้มีคุณภาพในการบริการที่เป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป					
2.3 ธุรกิจบริการสามารถให้บริการตามระยะเวลาที่กำหนด					
3. การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)					
3.1 สามารถให้บริการผู้สูงอายุได้อย่างรวดเร็ว					
3.2 บุคลากรให้การบริการด้วยบุคลิกภาพที่เหมาะสมในการบริการผู้สูงอายุ					
3.3 มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการผู้สูงอายุ					
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance)					
4.1 มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการผู้สูงอายุ					
4.2 มีบุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารกับผู้สูงอายุ					
4.3 ความปลอดภัยของธุรกิจบริการด้านสุขภาพร่างกาย					
4.4 ความปลอดภัยของธุรกิจบริการด้านสุขภาพทรัพย์สิน					

ธุรกิจบริการด้านสังคม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
5. ความเข้าใจและเอาใจใส่ผู้รับบริการ (Empathy)					
5.1 บุคลากรสามารถให้บริการตามที่คุณต้องการได้อย่างเหมาะสม					
5.2 บุคลากรให้บริการด้วยความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ					
5.3 มีการติดตามผลหลังการให้บริการ เช่น มีผู้รับความคิดเห็น เบอร์โทรศัพท์ สายด่วน					



ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับระดับ

ความสำคัญของธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุ

ธุรกิจบริการด้านสังคม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านความบันเทิง					
1.1 การชมภาพยนตร์เพื่อความบันเทิง ตามรสนิยมเฉพาะบุคคล					
1.2 การชมภาพยนตร์เพื่อความรู้ เช่น ภาพยนตร์เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือ สารคดีประเภทต่าง ๆ					
1.3 การชมการแสดงที่น่าสนใจอยู่ในกระแสนิยม เช่น คอนเสิร์ต ละครเวที ทอล์กโชว์ เป็นต้น					
1.4 การเข้าชมการแข่งขันกีฬาแม่ทัพสำคัญ ๆ ตามความสนใจ					
1.5 การเล่นเกมสัปรเภทต่าง ๆ ทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน เป็นการกระตุ้นความคิด และทำให้เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว					
2. ด้านการท่องเที่ยว					
2.1 ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) เช่น น้ำตก ภูเขา อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น					
2.2 ท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ เป็นต้น					
2.3 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (health tourism) การนวด อบ ประคบสมุนไพร อาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน ฝึกสมาธิ และบำเพ็ญภาวนา					
2.4 ท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (longstay) เช่น การท่องเที่ยวต่างถิ่นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อย่างน้อย 1 เดือน					

ธุรกิจบริการด้านสังคม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านนันทนาการ					
3.1 การออกกำลังกาย เช่น การทำกายบริหาร การรำมวยจีน การเล่นโยคะ และการเดินแอโรบิก เป็นต้น					
3.2 การเล่นกีฬาเบา ๆ ที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ เช่น ปั่นจักรยาน ว่ายน้ำ เปตอง เป็นต้น					
3.3 การเล่นเกมสื่เพื่อฝึกสมอง เช่น หมากรุก หมากระอรัส โยนห่วง เป็นต้น					
3.4 การมีงานอดิเรก เช่น อ่านหนังสือ วาดรูป ทำอาหาร เลี้ยงสัตว์ ปลูกต้นไม้ เป็นต้น					
4. ด้านการติดต่อสื่อสาร					
4.1 การพบปะพูดคุยกันในกลุ่มผู้ที่มีความสนิทสนมคุ้นเคยเป็นการส่วนตัว เช่น เพื่อน หรือญาติพี่น้อง เป็นต้น					
4.2 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line, IG, Tweeter, Facebook เป็นต้น					
4.3 การเข้าร่วมเป็นสมาชิกชมรมต่าง ๆ เช่น ชมรมดนตรี ชมรมผู้สูงอายุ ชมรมศิลปะ เป็นต้น เพื่อพบปะสังสรรค์ในกลุ่มผู้ที่มีความสนใจในสิ่งเดียวกัน					
5. ด้านการดูแล					
5.1 ต้องการทำการกิจต่าง ๆ เช่น พบแพทย์ ชื่อของทำบุญไหว้พระ เป็นต้น ด้วยตนเอง ไม่ต้องการพึ่งพาผู้อื่น ชอบความเป็นส่วนตัว					
5.2 มีความสนุกสนานที่มีเพื่อนไปทำการกิจต่าง ๆ เช่น ชื่อของ ทำบุญ ไหว้พระ เป็นต้น ด้วยกัน					
5.3 รู้สึกสบายใจและสะดวกสบายที่มีผู้ช่วยในการไปทำการกิจต่าง ๆ ชื่อของ ทำบุญ ไหว้พระ เป็นต้น					
6. ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา					
6.1 กิจกรรมงานฝีมือ เช่น เย็บผ้า ปักผ้า จักสาน ทำเครื่องหนัง ทำงานศิลปะ เป็นต้น					

ธุรกิจบริการด้านสังคม	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
6.2 การถ่ายทอดภูมิปัญญาและความรู้ต่างๆ เช่น เป็น วิทยากรพิเศษ ประชาชนชาวบ้าน					
6.3 กิจกรรมการเรียนรู้ เช่น การเรียนรู้ด้านเทคโนโลยี กฎหมาย					
6.4 การเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยสำหรับผู้สูงวัย เพื่อศึกษาในสาขาวิชาที่สนใจ แต่ที่ผ่านมาไม่มีเวลา เพียงพอ					

ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

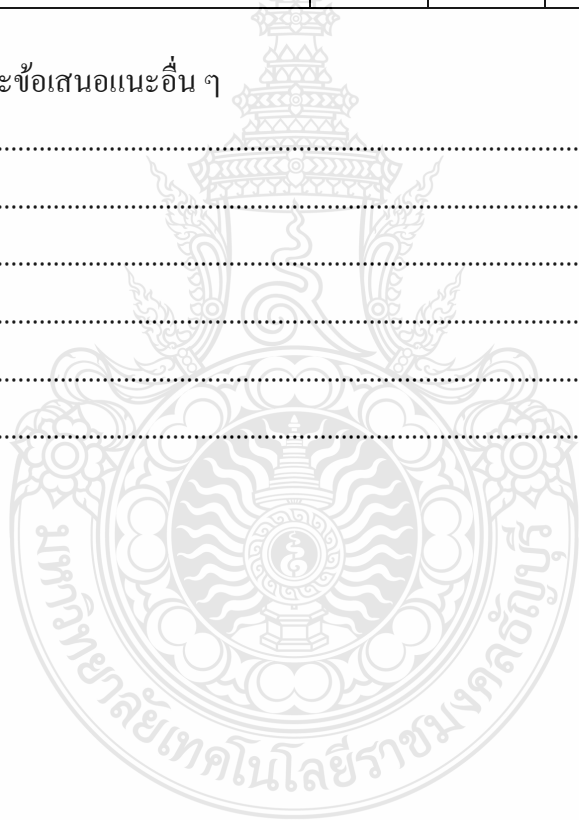
.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



ที่ ศธ ๐๕๗๘.๐๖ / ๒๕๕๘



คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๑ ตุลาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน คุณกณิณผกา จารุพงศ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบฟอร์มการตรวจแบบสอบถามจำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพรชทิพย์ อ่อนมั่ง นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง
“คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่วงทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
แบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดาพร กุณฑลบุตร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๔๔๘๒๑

โทรสาร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวพรชทิพย์ อ่อนมั่ง

โทร. ๐๘๖ ๙๐๘ ๒๘๔๙



ที่ ศธ ๐๕๓๘.๐๖ / ๖๖๓๓

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ต่าบคลองหก อำเภอลองหลวง

จังหวัดปทุมธานี ๑๒๑๑๐

๑ ตุลาคม ๒๕๕๘

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระ

เรียน คุณปริตธภา พลัสศิริ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบฟอร์มการตรวจแบบสอบถามจำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวพรชทิพย์ อ่อนมั่ง นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับอนุมัติให้ทำการค้นคว้าอิสระ เรื่อง
“คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี พิมพ์ช่างทอง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ในการนี้ นักศึกษามีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบ
แบบสอบถามเพื่อประกอบการทำการค้นคว้าอิสระเรื่องดังกล่าว เพื่อประโยชน์สูงสุดทางการศึกษาต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณอย่างยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

ผู้พิมพ์ ปรวิมล

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุตาพร กุณฺชฌนตรี)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

สำนักงานโครงการปริญญาโท

โทร. ๐๒-๕๕๔๔๘๒๑

โทรสาร. ๐๒-๕๕๔๔๘๓๖

ผู้ประสานงาน นางสาวพรชทิพย์ อ่อนมั่ง

โทร. ๐๘๖ ๙๐๘ ๒๘๔๙

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้สูงอายุวัยต้นที่มีอายุระหว่าง 60 ถึง 69 ปี และผู้สูงอายุวัยกลางที่อายุระหว่าง 70 ถึง 79 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง

คำชี้แจง

ให้ท่านพิจารณาข้อความสำหรับการวิจัยแต่ละข้อว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษาหรือไม่ โดย

- | | | |
|------------------------|----------------------------------|-------------|
| 1. เห็นว่าสอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ | ลงในช่อง +1 |
| 2. ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ | ลงในช่อง 0 |
| 3. เห็นว่าไม่สอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ | ลงในช่อง -1 |
| | และ โปรดเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี) | |

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย

- ไม่ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ได้ (ทั้งฉบับ)

ลงชื่อ


ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้สูงอายุวัยต้นที่มีอายุระหว่าง 60 ถึง 69 ปี และผู้สูงอายุวัยกลางที่อายุระหว่าง 70 ถึง 79 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง

คำชี้แจง

ให้ท่านพิจารณาข้อความสำหรับการวิจัยแต่ละข้อว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษาหรือไม่ โดย

- | | |
|------------------------|--|
| 1. เห็นว่าสอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง +1 |
| 2. ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง 0 |
| 3. เห็นว่าไม่สอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง -1
และโปรดเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี) |

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย

- ไม่ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ได้ (ทั้งฉบับ)

ลงชื่อ กิตติพงษ์ กิจพงษ์
ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ

แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ของแบบสอบถาม

เรื่อง คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้สูงอายุวัยต้นที่มีอายุระหว่าง 60 ถึง 69 ปี และผู้สูงอายุวัยกลางที่อายุระหว่าง 70 ถึง 79 ปี ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง

คำชี้แจง

ให้ท่านพิจารณาข้อความสำหรับการวิจัยแต่ละข้อว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับตัวแปรที่ศึกษาหรือไม่ โดย

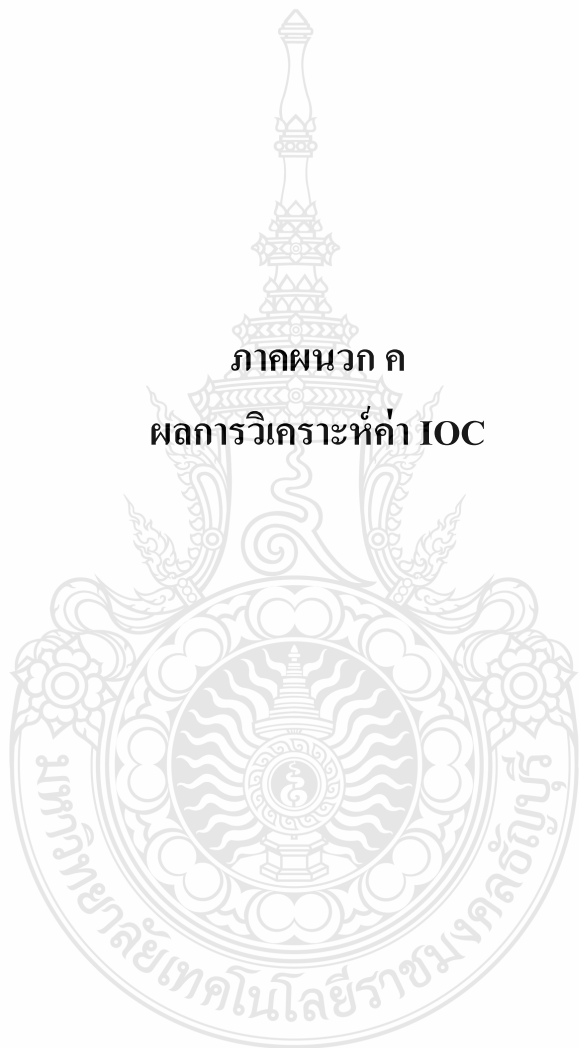
- | | | |
|------------------------|---------------------------------|-------------|
| 1. เห็นว่าสอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ | ลงในช่อง +1 |
| 2. ไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ | ลงในช่อง 0 |
| 3. เห็นว่าไม่สอดคล้อง | โปรดทำเครื่องหมาย ✓ | ลงในช่อง -1 |
| | และโปรดเสนอแนะเพิ่มเติม (ถ้ามี) | |

แบบสอบถามนี้สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย

- ไม่ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ได้ (ทั้งฉบับ)

ลงชื่อ ปวีณา พุ่มศิริ
ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ

ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์ค่า IOC



การแปลค่า IOC จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

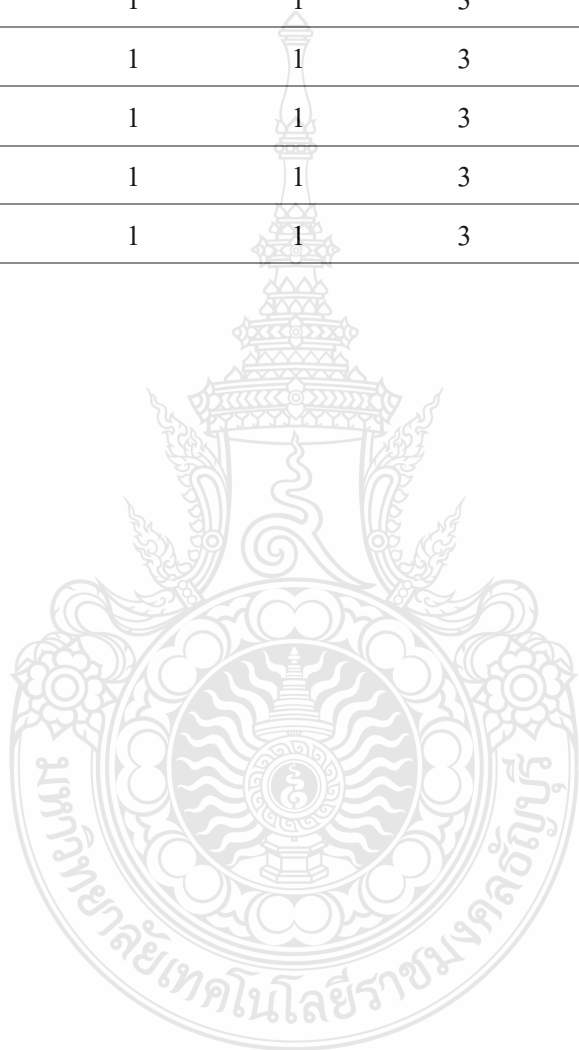
ข้อ	คะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนรวม	IOC	สรุป
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3			
1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
7	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ

ข้อ	คะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนรวม	IOC	สรุป
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3			
1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
7	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นธุรกิจบริการด้านสังคมสำหรับผู้สูงอายุ

ข้อ	คะแนนความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ			คะแนนรวม	IOC	สรุป
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3			
1	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
2	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
3	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
4	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
5	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
6	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
7	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้



ภาคผนวก ง
ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม



ผลการทดสอบความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามจากโปรแกรมสำเร็จรูป

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวม เท่ากับ 0.850

➔ Reliability

[DataSet1] C:\Users\Administrator\Desktop\SPSS EXPORT\คุณกานทิพย์ 781.sav

Scale: ALL VARIABLES

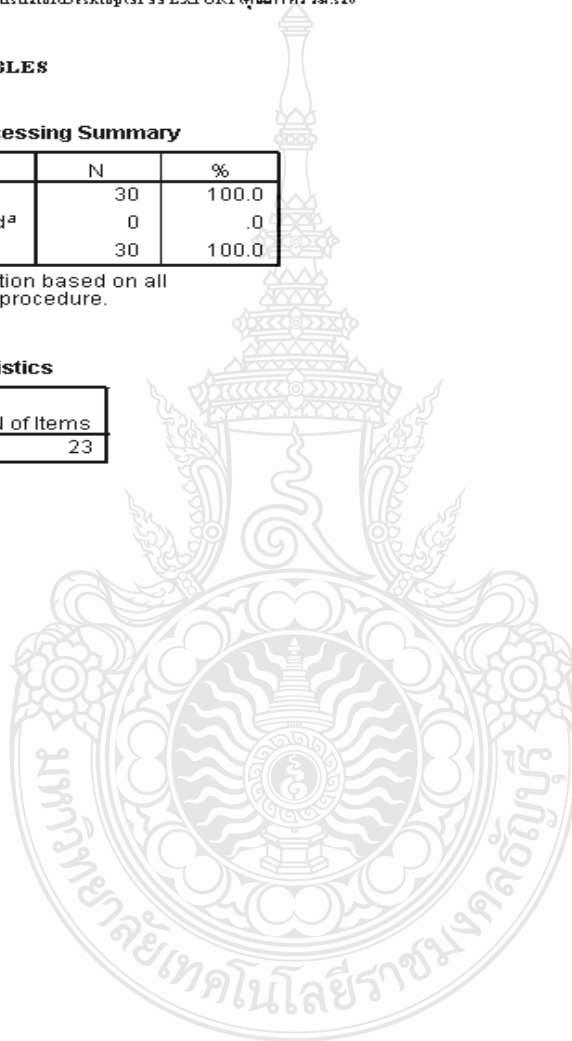
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	23



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวพรรชทิพย์ อ่อนมั่ง
วัน เดือน ปีเกิด	8 ธันวาคม 2533
ที่อยู่	103 หมู่ 2 ตำบลวัดแค อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม
การศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตศาลายา
อีเมล	pairbest_zaa@hotmail.com

