

รูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ในประเทศไทย*

SUCCESSFUL MODEL OF THE ELDERLY SERVICE BUSINESS ORGANIZATIONS IN THAILAND

ณัฐริกันต์ แก้วโกธธัญญ์

Nattarikarn Kaewkorathr

ธนสุวิทย์ ทับทิมรักษ์

Thanasuwit Thabhiranrak

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: nattarikarn.ke@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปร นโยบายการบริหาร คุณภาพการให้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อรูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้บริหารระดับสูง ในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยกลุ่มละ 10 คน รวมเป็น 20 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา การวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย จำนวน 440 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่านโยบายการบริหาร คุณภาพการให้บริการ และกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทุกตัวแปรสามารถร่วมกันทำนายความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุได้ ร้อยละ 56 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจบริการผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีความต้องการให้สถาบันการเงินสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินธุรกิจให้อัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงมาก จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจราบรื่นและสามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพและหลากหลายรูปแบบ

* Received 7 June 2021; Revised 24 September 2021; Accepted 30 September 2021



เพื่อตอบสนองตามความต้องการของผู้สูงอายุและครอบครัว และนำไปใช้เป็นรูปแบบการพัฒนาเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุทั่วประเทศไทยได้ ปัจจัยเหล่านี้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นจากผู้สูงอายุ ทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: รูปแบบ, ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจบริการ, ผู้สูงอายุในประเทศไทย

Abstract

The objectives of this research article were to study the influence of variables. Management policy Quality of Service and 7Ps Marketing Strategy on the success in the operations of the elderly care business organizations in Thailand. As for the qualitative research component, in - depth interviews were conducted with 20 key informants including senior executives of organizations in public and private sectors who had knowledge of the elderly care business in Thailand, each group of 10 people, totaling 20 people, uses a specific selection method. Data were then analyzed by content analysis. Quantitative research. The samples consisted of 440 executives of the elderly care business organizations in Thailand. The sample size was determined based on the criterion 20 times the observe variables. They were selected via stratified sampling. Data were collected via the use of a questionnaire and analyzed with a structural equation model. The research findings showed that management policies, service quality and 7Ps marketing strategies had an influence on the success in the operations of the elderly care business organizations in Thailand, with a .05 level of statistical significance, and all factors could predict the success in the operations by 56 percentages. The results of the qualitative research showed that most elderly service providers demand financial institutions to support their business budget at a low interest rate. This will help to run the business smoothly and be able to provide quality services in a variety of ways. To meet the needs of the elderly and their families. And can be used as a development model for the operational success of the elderly service business organizations throughout Thailand These factors help build confidence from the elderly. Make the business grow sustainably.

Keywords: Model, Success of Elderly Care Business Organizations, Elderly People in Thailand



บทนำ

อุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพในปัจจุบันต้องเผชิญกับประชากรสูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงอายุ 65 ปีขึ้นไป ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีการสร้างบุคลากรด้านการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งคาดการณ์ว่า ระหว่างปี 2005 ถึงปี 2030 จำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าจาก 37 ล้านคน เป็น 70 ล้านคน จากร้อยละ 12 ของประชากรสหรัฐอเมริกาเป็นร้อยละ 20 นอกจากนี้ศูนย์ Medicaid (CMS) คาดการณ์ว่าองค์กรสุขภาพแห่งชาติ จะมีการใช้จ่ายจะสูงถึง 4.6 ล้านล้านดอลลาร์ ภายในปี 2020 โลกของเรากำลังเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ UN DESA เผยแพร่รายงานใหม่เกี่ยวกับความชราภาพของประชากรโลกที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งวันนี้มีผู้สูงอายุถึง 703 ล้านคน ที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปจำนวนที่คาดว่าจะถึง 1.5 พันล้านคน ภายในปี 2050 ตามการประมาณการประชากรและประมาณการล่าสุดจากแผนกประชากรของ UN DESA 1 ใน 6 คนของผู้สูงอายุจะมีอายุมากกว่า 65 ปี ภายในปี 2050 เพิ่มขึ้นจาก 1 ใน 11 ของปี 2019 ประมาณการล่าสุดยังแสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้ที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไปจะเพิ่มเป็นสามเท่าใน 30 ปีข้างหน้า ในหลายภูมิภาคประชากรอายุ 65 ปีจะเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าในปี 2050 ในขณะที่อายุขัยของผู้สูงอายุมากกว่า 65 ปีจะเพิ่มมากขึ้นในบางประเทศที่มีรายได้สูงในปัจจุบัน ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการกำหนดนโยบายที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของผู้สูงอายุจำนวนมากทั่วโลก และเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในปี 2030 ซึ่งจะไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง ความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์การแพทย์และนวัตกรรมทางการแพทย์ได้ช่วยให้อายุขัยของมนุษย์ยืนยาวขึ้นและคาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุประมาณ 134 ล้านคนในปี 2563 ที่มีการเจ็บป่วยเรื้อรัง ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น จากข้อมูลของ IOM พบว่าผู้สูงอายุ 3 คนจากทุก 4 คน มีอย่างน้อยหนึ่งคนที่มีภาวะการเจ็บป่วยเรื้อรัง ผู้สูงอายุที่มีภาวะเรื้อรังที่ต้องใช้การจัดการดูแลที่ซับซ้อน จะมีค่าใช้จ่ายที่สูง ทำให้เกิดความท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมดูแลสุขภาพมากขึ้น ตัวแปรอื่น ๆ ทางกายภาพ คือ ความอ่อนแอและความบกพร่องทางสติปัญญา เช่น ภาวะสมองเสื่อม การจัดการในการดูแลผู้ป่วยสูงอายุ เพื่อที่จะตอบสนองความท้าทายของประชากรผู้สูงอายุ เป็นประโยชน์อย่างปฏิเสธไม่ได้สำหรับองค์กรด้านการดูแลสุขภาพ เพื่อพัฒนารูปแบบการดูแลผู้สูงอายุที่จะปรับปรุงคุณภาพชีวิตและผลลัพธ์ด้านสุขภาพสำหรับผู้ป่วยสูงอายุ ประเทศที่มีรายได้สูงจะมีประชากรที่มีอายุขัยเพิ่มมากขึ้น (Lucas, M., 2019); (Nancy, D., 2019)

ผู้ประกอบการในองค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุสามารถประสบความสำเร็จได้จากการสร้างการรับรู้ด้านคุณภาพการบริการให้กับลูกค้าและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องให้มีการขยายพื้นที่ทางการตลาดได้มากขึ้นจากนโยบายการบริหารองค์กรของธุรกิจที่มีการกำหนดกลยุทธ์องค์กรที่เป็นเสมือนเข็มทิศในการนำองค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุสู่ความสำเร็จจากการมีรายได้ที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการต้องมีภาวะผู้นำในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพในการบริการลูกค้า ซึ่งเป็นผู้สูงอายุและครอบครัวให้ตรงใจมากที่สุด ทั้งด้านการดูแล ให้ความช่วยเหลือ ให้ความสำคัญ



สะดวกในการใช้ชีวิตประจำวัน ในราคาที่ลูกค้ารับได้ มีสถานที่ในการให้บริการตามรูปแบบต่าง ๆ ที่ลูกค้าต้องการ ผู้บริหารองค์กรต้องสามารถสื่อสารอย่างเป็นขั้นตอนทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อความชัดเจนในการรับบริการของลูกค้าและการให้บริการของบุคลากรในองค์กร โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และให้บริการผู้สูงอายุเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรนำไปสู่รายได้ที่สูงขึ้น (Kai, L., 2019); (Essays, U. K., 2018); (Department of Nursing, 2017) สำหรับการสร้างความเข้มแข็งทางการตลาดให้กับองค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุที่มีการให้บริการดูแลสุขภาพ บำบัด รักษา โดยบุคลากรที่มีทักษะในการบริการทั้งแพทย์ พยาบาล ผู้ช่วยพยาบาลและเจ้าหน้าที่ในการบริการดูแลผู้สูงอายุที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้และไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ในทุกรูปแบบของการบริการ มีนักวิชาการหลายท่าน เช่น Nancy, D. และ Annica, B. พบว่า การดูแลธุรกิจผู้สูงอายุให้เติบโตและมีความเข้มแข็งทางการตลาดได้นั้น ผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำในการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายและพันธกิจขององค์กรและสร้างความเข้าใจทั่วองค์กร เพื่อการปฏิบัติสู่เป้าหมายที่ต้องการ อีกประการหนึ่งที่สำคัญคือต้องมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เข้มแข็งสามารถสร้างการรับรู้คุณภาพการบริการให้กับลูกค้าได้ในหลายช่องทาง โดยเฉพาะทาง Online เพื่อความใกล้ชิดกับลูกค้าทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้ามากขึ้น การสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในการบริการเป็นสิ่งที่บุคลากรทุกคนในองค์กรรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อสร้างมาตรฐานในการบริการ ทั้งคำพูด การปฏิบัติ การใช้เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ในการดูแลผู้สูงอายุที่สามารถสร้างความสุขให้กับผู้สูงอายุตามความต้องการ การให้บริการในทุกรูปแบบต้องสามารถจับต้องได้จริงจากการปฏิบัติในการดูแลเอาใจใส่เสมือนญาติ สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้สูงอายุและครอบครัวในการใช้บริการด้วยความประทับใจ ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจบริการผู้สูงอายุให้มีความยั่งยืนและสร้างความสุขให้กับพนักงานในองค์กรจากความสำเร็จร่วมกัน (Nancy, D., 2019); (Annica, B., 2018)

ทั่วโลก ทำให้กระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้และไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้เพราะมีภาวะการเจ็บป่วยทั้งเฉียบพลัน อุบัติเหตุจากการหกล้ม มีร่างกายอ่อนแอจากโรคเรื้อรังและภาวะสมองเสื่อม ทำให้เกิดปัญหาต่อการดูแลของสมาชิกในครอบครัวหรือญาติ ดังนั้นธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุจึงสามารถตอบโจทย์ปัญหานี้ได้อย่างลงตัว โดยองค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างรูปแบบการบริการให้มากขึ้น บุคลากรทุกฝ่ายที่ให้บริการมีความรู้ความสามารถ เหมาะสมกับงาน มีทักษะ ประสบการณ์ที่สามารถสร้างความสุขจากการบริการให้กับผู้สูงอายุได้ทุกคน มีกระบวนการทำงานที่เป็นขั้นตอนในการให้บริการ ดูแลผู้สูงอายุในแต่ละรูปแบบของการบริการ และมีวัสดุอุปกรณ์ในการให้บริการรวมถึงสภาพทางกายภาพในสถานที่ให้บริการเป็นมิตรกับผู้สูงอายุ สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้สูงอายุ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านและองค์กรธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น Ifashabayo, S. D.; Essays, U. K. และ Life Care



Services (Joel, N., 2020) พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุและครอบครัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำให้ผู้สูงอายุได้รับบริการตามรูปแบบที่เลือกรูปแบบได้เหมาะสม ทั้งที่บ้านหรือศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ และมีราคาไม่แพงจนเกินไป ส่งผลต่อความสำเร็จในความสำเร็จและความเชื่อมั่นของตลาดบริการผู้สูงอายุ (Ifashabay, S. D., 2019); (Essays, U. K., 2018)

ประชากรของไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น ในขณะที่ ประชากรวัยสูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) มีอัตราการเพิ่มขึ้นประมาณ 10% และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนประชากรในวัยเด็กก็ลดลงอย่างต่อเนื่องเช่นกัน กล่าวคือ ประชากรวัยเด็ก คาดการณ์ว่าจะลดลงเหลือ 24.2% ในปี 2568 ปัจจุบันประเทศไทย มีจำนวนผู้สูงอายุ 10,648,560 คน แบ่งเป็นผู้สูงอายุที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ 90% และผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิง หรือเป็นผู้ป่วยติดเตียงจำนวน 10% ดังนั้นการที่องค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุจะเสนอรูปแบบการบริการควรให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุและครอบครัว ซึ่งแต่ละกลุ่มมีความต้องการไม่เหมือนกัน ประกอบกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เป็นสังคมเมืองมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 50% ในปี 2563 และเพิ่มขึ้นเป็น 60% ในปี 2578 ซึ่งจะเปลี่ยนสภาพสังคมที่เป็นครอบครัวเชิงเดี่ยวมากขึ้น ผู้สูงอายุจะขาดคนดูแล โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสุขภาพจึงเป็นโอกาสขององค์กรธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในทุกรูปแบบ ทั้งแบบดูแลเฉพาะช่วงกลางวันไม่พักค้าง (Day Care) สถานบริการ (Nursing Home) และสถานดูแลผู้สูงอายุในระยะสุดท้ายของชีวิต (Hospice Care) ซึ่งในแต่ละธุรกิจต้องหากกลยุทธ์ในการจัดการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ทั้งยังนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจบริการผู้สูงอายุให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562)

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) อย่างเต็มรูปแบบ ผู้สูงอายุมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โอกาสในการประกอบธุรกิจบริการผู้สูงอายุและธุรกิจเครือข่าย เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยวและสถานที่พักผ่อนหลากหลายก็จะเติบโตไปด้วย นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีสถานบริการทางการแพทย์และสถานบริการสุขภาพที่มีประสิทธิภาพระดับโลก การประกอบธุรกิจบริการผู้สูงอายุจึงมีตลาดที่กว้างขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2562) การเติบโตขององค์กรธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในปัจจุบันในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม 2563 มีจำนวน 29 ราย พบแนวโน้มในการขยายตัวของธุรกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเป็นผลจากการที่รัฐบาลออก ร่างกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการควบคุมและกำหนดมาตรฐานของธุรกิจบริการผู้สูงอายุที่ชัดเจนยิ่งขึ้นทำให้ผู้ประกอบการขออนุญาตในการดำเนินธุรกิจให้ถูกต้องมากขึ้นตามมาตรฐานและการสร้าง ตราสินค้าเพื่อเพิ่มความยั่งยืนให้กับธุรกิจบริการผู้สูงอายุในภาวะที่ผู้สูงอายุเพิ่มจำนวนมากขึ้น ในสังคมเมืองที่ไม่มีเวลา ส่งผลให้ธุรกิจบริการผู้สูงอายุมีโอกาสขยายตลาดได้อย่างต่อเนื่อง



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปร นโยบายการบริหาร คุณภาพการให้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อรูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย เป็นการวิจัยแบบผสมผสานโดยมีรายละเอียดของการดำเนินการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ประชากร คือ ผู้บริหารของธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ภาคเอกชน มีจำนวน 800 แห่ง ภาครัฐบาลมีจำนวน 30 แห่งรวมทั้งสิ้น จำนวน 830 แห่ง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2018) กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณได้มาโดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการประมาณค่าจากตัวแปรสังเกต (Observation Variable) ในสัดส่วน 1 ต่อ 20 ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกต จำนวน 22 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 440คนรายละเอียดแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การแบ่งชั้นภูมิ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ชั้นภูมิที่	กลุ่มตัวอย่าง				รวม
	ประชากร (ธุรกิจทั้งหมด)		กลุ่มตัวอย่างรวม X จำนวนประชากร		

	จำนวนธุรกิจทั้งหมด				
	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	
1	30	800			830
2			16	424	440
รวม	30	800	16	424	

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสอบถามจากผู้บริหารของธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน จำนวน 440 คน

กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างการวิจัยคุณภาพ จากธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่งการคัดเลือก ผู้วิจัยพิจารณาจากผลงานและกิจกรรมที่ปฏิบัติในเวทีแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการ การได้รับรางวัลผลงาน



ทางวิชาการในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยตัวเอง พร้อมด้วยแบบสัมภาษณ์ และแนวคำถามในการสัมภาษณ์ สมุดจดบันทึก ใช้การสังเกตและการสัมภาษณ์เป็นหลักในการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้นมาเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้บริหารขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ที่ได้สุ่มไว้ จำนวน 440 ตัวอย่าง ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ประสานกับผู้บริหารขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ในประเทศไทย เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเชิญผู้แทนของกลุ่มตัวอย่างจาก องค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในภาครัฐบาล และองค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในภาคเอกชนในประเทศไทยฝ่ายละ 5 คน เข้าร่วมประชุม ในการตอบแบบสอบถามให้กับผู้แทนกลุ่มตัวอย่างทั้งองค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในภาครัฐบาล และองค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในภาคเอกชนในประเทศไทย หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ขออาสาสมัครหัวหน้าทีม เพื่อรับผิดชอบในการสุ่มตัวอย่างและแจกแบบสอบถามตามจำนวนที่กำหนดตามรายชื่อขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย รวบรวมข้อมูล และรับผิดชอบในการส่งแบบสอบถามคืนผู้วิจัยในระยะเวลาที่กำหนดครบถ้วน จำนวน 440 ชุด

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย จากผู้ที่ปฏิบัติงานจริง ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการสังเกตและการสัมภาษณ์เจาะลึกจากคำถามการวิจัย ค้นหาข้อมูลที่เป็นวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อจะใช้ประโยชน์ และข้อดีข้อเสียของการวิจัยเชิงคุณภาพมาเสริมผลการวิจัยเชิงปริมาณให้มีความรู้ความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ศึกษา ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลเชิงคุณภาพมายืนยันข้อค้นพบในการวิจัยนี้ โดยการใช้อยู่ข้อมูลจากหลายแหล่งหลายประเภทเพื่อการขับเคลื่อนการวิจัยเชิงปริมาณและรองรับด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามอีกครั้ง ก่อนนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ระยะเวลาการเก็บข้อมูลดำเนินการระหว่างวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2563 ถึง 30 เมษายน 2563

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเทคนิคการวิจัยแบบการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model, SEM) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กับผู้บริหารของธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ในประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้บริหารของธุรกิจบริการผู้สูงอายุภาครัฐบาล จำนวน 16 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารของจากธุรกิจบริการผู้สูงอายุภาคเอกชน



จำนวน 424 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 440 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ LISREL เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยที่ประกอบด้วยตัวแปร นโยบายการบริหาร คุณภาพการให้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และศึกษาอิทธิพลของตัวแปร นโยบายการบริหาร คุณภาพการให้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) กับผู้บริหารระดับสูงที่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย และมีประสบการณ์ในการทำงาน และผ่านการปฏิบัติงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี เพื่อให้ข้อมูลที่ชัดเจนลึกซึ้ง จากธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ภาครัฐบาล 10 คน ภาคเอกชน 10 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 20 คน ดำเนินตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคแบบ 3 เสา (Triangle) แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวทางของ Alan and Robert

ผลการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของตัวแปร นโยบายการบริหาร คุณภาพการให้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการปรับแก้ (n = 440)

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรต้น		
			คุณภาพการบริการ (serqua)	กลยุทธ์ทางการตลาด 7 Ps (markstr)	นโยบายการบริหาร (manpol)
คุณภาพการบริการ (Serqua)	.90	DE			.95* (7.97)
		IE			
		TE			.95* (7.97)
กลยุทธ์ทางการตลาด 7 Ps (Markstr)	.66	DE			.81* (6.75)
		IE			
		TE			.81* (6.75)
ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุ (Suceld)	.56	DE	.82* (2.76)	.13* (5.89)	.64* (2.03)
		IE			.29* (3.64)
		TE	.82* (2.76)	.13* (5.89)	.93* (12.36)

$$\chi^2 = 378.12 \text{ df} = 192, p - \text{value} = .00000, \chi^2 / \text{df} = 1.96, \text{RMSEA} = .047, \text{RMR} = .041,$$

$$\text{SRMR} = .046, \text{CFI} = .98, \text{GFI} = .93, \text{AGFI} = .91, \text{CN} = 285.92$$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ ในวงเล็บ เป็นค่าสถิติทดสอบ t หากมีค่าไม่อยู่ระหว่าง - 1.96 ถึง 1.96 แสดงว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 1 พบว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างอิทธิพลของตัวแปร นโยบายการบริหาร คุณภาพการให้บริการ และกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ที่ดำเนินการปรับแก้ (Adjust Model) มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งพิจารณาจากดัชนีความกลมกลืน (Fit Index) ดังนี้ $\chi^2 = 378.12$, $df = 192$, $p\text{-value} = .00000$, $\chi^2 / df = 1.96$, $RMSEA = .047$, $RMR = .041$, $SRMR = .046$, $CFI = .98$, $GFI = .93$, $AGFI = .91$, $CN = 285.92$ โดยพบการประมาณค่าในแบบจำลองสมการโครงสร้าง ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ (Serqua) มีอิทธิพลทางตรงต่อ ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุ (Suceld) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ .82 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. กลยุทธ์ทางการตลาด 7 Ps (Markstr) มีอิทธิพลทางตรงต่อ ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุ (Suceld) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.13 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. นโยบายการบริหาร (Manpol) มีอิทธิพลทางตรงต่อ ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุ (Suceld) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.64 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านคุณภาพการให้บริการ (Serqua) กลยุทธ์ทางการตลาด 7 Ps (Markstr) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.29 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. นโยบายการบริหาร (Manpol) คุณภาพการให้บริการ (Serqua) กลยุทธ์ทางการตลาด 7 Ps (Markstr) สามารถร่วมกันทำนายความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุ (Suceld) ได้ร้อยละ 56

5. นโยบายการบริหาร (Manpol) มีอิทธิพลทางตรงต่อ กลยุทธ์ทางการตลาด 7 Ps (Markstr) ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.81 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถทำนายกลยุทธ์ทางการตลาด 7 Ps (Markstr) ได้ร้อยละ 66

ผลข้อมูลเชิงคุณภาพ ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของธุรกิจนี้คือการบริการผู้สูงอายุ ที่มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบสถานบริบาลผู้สูงอายุ ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ การดูแลผู้สูงอายุที่บ้านในช่วงกลางวัน หรือผู้ดูแลพักค้างด้วย และการดูแลผู้สูงอายุในสถานที่ใหม่ที่ผู้สูงอายุและครอบครัวเลือกเอง ซึ่งมีการบริการปลีกย่อยไปตามรูปแบบที่กำหนด การบริการในทุกส่วนต้องมีมาตรฐาน ต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และเป็นไปตามความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งหากธุรกิจสามารถให้บริการที่เหนือความคาดหมายได้ก็ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ อีกด้านหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุและครอบครัวให้ความไว้วางใจคือราคา ที่เป็นค่าบริการ



ให้กับธุรกิจ ผู้สูงอายุและครอบครัวพึงพอใจหากค่าบริการไม่แพงเกินไป หรือราคาสมเหตุสมผล กับคุณภาพการบริการ ผู้สูงอายุหลายคนที่ต้องการเลือกสถานที่ในการใช้บริการเองจากความเหมาะสมและบริบทที่มี เช่น ใกล้บ้านเดิมง่ายต่อการที่ลูกหลานมาเยี่ยม มีรถสัญจรสะดวก ใกล้ธรรมชาติที่ร่มรื่นและสงบ สถานที่พักผู้สูงอายุ มีบริเวณกว้าง ไม่อึดอัดและอยู่ห่างจาก ภาวะมลพิษ ปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจบริการผู้สูงอายุมากขึ้น การส่งเสริมการตลาดมีความจำเป็นต่อธุรกิจ ทั้งการจัดโปรโมชั่น การลดราคาในช่วงแนะนำ การออกบูธ เพื่อให้คำแนะนำการบริการและตอบคำถามลูกค้าที่สนใจ รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ในหลากหลายช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าและให้ลูกค้าเข้าถึงบริการข้อมูล การติดต่อสอบถามและการซื้อบริการได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว ตลอดเวลา อีกทั้งบุคลากรทุกคนในธุรกิจบริการผู้สูงอายุที่มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ ประสิทธิภาพ มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการลูกค้าอย่างมีคุณภาพ ตามความต้องการของลูกค้าแต่ละคน ส่วนการดำเนินธุรกิจที่มีขั้นตอนชัดเจนและเป็นกระบวนการจะทำให้ระบบงานต่าง ๆ ทุกฝ่ายมีความพร้อมในการให้บริการผู้สูงอายุ รวมถึงสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ในการให้บริการที่มีคุณภาพถือเป็นหลักฐานทางกายภาพที่ธุรกิจบริการต้องตระหนัก และจัดหาให้กับลูกค้าอย่างดี ทั้งความสะดวก ปลอดภัยกับผู้สูงอายุ

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยผู้วิจัยพบประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ด้านนโยบายการบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ได้ข้อค้นพบว่า ตัวแปรด้านนโยบายการบริหาร ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์องค์กร ภาวะผู้นำ การบริหารทรัพยากรมนุษย์กระบวนการติดต่อสื่อสาร นวัตกรรมและเทคโนโลยี ทำให้การบริหารจัดการธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ และส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ Phyllis Y. M.; Essays, U. K. และ Ding, M. ที่ศึกษาเกี่ยวกับ การดูแลผู้สูงอายุ พบว่า การนำนโยบายการบริหารมากำหนดแนวทางในการให้บริการดูแล รักษา เพื่อเกิดประโยชน์ต่อผู้สูงอายุมากที่สุด โดยเฉพาะแพทย์ พยาบาล และพนักงานในการให้บริการ ที่ผู้สูงอายุและครอบครัวคาดหวัง ทั้งยังเชื่อมั่นว่าจะได้รับการเอาใจใส่ดูแลช่วยเหลืออย่างดีที่สุดในทุกรูปแบบ พบว่า การทำธุรกิจบริการผู้สูงอายุต้องมีการกำหนดเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำคัญในการนำธุรกิจสู่ความสำเร็จ เช่น เราต้องการให้ธุรกิจของเรามีกรอบการดำเนินการอย่างไร ต้องวางแผนขั้นตอนการดำเนินงาน ให้ชัดเจนและต้องทำให้ ทุกคนที่เป็นผู้ร่วมงานเข้าใจในทิศทางเดียวกัน เพื่อการปฏิบัติที่เป็นเอกภาพ อย่างมีมาตรฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้บริการกับผู้สูงอายุ และครอบครัวที่ให้ความหวังกับธุรกิจของเรา ถือเป็นกลยุทธ์องค์กรที่สำคัญ (Phyllis Y. M.,



2018); (Essays, U. K., 2018); (Ding, M., 2019) ผู้ประกอบธุรกิจที่เป็นผู้บริหารต้องมีความเป็นผู้นำด้านความรู้ความสามารถในการมีวิสัยทัศน์ การกำหนดเป้าหมายและพันธกิจขององค์กร มีศักยภาพในการบริหารงาน เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พิตส์ และเล (Pitts, R. A. & Lei, D.) ได้ให้ความหมายไว้ว่า กลยุทธ์ หมายถึง แนวคิด และแผนงานต่าง ๆ ที่องค์การนำมาใช้เพื่อให้เกิดความสำเร็จเหนือคู่แข่ง กลยุทธ์จะถูกออกแบบเพื่อช่วยให้องค์การบรรลุผลสำเร็จ โดยมีความได้เปรียบและมีประสิทธิภาพเหนือกว่าคู่แข่ง (Pitts, R. A. & Lei, D., 2000)

2. ด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ บริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ได้ข้อค้นพบว่า ตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการที่ประกอบด้วย การสร้างความมั่นใจ ความสามารถในการตอบสนอง ความเป็นรูปธรรม การดูแลเอาใจใส่ และความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ และส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ Noshad, R. ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพยาบาลผู้สูงอายุพบว่า การพัฒนาการรักษาพยาบาลที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมการพยาบาลผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่เน้นที่ผู้ป่วยและครอบครัวหรือกิจกรรมการพยาบาล (Noshad, R., 2018) ขั้นตอนการดูแลและการพยาบาลทางคลินิก ความสามารถในการดูแลตนเอง ความเป็นอิสระ และการดำรงอยู่ จำเป็นต้องมีนวัตกรรมในการส่งเสริมสุขภาพและการใช้เทคโนโลยีเพื่อบริการผู้สูงอายุที่มีภาวะแทรกซ้อนหลายอย่าง ส่งผลต่อคุณภาพและความปลอดภัยของผู้สูงอายุ ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านคุณภาพการบริการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย พบว่าลูกค้าทุกคนมีความคาดหวังต่อการให้บริการของธุรกิจ หากเรามีการสร้าง ความมั่นใจให้กับลูกค้า โดยให้เขาเห็นภาพจริง ภาพเสมือนจริงหรือการให้บริการที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้จะทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ เชื่อมั่นและมั่นใจในการใช้บริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ แนะนำและบอกต่อ โดยไม่เกี่ยวเรื่องของราคา หากการบริการมีคุณภาพ การที่ธุรกิจบริการผู้สูงอายุสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งการเลือกรูปแบบการบริการ การได้รับคำแนะนำตามความเหมาะสมของสภาพผู้สูงอายุในการรับบริการ การดูแลช่วยเหลือผู้สูงอายุตามความหลากหลายของรูปแบบการบริการ จนสามารถทำให้ผู้สูงอายุและครอบครัวมีความพึงพอใจและมีความสุขในการใช้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการการให้บริการที่เป็นรูปธรรม จับต้องได้ สัมผัสได้ มิใช่การโฆษณาเพื่อขายบริการของธุรกิจเพียงอย่างเดียว สิ่งเหล่านี้จะทำให้ลูกค้าติดใจเป็นแรงจูงใจในการนำคนอื่น ๆ มาใช้บริการอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โครนินและเทเลอร์ (Cronin Jr., J. J., & Taylor, S.) ในทัศนะของนักวิชาการทั้งสองท่าน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เป็นเรื่องของการเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้รับบริการได้รับบริการกับความคาดหวังที่ผู้รับบริการนั้นมีในช่วงเวลาที่มาใช้บริการ และเป็นสิ่งที่ช่วยให้สามารถวัด



คุณภาพการให้บริการได้ ส่วนคุณภาพการให้บริการในมุมมองเชิงการตลาด (Cronin Jr., J. J., & Taylor, S., 1992)

3. ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ได้ข้อค้นพบว่าตัวแปรด้าน กลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด คน กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ ทำให้การดำเนินธุรกิจสามารถสร้างอำนาจในการแข่งขันทางการตลาด และส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ Linnea, S.; Davide, L. V. และ Thomas, T. T. ศึกษาเกี่ยวกับการบริการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ พบว่า คุณภาพการบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจบริการผู้สูงอายุ เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ซึ่งภาวะความผิดปกติหลายอย่างที่มีผลต่อสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีโรคเรื้อรัง ผู้ให้บริการต้องลดภาวะวิกฤติเหล่านั้น โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในการดูแลสุขภาพและยืดอายุให้กับผู้สูงอายุที่เจ็บป่วย นอกจากนี้ยังพบภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุตอนปลายที่เกิดจากความรู้สึกเหงา ซึ่งความเหงามีความสัมพันธ์กับความเสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้าสูง และมีความสัมพันธ์กับภาวะสมองเสื่อมของผู้ที่มีอายุ 70 ปีขึ้นไป ความท้าทายในการส่งมอบคุณภาพการบริการที่ธุรกิจบริการจัดให้จึงต้องสร้างความมั่นใจในการดูแลสุขภาพคุณภาพของการบริการจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการสุขภาพ (Linnea, S., 2018); (Davide, L. V., 2019); (Thomas, T. T., 2020) และเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงคุณภาพในสถานบริการสุขภาพผู้สูงอายุของธุรกิจความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย พบว่าผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของธุรกิจนี้คือการบริการผู้สูงอายุที่มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบสถานบริบาลผู้สูงอายุ ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ การดูแลผู้สูงอายุที่บ้านในช่วงกลางวันหรือผู้ดูแลพักค้างด้วย และการดูแลผู้สูงอายุในสถานที่ใหม่ที่ผู้สูงอายุและครอบครัวเลือกเอง ซึ่งมีการบริการปลีกย่อยไปตามรูปแบบที่กำหนด การบริการในทุกส่วนต้องมีมาตรฐาน ต้องตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าที่ต้องการ ซึ่งหากธุรกิจสามารถให้บริการที่เหนือความคาดหมายได้ก็ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ อีกด้านหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุและครอบครัวให้ความไว้วางใจคือราคาที่เป็นการบริการให้กับธุรกิจ ผู้สูงอายุและครอบครัวพึงพอใจหากค่าบริการไม่แพงเกินไป หรือราคาสมเหตุสมผลกับคุณภาพการบริการ ผู้สูงอายุหลายคนที่ต้องการเลือกสถานที่ในการใช้บริการเองจากความเหมาะสมและบริบทที่มี เช่น ใกล้บ้านเดิมง่ายต่อการที่ลูกหลานมาเยี่ยม มีรถสัญจรสะดวก ใกล้ธรรมชาติที่ร่มรื่นและสงบ สถานที่พักผู้สูงอายุมีบริเวณกว้าง ไม่อึดอัด และอยู่ห่างจากภาวะมลพิษ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, P. & Keller, K. L. จากปัจจัยพื้นฐานเดิมจะประกอบด้วย 4 ปัจจัย หรือ เรียกว่า 4Ps ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion)



แต่เพื่อให้สอดคล้องกับการตลาดสมัยใหม่ที่มีการบริการ เข้ามาร่วมด้วย จึงได้พิจารณาเพิ่มอีก 3 ปัจจัย คือ บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) (Kotler, P. & Keller, K. L., 2012) และ ลักษณะ ทางกายภาพ (Physical Evidence) รวมเรียกปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัยนี้ใหม่ว่า 7Ps ซึ่ง ชัยสมพล ชาวประเสริฐ สรุปว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547)

4. ด้านนโยบายการบริหารที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ได้ข้อค้นพบว่าตัวแปร ด้านนโยบายการบริหาร ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์องค์กร ภาวะผู้นำ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการติดต่อสื่อสาร นวัตกรรม และเทคโนโลยี ทำให้การดำเนินธุรกิจบริการผู้สูงอายุมี เป้าหมายชัดเจน สามารถสร้างความมั่นใจในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุและ ครอบครัวจากการบริการที่ปฏิบัติจริงผู้สูงอายุสัมผัสได้ มีการดูแล เอาใจใส่เสมือนญาติ ทำให้มีความน่าเชื่อถือต่อธุรกิจบริการผู้สูงอายุมากขึ้น จากกระบวนการของนโยบายการบริหารและ ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Bettina, M.; Pär, S. และ Amaia, C. L. ที่ ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจบริการผู้สูงอายุ พบว่า การนำกลยุทธ์องค์กรมาใช้ในการกำหนดแนวทาง แผนการปฏิบัติงาน เพื่อให้บริการผู้สูงอายุจะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้สูงอายุและ ครอบครัวได้ตามความต้องการ เพราะการกำหนดแนวปฏิบัติจากผู้บริหารที่มีภาวะผู้นำสามารถ มองเห็นตลาดการแข่งขันในอนาคตและการเตรียมพร้อมที่จะรับมือด้วยการให้บริการที่สร้างความแตกต่างเชิงบวก เพื่อสร้างความประทับใจของลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ ที่ธุรกิจเสนอบริการ โดยการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยบุคลากรที่มีทักษะเป็นมืออาชีพในการให้บริการผู้สูงอายุ ทำให้ ผู้สูงอายุและครอบครัวได้รับความสะดวกสบายและรู้สึกคุ้มค่าในการใช้บริการ (Bettina, M., 2017); (Pär, S., 2017); (Amaia, C. L., 2018) เมื่อลูกค้าประทับใจจะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อ ธุรกิจ ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านนโยบายการบริหาร ที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ พบว่า การกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจในการให้บริการกับผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุและครอบครัวมีความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการ อีกทั้งการตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุและ ครอบครัวจากบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการดูแลผู้สูงอายุและประสบการณ์ ในการดูแลเอาใจใส่ทำให้ผู้สูงอายุและครอบครัวมีความพึงพอใจในการให้บริการมากขึ้น ส่วน ภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งเสริมสนับสนุนให้การบริการผู้สูงอายุเป็นไปตามมาตรฐานและความ ต้องการของตลาดเป็นการสร้างอำนาจในการแข่งขัน จากการดูแลเอาใจใส่ผู้สูงอายุเสมือนญาติ ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gulick, L. & Urwick, L. สองนักทฤษฎีที่โดดเด่นในเรื่องทฤษฎีองค์กรและกระบวนการบริหารงาน ที่ให้ ความสำคัญของการทำหน้าที่ของฝ่ายบริหารมากกว่าการทำงานของฝ่ายพนักงานระดับล่าง และมุ่งเน้นไปยังวิธีการทำงานตลอดจนพฤติกรรมการบริหารงานของผู้บริหารระดับสูงเป็นหลัก โดยหลักการที่เป็นที่รู้จักในระดับสากลนั้นก็คือ POSDCoRB ที่ทั้งสองเป็นหนึ่งในกลุ่ม นักวิชาการที่ถูกกองทัพสหรัฐเรียกรวมตัวกันช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองเพื่อประเมิน



ข้อผิดพลาดในการบริหารจัดการกองทัพและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Gulick, L. & Urwick, L., 1937)

5. ด้านนโยบายการบริหารที่ส่งผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ได้ข้อค้นพบว่า ตัวแปรด้านนโยบายการบริหาร ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์องค์กร ภาวะผู้นำ การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการติดต่อสื่อสาร นวัตกรรม และเทคโนโลยี ทำให้การขับเคลื่อน ธุรกิจมีประสิทธิภาพ และส่งผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ซึ่งสอดคล้องกับ Phyllis Y. M.; Noshad, R. และ Joel, N. ที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุ พบว่า กลยุทธ์ของธุรกิจ ที่กำหนดนโยบายในการบริหารงานภายในองค์กร ทำให้การบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์ของธุรกิจมี คุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวัง อีกทั้งมีราคาค่าบริการ ที่สมเหตุสมผล ลูกค้าส่วนหนึ่งไม่เกี่ยงจน เรื่องราคาหากคุณภาพประทับใจ (Phyllis Y. M., 2018); (Noshad, R., 2018); (Joel, N., 2020) ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านนโยบายการบริหาร ที่ส่งผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ดังที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ที่เป็นภาคเอกชนและภาครัฐบาล หลายท่าน พบว่า กลยุทธ์ของธุรกิจในการส่งเสริมคุณภาพการบริการที่สามารถสร้างความ ประทับใจให้กับลูกค้า เป็นส่วนสำคัญต่อการทำธุรกิจบริการผู้สูงอายุ เพราะเป็นแผนการ ดำเนินธุรกิจที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จ ทั้งการมีกำไรเพิ่มขึ้นหรือการที่องค์กรธุรกิจสามารถแข่งขัน ทางการตลาดได้อย่างมั่นคง ส่วนภาวะผู้นำที่กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ นำพาธุรกิจสู่ตลาดการแข่งขันอย่างได้เปรียบทั้งด้านราคา สถานที่ โดยการส่งเสริมการตลาดใน หลายช่องทาง เพื่อสร้างความสะดวกสบายให้กับลูกค้าและสร้างความใกล้ชิดกับลูกค้าสู่การ ตัดสินใจซื้อบริการในธุรกิจผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ ได้ว่าการ วัดคุณภาพของการให้บริการ ในการวัดคุณภาพของการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบ ของคุณภาพของการให้บริการ ลูกค้าจะวัดจากองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ และ ผลลัพธ์ที่เกิดจากการที่ลูกค้าประเมิน คุณภาพของการบริการที่ลูกค้ารับรู้ ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการ ที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ บริการที่ได้รับ ซึ่งเกิดจากที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับ ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากที่ลูกค้าได้รับบริการแล้วกับ ความคาดหวังต่อการบริการที่จะได้รับ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2547)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการ ผู้สูงอายุในประเทศไทย” พบว่า อิทธิพลของตัวแปรด้านนโยบายการบริหารที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ได้ข้อค้นพบว่า ตัวแปรด้านนโยบายการบริหาร ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์องค์กร ภาวะผู้นำ การบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการติดต่อสื่อสาร นวัตกรรม และเทคโนโลยี ทำให้การบริหารจัดการ ธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ และส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กร



ธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ในประเทศไทย อิทธิพลของตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ได้ข้อค้นพบว่า ตัวแปรด้านคุณภาพการให้บริการ ที่ประกอบด้วย การสร้างความมั่นใจ ความสามารถในการตอบสนอง ความเป็นรูปธรรม การดูแลเอาใจใส่ และความน่าเชื่อถือ ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจ และส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย อิทธิพลของตัวแปรด้านกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่ออิทธิพลของตัวแปรด้านนโยบายการบริหารที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ได้ข้อค้นพบว่า ตัวแปรด้านนโยบายการบริหาร ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์องค์กร ภาวะผู้นำ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการติดต่อสื่อสาร นวัตกรรม และเทคโนโลยี ทำให้การดำเนินธุรกิจบริการผู้สูงอายุมีเป้าหมายชัดเจน สามารถสร้างความมั่นใจในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุและครอบครัวจากการบริการที่ปฏิบัติจริงผู้สูงอายุสัมผัสได้ มีการดูแล เอาใจใส่ เสมือนญาติ ทำให้มีความน่าเชื่อถือต่อธุรกิจบริการผู้สูงอายุมากขึ้น จากกระบวนการของนโยบายการบริหารและส่งผลต่อคุณภาพการบริการความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ได้ข้อค้นพบว่า ตัวแปรด้าน กลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ที่ประกอบด้วย ผลិតภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด คน กระบวนการ และหลักฐานทางกายภาพ ทำให้การดำเนินธุรกิจสามารถสร้างอำนาจในการแข่งขันทางการตลาด และส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย อิทธิพลของตัวแปรด้านนโยบายการบริหารที่ส่งผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ได้ข้อค้นพบว่า ตัวแปรด้านนโยบายการบริหาร ที่ประกอบด้วย กลยุทธ์องค์กร ภาวะผู้นำ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการติดต่อสื่อสาร นวัตกรรม และเทคโนโลยี ทำให้การขับเคลื่อนธุรกิจมีประสิทธิภาพ และส่งผลต่อกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ รัฐบาล โดยกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ รวมถึงเอกชนและองค์กรที่ดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ควรสนับสนุนด้านการส่งเสริมคุณภาพการให้บริการ นโยบายการบริหารและกลยุทธ์ทางการตลาด 7Ps ให้กับ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย เพื่อเป็นการพัฒนาการดำเนินงานของธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยให้มีศักยภาพ รวมถึงการสนับสนุนสินเชื่อที่มีความเป็นไปได้อย่างเพียงพอต่อการดำเนินการของธุรกิจ เพื่อการพัฒนามาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพแก่ผู้สูงอายุและครอบครัว ให้ธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยอย่างยั่งยืน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เป็นสิ่งที่สืบเนื่องจากด้านวิชาการ ซึ่งมีความสำคัญต่อรูปแบบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยรัฐบาลและเอกชนควรกำหนดนโยบายความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน นำ SEB Model ไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ



สร้างความสามารถในการให้บริการกับผู้สูงอายุและครอบครัว ธุรกิจบริการผู้สูงอายุสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้อย่างมั่นคง เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ในอนาคต ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ จากข้อค้นพบในการศึกษา เรื่องรูปแบบความสำเร็จในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยผู้ประกอบการธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยสามารถนำข้อค้นพบดังกล่าว ไปประยุกต์ใช้ตามบริบทของพื้นที่เพื่อสร้างอำนาจในการแข่งขันทางการตลาดให้กับธุรกิจบริการผู้สูงอายุในประเทศไทย ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2562). กองธุรกิจบริการฝ่ายพัฒนาธุรกิจบริการ. เรียกใช้เมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2562 จาก <https://www.smethailandclub.com.entrepreneur-4924-id.html>
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). การตลาดบริหาร. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศุภณีย์จักษุสิกรไทย. (2018). ธุรกิจศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 15 มกราคม 2562 จาก <https://kasikornbank.com>
- Amaia, C. L. (2018). Does our healthcare system truly fit older people? Retrieved January 17, 2019, from <https://ki-su-arc.se/research-areas/does-our-healthcare-system-truly-fit-older-people-impact-of-multidimensional-health-trajectories-on-the-use-of-medical-and-social-care-services/>
- Annica, B. (2018). Leadership person - centred care and the work situation of staff in Swedish nursing homes. Retrieved January 15, 2019, from <http://umu.divaportal.org/smash/get/diva2:1196831/FULLTEXT01.pdf>
- Bettina, M. (2017). Longer lives, healthier lives? Patterns of severe health problems and dependency in the last years of life. Retrieved January 16, 2019, from <https://ki-su-arc.se/research-areas/longer-lives-healthier-lives-patterns-of-severe-health-problems-and-dependency-in-the-last-years-of-life/>
- Cronin Jr., J. J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. The Journal of Marketing, 56(1992), 55-68.
- Davide, L. V. (2019). Impact Of Cardiovascular And Neuropsychiatric Multimorbidity On Older Adults' Health. In Thesis For Doctoral Degree



- (Ph.D.).From The Aging Research Center (Arc), Department Of Neurobiology, Care Sciences And Society KarolinskaInstitutet.
- Department of Nursing. (2017). Exploring resident thriving in Swedish nursing homes The Ume ageing and health research program me (U - Age). Retrieved January 16, 2019, from <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1138659/FULLTEXT01.pdf>
- Ding, M. (2019). The role of atrial fibrillation in cognitive aging : a population - based study.Inst forneurobiologi , vårdvetenskapochsamhälle. Dept of Neurobiology, Care Sciences and Society. In THESIS FOR DOCTORAL DEGREE (Ph.D.). From The Aging Research Center (ARC) Department of Neurobiology, Care Sciences and Society KarolinskaInstitutet, Stockholm, Sweden.
- Essays, U. K. (2018). Marketing Strategies of Tesco. Retrieved January 15, 2019, from <https://www.ukessays.com/assignments/marketing-strategies-tesco.php?vref=1>
- Gulick, L. & Urwick, L. (1937). Papers on the Science of Administration. New York: Institute of Public Administration.
- Ifashabay, S. D. (2019). Service marketing plan for China Europe International BusinessSchool (CEIBS) inEastAfrica.AshesiInstitutionalRepository. Retrieved January 16, 2019, from <https://air.ashesi.edu.gh/handle/20.500.11988/474>
- Joel, N. (2020). Life Care Service Leadership Experience You Cancounton. Retrieved January 15, 2019, from <https://www.lifecareservices-seniorliving.com/Leadership/>
- Kai, L. (2019). Dance in Elderly Care: Professional Knowledge. Journal of Dance Education, 19(3),1-9.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. (12th Edition). Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Linnea, S. (2018). Using A Life - Course Approach To Better Understand Depression In Older Age. In Thesis For Doctoral Degree (Ph.D.) From The Aging Research Center (Arc) Department Of Neurobiology, Care Sciences And Society KarolinskaInstitutet, Stockholm, Sweden.



- Lucas, M. (2019). Too Much, Too Late Drug Prescribing For Older People Near The End Of Life. In Thesis For Doctoral Degree (Ph.D.). From The Aging Research Center (Arc) Department Of Neurobiology, Care Sciences And Society Karolinska Institutet, Stockholm, Sweden.
- Nancy, D. (2019). Older Adult Caregivers' Lived Experiences With Debilitated Chronically Ill Relatives in a Rural Southern County. In An Applied Dissertation Submitted to the Abraham S. Fischler College of Education in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Education. Nova Southeastern University.
- Noshad, R. (2018). Developing a Mixed - Methods Method to Model Elderly Health Technology Adoption with Fuzzy Cognitive Map and its Application in Adoption of Remote Health Monitoring Technologies by Elderly Women. In A dissertation submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Technology Management. Portland State University.
- Pär, S. (2017). Why do older people seek emergency care? Causes, circumstances and explanations. Retrieved January 16, 2019, from <https://ki-su-arc.se/research-areas/why-do-older-people-seek-emergency-care-causes-circumstances-and-explanations/>
- Phyllis Y. M. (2018). Factors Influencing the Adoption of Bring Your Own Device Policies in the United States Healthcare Industry. In A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy Capella University.
- Pitts, R. A. & Lei, D. (2000). Strategic management building and sustaining competitive advantage. Dallas, TX: Southern Methodist University.
- Thomas, T. T. (2020). Challenges in Quality Care Delivery in Tertiary Health Facilities in North-Central Nigeria. In Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy Public Health Walden University.