

## สถาบันอุดมศึกษากับการบริหารธุรกิจบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ Higher Education Institutions and Healthcare Service Management for Elderly

ฐิติรัตน์ จันทร์ดาราร<sup>1\*</sup> และ กิตติพงษ์ ตระกุลโชคอำนวย<sup>2</sup>  
Titirat Chantaradara<sup>1\*</sup> and Kittipong Trakoolchokumnuay<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุมีการขยายตัวขึ้นจำนวนมากเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงสังคมผู้สูงอายุที่เกิดขึ้น สถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งจึงมีโครงการธุรกิจบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ การที่จะทำให้ธุรกิจบริการผู้สูงอายุสามารถแข่งขันได้ในตลาดธุรกิจบริการสุขภาพ และประสบผลสำเร็จได้นั้น ต้องมีการบริหารธุรกิจที่ชัดเจนเพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มและบริบททางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยคำนึงถึงกลยุทธ์ 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย 2) การสื่อสารการตลาด 3) การพัฒนาการให้บริการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี 4) ความพร้อมด้านบุคลากรและ 5) การติดตามและประเมินผลการให้บริการรวมทั้งการให้บริการที่เป็นเลิศ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการ 2) การพัฒนากระบวนการให้บริการ และ 3) การพัฒนาสถานที่ให้บริการ

**คำสำคัญ:** การบริหารธุรกิจ ธุรกิจบริการผู้สูงอายุ สถาบันอุดมศึกษา

### Abstract

Nowadays, services for elderly care business have been expanding to support the change of aging society. Many higher education institutions then provide health care service business projects for elderly. To keep the elderly service business competitive in the health care market and succeed, entrepreneurs must have a precise business administration to meet the needs of the elderly in each group and to meet the social context changes. The 5 following strategies should be considered 1) target analysis, 2) marketing communication, 3) service development with innovation and technology, 4) personnel readiness and 5) tracking and service assessment including excellent service providing in 3 areas which are 1) personnel development, 2) service process development, and 3) service place development.

**Keywords:** business administration, elderly service business, higher education institution

### บทนำ

องค์การสหประชาชาติได้ประเมินสถานการณ์ว่าในช่วงปี 2544-2643 จะเป็นศตวรรษแห่งผู้สูงอายุจากการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุโดยสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.3 ในปี 2558 เป็นร้อยละ 13.8 ในปี 2563 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) เช่นเดียวกับประเทศไทยภายในปี 2567 ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ หรือมีผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.0 ของประชากรทั้งหมด ธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงของบุคคลเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น 3 ด้าน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายจิตใจและสังคมโดยการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายสามารถเห็นได้ชัดเจนกว่าด้านอื่น อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงด้านจิตใจและ

<sup>1</sup> ฝ่ายบริหารทรัพย์สิน มหาวิทยาลัยคริสเตียน นครปฐม 73000

<sup>1</sup> Division of Assets Management, Christian University of Thailand, Nakhonpathom, 73000

<sup>2</sup> คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน นครปฐม 73000

<sup>1</sup> Multidisciplinary College, Christian University of Thailand, Nakhonpathom, 73000

\*Corresponding author: e-mail: thitirat\_mam@yahoo.com

**Received:** August 31, 2020, **Accepted:** September 24, 2020, **Published:** October 14, 2020



สังคม เป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับตัวผู้สูงอายุเองและบุคคลรอบข้าง โดยการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายในผู้สูงอายุมิลักษณะค่อยเป็นค่อยไปซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงในทางเสื่อมสภาพของการทำงานในระบบต่าง ๆ ของร่างกาย ดังนั้นการดูแลผู้สูงอายุโดยอาศัยตัวผู้สูงอายุและครอบครัว รวมทั้งหน่วยงานบริการด้านสุขภาพ จึงเป็นการช่วยสนับสนุนให้ผู้สูงอายุคงไว้ซึ่งความสามารถทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม (นวรรตน์ และนุริย๊ะ, 2562) สัญญานดังกล่าวจึงทำนายได้ว่า ประชากรกลุ่มผู้สูงอายุจะกลายมาเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีบทบาทสำคัญต่อภาคธุรกิจสินค้าและบริการต่าง ๆ มากขึ้น (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2561) การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการดูแลผู้สูงอายุจึงเป็นเรื่องสำคัญและเป็นวาระแห่งชาติของทุกหน่วยงานในประเทศไทยทั้งภาครัฐและเอกชน ดังจะเห็นได้จากการกำหนดกฎหมาย มาตรการ แผนนโยบาย วัตถุประสงค์ โครงการ กิจกรรมในแผนงานต่าง ๆ ดังเช่น พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 โดยมาตรา 11 ได้กล่าวถึงสิทธิที่ผู้สูงอายุจะได้รับการคุ้มครอง ส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น การบริการทางแพทย์และการสาธารณสุข การศึกษา ศาสนาและข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพหรือฝึกอาชีพที่เหมาะสม การพัฒนาตนเองและมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม กลุ่มเครือข่าย การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในอาคาร สถานที่ ยานพาหนะ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีมาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติ เรื่อง สังคมผู้สูงอายุที่ระบุมาตรการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุและคนทุกวัย โดยมีมาตรการย่อยได้แก่ การสร้างระบบคุ้มครองและสวัสดิการผู้สูงอายุ การส่งเสริมการมีงานทำและรายได้ของผู้สูงอายุ ระบบสุขภาพเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ การปรับสภาพแวดล้อมชุมชนและบ้านให้ปลอดภัยแก่ผู้สูงอายุ ธนาคารเวลาสำหรับการดูแลผู้สูงอายุของประเทศไทย การสร้างความรอบรู้ให้คนรุ่นใหม่เตรียมความพร้อมในทุกมิติ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562) สถานการณ์ดังกล่าวจึงทำให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งได้ดำเนินการพัฒนาธุรกิจบริการผู้สูงอายุซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของภารกิจ การให้บริการวิชาการแก่สังคมซึ่งเป็นไปในลักษณะของการให้เปล่าและสร้างรายได้ให้แก่สถาบัน สอดคล้องกับบริบทและความต้องการของท้องถิ่น ชุมชน สังคมตามระดับความเชี่ยวชาญของสถาบัน (ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ, 2561) โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาที่เปิดสอนในกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ จึงเกิดธุรกิจบริการที่หลากหลายรูปแบบ เช่น สถานดูแลผู้สูงอายุ สถานฟื้นฟูสุขภาพผู้สูงอายุ คลินิกกายภาพ เป็นต้น เพื่อตอบสนองกับความต้องการซึ่งมีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้นในอนาคต และแต่ละธุรกิจต้องมีแนวทางการบริหารจัดการหรือกลยุทธ์เพื่อสามารถให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีทิศทาง

### ธุรกิจบริการผู้สูงอายุ

การเกิดของธุรกิจบริการผู้สูงอายุอาจกล่าวได้ว่าเป็นการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้หน้าที่ผลักดันให้เกิดธุรกิจ แต่หากจะวิเคราะห์ให้ชัดเจนไปกว่านั้นสามารถพิจารณาได้จาก 2 มุมมอง คือ 1) ปัจจัยที่เกิดขึ้นจากสภาพร่างกายของผู้สูงอายุ ที่มีภาวะเสื่อมถอยไปตามกาลเวลา รวมทั้งการดูแลสุขภาพของตนเองทั้งในด้านออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร การปรับตนเองด้านอารมณ์ซึ่งอาจจะเหมาะสมหรือสมคูลนั้นขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล สิ่งเหล่านี้จัดเป็นพฤติกรรมที่บั่นทอนหรือส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในทางที่เสื่อมลงได้กลายเป็นผู้สูงอายุที่มีร่างกายอ่อนแอ ต้องพึ่งพาบุคคลอื่นและเป็นจุดพลิกผันให้ผู้สูงอายุมีความต้องการกิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้ามาสนับสนุนการดำเนินชีวิต 2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ซึ่งเกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้สูงอายุ เช่น บุตรหลาน เครือญาติ ซึ่งมีระดับของความสัมพันธ์กับผู้สูงอายุแตกต่างกัน บุตรหลานมีอาชีพที่ต้องปฏิบัติด้วยเงื่อนไขในทางเศรษฐกิจ ทำให้ไม่สามารถมีเวลาดูแลผู้สูงอายุได้ ผู้สูงอายุที่เป็นโสดอาจไม่สามารถพึ่งพาใครมาดูแล ผู้สูงอายุที่ไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากบุตรหลาน เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้บุตรหลานสามารถที่จะเลือกใช้บริการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุเป็นทางเลือกหนึ่งที่ผ่อนคลายเป็นส่วนช่วยแบ่งเบาการดูแลของบุตรหลาน รวมทั้งเป็นที่พึ่งให้แก่ผู้สูงอายุ ดังนั้น องค์กรภาครัฐ และภาคเอกชนจึงได้พัฒนาธุรกิจต่าง ๆ ขึ้นมารองรับกับการให้บริการของผู้สูงอายุหลายรูปแบบ ได้แก่

1. ธุรกิจด้านการสร้างเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค มีจุดมุ่งหมายในการดูแลสุขภาพที่ดีที่สุดให้แก่ผู้สูงอายุที่สามารถยังพึ่งพาตนเองได้ เช่น มีการให้บริการในศูนย์บริการสาธารณสุข ที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย

กลุ่มหรือชมรมทางสุขภาพ ชมรมผู้สูงอายุ ซึ่งโดยทั่วไปมีวัตถุประสงค์เพื่อรวมกลุ่มทำกิจกรรมด้านการสร้างเสริมสุขภาพและกิจกรรมทางสังคม เช่น การส่งเสริมให้มีการออกกำลังกาย การให้ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ถูกสุขลักษณะ และการแนะนำวิธีการป้องกันโรคโดยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น เบาหวาน ความดันโลหิตสูง เป็นต้น การบริการจากภาคเอกชน ได้แก่ การบริการในศูนย์สุขภาพต่าง ๆ เช่น คลินิกกายภาพ ศูนย์ธรรมชาติบำบัด สปา ฟิตเนส นวดไทย นวดคลายเครียดและศูนย์การแพทย์แผนไทย เป็นต้น ซึ่งบริการเหล่านี้จะมีทางเลือกที่หลากหลายและค่าใช้จ่ายสูง ทำให้เป็นที่นิยมเฉพาะในกลุ่มที่มีผู้สูงอายุที่มีศักยภาพในทางเศรษฐกิจ

2. ธุรกิจด้านสันทนาการและการท่องเที่ยว เป็นการจัดบริการแก่ผู้สูงอายุที่ยังมีสภาพร่างกายแข็งแรง โดยเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการซื้อ นิยมการท่องเที่ยว ทำกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ เพื่อพักผ่อนหาความสุขเปิดมุมมองใหม่ ๆ ให้กับชีวิตภายหลังเกษียณจากการทำงานประจำ ไม่ปล่อยเวลาให้ว่างเปล่าไป รวมทั้งเป็นการพบปะเครือข่ายเพื่อนในกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกัน

3. ธุรกิจด้านการดูแลรักษาและฟื้นฟูสภาพเป็นการจัดบริการแก่ผู้สูงอายุที่ยังสามารถช่วยเหลือตนเองได้บ้างไปจนถึงผู้สูงอายุที่อยู่ในสภาวะเปราะบาง วิกฤต หรือพักฟื้น โดยจัดให้มีการดูแลช่วยเหลือในชีวิตประจำวัน มีพยาบาลหรือนักสังคมสงเคราะห์ให้การเยี่ยม การดูแลด้านจิตใจและสังคม การดูแลทางการแพทย์และพยาบาล การดูแลด้านจิตวิญญาณ ซึ่งธุรกิจบริการเหล่านี้ เช่น บ้านพักคนชรา (Residential home) สถานที่ให้บริการช่วยเหลือในการดำรงชีวิต (Assisted living) สถานะบริบาล (Nursing home) สถานดูแลระยะยาวในโรงพยาบาล (Long-term care) สถานดูแลระยะสุดท้าย (Hospice care) เป็นต้น

รูปแบบที่หลากหลายของธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุ ต่างตอบสนองกับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีสภาวะทางร่างกาย และศักยภาพทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันไปด้วย การที่จะทำให้ธุรกิจบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ประสบผลสำเร็จได้นั้น สถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งจะต้องจัดผู้ให้บริการที่มีใจรักในการบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความอดทน มีความสนใจในเรื่องสุขภาพและสุขอนามัย และความรู้พื้นฐานด้านการดูแลผู้สูงอายุ รวมทั้งทัศนคติที่ดีต่อผู้สูงอายุ ตลอดจนมีเงินลงทุนและเงินหมุนเวียนแล้ว (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) ยังต้องมียุทธศาสตร์ประกอบอื่น เช่น ขั้นตอนกระบวนการให้บริการ การจัดสถานที่ให้บริการ การจัดเตรียมเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องด้วยเพื่อพัฒนาธุรกิจบริการผู้สูงอายุให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และการบริการที่เป็นเลิศด้วย

### ความเป็นเลิศของธุรกิจบริการผู้สูงอายุ

การหาแนวทางส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจจากการให้บริการที่เป็นเลิศ (Excellence Service) ของสถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งการเป็นแนวทางให้สถานประกอบการที่ดำเนินธุรกิจบริการผู้สูงอายุ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่สถาบันต้องส่งมอบผลผลิตการให้บริการอันได้แก่ คุณภาพของชิ้นงานหรือผลงานจะต้องประกอบด้วย ความถูกต้อง ครบถ้วน และความสมบูรณ์ ทั้งด้านข้อมูล และลักษณะของชิ้นงานที่เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อส่งมอบให้แก่ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการ จันทร์จิรา และคณะ (2552) ได้เสนอแนวคิดการให้บริการที่เป็นเลิศโดยมุ่งให้ความสำคัญกับผู้มาใช้บริการเป็นศูนย์กลาง (People-Serving-People) เป็นการให้เกียรติผู้มาใช้บริการ โดยในการสร้างการให้บริการที่เป็นเลิศ มีมาตรฐานที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ 1) การพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการ 2) การพัฒนากระบวนการให้บริการ และ 3) การพัฒนาสถานที่ให้บริการ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ในธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุ ได้ดังนี้

1. การพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าต่องานบริการหมายถึง การสร้างสมรรถนะของผู้ให้บริการที่ครอบคลุมทั้งคุณลักษณะและพฤติกรรม สมรรถนะของผู้ให้บริการ ควรประกอบด้วย ความกระตือรือร้น การยิ้มแย้ม การมีวาจาที่ริยา มารยาทและแต่งกายสุภาพ การให้คำแนะนำขั้นตอนการให้บริการ การใส่ใจและให้ความช่วยเหลือ การมีความรับผิดชอบ การรับฟังปัญหา การมีความอดทนและอดกลั้น การตรงต่อเวลา มีความซื่อสัตย์สุจริต และการมีความช่างสังเกตและมีความคิดสร้างสรรค์ การได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณสมบัติข้างต้น มิใช่เรื่องง่ายจึงต้องการมีวางแผนพัฒนาบุคลากร การติดตามพฤติกรรม สังเกตและประเมินผลการให้บริการเพื่อใช้เป็นข้อมูลทบทวนการให้บริการที่มีมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง

2. การพัฒนากระบวนการให้บริการ หมายถึง การปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการซึ่งผู้ให้บริการต้องกระทำการให้บริการตลอดกระบวนการของแต่ละงานตามเงื่อนไขของเวลาที่กำหนดจนกระทั่งส่งมอบชิ้นงานบริการหรือผลผลิตของการบริการให้แก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย การจัดป้ายแสดงขั้นตอนการให้บริการ การจัดคิวในการให้บริการ การให้บริการตามขั้นตอนการให้บริการอย่างรวดเร็ว การจัดอัตราค่าจ้างพนักงานที่ให้เพียงพอ การจัดวัสดุอุปกรณ์สำนักงานให้เพียงพอ การจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัล ฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ การจัดใบคำร้องขอใช้บริการ หรือใบรับแจ้งข้อร้องเรียน/ ร้องทุกข์ การประชาสัมพันธ์และแนะนำขั้นตอนการบริการ การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ คุณภาพของชิ้นงานบริการ ประโยชน์สูงสุดจากชิ้นงานบริการ ความพึงพอใจในการให้บริการและชิ้นงาน ความประทับใจในภาพรวมของการให้บริการ การเปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการได้มีการประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการ ตัวอย่างของการพัฒนากระบวนการให้บริการแก่ผู้สูงอายุที่ขอแนะนำ เช่น ป้ายแสดงขั้นตอนการให้บริการ ที่ควรมีการติดตั้งอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด อาจออกแบบผังขั้นตอนการให้บริการพร้อมจัดภาพประกอบเพื่อสื่อความหมายตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางของการให้บริการ โดยอาจระบุระยะเวลาที่ใช้ในแต่ละขั้นตอน ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุวางแผนบริหารจัดการเวลาได้ นอกจากนี้การเลือกใช้สีเป็นอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญ โดยควรเลือกใช้สีเหลืองและสีแดง จะทำให้ผู้สูงอายุมองเห็นได้ชัดเจนขึ้น เนื่องจากมีความสัมพันธ์กับเลนส์ตาที่กลายเป็นสีเหลืองมากขึ้นของผู้สูงอายุทำให้แสงสีเหลืองและสีแดงผ่านได้ดี (โรงพยาบาลกล้วยน้ำไท, 2563)

3. การพัฒนาสถานที่ให้บริการ หมายถึง การจัดพื้นที่ทั้งภายนอกและภายในสถานที่ให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาใช้บริการ ควรประกอบด้วย การจัดให้มีช่องทางบริการที่หลากหลาย การจัดบริเวณโดยรอบสถานที่ให้บริการเป็นสัดส่วนและร่มรื่น การจัดให้มีพื้นที่จอดรถ การจัดจุดประชาสัมพันธ์ และพนักงานต้อนรับ การจัดบริการน้ำดื่ม การจัดห้องสุขา การตกแต่งภายในที่สถานที่ให้บริการ การจัดให้มีที่วางหนังสือหรือข่าวสารประชาสัมพันธ์ การจัดทำป้ายแสดงอัตราค่าธรรมเนียมและเวลาในการให้บริการแต่ละงาน การจัดช่องทางหรือกล่องรับฟังความคิดเห็นหรือกล่องรับเรื่องราวร้องทุกข์ การจัดเก็บเอกสารทางการเป็นหมวดหมู่ และการจัดเคาน์เตอร์ให้บริการและเก้าอี้รองรับบริการ เป็นต้น ตัวอย่างการพัฒนาสถานที่ให้บริการสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การจัดพื้นที่ภายในและภายนอกของสถานบริการ โดยจัดให้มีความปลอดภัยด้านร่างกายและสุขอนามัย การจัดที่นั่งพักระหว่างทาง การออกแบบพื้นผิวทางเดินที่ไม่ลื่น โดยมีผิวสัมผัสเตือนสิ่งกีดขวาง มีราวจับบันไดทางเข้าในห้องน้ำ การจัดทำสัญลักษณ์ขอความช่วยเหลือกรณีฉุกเฉิน การจัดแสงสว่างให้เพียงพอต่อการมองเห็น เป็นต้น

จากแนวคิดการให้บริการที่เป็นเลิศจะเห็นได้ว่า การให้บริการที่เป็นเลิศนั้น มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ การพัฒนาผู้ให้บริการ การพัฒนาระบบขั้นตอนหรือกระบวนการให้บริการ และการพัฒนาสถานที่หรือการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ นอกจากนี้ประเด็นสำคัญ คือ หลังจากที่จัดระบบดังกล่าวให้พร้อมแล้ว สถาบันอุดมศึกษาต้องมีกลยุทธ์สำหรับองค์กรที่จะสามารถเชิญชวนให้ผู้สูงอายุสนใจในธุรกิจบริการที่ได้จัดตั้งขึ้นด้วย ดังจะได้กล่าวต่อไป

### กลยุทธ์การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันธุรกิจบริการผู้สูงอายุของสถาบันอุดมศึกษา

การทำให้ธุรกิจบริการผู้สูงอายุของสถาบันอุดมศึกษาสามารถดำรงอยู่ได้จะต้องสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจ โดยคำนึงถึง 4 ปัจจัย ดังที่ Charles et al. (2009) ได้อธิบายไว้ว่า คือ ประสิทธิภาพ (Superior efficiency) คุณภาพ (Quality) นวัตกรรม (Innovation) และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Customer responsiveness) ปัจจัยสี่ประการนี้ทำธุรกิจมีพลังในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องได้ ทั้งในการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างพึงพอใจ และช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานของธุรกิจได้ ปัจจัยทั้งสี่ประการนี้มีความสัมพันธ์กันและส่งผลซึ่งกันและกัน เช่น การมีคุณภาพที่เหนือกว่าสามารถนำไปสู่การมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น หรือนวัตกรรมจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ คุณภาพ และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เป็นต้น ผู้ประกอบการธุรกิจจึงสามารถที่จะกำหนดเป้าหมายและวิธีการของธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมินผล

อย่างรอบด้านภายในและภายนอกธุรกิจไปสู่เป้าหมายได้อย่างประสบผลสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ได้ โดยพิจารณาจากกลยุทธ์ที่ต้องดำเนินการ ดังนี้

### 1. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

เนื่องจากปัจจุบันสัดส่วนผู้สูงอายุจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุไทยส่วนใหญ่ยังมีกำลังซื้อหรือรายได้ที่ไม่สูงนัก อีกทั้งการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการส่วนหนึ่งมาจากบุตรหลานซึ่งถือเป็นแหล่งรายได้หลักของผู้สูงอายุ จากการวิเคราะห์ของศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย (2561) ระบุว่า “ผู้สูงอายุระยะต้นส่วนใหญ่ยังคงทำงาน หลังจากมีอายุครบ 60 ปี ส่วนผู้สูงอายุระยะกลางและระยะปลายจะอาศัยความช่วยเหลือทางการเงินจากลูกหลานหรือญาติ ดังนั้น ลูกหลานหรือญาติจึงมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ” ดังภาพที่ 1

#### แหล่งรายได้หลัก

ผู้สูงอายุระยะต้น (60-69 ปี)	ผู้สูงอายุระยะกลาง (70-79 ปี)	ผู้สูงอายุระยะปลาย (80 ปีขึ้นไป)
1. การทำงาน 50%	1. ลูกหลาน/ญาติ 51%	1. ลูกหลาน/ญาติ 60%
2. ลูกหลาน/ญาติ 34%	2. บำนาญ 26%	2. บำนาญ 33%
3. บำนาญ 13%	3. การทำงาน 19%	3. การทำงาน 4%

ภาพที่ 1 แสดงแหล่งรายได้หลักของผู้สูงอายุในแต่ละช่วงอายุ (ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย, 2561)

นอกจากนี้ พฤติกรรมผู้สูงอายุแต่ละช่วงนับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สถาบันอุดมศึกษาควรวิเคราะห์ถึง พฤติกรรม และความสนใจ ความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุเป้าหมาย เนื่องจากจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ทำให้สินค้าและบริการที่จะนำเสนอหรือตอบสนองกับความต้องการสำหรับผู้สูงอายุมีความแตกต่างกันออกไปด้วย ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 พฤติกรรมของผู้สูงอายุในแต่ละช่วงอายุกับความต้องการสินค้าและบริการ

ผู้สูงอายุ	พฤติกรรม	ตัวอย่างสินค้า/บริการที่น่าสนใจ
ช่วงต้น 60-69 ปี	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ไลฟ์สไตล์ทันสมัยยังสามารถทำงานได้ และพร้อมที่จะเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ</li> <li>◆ มีการเข้าถึงเทคโนโลยีมากขึ้น สนใจ อินเทอร์เน็ต รวมทั้งสั่งซื้อสินค้าออนไลน์</li> <li>◆ มีสังคมและต้องการที่จะพบปะเพื่อนฝูง มีความชื่นชอบการซื้อสินค้า/ท่องเที่ยว เช่น ทัวร์ทำบุญ ไหว้พระ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ จะต้องเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน ช่วยเสริมให้มีสุขภาพดีขึ้น ช่วยชะลอความเสื่อมถอยของร่างกาย ย่อยง่ายและสามารถดูดซึมได้ดี เช่น อาหารคลีน สลัดผักออร์แกนิก น้ำผักน้ำผลไม้ น้ำสมุนไพรเพื่อสุขภาพ</li> <li>◆ กลุ่มสินค้าที่ดูแลร่างกายและผิวพรรณ เช่น ครีมบำรุงผิว/ลดริ้วรอย รวมไปถึงอุปกรณ์และเครื่องออกกำลังกายที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ</li> <li>◆ กลุ่มสินค้าแฟชั่น เช่น เสื้อผ้าแฟชั่น ชุดชั้นในสำหรับผู้สูงอายุ และเครื่องประดับใส่ออกงาน</li> <li>◆ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น สมาร์ทวอตช์ที่มาพร้อมกับช่องใส่ยา หรือช่วยส่งสัญญาณเตือนให้ผู้สูงอายุทานยาหรือมีฟังก์ชันเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของร่างกาย/การออกกำลังกาย</li> </ul>

ที่มา: ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย (2561)



## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผู้สูงอายุ	พฤติกรรม	ตัวอย่างสินค้า/บริการที่น่าสนใจ
ช่วงกลาง 70-79 ปี	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะอยู่ภายในที่พักอาศัยและยังคงต้องการใช้ชีวิตร่วมกับครอบครัว</li> <li>บางรายอาจจะมีโรคประจำตัวที่ต้องดูแลหรือระวังเป็นพิเศษหรืออาจจะเริ่มมีปัญหาด้านสมรรถภาพทางร่างกายที่ลดลง รวมถึงความเหงา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>กลุ่มอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ จะต้องเป็นอาหารที่ย่อยง่าย และสามารถดูดซึมได้ดี หรือเป็นอาหารที่มีการปรับโภชนาการ หรือคุณค่าทางสารอาหารตามโรคประจำตัวของผู้สูงอายุหรือตามคำแนะนำของแพทย์</li> <li>เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน ที่ปรับระดับความสูง-ต่ำของการใช้งานได้ เช่น เตียงนอน/โต๊ะเก้าอี้ที่ปรับระดับได้ ซึ่งอาจจะเหมาะกับผู้สูงอายุที่นั่งรถเข็น</li> </ul>
ช่วงปลาย 80 ปีขึ้นไป	<ul style="list-style-type: none"> <li>การดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะอยู่ภายในที่พักอาศัยและยังคงต้องการใช้ชีวิตร่วมกับครอบครัว และมีการทำกิจกรรมร่วมกับคนในครอบครัว</li> <li>ต้องพึ่งพิง/มีคนดูแลเป็นพิเศษ เริ่มช่วยเหลือตัวเองได้น้อยลง หรือบางรายไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ มีโรคประจำตัว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ที่พักอาศัยและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย มีพื้นที่หรือโซนสำหรับผู้สูงอายุเป็นสัดส่วนชัดเจน เช่น ห้องนอน ห้องน้ำ สำหรับผู้สูงอายุ ผลิตภัณฑ์ที่ลดการเกิดอันตรายในบ้านอุปกรณ์ Sensor ตามจุดต่าง ๆ ในบ้าน เชื่อมกับสมาร์ทโฟน</li> <li>เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ เพื่อช่วยในการรักษาฟื้นฟู รวมทั้งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน เช่น กลุ่มใช้แล้วทิ้ง (ผ้าอ้อมผู้ใหญ่ หน้ากากอนามัย) หรือ กลุ่มครุภัณฑ์ เช่น รถเข็น เตียง ไม้เท้า</li> <li>ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ โดยเฉพาะการให้บริการผู้สูงอายุที่ช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ หรือต้องการดูแลเป็นพิเศษ</li> <li>ยานพาหนะที่สะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เช่น มีทางขึ้นลงของรถเข็น ภายในรถมีพื้นที่กว้างเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ</li> </ul>

ที่มา: ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย (2561)

สถาบันอุดมศึกษาจึงต้องนำข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและตัวอย่างสินค้าและบริการผู้สูงอายุไปวางแผนการจัดเตรียมทรัพยากรโดยอาศัยความรู้จากผู้เชี่ยวชาญที่มีอยู่ในสถาบัน เช่น นักจิตวิทยา นักโภชนาการ นักกายภาพบำบัด นักพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล นักออกแบบ นักวิศวกรรมชีวการแพทย์ นักนันทนาการ เป็นต้น ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบการจัดบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ โดยใช้การวิจัยเป็นเครื่องมือในการพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่หรือนวัตกรรม ระบบการบริหารจัดการเพื่อการดูแลผู้สูงอายุ

## 2. การสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาดของธุรกิจบริการไปยังกลุ่มผู้สูงอายุ นับเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องพิจารณาอย่างลุ่มลึกจากการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายเพื่อนำมาออกแบบเครื่องมือที่ใช้สื่อสารไปยังกลุ่มผู้สูงอายุแต่ละกลุ่มให้ตรงตามเป้าหมายกับสินค้าและบริการที่จะนำเสนอตามกลวิธี ดังนี้ (เยาวภา, 2555)

2.1 การสื่อสารโดยบุคคลากรของธุรกิจ (Personal communications) แก่ลูกค้าในทุกจุดบริการ สร้างความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการที่ตรงกับความต้องการหรือเหนือความคาดหวังของลูกค้า โดยประสบการณ์บริการการสื่อสารแบบบอกต่อปากต่อปาก (word of mouth communication)

2.2 การโฆษณาผ่านสื่อ (Advertising) โดยเลือกสื่อที่เข้าถึงผู้สูงอายุแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างจุดติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายหลาย ๆ จุดติดต่อ การเน้นโฆษณาที่รูปแบบและประสบการณ์ที่จะได้รับข้อมูลด้านสุขภาพ ทั้งด้านประโยชน์ (functional needs) และการตอบสนองความต้องการทางอารมณ์ความรู้สึก (Emotional needs) เช่น กลุ่มที่มีการศึกษาสูง จะรับสื่อด้วยเทคโนโลยีหลายช่องทาง เช่น Website, Internet, Social media เป็นต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายวัยผู้สูงอายุควรมีการสื่อสารผ่านกลุ่มอ้างอิง (Reference group) ในสังคมของผู้สูงอายุ กลุ่มอ้างอิงถือว่าเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคของบุคคล เช่น การโฆษณาโดยการชักกลุ่มครอบครัวตัวอย่าง

2.3 การส่งเสริมการขาย (sales promotion) ตามประเภทกลุ่มลูกค้า เพื่อให้คุณค่าเพิ่ม (value added) แก่ผู้ใช้บริการ เช่น การใช้โปรแกรมสะสมแต้ม สะสมคะแนนแลกรับของขวัญ หรือการให้ส่วนลดค่าบริการเพิ่ม (loyalty program) การเลือกจุดติดต่อที่ออกแบบขึ้นมาพิเศษเพื่อลูกค้าโดยเฉพาะ เช่น บัตรอวยพรวันเกิด บัตรสุขภาพที่มอบให้ในโอกาสพิเศษ

2.4 การประชาสัมพันธ์ (publicity and public relations) กับกลุ่มลูกค้าในธุรกิจ และชุมชน แนวคิดการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาดของธุรกิจ เช่น ให้ความสำคัญในเรื่องการมีเครื่องมือ อุปกรณ์การรักษาที่ทันสมัยและการบริการที่ดีสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ การใช้กิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพ (health promotion)

2.5 การจัดเตรียมสื่อข้อมูลด้านสุขภาพ (instructional materials) เช่น สื่อด้วยแผ่นพับ สื่ออิเล็กทรอนิกส์เทคโนโลยีหลายช่องทาง เช่น internet, social media เน้นข้อมูลด้านสุขภาพที่เน้นเรื่องประโยชน์ (functional benefit) และการตอบสนองความต้องการทางอารมณ์ความรู้สึก (emotional benefit) จากการวิจัยของ มนัสสินี และมันตรา (2560) พบว่า ผู้สูงอายุมีความสนใจการใช้สื่อโซเชียลมีเดียมากขึ้น ลักษณะการใช้สื่อจะเน้นในรูปแบบของเสียง ภาพ และวิดีโอ มากกว่าการพิมพ์ข้อความเนื่องจากการส่งภาพหรือวิดีโอมีวิธีการส่งที่ง่ายและไม่ซับซ้อน สื่อสังคมที่เป็นที่นิยม ได้แก่ แอปพลิเคชันไลน์ (Line) ซึ่งนอกจากจะส่งข้อความแล้ว ยังสามารถส่งข้อมูลในรูปแบบภาพ เสียง การวิดีโอคอลหรือคุยแบบเห็นหน้าได้ รองลงมา คือ ยูทูบ (Youtube) ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่าย การออกแบบสื่อออนไลน์ด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ควรคำนึงถึง ดังนี้ (Navarrete and Lujan-Mora, 2016)

2.5.1 ขนาดของตัวอักษร ข้อความและขนาดของภาพ สามารถที่จะปรับขยายได้ เนื่องจากผู้สูงอายุมีปัญหาเรื่องการมองเห็นต้องใช้แว่นขยาย

2.5.2 ความคมชัดของภาพที่ต้องสามารถทำให้ผู้สูงอายุมองเห็นได้ชัด

2.5.3 การเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับความสามารถในการมองเห็น

2.5.4 การเพิ่มคำบรรยายด้านล่างของวิดีโอ เนื่องจากผู้สูงอายุบางรายอาจมีปัญหาเรื่องการได้ยิน

2.5.5 ข้อความที่นำเสนอในสื่อต้องไม่ซับซ้อน ยากแก่การตีความหรือทำความเข้าใจ

2.5.6 การออกแบบลิงก์ ไม่ควรมีการเชื่อมโยงไปหลายลิงก์มากเกินไปจนทำให้ไม่สามารถย้อนกลับไปได้สะดวก

2.5.7 ควรมีการจัดกลุ่มเนื้อหาหรือรายการเมนูในเว็บไซต์ไม่ให้ความซับซ้อนมากเกินไป

2.6 การออกแบบสื่อองค์การ (Corporate design) ในการสร้างแบรนด์ให้เกิดความผูกพันกับผู้ใช้บริการและสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจ (Corporate image) จากการเปิดรับสื่อ (Media exposure) ทำให้ผู้ใช้บริการมีประสบการณ์กับสิ่งใหม่ ๆ เช่น การสื่อสารการตลาดในสังคมชุมชน (Community) ที่มีวัฒนธรรมที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตคล้ายคลึงกันให้เชื่อมต่อกับธุรกิจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติ ความภาคภูมิใจในความเป็นสังคมชุมชนที่มีกลุ่มคนรักสุขภาพ กลุ่มชีวิต เป็นต้นการสื่อสารการตลาดในสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) การใช้สื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายมาผสมผสานมาถ่ายทอดเรื่องราว และแนวคิดด้านการดูแลสุขภาพอย่างมีศิลปะ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดเรื่องราว โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นตัวอย่างในการดูแลสุขภาพผ่านตัวบุคคล (influencer) การสื่อสารการตลาดโดยให้ผู้ใช้บริการมีส่วนร่วมในการทำความดีไปด้วยในขณะที่จับจ่ายใช้สอย การทำความดีแบบบอกต่อ ส่งต่อ และทำต่อถือเป็นการต่อยอดแบรนด์ การสร้างสรรค์สังคมที่ก่อตัวขึ้นอย่างมั่นคง ก่อให้เกิดแรงจูงใจทางบวกและศรัทธาในความคิดของแบรนด์ เช่น รายได้จากการจำหน่ายบัตรสุขภาพส่วนหนึ่งเพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม หรือจัดตั้งกองทุนผู้ป่วยโรคหัวใจ เป็นต้น

สถาบันอุดมศึกษา จึงต้องทำการออกแบบการสื่อสารการตลาดของธุรกิจให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุและความต้องการหรือความสนใจในประเด็นด้านสุขภาพในมิติต่าง ๆ ซึ่งต้องมีการวิจัย สำนวจอย่างเป็นระบบเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาใช้ในการสื่อสารการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

### 3. การพัฒนาการให้บริการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี

นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในธุรกิจบริการสุขภาพ เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ธุรกิจ และแสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นหรือความแตกต่างในการให้บริการ อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เห็นว่า เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกที่จะใช้ประกอบการตัดสินใจในการมาใช้บริการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ (สนพริยา, 2561) โดยเทคโนโลยีที่นำมาสนับสนุนการให้บริการ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ (social medias) อินเทอร์เน็ต (internet) โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ (mobile applications) บริการประมวลผลข้อมูลออนไลน์ (cloud computing) ข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) หุ่นยนต์ (robotics) และปัญญาประดิษฐ์

(Artificial Intelligences, AI) ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ด้านการให้บริการสุขภาพ (นวปฏิ, 2562) สถาบันอุดมศึกษาควรนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสนับสนุนในขั้นตอนการให้บริการหรือสถานที่ให้บริการ สำหรับเทคโนโลยีที่รู้จักกันในปัจจุบัน คือ Health Teach หรือเทคโนโลยีที่เข้ามาสนับสนุนการบริหารจัดการทางการแพทย์และสุขภาพอย่างนวัตกรรมสุขภาพไร้สาย (wireless health) และอุปกรณ์สุขภาพเคลื่อนที่ (mobile health) ซึ่งมีแนวโน้มพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาใช้ในการธุรกิจบริการ ตัวอย่างเช่น เนอร์สซิงโฮมได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้ญาติสามารถเฝ้าดูผู้สูงอายุและการให้บริการจากกล้องวงจรปิด ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต สำหรับผู้ที่มี tablet/smart phone สามารถเยี่ยมและพูดคุยกับผู้สูงอายุแบบเห็นหน้าได้ทุกที่ตลอดเวลาผ่านโปรแกรม Skype ที่เชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (นันทน์ภัส, 2557) การใช้ GPS ในการนำทางผู้สูงอายุหลังลิ้นทางกลับบ้าน การใช้โทรศัพท์ระบบหน้าจอสัมผัสช่วยให้ผู้สูงอายุได้มีโอกาสพูดคุยกับลูกหลานได้อย่างง่ายขึ้น เครื่องช่วยฟังถูกสร้างขึ้นเพื่อแก้ปัญหาการได้ยินในผู้สูงอายุทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีความพยายามที่จะผลิตหุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุรวมถึงการพัฒนาาระบบเฝ้าระวังและติดตามการเคลื่อนไหวของผู้สูงอายุระยะไกล (จินตนาและรัชฉิณี, 2561) หรือการวิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพในการช่วยให้การเก็บข้อมูลประวัติ ผลการตรวจร่างกายทำได้สะดวกเร็วและมีเนื้อหามากขึ้นโดยผู้สูงอายุหรือญาติสามารถบันทึกข้อมูล ประวัติและอาการ ผ่านระบบ mobile application ตั้งแต่ก่อนเข้ามาในโรงพยาบาล เมื่อมาถึงโรงพยาบาล พยาบาลช่วยซักถามเพิ่มเติม และบันทึกข้อมูลการตรวจร่างกายเบื้องต้น ถ่ายภาพที่สำคัญระบบจะมีตัวช่วยให้บันทึกข้อมูลประวัติเพิ่มเติมได้อย่างรวดเร็วแล้วส่งเข้าระบบปัญญาประดิษฐ์สร้างรายงานผลการตรวจร่างกายเบื้องต้นได้ก่อนผู้ป่วยเข้าพบแพทย์ เมื่อผู้ป่วยเข้าพบแพทย์ การซักประวัติระบบจะแปลงจากเสียงบันทึกเป็นตัวอักษรและรายงานผลการวินิจฉัย รวมถึงแผนการรักษา การให้คำแนะนำต่าง ๆ ออกมา (วรรษา, 2560) หรือในการดูแลสุขภาพผ่านระบบทางไกล (telecare) คือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้บริการสุขภาพและการดูแลด้านสังคม (social care) โดยการติดตั้งอุปกรณ์ที่สามารถส่งสัญญาณเตือนไว้รอบบ้านของผู้ได้รับการดูแล เช่น ผู้สูงอายุ ผู้ที่ช่วยเหลือตัวเองไม่ได้และผู้ที่อยู่ห่างไกลจากผู้ดูแลซึ่งอุปกรณ์ดังกล่าวจะเชื่อมต่อกับศูนย์ให้บริการเพื่อส่งข้อมูลหรือสัญญาณเสียงไปยังศูนย์กลาง โดยผู้ได้รับการดูแลสามารถดำรงชีวิตได้ตามปกติโดยอุปกรณ์ที่ติดตั้งภายในบ้านมีหลายรูปแบบ เช่น อุปกรณ์ตรวจวัดอุณหภูมิ เตียงนอนที่มีอุปกรณ์ตรวจวัดชีพจร อุปกรณ์ตรวจเลือด อุปกรณ์วัดความดันโลหิต อุปกรณ์ส่งสัญญาณเตือน อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับบันทึกข้อมูลประวัติผู้ป่วย (บุรพา, 2554) เป็นต้น ข้อดีของการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาสนับสนุนการให้บริการธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุ จะช่วยลดภาระงานของบุคลากร และมีความสะดวกเร็วในการให้บริการตรวจสอบข้อมูลและแก้ไข วิเคราะห์ปัญหาได้ ลดพื้นที่การจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบเอกสาร แต่สถาบันอุดมศึกษาอาจจะต้องมีการลงทุนสูงในการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ จึงต้องมีการวิเคราะห์และประมาณการถึงความคุ้มค่าคุ้มทุนกับยอดรายรับที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการของธุรกิจที่ดำเนินการในแต่ละปีหรือไตรมาส

#### 4. ความพร้อมด้านบุคลากร

ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจบริการสุขภาพผู้สูงอายุ นับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้สามารถเจริญก้าวหน้าไปได้ แต่อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจบริการผู้สูงอายุ (อมรรักษ์, 2561) มีการประเมินว่า บุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุของไทยยังมีจำนวนไม่มากโดยเฉพาะในธุรกิจบริการด้านการดูแลและสุขภาพผู้สูงอายุ ได้แก่ แพทย์ พยาบาล ผู้ช่วยพยาบาล นักกายภาพบำบัด นักโภชนาการ นักกิจกรรมบำบัด และผู้ประสานงานทางการแพทย์ที่มีความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการในองค์กรสุขภาพ อันเป็นผลมาจากการมีแนวทางการพัฒนาธุรกิจบริการผู้สูงอายุของประเทศที่ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร เช่น การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับธุรกิจผู้สูงอายุ การสร้างเอกลักษณ์ของธุรกิจบริการผู้สูงอายุ การสร้างมาตรฐานและความเชื่อมั่นในระดับชาติและนานาชาติ จึงส่งผลให้เกิดปัญหา ตามมาภายหลังการเปิดธุรกิจบริการผู้สูงอายุแล้ว เช่น สถานบริการที่ยังไม่เป็นไปตามมาตรฐาน การพบปัญหาและข้อร้องเรียน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเกิดความเสียหายแก่ธุรกิจบริการผู้สูงอายุในระยะยาว



สถาบันอุดมศึกษาจึงควรมีการจัดทรัพยากรบุคคลในธุรกิจให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกฎหมายที่ได้กำหนดไว้ เช่น พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ.2559 พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2551 คู่มือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ คู่มือพัฒนาดูแลธุรกิจผู้สูงอายุ ที่จัดทำโดยกระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น นอกจากนี้จะทำความเข้าใจในมาตรฐานและกฎหมายที่เกี่ยวข้องแล้ว การพัฒนาบุคลากรด้านสุขภาพในธุรกิจก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้บุคลากรเหล่านั้นสามารถยกระดับและพัฒนาความรู้ความชำนาญในศาสตร์ต่าง ๆ อันจะส่งผลให้การบริการของธุรกิจได้รับการยอมรับและสร้างความน่าเชื่อถือ ความมีมาตรฐานในการให้บริการ และพัฒนาระบบการบริหารงานบุคคลในองค์กรด้วยแนวทาง ดังนี้ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561)

- 4.1 การประเมินขีดความสามารถของบุคลากรและแผนอัตรากำลังบุคลากร
- 4.2 การสรรหา ว่าจ้าง บรรจุ และกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบบุคลากรขององค์กร
- 4.3 การจัดโครงสร้างบุคลากรขององค์กรที่เอื้อต่อผลการดำเนินงานของพนักงาน
- 4.4 การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อผลการดำเนินงานของบุคลากร
- 4.5 มีการจัดสวัสดิการที่เหมาะสมกับความต้องการของบุคลากร

นอกจากนี้ความพร้อมของบุคลากรในธุรกิจบริการผู้สูงอายุ นับเป็นปัจจัยอีกประการหนึ่งซึ่งหมายถึง การที่จะทำให้บุคลากรสามารถคงอยู่กับองค์กรได้ในระยะยาว เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น จึงต้องมีกระบวนการสร้างความรู้สึกรักผูกพันให้แก่บุคลากร การสร้างวัฒนธรรมขององค์กรที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน การมีระบบวัดผลการปฏิบัติงานบุคลากรเพื่อสนับสนุนตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กร การจัดให้มีการประเมินความผูกพันและความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อองค์กร รวมทั้งการสร้างการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรในระดับต่าง ๆ การจัดการความก้าวหน้าในอาชีพ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) เพื่อให้องค์กรสามารถธำรงรักษาบุคลากรในธุรกิจและทำให้องค์กรมีความพร้อมของบุคลากรที่จะให้บริการได้อย่างสมบูรณ์

### 5. การติดตามและประเมินผลการให้บริการ

การติดตามและประเมินผลหลังการบริการนั้น เป็นกระบวนการที่ได้มาซึ่งข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการธุรกิจ ซึ่งสามารถที่จะติดตามและประเมินผลทั้งในระหว่างการใช้บริการ และภายหลังเสร็จสิ้นการใช้บริการแล้ว เป็นเครื่องมือที่สามารถใช้เพื่อนำมาพิจารณาทบทวน ปรับปรุงการวางแผนงาน และกระบวนการส่งมอบงานบริการในขั้นตอนต่าง ๆ แก่ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการธุรกิจ ธุรกิจที่ต้องการสร้างการบริการให้เป็นเลิศและรักษาคุณภาพในการบริการต้องคำนึงถึงและนำไปใช้งาน เนื่องจากการติดตามและประเมินผลนี้อีกด้านหนึ่งจะช่วยให้พนักงานทุกคนในองค์กร เกิดความตื่นตัว กระตือรือร้น และเกิดบรรยากาศที่พร้อมจะทำดี พร้อมให้บริการลูกค้าในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์กร สำหรับขั้นตอนในการติดตามและประเมินผลหลังจากการให้บริการนั้น มีแนวทางดังนี้ (พิสิทธิ์, 2553)

5.1 กำหนดรูปแบบการติดตามและประเมินผล โดยสามารถที่จะกำหนดให้เกิดขึ้นได้ทั้งในช่วงของการใช้บริการ และภายหลังเสร็จสิ้นการให้บริการไปแล้ว มีการระบุช่วงเวลาที่จะดำเนินการติดตามและประเมินผลให้ชัดเจน เช่น ในระหว่างการใช้บริการจะอยู่ในช่วงเวลาใด ภายหลังจากใช้บริการ จะติดตามภายหลังเป็นเวลากี่สัปดาห์ หรือเดือน

5.2 การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลที่สอดคล้องกับลักษณะการใช้บริการธุรกิจ เช่น การสังเกตจากผู้ให้บริการ การใช้แบบประเมินผลความคิดเห็น ความพึงพอใจ การใช้แบบทดสอบ การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ การกรอกข้อมูลผ่านระบบดิจิทัล เป็นต้น

5.3 นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ เพื่อจุดร่วมและจุดต่างของข้อมูลในระบบงานให้บริการ

5.4 เสนอรายงานผลการติดตามและประเมินผลการให้บริการเสนอต่อผู้บริหารเพื่อพิจารณาเห็นชอบข้อมูลที่ได้จากการดำเนินงาน

5.5 แจ้งผลไปยังบุคลากรในองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง นำข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น ความต้องการ ไปปรับปรุงการวางแผน และขั้นตอนกระบวนการดำเนินงาน

สถาบันอุดมศึกษาที่ดำเนินการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ จึงต้องกำหนดให้มีผู้รับผิดชอบในการทำหน้าที่ติดตามและประเมินผลการให้บริการ โดยอาจอยู่ในรูปแบบของคณะกรรมการที่มีมาจากบุคคลภายในส่วนงานและภายนอกส่วนงาน รวมทั้งมีแผนการติดตามและประเมินผลการให้บริการที่ดำเนินการตามกรอบเวลาให้ชัดเจน

### การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการสุขภาพผู้สูงอายุ

จากกลยุทธ์ที่ได้กำหนดไว้ 5 ด้าน เมื่อสถาบันอุดมศึกษาได้ดำเนินการไปจนครบแล้ว สามารถที่จะใช้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) จากกลยุทธ์ด้านสุดท้าย คือ การติดตามและประเมินผลการให้บริการ มาใช้ในการวิเคราะห์หาคำตอบ ปรับปรุงกลยุทธ์ที่ 1 - 4 ด้วยการประเมินข้อดีและข้อจำกัด พร้อมรับฟังข้อเสนอแนะและความต้องการที่ได้รับจากผู้ให้บริการได้จนทำให้การบริการของธุรกิจมีความเป็นเลิศสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุแต่ละประเภท สามารถที่จะทำการออกแบบเครื่องมือการสื่อสารการตลาดได้ตรงจุด พร้อมด้วยการจัดทรัพยากรทั้งนวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมทั้งการจัดเตรียมบุคลากรด้านสุขภาพของธุรกิจให้มีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจและประทับใจจากการใช้บริการ กลับมาใช้บริการซ้ำอีก อันจะนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์/การบอกต่อตลอดจนสร้างความจงรักภักดีซึ่งเป็นความผูกพันอย่างลึกซึ้งของผู้มาใช้บริการในการที่จะสนับสนุน ส่งเสริม และอุปถัมภ์การใช้บริการของธุรกิจบริการที่ได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตามกลยุทธ์ที่กำหนดไว้ ดังกรณีตัวอย่างการวิจัยของ ภิญญาดา (2558) ที่ทำวิจัยเรื่องรูปแบบการตลาดธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกใช้บริการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ โดยพิจารณาจากบุคลากรในการบริการที่มีความเป็นมิตร และเอาใจใส่การบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย มีมาตรฐาน รวมทั้งมองว่าแพทย์ พยาบาล และบุคลากรที่น่าเชื่อถือในการให้บริการลูกค้าทุกเรื่องด้วยกิริยาที่สุภาพ อ่อนน้อมและประทับใจเป็นสิ่งสำคัญ งานวิจัยของ อัญญาพัศดา (2559) ที่ทำวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจที่พักนาระยะยาวสำหรับชาวญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลยุทธ์ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านพัฒนาสถานที่พักนาระยะยาว ขั้นตอนการให้บริการ รวมทั้งกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด เป็นแนวทางที่ทำให้ธุรกิจผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่สามารถแข่งขันได้และเพิ่มยอดจำนวนผู้มาใช้บริการ นอกจากนี้ จากรายงานการวิเคราะห์ของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2562) เรื่อง ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ พบว่า นักลงทุนต่างชาติที่เข้ามาลงทุนธุรกิจผู้สูงอายุในประเทศไทยเริ่มมีมากขึ้น โดยจุดแข็งของนักลงทุนอยู่ที่ขั้นตอนกระบวนการให้บริการที่มีการนำองค์ความรู้ในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาดูแลผู้สูงอายุมาใช้ เช่น การใช้อุปกรณ์ระบบอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อกับทุกสิ่ง (Internet of Things : IoT) ในการติดตามดูแลและตรวจสอบสภาพร่างกายของผู้สูงอายุ การใช้แอปพลิเคชันในการจับคู่ผู้สูงอายุกับผู้ดูแล การใช้อุปกรณ์การติดตามความเคลื่อนไหวของผู้สูงอายุ ซึ่งนับเป็นจุดที่สร้างความแตกต่างในการให้บริการ ทำให้ผู้สูงอายุที่เป็นชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการสถานประกอบการเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุจึงต้องคำนึงถึงการให้บริการที่เป็นเลิศในทุกมิติ



ภาพที่ 2 กลยุทธ์การบริหารธุรกิจบริการผู้สูงอายุสำหรับสถาบันอุดมศึกษา

## บทสรุป

ธุรกิจบริการผู้สูงอายุในปัจจุบันเริ่มมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น สถาบันอุดมศึกษามีพันธกิจประการหนึ่งเกี่ยวกับการให้บริการวิชาการแก่สังคมตามระดับความเชี่ยวชาญ จึงได้มีการพัฒนาธุรกิจบริการผู้สูงอายุเพื่อตอบสนองกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม การบริหารธุรกิจของสถาบันจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการบริหารงานโดยมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้สูงอายุที่มีหลายกลุ่มและความต้องการหลายแบบที่แตกต่างกันออกไป และเมื่อมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายแล้ว จะทำให้เห็นแนวทางการสื่อสารการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุแต่ละกลุ่มที่ชัดเจน นอกจากนี้การพัฒนาการให้บริการด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีและการมีความพร้อมด้านบุคลากรนับเป็นอีกส่วนหนึ่งที่สถาบันควรให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นกลไกในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มาใช้บริการธุรกิจบนมาตรฐานและการให้บริการที่เป็นเลิศและท้ายที่สุดมีกระบวนการรับฟังข้อมูลย้อนกลับจากการติดตามและประเมินผลการให้บริการทั้งในระหว่างการให้บริการ และภายหลังการให้บริการ โดยนำข้อมูลเหล่านี้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อปรับปรุง ทบทวนการวางแผน และขั้นตอนการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจบริการผู้สูงอายุที่สถาบันอุดมศึกษาดำเนินการสามารถแข่งขันในตลาดบริการสุขภาพได้อย่างยั่งยืน

## เอกสารอ้างอิง

- กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. 2562. มาตรการขับเคลื่อนระเบียบวาระแห่งชาติ เรื่องสังคมสูงอายุ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง. กรุงเทพมหานคร. 52 หน้า.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2561. คู่มือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ. กระทรวงพาณิชย์. กรุงเทพมหานคร. 81 หน้า.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. 2561. คู่มือพัฒนาธุรกิจบริการผู้สูงอายุสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจ. กระทรวงพาณิชย์. กรุงเทพมหานคร. 116 หน้า.
- จันทร์จิรา วงษ์ชมทอง จุฑาทิพย์ ถาวรรัตน์ สุภัตตรา วิภาณุ ชิชณพงศ์ ทองพวง อธิธิพร ข้าประเสริฐ และสุจิตรา อุณศิริ. 2552. โครงการวิจัยปฏิบัติการเพื่อพัฒนารูปแบบและศักยภาพในการบริการที่เป็นเลิศของอำเภอในสังกัดกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน. 15(3): 224-234.
- จินตนา อาจสันทียะ และรัชณีย์ ป้อมทอง. 2561. แนวโน้มการดูแลผู้สูงอายุในศตวรรษที่ 21: ความท้าทายในการพยาบาล. วารสารพยาบาลทหารบก. 19(1): 39-46.
- ชยต์ รัชตะวรรณ. 2559. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานพยาบาลดูแลผู้สูงอายุเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. ชลบุรี.
- นพภูฏ กิตติอมฤต. 2562. เป้าหมายและความท้าทายของระบบดูแลสุขภาพในยุคประเทศไทย 4.0. วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน. 25(1): 133-141.
- นวรรตน์ ไวมภู และนุรีย์ยะ ลำตะเค. 2562. ธุรกิจสุขภาพสู่สังคมผู้สูงอายุ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 9(3): 75-83.
- นันทน์ภัส ทรัพย์โชคธนกุล. 2557. รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. นครปฐม.
- บูรพา พันธุ์สวัสดิ์. 2554. นวัตกรรมดูแลผู้สูงอายุผ่านระบบทางไกล. วารสารสภาการพยาบาล. 26(พิเศษ): 5-16.
- ประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษาพ.ศ. 2561. 17 สิงหาคม 2561. ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 136 ตอนพิเศษ 199ง. หน้า 19-21.
- พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล. 2553. Service Excellence : Service Code บริการที่เป็นเลิศ รหัสบริการ. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง. กรุงเทพมหานคร. 130 หน้า.
- ภิญญาดา รื่นสุข. 2558. รูปแบบการตลาดธุรกิจให้บริการดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 6(1): 197-209.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมันตรา สดชื่น. 2560. รูปแบบการใช้สื่อมัลติมีเดียของผู้สูงอายุในสังคมไทย กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร. หน้า 1598-1605. ใน: การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 "ราชมงคลสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0". วันที่ 7-9 สิงหาคม 2560. ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี.
- เยาวภา ปฐมศิริกุล. 2555. การสื่อสารการตลาดกับพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดบริการสุขภาพ. วารสารมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย. 2(2): 1-12.
- โรงพยาบาลกล้วยน้ำไท. 2563. เรื่องของตาในผู้สูงอายุ. Online Available: <http://www.Kluaynamthai2.com/Forum/forum.info.php?id=5>. (สืบค้นเมื่อ กันยายน 2563)

- วรรณษา เปาอินทร์. 2560. Thailand Health 4.0 challenges and opportunities คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.  
Online Available: <http://tmi.or.th/tmi/wp-content/uploads/2017/07/2017-1-5-Thailand-Health-4.0.pdf>. (สืบค้นเมื่อ สิงหาคม 2563).
- ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. 2561. ตลาดผู้สูงอายุ ชุมทอง SME ไทย. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. กรุงเทพมหานคร. 7 หน้า.
- ศูนย์วิจัยธนาคารกสิกรไทย. 2561. ธุรกิจศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในไทย. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. กรุงเทพมหานคร. 24 หน้า.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2562. ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ. รายงานที่ตีอาร์ไอ. 151(4): 1-16.
- สนทรียา ไสภารัตน์. 2561. ความต้องการและความคิดเห็นที่มีต่อบริการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์. 8(3): 177-184.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2561. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560-2564). สำนักนายกรัฐมนตรี. กรุงเทพมหานคร. 224 หน้า.
- อมรรักษ์ สวนชุมพล. 2561. การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. 13(1): 146-152.
- อัญญาพัศศา จันทร์ชลอ. 2559. กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจที่พำนักระยะยาวสำหรับชาวญี่ปุ่นในจังหวัด เชียงใหม่. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. 11(38): 45-55.
- Charles, W.L.Hill, Gareth R.J, and A.S. Melissa. 2009. Strategic Management Theory: An Integrated Approach. South Western Educational Publishing. Boston. 498 page.
- Navarrete, R. and S. Luján-Mora. 2016. OER-based lifelong learning for older People. p. 388-393. *In: Proceedings of the 8<sup>th</sup> International Conference on Computer Supported Education (CSEDU 2016)*. v.2. 21-23 April 2016. Institute for Systems and Technologies of Information Rome Italy.