

แผนธุรกิจบริการรถรับส่งผู้สูงอายุชาวารา

Business Plan for Chiva Chara Private Driver Service



แผนธุรกิจบริการรถรับส่งผู้สูงอายุชิวาชา

Business Plan for Chiva Chara Private Driver Service



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



©2562

เมษา ปอเจริญ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เรื่อง แผนธุรกิจบริการรถรับส่งผู้สูงอายุชิวาซารา

ผู้วิจัย เมษา ปอเจริญ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร.รพีสร เพ็องเกษม)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวีพรรณ สุภาวรรณ)

(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 27 เดือน มกราคม พ.ศ. 2562

เมษา ปอเจริญ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,
มกราคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

แผนธุรกิจบริการรถรับส่งผู้สูงอายุสีขาว (75 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.รพีสร เพ็ญเกษม

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของแผนธุรกิจฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบริการผู้สูงอายุ และเพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ รูปแบบของธุรกิจเป็นประเภทให้บริการซึ่งดำเนินงานเกี่ยวกับบริการรถรับส่งผู้สูงอายุโดยเฉพาะ

ประเภทของข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำแผนได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสำรวจความคิดเห็น โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งจะมีการวิเคราะห์ค่าสถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS แบบสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการหาค่าความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percent) และค่าเฉลี่ย (Mean) จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ประกอบด้วยกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการโดยตรง และคาดว่าจะมีความต้องการในการใช้บริการที่กำลังจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ซึ่งผลจากการวิเคราะห์พบว่า เหตุผลหลักในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมคือ ได้มีสังคมร่วมกับผู้อื่นในวัยเดียวกัน และเหตุปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการคือ พึงพอใจต่อความปลอดภัยในการเดินทางและพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการให้บริการ

ผลของแผนธุรกิจสรุปได้ว่า แผนธุรกิจนี้เป็นแผนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มทำธุรกิจใหม่ คือ ธุรกิจประเภทบริการแก่ผู้สูงอายุ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พบว่า จุดแข็งที่สำคัญของธุรกิจคือ ความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากร และความพร้อมของอุปกรณ์การให้บริการ ในขณะที่ธุรกิจยังมีจุดอ่อนที่ต้องแก้ไข คือ ความเป็นที่รู้จักของบริการและตราสินค้า โอกาสที่เหมาะสมกับธุรกิจได้แก่ จำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย อย่างไรก็ตามอุปสรรคในการทำธุรกิจที่พบ คือ อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศชะลอตัว

จากการวิเคราะห์แผนธุรกิจนี้ ทำให้เห็นว่ากิจการมีความมั่นคงทางการเงิน มีความสามารถในการทำกำไร และมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานดีขึ้นตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์มูลค่าทางการเงินจากการลงทุน ทำให้เห็นว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของกิจการ (Net Present Value) มีค่ามากกว่า 0 ซึ่งหมายความว่ากิจการมีผลตอบแทนเป็นบวกและอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มีค่า

มากกว่าต้นทุนเงินทุน จึงมีความคุ้มค่าที่จะลงทุน โดยกิจการจะใช้ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) ประมาณ 5 ปี จึงมีความเหมาะสมและคุ้มค่าที่จะลงทุน

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ, บริการรถรับส่ง, เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม, ความพึงพอใจในบริการ



Porcharoen, M. M.B.A. (Small and Medium-Sized Enterprises), January 2019, Graduate School, Bangkok University.

Business Plan for ChivaChara Private Driver Service (75 pp.)

Advisor: Rapeesorn Fuangkasem, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this business plan is to study the possibilities of doing business in the elderly service business and to set business strategies. The type of business is the type of service. It operates on the elderly transport service.

The type of information was collected through a survey. A closed-ended questionnaire was used. To analyze the statistics, using SPSS descriptive statistics for frequency estimation, such as frequency, percentage, and mean. The total number of respondents was 200. The elderly persons are people living in Samutprakarn 60 years old or older. For the reason that it is related to the decision to use the service directly. And it is expected that there will be demand for services that are preparing this business plan. The results of the analysis express that the main reason for participating in social activities is having a social life with others in the same age. And the main factors that affect the satisfaction in choosing the service by means of satisfied with travel safety and satisfied with the speed of service.

The results of the business plan conclude that this business proposal is a business design that involves starting a new business, a business-type service for the elderly. Based on the analysis of the business environment, the key strengths of the business are: the ability of the personnel, and the availability of service equipment. While businesses have weaknesses that need to be solved is the reputation of service and brand. Business opportunities include: The number of elderly people increasing in Thailand. However, the barriers to doing business are the slowing economic growth in the country.

Based on this business plan analysis. Make certain that the business is financially secure. Have the ability to make a profit in addition. When analyzing the financial information from the investment the net present value is greater than zero,

which means that the business has a positive return. The internal rate of return (IRR) is greater than the cost of capital. The Company will use a payback period of approximately 5 years, which is reasonable and worth to invest.

Keywords: elderly, shuttle service, attending social events, service satisfaction

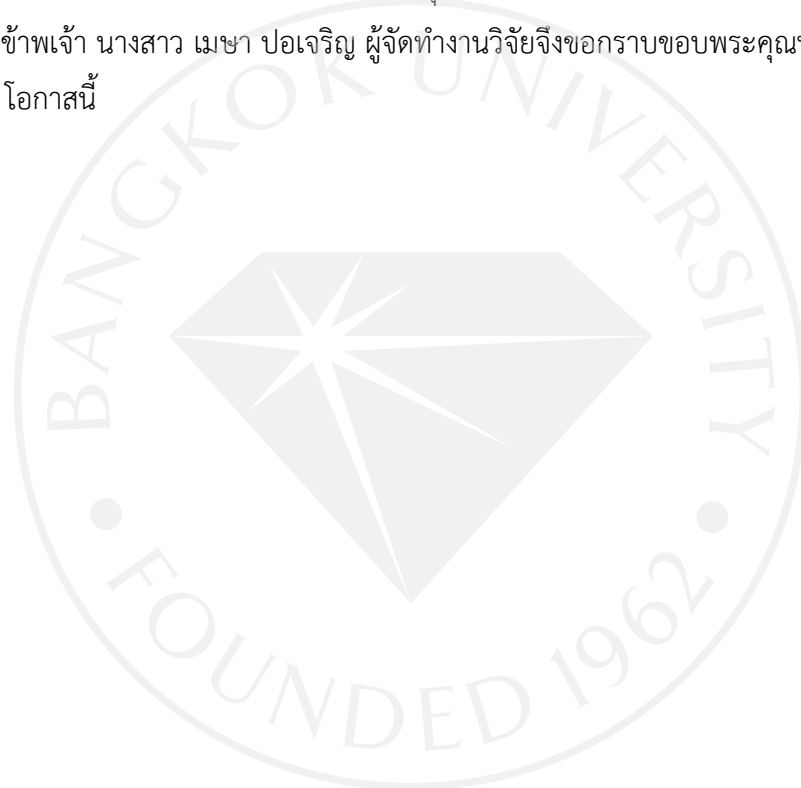


กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในหัวข้อเรื่อง แผนธุรกิจบริการรถรับส่งผู้สูงอายุซีวาซารา สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาจาก ดร.รพีสร เพ็ญเกษม อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ผู้ซึ่งให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ และแก้ไขข้อผิดพลาด จนการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จลุล่วง ตลอดจนคณาจารย์ผู้ให้ความรู้ ทำให้ข้าพเจ้าสามารถนำความรู้ที่ได้จากบทเรียนมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยชิ้นนี้ รวมถึงผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการที่ให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม หากขาดความร่วมมือของท่าน งานวิจัยชิ้นนี้อาจสำเร็จลุล่วงได้

ข้าพเจ้า นางสาว เมษา ปอเจริญ ผู้จัดทำงานวิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เมษา ปอเจริญ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 แนะนำประเภทของธุรกิจ	3
1.3 วิสัยทัศน์	4
1.4 พันธกิจ	4
1.5 เป้าหมาย	5
1.6 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ	6
1.7 ที่ตั้งของสถานประกอบการ	6
1.8 วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนธุรกิจ	7
1.9 รายละเอียดกิจกรรมและระยะเวลาดำเนินการ	7
บทที่ 2 วิธีการดำเนินการในการวิจัย	
2.1 ประเภทของข้อมูล	9
2.2 วิธีการเก็บข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้	9
2.3 ผู้ที่ให้ข้อมูล	9
2.4 ผลการวิจัย	10
2.5 สรุปผลการวิจัย	19
2.6 สรุปผลจากการสัมภาษณ์	20
บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	21
3.2 ปัจจัยแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Environment)	21
3.3 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technological Environment)	22
3.4 ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political-Legal Environment)	23

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ	
3.5 ปัจจัยด้านการแข่งขันภายในธุรกิจ (Porter's Five Force Model)	23
3.6 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	25
3.7 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ (SWOT Analysis)	28
3.8 การสร้างกลยุทธ์ทางเลือกของธุรกิจ (TOWS Matrix)	29
บทที่ 4 โมเดลในการดำเนินธุรกิจ	
4.1 ปัจจัยในการเสนอคุณค่า	31
4.2 ปัจจัยในการกำหนดกลุ่มลูกค้า	33
4.3 ปัจจัยในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	34
4.4 ปัจจัยในการเลือกช่องทาง	35
4.5 ปัจจัยด้านกิจกรรมหลัก	35
4.6 ปัจจัยด้านพันธมิตรหลัก	35
4.7 ปัจจัยด้านทรัพยากรหลัก	36
4.8 ปัจจัยในการกำหนดโครงสร้างต้นทุน	36
4.9 กระแสรายได้	38
บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ	
5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล	40
5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด	45
5.3 แผนกลยุทธ์กระบวนการให้บริการ	49
5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงินและการลงทุน	51
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก	65
ประวัติผู้เขียน	75
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 : ตารางแสดงรายละเอียดกิจกรรมและระยะเวลาดำเนินงาน	7
ตารางที่ 2.1 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล	10
ตารางที่ 2.2 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละด้านเหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	13
ตารางที่ 2.3 : ประเภทของกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วม	14
ตารางที่ 2.4 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ในการเลือกใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุ	18
ตารางที่ 3.1 : ตารางแสดงปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง)	25
ตารางที่ 3.2 : ตารางแสดงปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดอ่อน)	28
ตารางที่ 4.1 : ตารางแสดงโมเดลในการทำธุรกิจ	31
ตารางที่ 4.2 : ตารางแสดงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	33
ตารางที่ 4.3 : ตารางแสดงประมาณการต้นทุน	37
ตารางที่ 4.4 : ตารางแสดงประมาณการรายได้	38
ตารางที่ 5.1 : ตารางแสดงตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ	43
ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงงบประมาณที่ใช้ในการลงทุน	52
ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงงบประมาณการงบกำไรขาดทุน	53
ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงประมาณการงบกำไรสะสม	54
ตารางที่ 5.5 : ตารางแสดงประมาณการงบกระแสเงินสด	55
ตารางที่ 5.6 : ตารางแสดงประมาณการงบดุล	57
ตารางที่ 5.7 : ตารางแสดงการคำนวณจุดคุ้มทุน	58
ตารางที่ 5.8 : ตารางแสดงประมาณการอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ	59
ตารางที่ 5.9 : ตารางแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน	62

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 : ประชากรสูงอายุ ปี พ.ศ. 2553 – 2583	1
ภาพที่ 1.2 : สังคมสูงวัยกับการป็นผลทางประชากร	2
ภาพที่ 1.3 : โอกาสทางเศรษฐกิจในอดีตและอนาคต	3
ภาพที่ 1.4 : แผนที่ที่ตั้งของกิจการ	6
ภาพที่ 2.1 : แผนภาพเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมผู้สูงอายุ	13
ภาพที่ 2.2 : ลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ	15
ภาพที่ 2.3 : ลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้	16
ภาพที่ 2.4 : ลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมบริการผู้อื่น	17
ภาพที่ 5.1 : แสดงแผนผังองค์กร	42

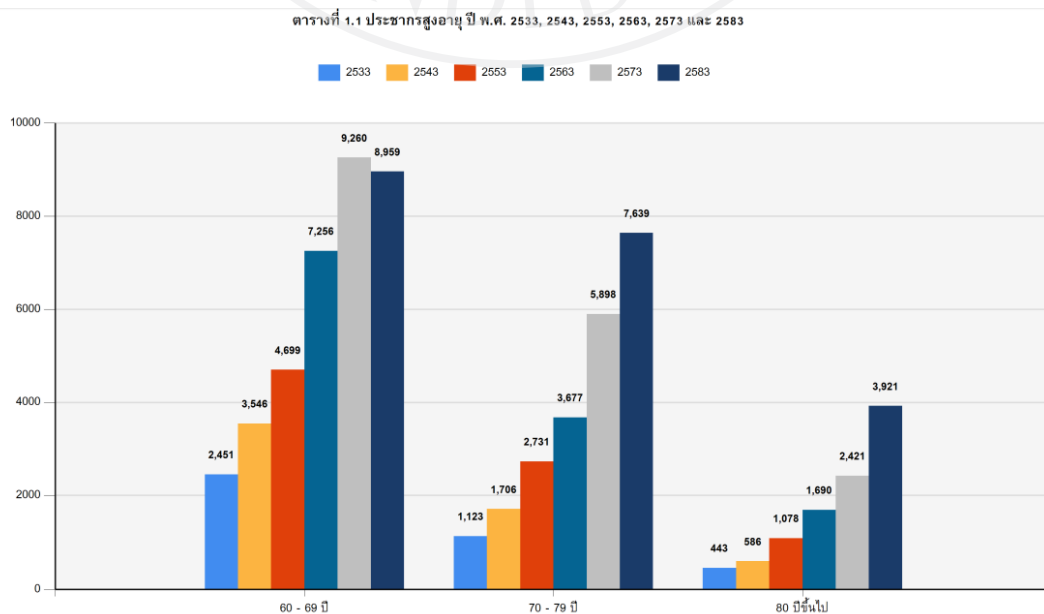


บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาของธุรกิจ

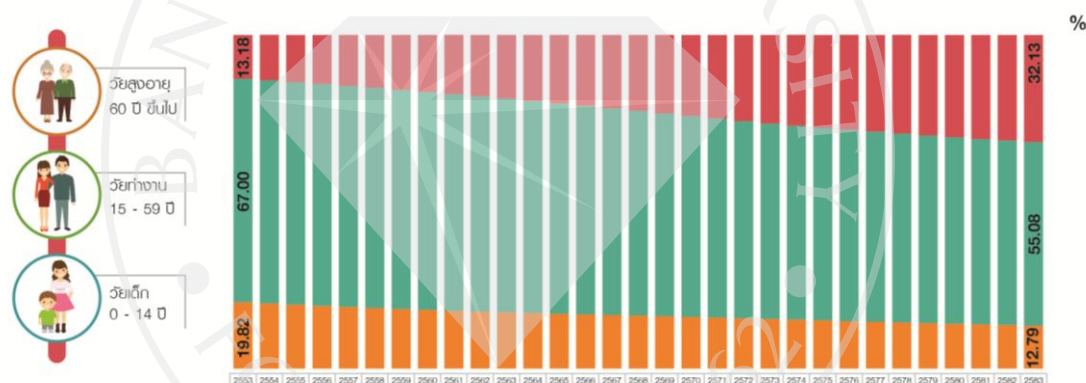
อย่างที่เราทราบดีว่าปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aged Society) ซึ่งจากรายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ทั้ง 6 ครั้ง (การสำรวจเกิดขึ้นระหว่างปี พ.ศ. 2537-พ.ศ. 2560) ได้แสดงให้เห็นถึงจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากอัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุนี้ ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่าประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมสูงวัย (Aged Society) ซึ่งประกอบด้วยประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของสัดส่วนประชากรทั้งหมดเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และในอนาคตเมื่ออัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุสวนทางกับอัตราการลดลงของวัยเด็กและวัยแรงงาน ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่า ในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยจะมีประชากรอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของสัดส่วนประชากรทั้งหมด หรือเรียกว่า สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete aged society) และในอีก 10 ปีข้างหน้า หากประเทศไทยมีจำนวนประชากรสูงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 28 ของสัดส่วนประชากรทั้งหมด ก็จะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super aged society) ซึ่งเมื่อแบ่งสัดส่วนกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศไทยตามความสามารถของผู้สูงอายุในการทำกิจกรรมประจำวัน จะสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุติดสังคม 79.5% กลุ่มผู้สูงอายุติดบ้าน 19% และกลุ่มผู้สูงอายุติดเตียง 1.5%

ภาพที่ 1.1 : ประชากรสูงอายุ ปี พ.ศ. 2553 – 2583



จากการวิเคราะห์ข้อมูลสังคมผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ โดยอ้างอิงจากข้อมูลการจำแนกประชากรตามกลุ่มอายุโดยใช้ฐานข้อมูลประชากรตามทะเบียนราษฎร พบว่า จังหวัดสมุทรปราการ มีสัดส่วนจำนวนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวนร้อยละ 8 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในจังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นว่าจังหวัดสมุทรปราการ ได้ก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aged Society) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างจำนวนประชากรในจังหวัดสมุทรปราการนี้เอง ทำให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ ได้มีการวางแผนในการพัฒนาระบบบริการสุขภาพ พัฒนาระบบบริการสาธารณสุข ศูนย์การเรียนรู้สำหรับผู้สูงอายุ ศูนย์ฝึกอาชีพสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงมีชมรมผู้สูงอายุและ โครงการพัฒนาชีวิตให้กับผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถรองรับจำนวนประชากรสูงอายุที่กำลังเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ภาพที่ 1.2 : สังคมสูงวัยกับการปันผลทางประชากร



- ภาวะเจริญพันธุ์ที่ลดลงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรด้านอายุ ที่ทำให้สัดส่วนประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานลดลง ขณะที่สัดส่วนประชากรสูงอายุสูงขึ้น จนเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัย

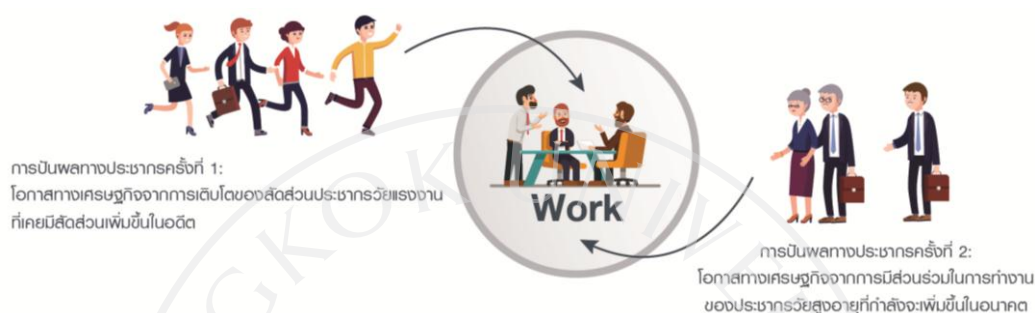
ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *การคาดประมาณ*

ประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553-2583. สืบค้นจาก http://hpc5.anamai.moph.go.th/director/data/plan59/ThaiPopForecast2553_83.pdf.

เนื่องด้วยจำนวนประชากรสูงอายุในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นส่งผลทำให้ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและความต้องการในการดำเนินธุรกิจภายในประเทศเกิดการเปลี่ยนแปลงไป ตามรูปแบบของโครงสร้างประชากรถึงแม้ว่าสังคมไทยจะมีการปลูกฝังให้ลูกหลานดูแลบุพการีและผู้มีพระคุณในยามแก่เฒ่าเพื่อเป็นการทดแทนบุญคุณ แต่ด้วยสัดส่วนโครงสร้างของประชากรที่เปลี่ยนไป คือมีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันสัดส่วนของประชากรวัยทำงานกลับลดน้อยลง ด้วยสัดส่วน

จำนวนประชากรที่สวนทางกันนี้ ทำให้มีประชากรสูงอายุจำนวนมากจะต้องอยู่บ้านเพียงลำพังและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากลูกหลานมีความจำเป็นที่จะต้องออกไปทำงานเพื่อดำรงเลี้ยงชีพ จึงมีเวลาในการดูแลกลุ่มผู้สูงอายุเหล่านี้ล้นน้อยลง

ภาพที่ 1.3 : โอกาสทางเศรษฐกิจในอดีตและอนาคต



จากสถานการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ทำให้คนไทยเริ่มตื่นตัวและสนใจที่จะดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งตลาดธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุในไทยยังมีคู่แข่งทางธุรกิจไม่มากนัก ทางกิจการจึงเล็งเห็นถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับหากดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ โดยกิจการได้มุ่งเน้นไปที่การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุในกลุ่มผู้สูงอายุติดสังคมและติดบ้าน ซึ่งหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุ คือ การเดินทาง ซึ่งเมื่อผู้สูงอายุเกิดความยากลำบากและรู้สึกถึงความไม่สะดวกสบายในการเดินทาง ก็จะส่งผลทำให้ความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ ลดน้อยลง กลายเป็นผู้สูงอายุที่อยู่ติดบ้าน เกิดความเบื่อหน่ายในการดำรงชีวิตและอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพจิตของผู้สูงอายุได้ ดังนั้นทางกิจการจึงได้นำปัญหาเรื่องการเดินทางของผู้สูงอายุที่เกิดขึ้น มาเป็นแนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจเกี่ยวกับการให้บริการรับส่งผู้สูงอายุ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง รวมถึงอยู่เป็นเพื่อนและให้ความช่วยเหลือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างวัน

1.2 แนะนำประเภทของธุรกิจ

ชื่อกิจการ

บริการรถรับส่งผู้สูงอายุชีวาชารา (Cheva Chara Private Driver Service)

ลักษณะของธุรกิจ

เป็นธุรกิจประเภทบริการโดยให้บริการรับส่งผู้สูงอายุ ที่มีความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมต่าง ๆ แต่มีปัญหาระหว่างการเดินทางหรือขาดความสะดวกสบาย และความปลอดภัยในด้านการ

เดินทางหรือลูกหลานไม่มีเวลาพาไปทำกิจกรรมต่าง ๆ เนื่องด้วยข้อจำกัดในการดำรงชีวิตและความจำเป็นในการดำรงเลี้ยงชีพ โดยในการบริการแต่ละครั้ง จะให้บริการแก่ผู้สูงอายุครั้งละไม่เกิน 2 ท่าน เพื่อให้สามารถอำนวยความสะดวกและดูแลผู้สูงอายุที่เข้ามาใช้บริการได้อย่างใกล้ชิด ซึ่งทางกิจการจะให้บริการโดยคนขับรถที่มีความเชี่ยวชาญและผ่านการอบรมจากกรมการขนส่งทางบก มีใบขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลและใบขับขี่รถสาธารณะอย่างถูกต้องตามกฎหมาย อีกทั้งทางกิจการจะให้บริการด้วยรถตู้ที่มีเก้าอี้ระบบไฟฟ้าใช้สำหรับขึ้นลง เพื่อให้ผู้สูงอายุที่เข้ามาใช้บริการได้รับความปลอดภัย ความสะดวกสบายเมื่อขึ้น-ลงรถจากรถมากไปกว่านั้น รถทุกคันที่ให้บริการจะผ่านการฆ่าเชื้อ และทำความสะอาดทุกครั้งก่อน-หลังการใช้งาน

รูปแบบของการให้บริการ

บริการรถรับส่งผู้สูงอายุชิวาชา (Chiva Chara Private Driver Service) มีรูปแบบในการให้บริการ คือบริการรถยนต์พร้อมคนขับ การบริการประเภทนี้จะให้บริการโดยพนักงานขับรถ ซึ่งมีหน้าที่ในการบริการรับลูกค้าที่จุดนัดหมายเพื่อพาไปส่งยังจุดหมายปลายทาง และอยู่รอจนกระทั่งลูกค้าเสร็จธุระแล้วจึงพากลับมาส่งยังสถานที่เดิมโดยสวัสดิภาพ พร้อมทั้งคอยอำนวยความสะดวกในการขึ้น-ลงยานพาหนะ ในกรณีที่ลูกค้าสูงอายุมีปัญหาเกี่ยวกับการเดิน พนักงานขับรถจะทำหน้าที่ในการช่วยพยุง หรือบริการเข็นรถเข็นที่เตรียมมาพร้อมกับยานพาหนะ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความคล่องตัว และเกิดความสะดวกสบายในการเดินทางและเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่มีปัญหาในการช่วยเหลือตัวเอง หรือต้องการความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ทางกิจการจะมีในส่วนของผู้ดูแลและผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นมา โดยผู้ดูแลและผู้สูงอายุจะทำหน้าที่ในการดูแลและร่วมทำกิจกรรมกับผู้สูงอายุตลอดทั้งวัน เช่น บริการเข็นรถเข็นให้แก่ผู้สูงอายุในการเลือกซื้อสินค้าภายในห้างสรรพสินค้า ช่วยป้อนอาหารให้แก่ผู้สูงอายุที่มีความบกพร่องในการเคลื่อนไหว (มือสั่น) เป็นต้น

1.3 วิสัยทัศน์

มีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการรับ-ส่งและดูแลผู้สูงอายุระหว่างวันในจังหวัดสมุทรปราการ

1.4 พันธกิจ

ให้บริการด้วยใจประหนึ่งลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการคือบุคคลภายในครอบครัว และไม่หยุดพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถบริการและดูแลผู้สูงอายุได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัย ถูกใจผู้ใช้บริการ

1.5 เป้าหมาย

ทิศทางการขับเคลื่อนของธุรกิจบริการรถรับส่งผู้สูงอายุชิวาชา (Chiva Chara Private Driver Service) ในระยะสั้นและระยะยาว

เป้าหมายระยะสั้น :

1. ภายหลังจากกิจการสามารถดำเนินธุรกิจได้ครบ 1 ปี จะดำเนินการขยายช่องทางการให้บริการใหม่ ซึ่งคาดว่าจะเป็นการจัดตั้งเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เนื่องจากปัจจุบันผู้สูงอายุเริ่มให้ความสนใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีสมัยใหม่และหันมาใช้ประโยชน์จากสมาร์ตโฟนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายนี้จะทำให้ลูกค้าที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุสามารถติดต่อและเข้าถึงบริการได้สะดวกมากยิ่งขึ้น รวมถึงทำการประชาสัมพันธ์ผ่านการจัดกิจกรรมตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล และศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งจะทำให้กิจการเป็นที่รู้จัก มีฐานลูกค้าที่ให้ความสนใจและตัดสินใจเข้ารับบริการเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย

2. เมื่อกิจการสามารถดำเนินธุรกิจได้ครบ 2 ปี จะดำเนินการพัฒนากระบวนการให้บริการใหม่ ซึ่งคาดว่าจะเป็นการพัฒนาบุคลากรที่มีหน้าที่ในการดูแลผู้สูงอายุในระหว่างการเดินทางให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มลูกค้าของกิจการทั้งหมดเป็นผู้สูงอายุ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องดูแลอย่างใกล้ชิดและระมัดระวังเป็นพิเศษ ซึ่งจากเดิมถึงแม้ว่าบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการดูแลผู้สูงอายุจะทำหน้าที่อย่างเต็มที่ ดูแลผู้สูงอายุด้วยใจประหนึ่งเป็นบุคคลภายในครอบครัว แต่ก็ยังขาดศักยภาพและทักษะเฉพาะทางในการดูแลผู้สูงอายุอยู่มาก ดังนั้นทางกิจการจึงส่งบุคลากรเข้าอบรมในหลักสูตรการฝึกอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุกรมอนามัย โดยสำนักอนามัยผู้สูงอายุ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งการพัฒนาบุคลากรนี้จะทำให้กิจการได้รับความไว้วางใจในการใช้บริการจากลูกค้าเก่า และสามารถเพิ่มการเข้าใช้บริการในกลุ่มลูกค้าใหม่ได้อีกด้วย

เป้าหมายระยะยาว :

1. กิจการจะดำเนินการขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ควบคู่ไปกับการขยายบริการใหม่ เพื่อเป็นการเพิ่มกลุ่มลูกค้าและต่อยอดบริการเดิมที่มีอยู่ ซึ่งคาดว่าจะเป็นการเพิ่มกลุ่มผู้สูงอายุที่รักในการเดินทางและท่องเที่ยวในต่างจังหวัด เนื่องจากรูปแบบการบริการของทางกิจการมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของผู้บริโภคได้แต่เนื่องจากรูปแบบการให้บริการเป็นแบบรายวัน จึงมีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลาในการให้บริการ ดังนั้นการเพิ่มรูปแบบการให้บริการแบบค้างคืน จะสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุที่รักและชื่นชอบในการท่องเที่ยวได้ ซึ่งในการเพิ่มกลุ่มลูกค้าและขยายบริการเพิ่มนี้ จะทำให้กิจการมีกลุ่มลูกค้าและรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้น

1.6 วัตถุประสงค์ของธุรกิจ

ผลตอบแทนที่ต้องการของธุรกิจในระยะสั้นและระยะยาว

วัตถุประสงค์ของธุรกิจในระยะสั้น:

1. กิจการเป็นที่รู้จักในกลุ่มสังคมผู้สูงอายุ
2. ลูกค้าได้รับคุณภาพการบริการที่ดีและเกิดความพึงพอใจหลังจากใช้บริการ
3. ยกระดับคุณภาพในด้านการเดินทางของผู้สูงอายุให้สามารถเดินทางได้อย่าง

สะดวกสบาย มีความปลอดภัย และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

4. กิจการสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 5ปี

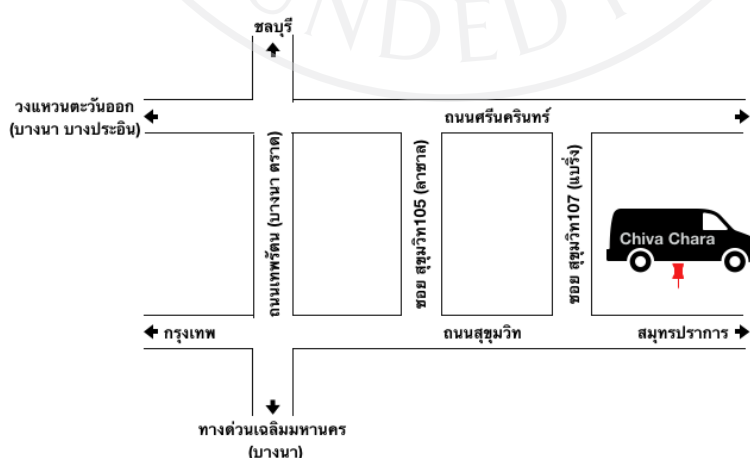
วัตถุประสงค์ของธุรกิจในระยะยาว:

กิจการสามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุ

1.7 ที่ตั้งของสถานประกอบการ

525/100 ซอยพรสว่าง 8 ถนนสุขุมวิท 111 ตำบลสำโรงเหนือ อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ 10270 ซึ่งจุดเด่นของสถานที่นี้คือ มีการเดินทางที่สะดวก ตรงกับรูปแบบการให้บริการของทางกิจการ อยู่ใกล้ถนนที่เป็นเส้นทางหลักหลายสาย เช่น ถนนสุขุมวิท ถนนศรีนครินทร์ ถนนเทพารักษ์ ทางด่วนเฉลิมมหานคร (บางนา) ทางพิเศษบูรพาวิถี (ถนนเทพรัตน บางนา-ตราด) และวงแหวนตะวันออก (สายมอเตอร์เวย์บางปะอิน-บางนา)

ภาพที่ 1.4 : แผนที่ที่ตั้งของกิจการ



1.8 วัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนธุรกิจ

1. เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการยื่นขอสินเชื่อจากทางธนาคาร
2. เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจบริการผู้สูงอายุ
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจ ให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างเป็นระบบ
4. เพื่อเป็นตัวช่วยในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยรวมของกิจการ และสามารถกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.9 รายละเอียดกิจกรรมและระยะเวลาดำเนินการ

ตารางที่ 1.1 : ตารางแสดงรายละเอียดกิจกรรมและระยะเวลาดำเนินงาน

ลำดับ	กิจกรรม	ปีพ.ศ. 2561								
		มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1	ติดต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อแจ้งความคืบหน้าและนัดพบ									
2	ร่างหัวข้อและรายละเอียด เพื่อนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา									
3	ออกแบบการวิจัย และสร้างแบบสอบถาม									
4	เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง									
5	นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS									
6	สรุปผลการวิจัย									

(ตารางมีต่อ)

บทที่ 2

วิธีดำเนินการในการวิจัย

2.1 ประเภทของข้อมูล

แผนธุรกิจฉบับนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้ข้อมูลประเภทที่เก็บรวบรวมเอง หรือเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำไปใช้ในการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ทักษะคิดเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุ และทักษะคิดเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะของผู้สูงอายุ

2.2 วิธีการเก็บข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้

วิธีการเก็บข้อมูลที่จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสำรวจความคิดเห็น โดยแบ่งเป็นการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก และใช้แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งจะมีการวิเคราะห์ค่าสถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS แบบสถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการหาค่าความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percent) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อนำมาสรุปถึงพฤติกรรมและความต้องการในการใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุ และใช้ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาเป็นพื้นฐานในการกำหนดแผนกลยุทธ์ของกิจการในด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล แผนทางการตลาด และแผนกระบวนการให้บริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด

2.3 ผู้ที่ให้ข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างลูกค้ำเป้าหมายที่ใช้ในการทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ คือ กลุ่มผู้สูงอายุชาวไทย ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้บริการโดยตรง และคาดว่าจะมีความต้องการในการใช้บริการที่กำลังจัดทำแผนธุรกิจฉบับนี้ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างลูกค้ำเป้าหมายกลุ่มนี้ จึงเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องมากที่สุด โดยจำนวนผู้ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามมีจำนวน 200 คน โดยมีการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้สามารถศึกษาข้อมูลที่มีความหลากหลาย และเพื่อความสะดวกรวดเร็วของผู้ที่ให้ข้อมูลและผู้ที่ให้ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์มีจำนวน 9 คน

แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทักษะคิดเกี่ยวกับการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุ และทักษะคิดเกี่ยวกับการเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะของผู้สูงอายุ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ลักษณะการอยู่อาศัย สถานภาพการทำงาน และแหล่งรายได้หลัก

ส่วนที่ 2 เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรม โดยใช้ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ แก่เหงา ได้มีสังคมร่วมกับผู้อื่นในวัยเดียวกัน ต้องการพบปะพูดคุยกับผู้อื่น ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ และต้องการมีงานทำและรายได้

ส่วนที่ 3 ประเภทของกิจกรรมที่เข้าร่วม โดยใช้ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมการเรียนรู้ กิจกรรมบริการผู้อื่น และไม่เข้าร่วมกิจกรรมใด ๆ เลย

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุ จำนวน 14 ข้อ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความเชื่อมั่น และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาที่กำหนดแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีระดับความคิดเห็นตั้งแต่ ระดับน้อยที่สุด คือ 1 จนถึง ระดับมากที่สุด คือ 5 ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลคะแนนตามวิธีการคำนวณ โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้น

2.4 ผลการวิจัย

2.4.1 ลักษณะข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในส่วนนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ลักษณะการอยู่อาศัย สถานภาพการทำงาน และแหล่งรายได้หลัก โดยใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ มีรายละเอียดตามตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	82	41.0
	หญิง	118	59.0
	รวม	200	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ) : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	1. ผู้สูงอายุวัยต้น อายุ 60-69 ปี	106	53.0
	2. ผู้สูงอายุวัยกลาง อายุ 70-79 ปี	62	31.0
	3. ผู้สูงอายุวัยปลาย อายุ 80 ปีขึ้นไป	32	16.0
	รวม	200	100.0
สถานภาพสมรส	1. สมรสและคู่สมรสอยู่ในครัวเรือน	116	58.0
	2. สมรสและคู่สมรสไม่อยู่ในครัวเรือน	17	8.5
	3. หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่/เคยสมรสฯ	52	26.0
	4. โสด	15	7.5
	รวม	200	100.0
ลักษณะการอยู่อาศัย	1. อาศัยอยู่คนเดียวตามลำพัง	20	10.0
	2. อาศัยอยู่กับสมาชิกอื่น ๆ ในครัวเรือน	180	90.0
	3. อาศัยอยู่กับสถาบันทางสังคมต่าง ๆ	0	0.0
	รวม	200	100.0
สถานภาพการทำงาน	1. ยังทำงานอยู่ในขณะนี้	43	21.5
	2. ไม่ได้ทำงานแล้ว	127	63.5
	3. ธุรกิจส่วนตัว	30	15.0
	รวม	200	100.0
แหล่งรายได้หลัก	1. บุตร	81	40.5
	2. การทำงาน	59	29.5
	3. เบี้ยยังชีพจากราชการ	19	9.5
	4. บำเหน็จ/บำนาญ	36	18.0
	5. คู่สมรส	3	1.5
	6. ดอกเบี้ยจากเงินออมฯ	2	1.0
	รวม	200	100.0

จากตารางที่ 2.1 พบว่า เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ตามเพศและอายุ พบว่า มี ร้อยละ 59 เป็นเพศหญิง ซึ่งมีการกระจายตัวอยู่ใน 3 ช่วงอายุ ซึ่งส่วนใหญ่ ร้อยละ 53 เป็น ผู้สูงอายุวัยต้น 60-69 ปี รองลงมาคือ ผู้สูงอายุวัยกลาง อายุ 70-79 ปี ร้อยละ 31 และผู้สูงอายุวัย ปลาย อายุ 80 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 16 เท่านั้น

เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ตามสถานภาพสมรสพบว่า มีจำนวนผู้สมรส และคู่สมรสอยู่ในครัวเรือนมากที่สุดจำนวน 116 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 58 ลำดับถัดมาคือ หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่/เคยสมรสฯ จำนวน 52 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคือ สมรสและคู่สมรสไม่ อยู่ในครัวเรือน และโสด ซึ่งมาจำนวน 17 และ 15 หรือคิดเป็นร้อยละ 8.5 และ 7.5 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ตามลักษณะการอยู่อาศัยพบว่า มีจำนวน 180 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 90 อาศัยอยู่กับสมาชิกอื่น ๆ ในครัวเรือน และมีเพียง 20 คน หรือคิด เป็นร้อยละ 10 เท่านั้นที่อาศัยอยู่คนเดียวตามลำพัง

เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ตามสถานภาพการทำงานพบว่า มีจำนวน 127 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 63.5 ไม่ได้ทำงานแล้ว มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ที่ยังทำงาน อยู่ และมีจำนวน 30 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 15.0 ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 200 คน ตามแหล่งรายได้หลักพบว่า มีจำนวน 81 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.5 ที่รายได้มาจากบุตร มีจำนวน 59 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 29.5 ที่รายได้ มาจากการทำงาน มีจำนวน 36 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.0 ที่รายได้มาจากบำเหน็จ/บำนาญ มี จำนวน 19 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.5 ที่รายได้มาจากเบี้ยยังชีพจากทางราชการ มีจำนวน 3 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.5 ที่รายได้มาจากคู่สมรส และมีจำนวน 2 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.0 ที่รายได้ มาจากดอกเบี้ยจากเงินออมฯ

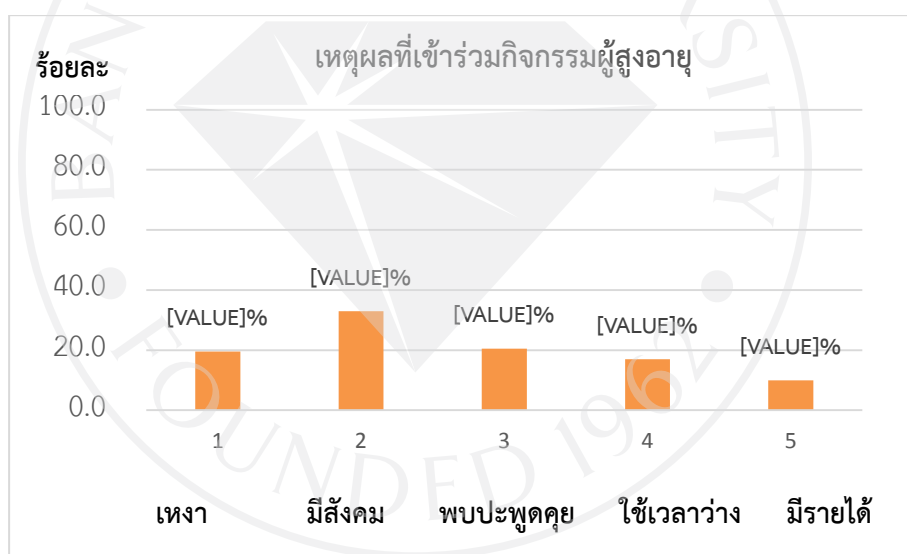
2.4.2 เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุ

ในส่วนนี้เป็นการนำเสนอเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม จากผู้ตอบ แบบสอบถามจำนวน 200 คน โดยใช้การวิเคราะห์ค่าความถี่และร้อยละ สามารถแสดงผลการ วิเคราะห์ที่ได้ดังตารางที่ 2.2 และกราฟแสดงร้อยละของการเลือกตอบเหตุผลด้านต่างๆ ดังแผนภาพ ที่ 2.1

ตารางที่ 2.2 : ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละด้านเหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แก้เหงา	39	19.5
ได้มีสังคมร่วมกับผู้อื่นในวัยเดียวกัน	66	33.0
ต้องการพบปะพูดคุยกับผู้อื่น	41	20.5
ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์	34	17.0
ต้องการมีงานทำและมีรายได้	20	10.0
รวม	200	100.0

ภาพที่ 2.1 : เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมผู้สูงอายุ



จากตารางที่ 2.2 และแผนภาพ 2.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 200 คน มีการเข้าร่วมกิจกรรมด้วยเหตุผลหลักคือได้มีสังคมร่วมกับผู้อื่นในวัยเดียวกันจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 33.0) รองลงมาคือต้องการพบปะพูดคุยกับผู้อื่น (ร้อยละ 20.5) แก้เหงา (ร้อยละ 19.5) ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ (ร้อยละ 17.0) และต้องการมีงานทำและมีรายได้ (ร้อยละ 10.0) เป็นเหตุผลที่เลือกเข้าร่วมกิจกรรมน้อยที่สุด

2.4.3 ประเภทของกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วม

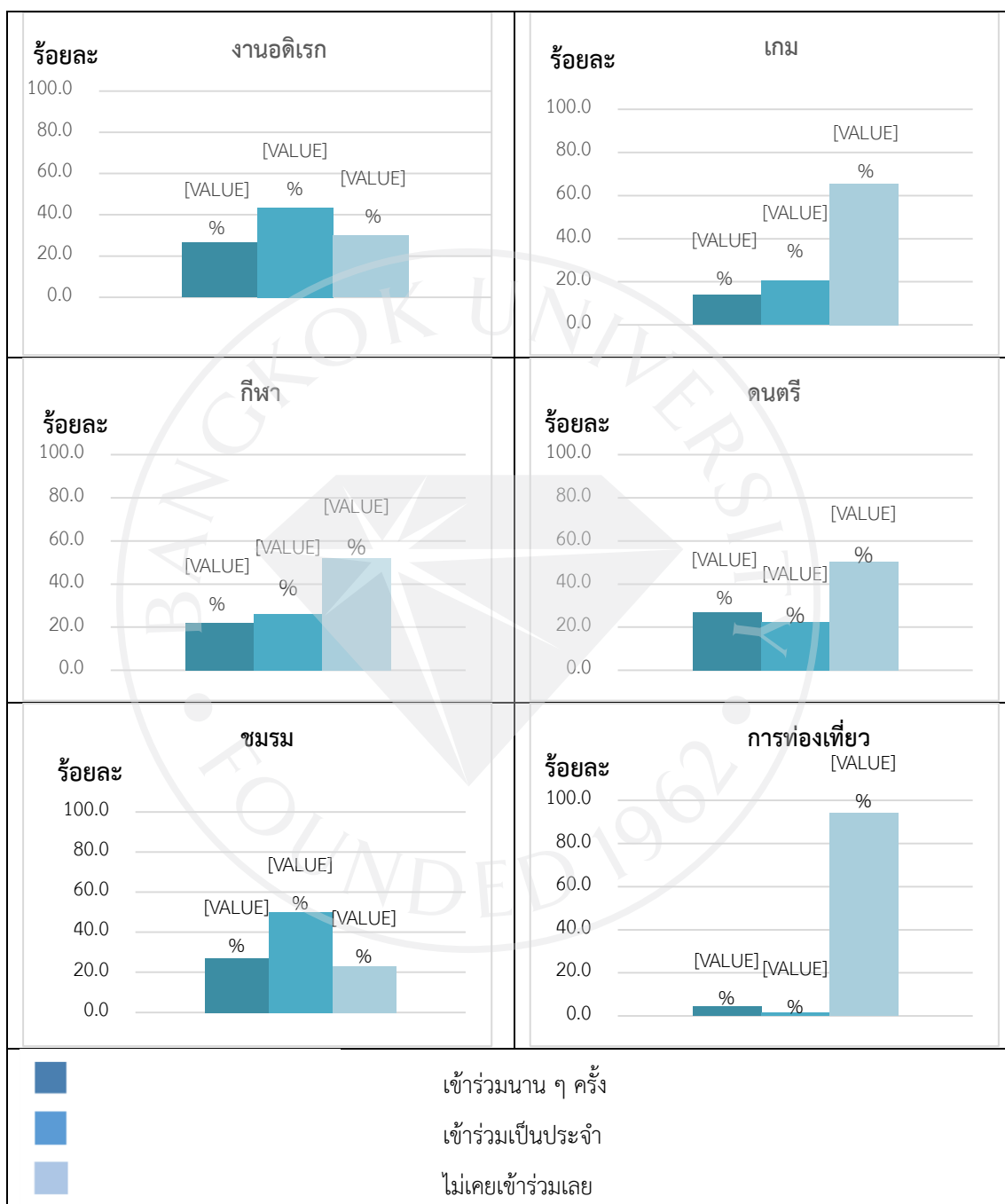
ในส่วนนี้เป็นการนำเสนอว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 200 คน มีลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมผู้สูงอายุโดยจำแนกเป็นกิจกรรมนันทนาการ กิจกรรมการเรียนรู้ และ

กิจกรรมบริการผู้อื่นในลักษณะใด สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ที่ได้ตั้งตารางที่ 2.3 และกราฟแสดง ร้อยละของลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมจำแนกตามประเภทของกิจกรรมย่อย ๆ ได้ดังแผนภาพ ที่ 2.2- 2.4

ตารางที่ 2.3 : ประเภทของกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วม

ประเภทของกิจกรรมที่เข้าร่วม	ลักษณะการเข้าร่วม					
	เข้าร่วมนานๆ ครั้ง		เข้าร่วมเป็นประจำ		ไม่เคยเข้าร่วมเลย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กิจกรรมนันทนาการ ทำในสิ่งที่ตนเองชอบ มีทักษะ หรือมีความถนัดเป็นพิเศษ						
งานอดิเรก	53	26.5	87	43.5	60	30.0
เกม	28	14.0	41	20.5	131	65.5
กีฬา	44	22.0	52	26.0	104	52.0
ดนตรี	54	27.0	45	22.5	101	50.5
ชมรม	54	27.0	100	50.0	46	23.0
การท่องเที่ยว	31	15.5	10	5.0	159	79.5
กิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อสนองความอยากรู้ หรือดำเนินกิจกรรมบางอย่างให้สำเร็จ						
การเรียนในระบบศึกษาผู้ใหญ่	20	10.0	6	3.0	174	87.0
การศึกษานอกระบบ	9	4.5	3	1.5	188	94.0
การเรียนในมหาวิทยาลัยเปิด	6	3.0	5	2.5	189	94.5
การอบรมระยะสั้น ๆ	54	27.0	17	8.5	129	64.5
กิจกรรมบริการผู้อื่น เป็นอาสาสมัคร เสียสละทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม						
บริการทางสุขภาพอนามัย	56	28.0	18	9.0	126	63.0
องค์กรการกุศล	54	27.0	20	10.0	126	63.0
กลุ่มเฉพาะทาง	42	21.0	12	6.0	146	73.0
บทบาทตามวิชาชีพ	25	12.5	13	6.5	162	81.0

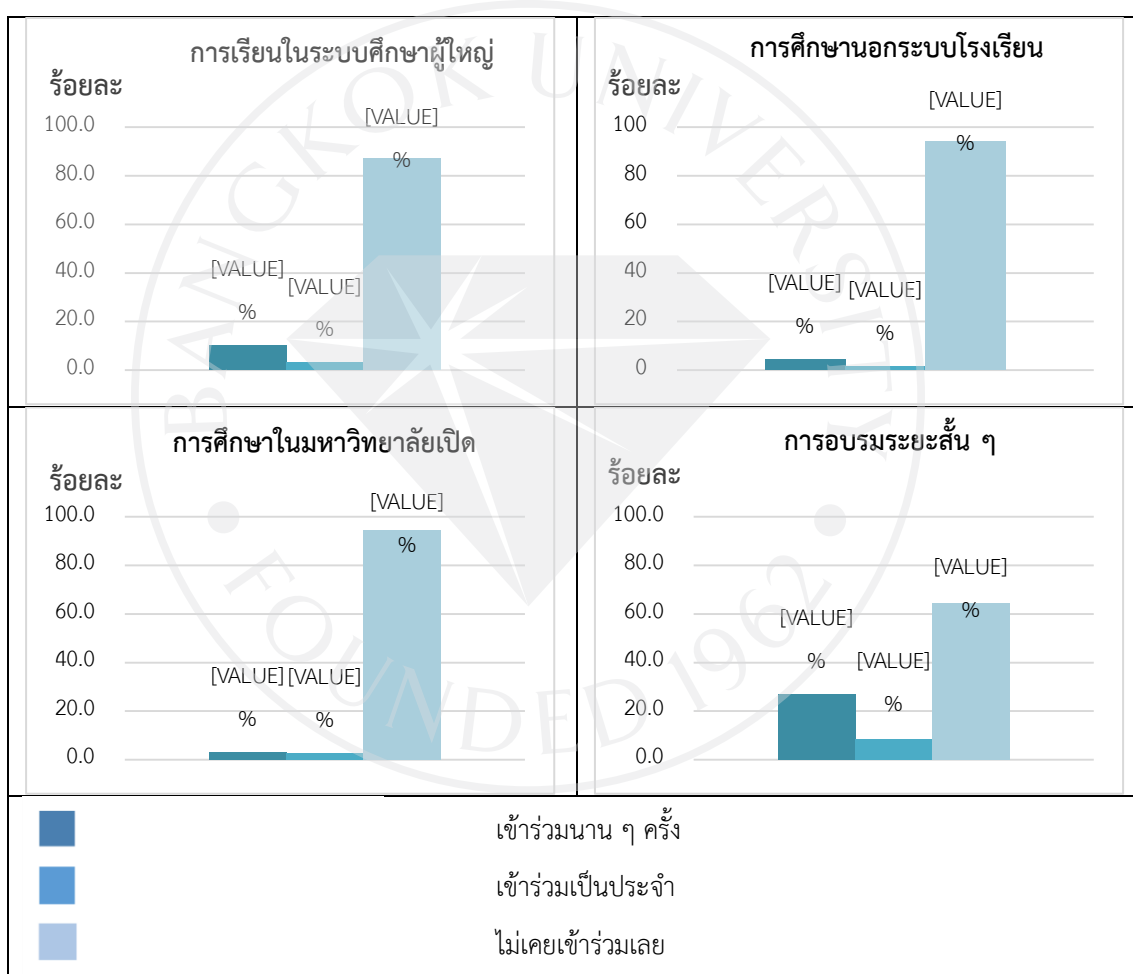
ภาพที่ 2.2 : ลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ทำในสิ่งที่ตนเองชอบ มีทักษะ หรือมีความถนัด เป็นพิเศษ



จากภาพที่ 2.2 แสดงลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ ทำในสิ่งที่ตนเองชอบ มีทักษะ หรือมีความถนัดเป็นพิเศษของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 200 คน จำแนกลักษณะการเข้าร่วมตาม กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมที่เป็นงานอดิเรกพบว่าการเข้าร่วมเป็นประจำจำนวนมากที่สุด (43.5%)

กิจกรรมที่เป็นเกมพบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (65.5%) กิจกรรมกีฬาพบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (52.0%) กิจกรรมดนตรีพบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (50.5%) กิจกรรมชมรมพบว่า เข้าร่วมเป็นประจำมีจำนวนมากที่สุด (50.0%) และกิจกรรมท่องเที่ยวพบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (79.5%)

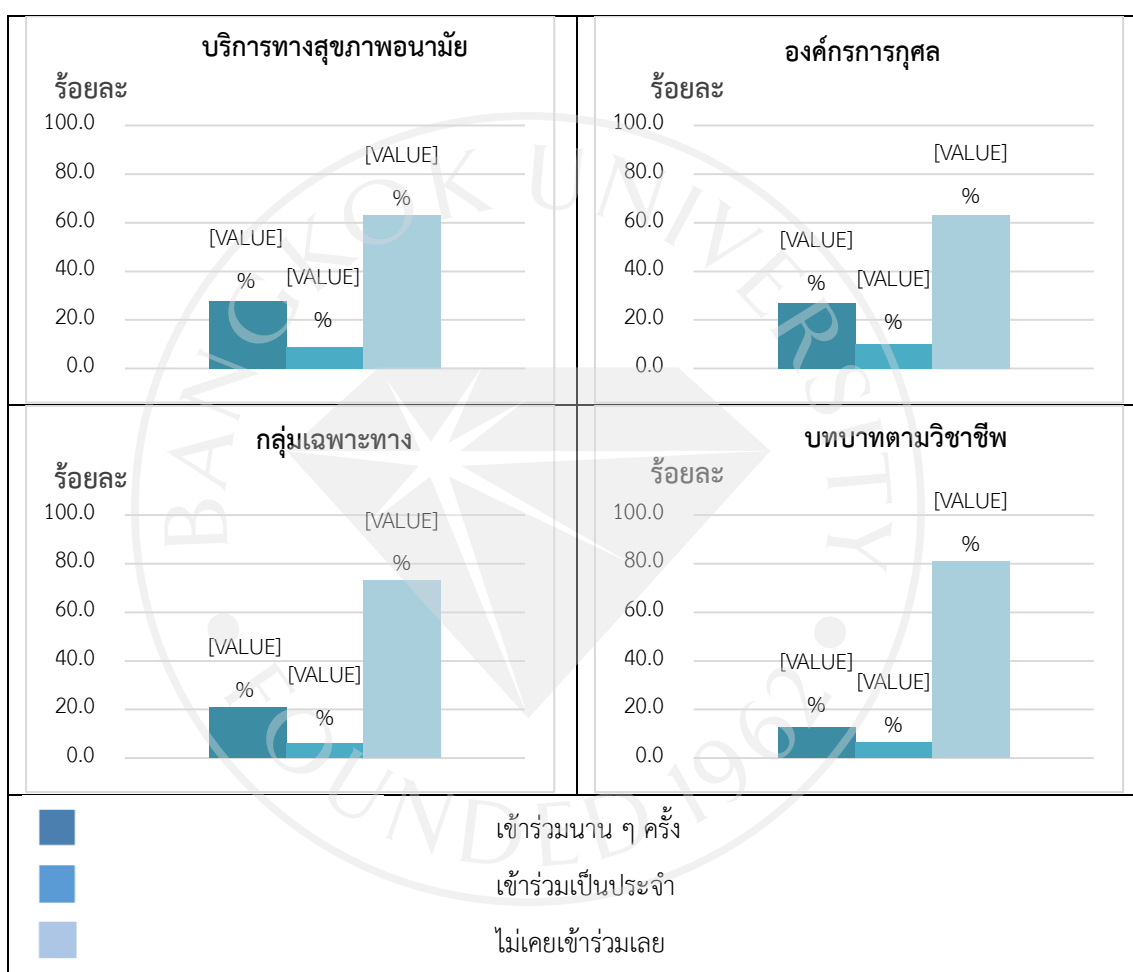
ภาพที่ 2.3 : ลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อสนองความอยากรู้ หรือดำเนินกิจกรรมบางอย่างให้สำเร็จ



จากภาพที่ 2.3 แสดงลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อสนองความอยากรู้ หรือดำเนินกิจกรรมบางอย่างให้สำเร็จของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 200 คน จำแนกลักษณะการเข้าร่วมตามกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการเรียนในระบบศึกษาผู้ใหญ่พบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (87.0%) กิจกรรมการศึกษานอกระบบพบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (94.0%) กิจกรรม

การศึกษาในมหาวิทยาลัยเปิดพบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (94.5%) และกิจกรรมการอบรมระยะสั้น ๆ พบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (64.5%)

ภาพที่ 2.4 : ลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมบริการผู้อื่น เป็นอาสาสมัคร เสียสละทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ ต่อสังคม



จากภาพที่ 2.4 แสดงลักษณะการเข้าร่วมกิจกรรมบริการผู้อื่น เป็นอาสาสมัคร เสียสละทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 200 คน จำแนกลักษณะการเข้าร่วมตามกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมเกี่ยวกับบริการทางสุขภาพอนามัยพบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (63.0%) กิจกรรมองค์กรการกุศลพบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (63.0%) กิจกรรมกลุ่มเฉพาะทางพบว่า ไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (73.0%) และกิจกรรมบทบาทตามวิชาชีพพบว่าไม่เคยเข้าร่วมเลยมีจำนวนมากที่สุด (81.0%)

2.4.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุ

ในส่วนนี้เป็นการศึกษาระดับปัจจัยที่ต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุ ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับค่าเฉลี่ย ดังผลได้ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 : ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผลระดับ
ด้านความเป็นรูปธรรม	4.20	0.40	มาก
1. พึงพอใจต่อสภาพรถ	3.88	0.67	มาก
2. พึงพอใจต่อความสะอาดของรถรับส่งและอุปกรณ์ภายในรถ	4.39	0.62	มาก
3. พึงพอใจต่อความรวดเร็ว	4.34	0.70	มาก
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.46	0.33	มาก
1. พึงพอใจต่อมารยาทในการขับรถ	4.49	0.78	มาก
2. พึงพอใจต่อความปลอดภัยในการเดินทาง	4.55	0.55	มากที่สุด
3. พึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน	4.46	0.61	มาก
4. พึงพอใจต่อการตรงต่อเวลา	4.39	0.71	มาก
5. พึงพอใจต่อระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง	4.41	0.66	มาก
ด้านการตอบสนองความต้องการ	4.38	0.35	มาก
1. พึงพอใจต่อการบริการของพนักงาน	4.25	0.70	มาก
2. พึงพอใจต่อความเป็นมิตรไมตรีที่ได้รับขณะใช้บริการ	4.24	0.71	มาก
3. พึงพอใจต่อความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ	4.49	0.67	มาก
4. พึงพอใจต่อความรวดเร็วในการให้บริการ	4.52	0.61	มากที่สุด
ด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ	4.37	0.49	มาก
1. พึงพอใจในความใส่ใจของพนักงาน	4.37	0.69	มาก
2. พึงพอใจต่อความชำนาญในการดูแลผู้สูงอายุ	4.36	0.66	มาก

จากตารางที่ 2.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการเลือกใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุในด้านความน่าเชื่อถือมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.46, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.33) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านการตอบสนองความต้องการ (ค่าเฉลี่ย = 4.38, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.35) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.37, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.49) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับ 3 ด้านที่ผ่านมาคือด้านความเป็นรูปธรรม (ค่าเฉลี่ย = 4.20, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.40) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

เมื่อพิจารณารายข้อในด้านความเป็นรูปธรรมพบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ พึงพอใจต่อความสะดวกสบายของรถรับส่งและอุปกรณ์ภายในรถ (ค่าเฉลี่ย = 4.39, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.62) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือพึงพอใจต่อสภาพรถ (ค่าเฉลี่ย = 3.88, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.67) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

เมื่อพิจารณารายข้อในด้านความน่าเชื่อถือพบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ พึงพอใจต่อความปลอดภัยในการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย = 4.55, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.55) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ขณะที่ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือพึงพอใจต่อการตรงต่อเวลา (ค่าเฉลี่ย = 4.39, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.71) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อในด้านการตอบสนองความต้องการพบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ พึงพอใจต่อความเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.52, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.61) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ขณะที่ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือพึงพอใจต่อความเป็นมิตรไมตรีที่ได้รับขณะใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 4.24, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.71) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อในด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ พบว่า ข้อที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุดคือ พึงพอใจในความใส่ใจของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย = 4.37, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.69) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือพึงพอใจต่อความชำนาญในการดูแลผู้สูงอายุ (ค่าเฉลี่ย = 4.36, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.66) โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

2.5 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยทางผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญของข้อมูลในส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุเป็นสำคัญ โดยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ซึ่งความพึงพอใจของผู้ใช้บริการด้านความเป็นรูปธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อความสะดวกสบายของรถรับส่งและอุปกรณ์ภายในรถ และพึงพอใจต่อความเร็วมากที่สุด ใน

ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเดินทางมากที่สุด ลำดับต่อมาคือความพึงพอใจในด้านการตอบสนองความต้องการ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการให้บริการมากที่สุด และสุดท้ายในด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญทั้งความใส่ใจของพนักงาน และความชำนาญในการดูแลผู้สูงอายุ โดยสรุปข้อมูลทั้งหมดนี้ถือว่าเป็นฐานข้อมูลที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ของทางกิจการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

2.6 สรุปผลที่ได้จากการสัมภาษณ์

เนื่องจากรูปแบบการบริการที่มีข้อจำกัดในการให้บริการเฉพาะผู้สูงอายุ ทำให้มีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ และความคิดเห็นที่มีต่อการบริการได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพื่อนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดกลยุทธ์ต่าง ๆ ต่อไป ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์สามารถสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ได้ให้ความสนใจในรูปแบบของการบริการ และเล็งเห็นถึงความจำเป็นของการบริการรองรับผู้สูงอายุ โดยได้ให้เหตุผลสำคัญ 2 ประการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการ คือ การเดินทางโดยรถสาธารณะในปัจจุบันยังไม่เอื้ออำนวยแก่ผู้สูงอายุ และลูกหลานต้องทำงานไม่มีเวลาว่างพาไปในที่ต่าง ๆ ซึ่งหากมีบริการที่เข้ามารองรับความต้องการตรงนี้ก็จะสามารถช่วยแบ่งเบาภาระของลูกหลาน ให้คลายความกังวลได้อีกด้วย โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่ให้การสัมภาษณ์มีความเห็นด้านราคาค่าบริการว่าควรมีอัตราค่าบริการอยู่ที่ 500-1,000 บาท ต่อการเข้าใช้บริการในแต่ละครั้งโดยมีความคาดหวังว่าจะได้รับความสะดวกสบายในการเดินทาง ความรวดเร็ว รวมถึงความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง

บทที่ 3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมธุรกิจ

3.1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

3.1.1 ปัจจัยแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural Environment)

จากการสำรวจจำนวนประชากรสูงอายุทั้ง 5 ครั้ง ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยมีการทำการสำรวจครั้งแรกในปี 2537 ครั้งที่ 2 ในปี 2545 ครั้งที่ 3 ในปี 2550 ครั้งที่ 4 ในปี 2554 และครั้งที่ 5 ในปี 2557ตามลำดับผลจากการสำรวจพบว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยคิดเป็นร้อยละ 6.8 9.4 10.7 12.2 และ 14.9 ตามลำดับปีที่ได้มีการสำรวจ ซึ่งจากการที่ประเทศไทยมีจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด จึงทำให้ประเทศไทยกลายเป็นสังคมสูงวัย (Aged society) และเมื่อจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมีมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด ประเทศไทยก็จะกลายเป็น “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” (Complete aged society) และสุดท้ายเมื่อประเทศไทยมีจำนวนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด ประเทศไทยก็จะกลายเป็น “สังคมสูงวัยระดับสุดยอด” (Super aged society) ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าจะกลายเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอดประมาณปี 2574 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจจำนวนประชากรสูงอายุในประเทศไทย ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งผลจากการสำรวจได้แสดงให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างของจำนวนประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป คือ ประเทศไทยจะมีจำนวนประชากรสูงอายุเพิ่มมากขึ้น ทำให้พฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรสูงอายุที่เกิดขึ้นนี้ ทำให้กิจการสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้สะดวกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการบริการรองรับผู้สูงอายุสามารถตอบโจทย์ความต้องการของประชากรกลุ่มสูงอายุที่กำลังจะกลายมาเป็นกลุ่มประชากรหลักของประเทศไทยในอนาคต

3.2 ปัจจัยแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Environment)

Economic Intelligence Centre (EIC) ของธนาคารไทยพาณิชย์มองว่าจำนวนประชากรแรงงานไทยที่กำลังลดลงอย่างต่อเนื่องนั้น จะมีผลทำให้สภาพเศรษฐกิจไทยมีอัตราการเติบโตที่ค่อนข้างต่ำ เพราะการเติบโตของจำนวนประชากรวัยแรงงานเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่จะทำให้เศรษฐกิจไทยเติบโต ดังนั้นเมื่อจำนวนประชากรแรงงานภายในประเทศลดน้อยลง ก็จะส่งผลกระทบต่อเติบโตของเศรษฐกิจไทย แต่อย่างไรก็ดีผลจากการขาดแคลนกำลังแรงงานในไทย ทำให้ภาคธุรกิจหัน

มาสนใจและให้ความสำคัญกับแรงงานผู้สูงอายุ ที่จะมาเป็นกำลังแรงงานสำคัญทดแทนจำนวนประชากรวัยแรงงานที่กำลังถดถอย(Economic Intelligence Centre, 2560)

ผลอันเนื่องมาจากโครงสร้างจำนวนประชากรไทยที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลทำให้รูปแบบเศรษฐกิจภายในประเทศเกิดการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ในอนาคตเมื่อประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบจำนวนกำลังแรงงานที่มีอยู่ก็จะลดลงตามไปด้วย ถึงแม้ว่าการขาดแคลนจำนวนแรงงานจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ คือ ทำให้อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศลดลง แต่กลับสร้างโอกาสในการหาเงินแก่กลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังและความต้องการในการหาเลี้ยงชีพ เพราะภาคธุรกิจมีความจำเป็นที่จะต้องหากกลุ่มแรงงานมาทดแทนในส่วนที่ขาดแคลน ดังนั้นกลุ่มผู้สูงอายุเหล่านี้จะกลายมาเป็นกำลังสำคัญในการช่วยหาระบบเศรษฐกิจของประเทศสามารถขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ ดังนั้น การทำธุรกิจสินค้าและบริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุจึงกลายเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม

3.3 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technological Environment)

เวชศาสตร์อายุรวัฒน์(Anti-aging Medicine) เป็นศาสตร์ทางการแพทย์แห่งอนาคตแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญกับการป้องกันโรค และทำให้มนุษย์มีอายุขัยยืนยาวขึ้น ซึ่งเป็นการแพทย์สมัยใหม่ ที่มีการรวมเอาเทคโนโลยีใหม่ล่าสุดเข้ามาใช้ เพื่อยืดชะลอความแก่ชรา ฟื้นฟูความเสื่อมสภาพตามวัย ซึ่งจะต้องมีอายุยืนยาวควบคู่ไปกับการมีสุขภาพที่ดี(บทเรียนออนไลน์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ม.ป.ป.)

นอกจากนี้ แผนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยังได้ให้ความสำคัญกับสถานการณ์การพัฒนานวัตกรรมในประเทศไทย โดยได้มีการกำหนดเป้าหมายในการเพิ่มความเข้มแข็งด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศ โดยเฉพาะนวัตกรรมทางสังคมและผู้สูงอายุ เพื่อที่จะได้เป็นส่วนสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดียิ่งขึ้น และโครงสร้างประชากรสูงอายุที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.) เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา ทำให้เราค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาเป็นตัวช่วยและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ในปัจจุบันเทคโนโลยีทางการแพทย์มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และเทคโนโลยีทางการแพทย์นี้เอง ที่เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการทำให้มนุษย์มีอายุที่ยืนยาวขึ้น ซึ่งแม้แต่รัฐบาลของประเทศไทย ก็ได้ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีทางการแพทย์นี้ โดยในแผนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมเกี่ยวกับผู้สูงอายุ เพื่อรองรับจำนวนผู้สูงอายุที่จะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

3.4 ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย (Political-Legal Environment)

ที่ประชุมสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศได้มีมติตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ ได้มีการดำเนินการพิจารณาศึกษาเรื่อง เศรษฐกิจผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเตรียมความพร้อมทางด้านเศรษฐกิจของประเทศเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุที่กำลังเข้าสู่สังคมสูงวัย โดยมีการปฏิรูปการสร้างงานของผู้สูงอายุ สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมของประเทศไปสู่ประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม รวมทั้งการปฏิรูปด้านนโยบายรายได้ผู้สูงอายุ)สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ในคราวประชุมสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ครั้งที่ ๓๘/๒๕๕๙, 2559)

การที่รัฐบาลได้ลงมติเห็นชอบ เรื่อง เศรษฐกิจผู้สูงอายุ ทำให้เห็นว่ารัฐบาลมิได้เพิกเฉยต่อโครงสร้างประชากรภายในประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป มากไปกว่านั้นทางรัฐบาลยังได้ให้การสนับสนุนหน่วยงานทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานรัฐ เอกชน รวมถึงผู้ประกอบการ ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มากไปกว่านั้น ในอนาคตหากรัฐบาลมีการออกนโยบายที่รองรับสังคมผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้ธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงวัยมีความน่าสนใจมากขึ้นตามไปด้วย

3.5 ปัจจัยด้านการแข่งขันภายในธุรกิจ (Porter's Five Force Model)

3.5.1 การแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Current Competitors)

การวิเคราะห์คู่แข่งที่อยู่ภายในอุตสาหกรรมเดียวกันจะทำให้เราทราบถึงโอกาสในการเข้าถึงและขยายตัวของธุรกิจ อีกทั้งยังทำให้เราทราบถึงสถานการณ์ของคู่แข่งในปัจจุบันของเราว่าเป็นอย่างไร และหากเราศึกษาเข้าไปถึงรายละเอียดของแต่ละธุรกิจที่อยู่ภายใต้อุตสาหกรรมเดียวกัน จะทำให้เรามีความเข้าใจองค์ประกอบของแต่ละธุรกิจมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็น จุดอ่อน จุดแข็ง ความสามารถในการขยายตัวของธุรกิจ ซึ่งในแต่ละองค์ประกอบล้วนส่งผลสำคัญต่อทิศทางการดำเนินธุรกิจ

ซึ่งจากการวิเคราะห์การเติบโตของธุรกิจสูงอายุในปัจจุบันของ EIC (Economic Intelligence Center) ทำให้เห็นถึงการเติบโตของธุรกิจสูงอายุที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันถึงแม้กลุ่มตลาดผู้บริโภคสูงอายุจะมีอยู่หลากหลายรูปแบบ แต่เมื่อมองถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดธุรกิจเหล่านี้ขึ้นมา ล้วนแล้วแต่มาจากความต้องการของผู้บริโภคสูงอายุ 3 ประการ คือ ต้องการมีสังคม ต้องการมีสุขภาพที่ดี และต้องการมีความมั่นคงทางการเงิน ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจภายใต้อุตสาหกรรมผู้สูงอายุจึงมีความเกี่ยวพันกันด้วยความต้องการของผู้บริโภค หากธุรกิจภายใต้อุตสาหกรรมเกี่ยวกับ

ผู้สูงอายุร่วมมือกันในการสร้างแนวทางการพัฒนารูปแบบตลาด ก็จะสามารถทำให้ตลาดผู้สูงอายุสามารถเติบโตได้อีกมากในอนาคต

3.5.2 ภัยคุกคามจากผู้แข่งขันรายใหม่(Threat of New Entrance)

การวิเคราะห์การแข่งขันของกลุ่มแข่งขันรายใหม่ที่อยู่ภายใต้ธุรกิจอุตสาหกรรมเดียวกันกับเรานั้นจะทำให้เราทราบถึงความเข้มข้นของการแข่งขันที่เราจะต้องเผชิญและเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตดังนั้นการวิเคราะห์การแข่งขันภายใต้ธุรกิจอุตสาหกรรมผู้สูงอายุ จึงทำให้เราสามารถประเมินศักยภาพของกลุ่ม รวมถึงจุดอ่อนและจุดแข็งเพื่อวางแผนในการตั้งรับของกลุ่มใหม่ที่กำลังจะเข้ามา

ซึ่งจากการวิเคราะห์ของ EIC (Economic Intelligence Center) ทำให้เห็นถึงโอกาสในการเข้ามาของกลุ่มรายใหม่ ซึ่งโอกาสของธุรกิจใหม่ที่เกิดจากแนวโน้มสังคมผู้สูงอายุในไทยนั้นเกิดขึ้นจาก 2 ปัจจัยหลักคือ ความต้องการของผู้สูงอายุและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้สูงอายุไทย ดังนั้นเมื่อนำปัจจัยสำคัญทั้ง 2 ปัจจัยมาทำการวิเคราะห์โอกาสในการทำธุรกิจร่วมกันแล้ว จะทำให้เราเห็นถึงโอกาสในการสร้างธุรกิจใหม่เกี่ยวกับผู้สูงอายุ เช่น ธุรกิจวางแผนโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุ บ้านพักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ อุปกรณ์สำหรับติดตามดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ และบริการรับส่งผู้สูงอายุไปยังสถานที่สำคัญต่าง ๆ

3.5.3 อำนาจต่อรองของคู่ค้า (Bargaining Power of Supplier)

การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของคู่ค้า จะสามารถทำให้เราสามารถมีอำนาจเหนือกว่าในการต่อรอง ซึ่งในการทำธุรกิจอำนาจในการต่อรองมีผลต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ยิ่งเรามีอำนาจต่อรองมาก หรือสามารถเป็นพันธมิตรที่ดีต่อกันระหว่างคู่ค้า ธุรกิจที่เราดำเนินอยู่ก็จะสามารถลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการก้าวหน้าของธุรกิจและการขยายตัวก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย

ธุรกิจบริการรับส่งผู้สูงอายุ เป็นธุรกิจประเภทบริการ ซึ่งให้ความสำคัญกับคุณภาพรถที่ใช้บริการและศักยภาพของผู้ดูแลผู้สูงอายุเป็นหลัก ดังนั้นศูนย์บริการดูแลรถยนต์และสถาบันฝึกอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุจึงมีอำนาจต่อรองในการดำเนินธุรกิจ โดยศูนย์บริการดูแลรถยนต์จะทำหน้าที่ดูแลรถยนต์ในทุกส่วน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยพร้อมสำหรับการเดินทาง ซึ่งถ้าหากราคาในการเข้าใช้บริการตรวจเช็คสภาพรถยนต์ในแต่ละครั้งมีราคาสูง ก็จะทำให้ต้นทุนในการบริการสูงขึ้นตามไปด้วย แต่ถ้าหากทางกิจการสามารถเป็นพันธมิตรกับศูนย์บริการดูแลรถยนต์ได้แล้ว ก็จะสามารถควบคุมราคาและมาตรฐานให้อยู่ในเกณฑ์ที่ตั้งไว้ได้ และสถาบันฝึกอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุก็เข้ามามีบทบาทอำนาจในการต่อรองด้วยเช่นกัน เนื่องจากทางกิจการให้ความสำคัญต่อศักยภาพในการดูแลผู้สูงอายุเป็นอย่างมาก ดังนั้นบุคลากรภายในองค์กรจะต้องผ่านการฝึกอบรมนี้ ถ้าหากสถาบันฝึกอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุคิดค่าใช้จ่ายในการอบรมสูงก็จะกระทบต่อต้นทุนในการบริการได้ แต่เมื่อมองถึงคุณภาพใน

การบริการและประโยชน์ที่ผู้สูงอายุจะได้รับแล้ว การมีอำนาจต่อรองดีกว่าคู่ค้าในจุดนี้ก็ยังถือว่ามี ความเหมาะสมต่อการดำเนินธุรกิจ

3.5.4 อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ(Bargaining Power of Customers)

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภควัยเกษียณ โดย EIC (Economic Intelligence Center) ซึ่งเมื่อดูจากสถิติพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไปพบว่า มีความยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการที่ออกแบบมาเพื่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะ 59% ถึงแม้อำนาจการต่อรองจะอยู่ก้ำกึ่งระหว่างมีอำนาจต่อรองมากกว่าและมีอำนาจต่อรองน้อยกว่า แต่ถ้าหากกิจการให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ รวมถึงคอยติดตามความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และรับมือกับความเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นได้ ก็จะทำให้กิจการสามารถเพิ่มอำนาจต่อรองกับผู้บริโภคได้

3.5.5 ภัยคุกคามของบริการทดแทน (Threat of substitute services)

การวิเคราะห์ภัยคุกคามของบริการทดแทนทำให้เราทราบถึงบริการอื่นที่มีโอกาสในการเข้ามาแทรกแซงกิจการของเรา ซึ่งอาจส่งผลให้ฐานลูกค้าและรายได้ที่จะได้รับนั้นลดลงไปด้วย ซึ่งกิจการ ารรับส่งผู้สูงอายุอาจได้รับภัยคุกคามจากบริการทดแทน เช่น การออกบริการรูปแบบใหม่ของ Grab เพื่อรองรับผู้บริโภคนสูงอายุ ซึ่งถือว่าเป็นภัยคุกคามที่กิจการจะต้องเตรียมความพร้อมในการรับมือ เนื่องจาก Grab มีความได้เปรียบในด้านความเป็นที่รู้จักของบริการและตราสินค้า ซึ่งอาจส่งผลต่อการ ทำธุรกิจได้ในอนาคต

3.6 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน

ตารางที่ 3.1 : ตารางแสดงปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง)

ปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง)	
ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	รายละเอียด
1. ความโดดเด่นของบริการ	- สิ่งที่โดดเด่นที่สุดในบริการของเราคือ การดูแลผู้สูงอายุอย่างมืออาชีพ ใส่ใจดูแลเสมือนเป็นบุคคลภายในครอบครัว เราให้บริการด้วยยานพาหนะ (รถตู้) ที่ได้มาตรฐาน ผ่านการตรวจสอบการใช้งาน โองังโองงโล่งสบาย ขึ้นลงรถสะดวกด้วยระบบเก้าอี้ไฟฟ้า

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : ตารางแสดงปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง)

ปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง)	
ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	รายละเอียด
1. ความโดดเด่นของบริการ (ต่อ)	- สร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างการเดินทาง อีกทั้งเรายังมีบริการเสริมเป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุ ที่จะต้องผ่านการอบรมจากหลักสูตรผู้ดูแลผู้สูงอายุแล้วเท่านั้น เพื่อให้สามารถดูแลลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถรับมือกับเหตุฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างทันท่วงที จึงทำให้กิจการสามารถสร้างกำไรจากความโดดเด่นของการบริการ
2. ประสบการณ์ของเจ้าของธุรกิจ (การบริการ)	- เจ้าของกิจการมีประสบการณ์ในการดูแลผู้สูงอายุมากกว่า 15 ปี พร้อมทั้งผ่านการอบรมหลักสูตรผู้ดูแลผู้สูงอายุ 70 ชั่วโมง และ 420 ชั่วโมง จากสำนักอนามัยผู้สูงอายุ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขเจ้าของกิจการจึงมีทั้งประสบการณ์และความรู้ ความสามารถ ในการดูแลผู้สูงอายุอย่างมีประสิทธิภาพ จากประสบการณ์ของเจ้าของกิจการ จะทำให้กิจการสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการและกลายเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น
3. กระบวนการปฏิบัติงาน	- กิจการมีการกำหนดขั้นตอนในการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบและมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างเป็นสัดส่วน โดยทุกคนจะต้องรับผิดชอบหน้าที่ในส่วนที่ตนเองรับผิดชอบให้ดีที่สุด โดยระบบการปฏิบัติงานภายในองค์กร จะแบ่งออกเป็นทั้งหมด 5 ส่วน คือ 1. รับงานจากลูกค้าและจัดตารางงาน 2. ฝ่ายประสานงาน (แจ้งลูกค้าก่อนถึงวันนัดหมายและแจ้งพนักงานขับรถ) 3. พนักงานขับรถ 4. เจ้าหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุ 5. ฝ่ายบริหารงานและประเมินบุคลากรภายในองค์กร ด้วยรูปแบบกระบวนการปฏิบัติงานที่มีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจน จะทำให้กิจการสามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาผู้ที่สนใจเข้ามาใช้บริการ
4. ความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากร	- บุคลากรทุกคนภายในองค์กรจะต้องผ่านการอบรมหลักสูตรดูแลผู้สูงอายุ และระหว่างการปฏิบัติงานจะมีการประเมินการทำงาน เพื่อปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่บกพร่องและพัฒนางานด้านบริการให้ดียิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้กิจการสามารถควบคุมคุณภาพและมีกำไรจากการบริการ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : ตารางแสดงปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง)

ปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง)	
ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	รายละเอียด
5. เงินทุนในการดำเนินธุรกิจ	- กิจกรรมไม่มีภาระหนี้สิน ทำให้กิจการได้รับกำไรจากการลงทุน 100% โดยไม่จำเป็นต้องแบ่งสัดส่วนกำไรเพื่อชำระหนี้สินและดอกเบี้ยแก่ธนาคาร
6. ความเหมาะสมของทำเลที่ตั้งธุรกิจ และสถานที่ให้บริการ	- ที่ตั้งของกิจการตั้งอยู่บนถนนสุขุมวิท ซึ่งเป็นถนนเส้นหลักที่เชื่อมต่อกับถนนเส้นต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพฯ จึงทำให้กิจการมีความได้เปรียบในเรื่องของการเดินทางที่สะดวก อีกทั้งสถานที่ให้บริการยังครอบคลุมทั่วทั้งเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ทำให้กิจการมีความได้เปรียบทางการเดินทางและสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง
7. ความพร้อมของอุปกรณ์การให้บริการ	- อุปกรณ์การให้บริการของทางกิจการ คือ รถตู้ที่มีเก้าอี้ระบบไฟฟ้าควบคุมในการขึ้นลงจากรถ ดังนั้นทางกิจการจึงให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของรถที่ให้บริการและความปลอดภัยของลูกค้าตลอดการเดินทาง ทางกิจการจึงนำรถเข้าตรวจเช็คสภาพตามกำหนดและตรวจเช็คความเรียบร้อยของรถทุกครั้งก่อนออกเดินทาง ด้วยเหตุนี้เอง จึงทำให้กิจการได้รับความเชื่อมั่นจากผู้ที่ใช้บริการ และกลับมาใช้บริการอีกครั้ง อีกทั้งรถทุกคันจะมีอุปกรณ์ทางการแพทย์พื้นฐาน

ตารางที่ 3.2 : ตารางแสดงปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดอ่อน)

ปัจจัยแวดล้อมภายใน (จุดอ่อน)	
ปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณา	รายละเอียด
1. ความเป็นที่รู้จักของบริการและตราสินค้า	- เนื่องจากเป็นกิจการที่เปิดขึ้นมาใหม่และยังไม่มีชื่อเสียง ทำให้ลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการขาดความเชื่อมั่น กิจการจึงขาดรายได้จากลูกค้ากลุ่มนี้ไป
2. ประสบการณ์ของเจ้าของธุรกิจ (การบริหาร)	- ถึงแม้เจ้าของธุรกิจจะมีประสบการณ์ในการดูแลผู้สูงอายุหลายปี แต่เจ้าของธุรกิจยังขาดประสบการณ์ในการบริหาร นั่นจึงทำให้การบริหารงานภายในองค์กรยังไม่ดีเท่าที่ควร จึงส่งผลต่อการทำกำไร
3. ความพอเพียงของบุคลากร	- เนื่องจากจำนวนบุคลากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งสวนทางกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีอยู่มาก ทำให้กิจการไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างครบถ้วนและทำให้พลาดโอกาสในการสร้างรายได้
4. พันธมิตรคู่ค้า	- กิจการยังขาดพันธมิตรคู่ค้าในการทำธุรกิจ ทำให้กิจการพลาดโอกาสในการขยายการบริการ และไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากตามที่คาดหวังไว้ ทางกิจการจึงเสียโอกาสในการสร้างลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ

3.7 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของธุรกิจ (SWOT Analysis)

Strengths (จุดแข็ง)

- เจ้าของกิจการมีประสบการณ์ในการดูแลผู้สูงอายุมากกว่า 15 ปี
- กระบวนการปฏิบัติงานมีการวางแผนและดำเนินงานอย่างเป็นระบบ
- บุคลากรภายในองค์กรทุกคนมีประสบการณ์และใบรับรองผ่านการอบรมการดูแล

ผู้สูงอายุ

- ตำแหน่งที่ตั้งของกิจการอยู่ใกล้กับถนนสายหลัก (ถนนสุขุมวิท)
- จุดให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
- ใช้เฉพาะรถตู้ที่มีเก้าอี้ระบบไฟฟ้าบังคับการขึ้นลงจากรถในการให้บริการเท่านั้น

Weaknesses (จุดอ่อน)

- กิจการยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาดจึงมีความเสี่ยงในเรื่องการตัดสินใจใช้บริการ และมีอำนาจในการต่อรองน้อย

- เจ้าของกิจการขาดประสบการณ์ในการทำธุรกิจ
- จำนวนบุคลากรไม่เพียงพอต่อความต้องการ
- ราคาค่าบริการสูงกว่าคู่แข่ง
- ขาดความหลากหลายในประเภทของรถที่ให้บริการ
- ขาดพันธมิตรคู่ค้าในการให้บริการ

Opportunities (โอกาส)

- ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ
- คู่แข่งในตลาดยังมีไม่มาก
- รัฐบาลมีนโยบายรองรับธุรกิจผู้สูงอายุ
- ความสามารถในการใช้จ่ายของผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

Threats (อุปสรรค)

- อัตราการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศลดลง
- ราคาน้ำมันโลกมีความผันผวน

3.8 การสร้างกลยุทธ์ทางเลือกของธุรกิจ (TOWS Matrix)

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

- ให้บุคลากรภายในองค์กรเข้าอบรมโครงการที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุเพื่อพัฒนาศักยภาพในการให้บริการดียิ่งขึ้น

- ขยายจุดบริการให้ครอบคลุมทุกจังหวัด
- เพิ่มรูปแบบการบริการ ไปสู่การทำกิจกรรมนอกสถานที่

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

- เพิ่มจำนวนรถในการบริการให้เพียงพอต่อความต้องการ
- เพิ่มช่องทางการเข้าถึงบริการ
- เพิ่มรูปแบบรถให้หลากหลาย มีหลายราคาให้เลือกตามความเหมาะสม

กลยุทธ์เชิงรับ (ST)

- เข้าร่วมกับพันธมิตรเพื่อให้เป็นที่รู้จัก
- สร้างความเชื่อมั่นจากประสบการณ์

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT)

- ลดต้นทุนที่จะไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการ
- ปรับรูปแบบของรถให้เหมาะกับการใช้งาน



บทที่ 4
โมเดลในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 4.1 : ตารางแสดงโมเดลในการทำธุรกิจ

หัวข้อ	รายละเอียด
Value Proposition	<ul style="list-style-type: none"> - สามารถเดินทางไปเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมได้ตามต้องการ แม้ลูกหลานจะไม่ว่างพาไป - เดินทางด้วยรถตู้ที่มีเก้าอี้ระบบไฟฟ้าอำนวยความสะดวกในการขึ้นและลงจากรถ - ให้บริการเฉพาะผู้ดูแลผู้สูงอายุที่ผ่านการอบรมจากหลักสูตรผู้ดูแลผู้สูงอายุ ที่จัดโดยสำนักอนามัยผู้สูงอายุ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข - เดินทางสะอาดปลอดภัยด้วยยานพาหนะที่ผ่านการฆ่าเชื้อ
Customer Segments	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้สูงอายุเพศชายและหญิง - อายุ 60 ปีขึ้นไป - มีความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม - มีโรคประจำตัว ต้องพบแพทย์อย่างสม่ำเสมอ - ครอบครัวที่มีผู้สูงอายุอาศัยอยู่ร่วมกันภายในครัวเรือนเดียวกัน - ลูกหลานจะต้องทำงานเลี้ยงชีพ ไม่มีเวลาพาไปเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ
Customer Relationships	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาบุคลากรภายในองค์กรให้สามารถอำนวยความสะดวกและให้บริการอย่างติดต่อการเดินทาง - คุณภาพในการบริการดีสม่ำเสมอเหมือนเดิมทุกครั้ง - บริการแจ้งเตือนล่วงหน้าก่อนถึงวันนัดหมายสำหรับลูกค้าทุกท่าน - เข้าถึงการบริการได้สะดวก ให้บริการด้วยความรวดเร็วและปลอดภัย ได้รับความสะดวกสบายระหว่างการใช้บริการ
Channels	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางออนไลน์) เว็บไซต์ Line Face book - Call Centre - ช่องทางของพันธมิตร (บุทของโรงพยาบาลและศูนย์บริการ-ดูแลผู้สูงอายุต่าง ๆ)

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : ตารางแสดงโมเดลในการทำธุรกิจ

หัวข้อ	รายละเอียด
Key Activities	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินคุณภาพการบริการของบุคลากรภายในองค์กร - จัดฝึกอบรมพร้อมให้ความรู้บุคลากรภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ - ดูแลความเรียบร้อยของระบบการบริการและให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น - ปรับรูปแบบการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้สูงอายุ
Key Partners	<ul style="list-style-type: none"> - โรงพยาบาลรัฐและเอกชน - ศูนย์บริการ-ดูแลผู้สูงอายุ - ศูนย์บริการดูแลและซ่อมรถยนต์
Key Resources	<ul style="list-style-type: none"> - พนักงานขับรถ - ผู้ดูแลผู้สูงอายุ - รถตู้ที่มีเก้าอี้ระบบไฟฟ้าบังคับขึ้นลง - ผู้บริหารกิจการ
Cost Structure	<ul style="list-style-type: none"> - ต้นทุนคงที่ประกอบด้วยเงินเดือนพนักงานค่าสาธารณูปโภคค่าเสื่อมราคาค่าบำรุงรักษาและค่าโฆษณา - ต้นทุนแปรผัน ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงาน ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างการเดินทาง
Revenue Streams	<ul style="list-style-type: none"> - ให้บริการเฉพาะคนขับ อัตราค่าบริการ ครึ่งวัน 450บาท เต็มวัน 800 บาท - ให้บริการคนขับพร้อมด้วยผู้ดูแล อัตราค่าบริการ ครึ่งวัน 650บาท เต็มวัน 1,200บาท

4.1 ปัจจัยในการการเสนอคุณค่า (Value Propositions)

การเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้าของทางกิจการจะเป็นการสร้างคุณค่าให้ลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยให้คุณค่าทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กล่าวคือ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว พร้อมราคาที่เหมาะสม และสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ดีให้แก่ผู้เข้าใช้บริการทุกท่าน ซึ่งการบริการรถรับส่งผู้สูงอายุของเรานั้น จะเป็นการช่วยแก้ไขปัญหาในเรื่องของการเดินทาง ให้สามารถตอบสนองความต้องการในด้านของความสะดวกสบายที่จะได้รับเมื่อเข้าใช้บริการของเรา โดยผู้ให้บริการสามารถเดินทางไปเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมต่างๆได้ตามต้องการ ถึงแม้ว่าลูกหลานจะต้อง

ทำงาน ไม่มีเวลาว่างพาไป ท่านก็ยังสามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้ รวมถึงยังเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระให้แก่ลูกหลาน ให้สามารถทำงานได้อย่างเต็มที่ และคลายความกังวลในการดูแลผู้สูงอายุอีกด้วย และการเดินทางด้วยรถตู้ที่มีเก้าอี้ระบบไฟฟ้าอำนวยความสะดวกในการขึ้นและลงจากรถ มากไปกว่านั้นยังสามารถเดินทางสะดวกปลอดภัยด้วยยานพาหนะที่ผ่านการฆ่าเชื้อและทำความสะอาดทั้งก่อนและหลังการใช้งาน และยังมีบริการผู้ดูแลผู้สูงอายุ สำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการคนดูแลและเป็นพิเศษ โดยทางกิจการจะให้บริการเฉพาะผู้ดูแลผู้สูงอายุที่ผ่านการอบรมจากหลักสูตรผู้ดูแลผู้สูงอายุที่จัดโดยสำนักอนามัยผู้สูงอายุกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุขแล้วเท่านั้น

4.2 ปัจจัยในการกำหนดกลุ่มลูกค้า (Customer Segment)

ตารางที่ 4.2 : ตารางแสดงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เกณฑ์ในการจัดกลุ่มเป้าหมาย	คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
1. เกณฑ์ประชากรศาสตร์เป็นเกณฑ์ที่แบ่งโดยใช้หลักทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ และแหล่งรายได้หลัก	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพศชายและหญิงเนื่องจากเป็นบริการที่ใช้ได้ทุกเพศ 2. อายุของกลุ่มลูกค้า ตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นช่วงอายุที่เหมาะสมในการใช้บริการ 3. แหล่งรายได้หลักของกลุ่มลูกค้า มาจากบุตรการทำงาน และบำเหน็จ/บำนาญ เนื่องจากราคาของบริการมีความเหมาะสมกับความสามารถในการซื้อบริการของกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในระดับดังกล่าว
2. เกณฑ์พฤติกรรมของผู้บริโภค ประกอบด้วยปัจจัยในการเลือกซื้อบริการและความถี่ในการใช้บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปัจจัยในการเลือกซื้อบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความสะดวกสบาย เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวมีความเหมาะสมกับรูปแบบการบริการ ที่ออกแบบมาเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเกิดความสะดวกสบายในการเดินทาง 2. กลุ่มลูกค้ามีโรคประจำตัว ต้องพบแพทย์อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ต้องพบแพทย์อย่างสม่ำเสมอ จะมีความถี่ในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงมีความเหมาะสมกับการบริการ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) : ตารางแสดงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

เกณฑ์ในการจัดกลุ่มเป้าหมาย	คุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
3. เกณฑ์ทางจิตวิทยาประกอบด้วย ความพึงพอใจการรับรู้และค่านิยม	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้สูงอายุที่ต้องการความสะดวกสบายในการเดินทาง เนื่องจากกลุ่มลูกค้ามีความพึงพอใจและมีความต้องการรับรู้ต่อการเดินทางที่สะดวกสบาย จึงมีความเหมาะสมกับการบริการ 2. ค่านิยมของกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการในด้านคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นกลุ่มที่มีค่านิยมเหมาะสมที่จะใช้บริการ
4. เกณฑ์ทางสังคมประกอบด้วย ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นความเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและการเป็นที่ยอมรับของสังคมและชุมชน	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมมากไปกว่านั้นยังมีความต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคมและชุมชนเนื่องจากเกณฑ์ทางสังคมดังกล่าวมีความเหมาะสมที่จะใช้บริการประเภทนี้
5. เกณฑ์ทางภูมิศาสตร์ประกอบด้วยพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายอาศัยอยู่การประกอบอาชีพในพื้นที่และมีความต้องการที่จะใช้บริการ	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมและสะดวกในการใช้บริการ 2. ประกอบอาชีพอยู่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการและมีความต้องการที่จะใช้บริการ เนื่องจากเป็นบริการที่ให้ให้บริการในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ

4.3 ปัจจัยในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)

ทางกิจการมุ่งเน้นสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผ่านทางการบริการ โดยมุ่งเน้นในการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ดีให้แก่ลูกค้า โดยการพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรให้สามารถอำนวยความสะดวก สามารถตอบสนองความต้องการ ความพึงพอใจ และให้บริการอย่างดีตลอดการเดินทาง รวมถึงรักษาคุณภาพในการให้บริการที่จะต้องดีสม่ำเสมอเหมือนเดิมทุกครั้งที่ใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีบริการแจ้งเตือนล่วงหน้าก่อนถึงวันนัดหมายสำหรับลูกค้าทุกท่าน เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงความใส่ใจในการให้บริการและไม่พลาดนัดสำคัญ อีกทั้งลูกค้าทุกท่านยังสามารถเข้าถึงการบริการได้สะดวก ให้บริการด้วยความรวดเร็วและปลอดภัย ได้รับความสะดวกสบายระหว่างการใช้บริการ ภายหลังจากการเข้าใช้บริการทุกครั้ง ทางกิจการจะมีการสอบถามถึงความพึงพอใจหลังจากการเข้าใช้บริการ ว่าบริการสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้หรือไม่ หรือต้องการบริการในส่วนใดเพิ่มเติม ทางกิจการจะมีการนำข้อมูลเหล่านี้มาปรับใช้กับรูปแบบการบริการ เพื่อให้ผู้เข้าใช้บริการทุกท่านเกิดความพึง

พอใจสูงสุด นอกจากจะทราบความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าแล้ว การสอบถามข้อมูล ภายหลังจากการเข้าใช้บริการ ยังสามารถช่วยให้ทางกิจการจดจำความต้องการเฉพาะของผู้เข้าใช้ บริการแต่ละรายได้ ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดรูปแบบการบริการให้มีความเหมาะสมสำหรับผู้เข้าใช้ บริการแต่ละรายโดยเฉพาะ

4.4 ปัจจัยในการเลือกช่องทาง (Channels)

เป็นช่องทางการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าและการกระจายบริการ ซึ่งทางกิจการได้สร้างช่องทางการ เข้าถึงไว้ 3 ช่องทางด้วยกัน คือ ช่องทางออนไลน์ Call Centre และ ช่องทางของพันธมิตร ซึ่ง ช่องทางในการเข้าถึงทั้งหมดของกิจการนั้น จะครอบคลุมทั้งส่วนออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผู้เข้าใช้ บริการที่เป็นผู้สูงอายุ เกิดความสะดวกสบายในการเข้าถึงการบริการ

1. ช่องทางออนไลน์ เป็นการเข้าถึงการบริการผ่านทางช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Website Line@ Facebook
2. Call Centre เป็นช่องทางการเข้าถึงผ่านทางโทรศัพท์ โดยผู้เข้าใช้บริการสามารถ โทรมาสอบถามถึงรูปแบบการบริการ อัตราค่าบริการ หรือหากสนใจเข้าใช้บริการ ก็ยังสามารถจองคิว ผ่านช่องทางนี้ได้เช่นกัน
3. ช่องทางของพันธมิตร ในช่องทางนี้จะเป็นการออกบูทตามโรงพยาบาล หรือสถาน บริการต่าง ๆ เพื่อเป็นการแนะนำกิจการให้เป็นที่รู้จัก และคอยให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับ รูปแบบการบริการ

4.5 ปัจจัยด้านกิจกรรมหลัก (Key Activities)

เพื่อให้การบริการออกมาสมบูรณ์แบบที่สุด ทางกิจการจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการ บริการ ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมหลักของทางกิจการ โดยมีการประเมินคุณภาพการบริการของบุคลากร ภายในองค์กรทุกเดือน เพื่อแก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ และมีการจัด ฝึกอบรมพร้อมให้ความรู้บุคลากรภายในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถบริการได้อย่างมี ประสิทธิภาพ รวมถึงมีการดูแลความเรียบร้อยของระบบการบริการและคอยให้ความช่วยเหลือเมื่อมี ปัญหาเกิดขึ้นมากไปกว่านั้น ยังมีการปรับรูปแบบการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถบริการได้ตรงตามความต้องการของผู้เข้าใช้บริการมากที่สุด

4.6 ปัจจัยด้านพันธมิตรหลัก(Key Partners)

กลุ่มพันธมิตรเครือข่ายของกิจการจะเป็นธุรกิจประเภทบริการผู้สูงอายุ เช่น โรงพยาบาลรัฐ และเอกชน แผนกอายุรกรรม หรือสถานบริการและดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นธุรกิจที่ให้บริการผู้สูงอายุ

เหมือนกัน จึงสามารถช่วยส่งเสริมให้การทำธุรกิจเจริญก้าวหน้าได้อย่างมั่นคง อีกทั้งยังสามารถสร้างประโยชน์ร่วมกันได้โดยการแนะนำลูกค้าให้แก่กัน และเนื่องจากกิจการเป็นบริการรถรับส่งผู้สูงอายุ จึงสามารถช่วยบริการรับส่งผู้สูงอายุไปยังสถานบริการและดูแลผู้สูงอายุต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้จะเป็นการสร้างสัมพันธ์อันดีระหว่างธุรกิจแล้ว ยังสามารถช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าถึงการบริการสำหรับผู้สูงอายุได้อย่างสะดวก และเป็นการช่วยแนะนำธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายอีกด้วย มากไปกว่านั้นยังก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุยังไม่ค่อยได้รับความนิยมเท่าที่ควรในสังคมไทย ดังนั้นการเรียนรู้ร่วมกัน หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันจะช่วยทำให้สามารถรับรู้ความต้องการของผู้สูงอายุในวงกว้าง และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้มากขึ้นอีกด้วย

4.7 ปัจจัยด้านทรัพยากรหลัก(Key Resource)

ทรัพยากรหลักที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการบริการของทางกิจการแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

1. วัสดุสิ่งของ ได้แก่ ยานพาหนะ หรือ รถตู้ที่มีเก้าอี้ระบบไฟฟ้าบังคับในการขึ้นลง
2. บุคลากร ประกอบด้วย พนักงานขับรถ ผู้ดูแลผู้สูงอายุ และผู้บริหารกิจการ

ทรัพยากรหลักทั้ง 2 ประเภทต่างมีความสำคัญที่แตกต่างกันออกไป แต่เมื่อพิจารณาจากรูปแบบการบริการของทางกิจการแล้ว ทำให้เห็นความสำคัญในแต่ละส่วนที่จะต้องดำเนินงานควบคู่กันไป เพื่อให้การบริการออกมาสมบูรณ์ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าใช้บริการได้มากที่สุด

4.8 ปัจจัยในการกำหนดโครงสร้างต้นทุน(Cost Structure)

จากตารางแสดงประมาณการต้นทุนทำให้เห็นว่ากิจการมีค่าใช้จ่ายหลักคือเงินเดือนพนักงาน และค่าเสื่อมราคาเนื่องจากรูปแบบของกิจการเป็นบริการรถรับส่งผู้สูงอายุจึงมีค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าบำรุงรักษาเพิ่มขึ้นมาโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นปีละ 5% นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมพนักงาน ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างการบริการ เช่น ค่าที่จอดรถ ค่าทางด่วน เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องด้วยกิจการยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง จึงมีค่าใช้จ่ายในส่วนของโฆษณา เพื่อให้กิจการเป็นที่รู้จักและได้รับความเชื่อมั่นในลำดับต่อไป

ในส่วนของค่าเสื่อมราคา ประกอบไปด้วย ยานพาหนะ อุปกรณ์ภายในสำนักงาน และ อุปกรณ์การแพทย์ ซึ่งทางกิจการคิดระยะเวลาค่าเสื่อมราคาทั้งหมดอยู่ที่ 10 ปี โดยจะเป็นค่าใช้จ่ายที่อยู่ในส่วนของต้นทุนคงที่

4.9 กระแสรายได้ (Revenue Streams)

ตารางที่ 4.4 : ตารางแสดงประมาณการรายได้

การประมาณการรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
จำนวนผู้ใช้บริการ	2	2	2	3	3	3	3	4	4	4
เวลาผู้มาใช้บริการต่อวัน (เฉลี่ยเพิ่ม 5%)	8	8	9	9	10	10	10	11	12	12
รายได้บริการโดยเฉลี่ยต่อวัน/คน	2400	2520	2970	3105	3650	3800	4000	4620	5280	5580
จำนวนยานพาหนะที่ให้บริการ	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
รายได้รวมเฉลี่ยต่อวัน	4,800	5,040	5,940	6,210	7,300	7,600	8,000	9,240	10,560	11,160
รายได้ค่าบริการต่อปี	1,680,000	1,764,000	2,079,000	2,173,500	2,555,000	2,660,000	2,800,000	3,234,000	3,696,000	3,906,000

จากตารางแสดงประมาณการรายได้ ทางกิจการมีรายได้จากการบริการเป็นหลัก ซึ่งมีอัตราค่าบริการ 2 รูปแบบ คือ บริการเฉพาะคนขับ และบริการคนขับพร้อมผู้ดูแล โดยสามารถแจกแจงได้ ดังนี้ให้บริการเฉพาะคนขับอัตราค่าบริการครึ่งวัน 450 บาท เต็มวัน 800 บาท ให้บริการคนขับพร้อมผู้ดูแล อัตราค่าบริการ ครึ่งวัน 650 บาท เต็มวัน 1,200 บาท โดยระยะเวลาครึ่งวันโดยเฉลี่ยคือ 4 ชั่วโมง และเต็มวัน 8 ชั่วโมง



บทที่ 5 แผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

5.1 แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการบริหารจัดการองค์กรและทรัพยากรบุคคล

5.1.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริหาร

ความหมายของการบริหาร

Koontz (1993) การบริหาร หมายถึง การปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ทรัพยากรบุคคล เงิน วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการปฏิบัติงานมาเป็นส่วนสำคัญในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

Peter Drucker (อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงษ์, 2545) การบริหาร หมายถึง การทำงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยอาศัยผู้นำ

ชูป กาญจนประกร (2520) การบริหาร หมายถึง การทำงานของกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่ร่วมมือกันปฏิบัติงานเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2542) การบริหาร หมายถึง การร่วมแรงร่วมใจกันของกลุ่มบุคคลที่มีความตั้งใจในการกระทำ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ร่วมกัน

วิทยา ด้านธำรงกุล (2546) การบริหาร หมายถึง กระบวนการในการวางแผนจัดการองค์กร โดยมีผู้นำ การบังคับบัญชา และการควบคุม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

อำนาจ ธีระวนิช (2547) การบริหาร หมายถึง กระบวนการในการทำงานร่วมกัน โดยอาศัยบุคลากรและทรัพยากรอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยมีการจัดการองค์กร การวางแผน การนำ และการควบคุม เพื่อให้กระบวนการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้

สรุปได้ว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการในการทำงานร่วมกัน โดยอาศัยทรัพยากรบุคคล การจัดการองค์กร การวางแผน แนวทางในการปฏิบัติงาน การควบคุม และผู้นำ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ร่วมกัน

ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร

Henri Fayol (อ้างถึงใน ธงชัย สันติวงษ์, 2545, หน้า 56-57)

นักทฤษฎีชาวฝรั่งเศสคนแรกที่ทำให้ความสำคัญและศึกษาเกี่ยวกับการจัดการองค์กรและการบริหาร (Principles of Organization and Management) และยังเป็นบิดาด้านการจัดการตามหลักการบริหารอีกด้วย โดย ฟาโยได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการว่าต้องประกอบด้วยหน้าที่หลัก 5 ประการ ที่มีส่วนสำคัญในการบริการ และหลักเกณฑ์ในการบริหารงานทั้งหมด 14 ประการ จึงจะถือว่าเป็นการจัดการที่มีประสิทธิภาพ (Fayol's Principles of Effective Management)

กระบวนการบริหารจัดการประกอบด้วยหน้าที่หลัก 5 ประการ คือ

1. การวางแผน (Planning) เป็นหน้าที่ของผู้บริหารองค์การในการคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยจะต้องวิเคราะห์เหตุการณ์ต่าง ๆ ล่วงหน้าว่าจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจหรือไม่ และจะต้องกำหนดแนวทางและแผนการปฏิบัติงาน เพื่อรองรับต่อเหตุการณ์และเป็นแนวทางในการรับมือต่อสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
2. การจัดการองค์การ (Organizing) (เป็นหน้าที่ของผู้บริหารในการบริหารจัดการโครงสร้างองค์การ และกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งหน้าที่ เพื่อให้มีขอบเขตการทำงานที่ชัดเจนและก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการบริหารงาน
3. การอำนวยการ (Directing) (เป็นอำนาจหน้าที่ในการสั่งการของผู้บริหารในการสั่งการ ออกคำสั่ง และควบคุมผู้ที่อยู่ใต้บังคับบัญชา โดยบุคลากรทุกคนภายในองค์การจะต้องเข้าใจในข้อตกลงของการทำงานที่มีร่วมกันขององค์การ
4. การประสานงาน (Coordinating) เป็นหน้าที่ในการเชื่อมโยงงานของแต่ละภาคส่วนให้สามารถเข้ากันได้และกำหนดทิศทางของงานให้มีเป้าหมายไปยังจุดเดียวกัน
5. การควบคุมงาน (Controlling) เป็นหน้าที่ในการตรวจสอบ จัดการและควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์การให้เป็นไปตามแผนการที่กำหนดไว้ โดยจะต้องพิจารณาถึงข้อผิดพลาดและแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ฟาโยยังได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพทั้งหมด 14 ประการ คือ

1. หลักการแบ่งงาน (Division of Work)
2. การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority and Responsibility)
3. เอกภาพในการบังคับบัญชา (Unit of Command) เอกภาพในการบังคับบัญชาอยู่ที่ผู้บังคับบัญชาแต่เพียงผู้เดียว เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่ชัดเจนและข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงาน โดยผู้ใต้บังคับบัญชามีหน้าที่ในการปฏิบัติตามคำสั่งให้ลุล่วง
4. เอกภาพในการอำนวยการ (Unit of Direct) มีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว ในการกำหนดทิศทางของการปฏิบัติงาน โดยมีวัตถุประสงค์และแผนในการปฏิบัติงานร่วมกัน
5. การรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลาง (Centralization of Authority) เป็นหลักเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเอกภาพในการบังคับบัญชาและเอกภาพในการอำนวยการ
6. การบังคับบัญชาที่ต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ (Scalar Chain) เป็นหลักเกณฑ์ที่

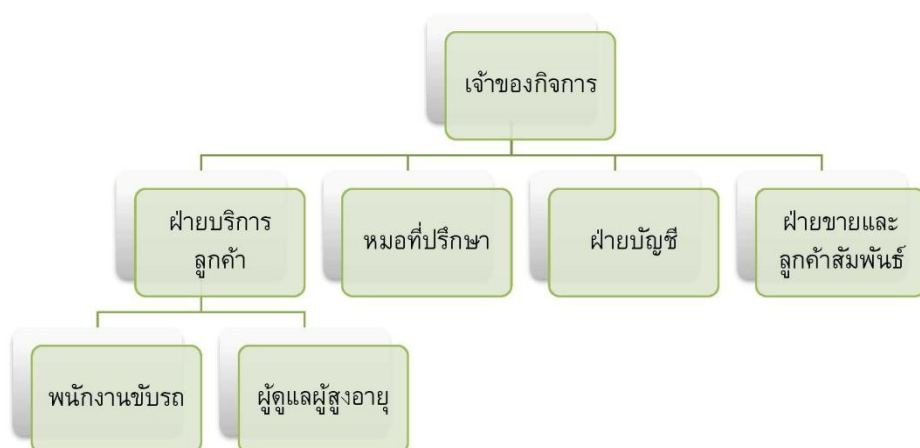
กำหนดให้อำนาจในการบังคับบัญชา ไล่ระดับความสำคัญในการออกคำสั่งจากระดับ บนลงสู่ระดับล่าง

7. องค์กรจะต้องมีวินัย (Discipline) เป็นการกำหนดกฎ ข้อบังคับ เพื่อเป็นหลักในการควบคุมให้การปฏิบัติงานของทุกคนภายในองค์กรมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย
8. องค์กรจะต้องมีระเบียบ (Order) ความเป็นระเบียบภายในองค์กรเป็นหลักในการปฏิบัติงาน
9. ผู้ปฏิบัติงานจะต้องไม่คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตัว มากกว่าผลประโยชน์ส่วนรวม
10. ผลตอบแทนในรูปแบบของเงินเดือน จะต้องมีความสอดคล้องหน้าที่และผลงาน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและองค์กร
11. องค์กรจะต้องมีความเสมอภาคและยุติธรรมแก่ทุกฝ่าย
12. องค์กรจะต้องมีความมั่นคงเพื่อความมั่นคงในชีวิตการทำงานของผู้ปฏิบัติงาน (Security of Tenure)
13. องค์กรจะต้องให้การสนับสนุนแก่ผู้ที่มีความคิดริเริ่ม
14. ผู้ปฏิบัติงานควรมีความร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงาน (Esprit de Corps) และควรปฏิบัติงานด้วยความจริงใจ ซื่อสัตย์ เพื่อผลประโยชน์ขององค์กร

5.1.2 การจัดโครงสร้างองค์กร และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ แผนผังองค์กร (Organization Chart)

เนื่องจากกิจการเป็นธุรกิจขนาดย่อม จึงมีโครงสร้างองค์กรที่ไม่ซับซ้อน โดยมีการแบ่งอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจนตามความสามารถและความชำนาญของแต่ละบุคคล ดังนั้นทางกิจการจึงมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นระบบ และปฏิบัติงานไปในทิศทางเดียวกัน

ภาพที่ 5.1 : แสดงแผนผังองค์กร



ตารางที่ 5.1 : ตารางแสดงตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ
นางสาวเมษา ปอเจริญ	เจ้าของกิจการ	มีหน้าที่บริหาร กำหนดแนวทางและแผนการปฏิบัติงาน รวมถึงประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้
นายสุเจตน์ สุขานา นายภูชงค์ แต่งไทย	พนักงานขับรถ	มีหน้าที่ขับรถรับส่งลูกค้า และคอยอำนวยความสะดวกในการขึ้น-ลงรถ
นางสาวนงนุช ยอดพันคำ นางมาลัย แสนสุข	ผู้ดูแลผู้สูงอายุ	มีหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุเป็นหลัก เช่น ช่วยพยุงเวลาเดิน เข็นรถเข็น ป้อนข้าว
แพทย์หญิงญาณิสสร นันชัยพฤกษ์	หมอที่ปรึกษา	มีหน้าที่ให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำเมื่อผู้สูงอายุมีอาการเจ็บป่วยกะทันหันขณะใช้บริการ
นางธนพร สุขานา	เจ้าหน้าที่บัญชี	มีหน้าที่ดูแลรายละเอียดเกี่ยวกับการเงินของกิจการทั้งหมด รวมถึงรายได้ของกิจการ
นางสาวเมษา ปอเจริญ	ฝ่ายการขายและลูกค้าสัมพันธ์	มีหน้าที่ติดต่อประสานงานกับลูกค้า รับจองคิว และแจ้งเตือนลูกค้าก่อนถึงวันนั้นหมาย รวมถึงมีหน้าที่ประสานงานกับพนักงานขับรถและผู้ดูแลผู้สูงอายุเพื่อมอบหมายงาน

5.1.3 เกณฑ์ในการรับและจ้างบุคลากร

กิจการเป็นธุรกิจขนาดย่อม ลักษณะการทำงานจึงเป็นแบบใกล้ชิดแต่มีการแบ่งสัดส่วนหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างชัดเจน ในการจัดหาทรัพยากรบุคคลเพื่อเข้าทำงาน ทางกิจการจะใช้การประกาศรับสมัครงานผ่านช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์หางานหรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งรูปแบบการบริการเป็นการบริการผู้สูงอายุ ทางกิจการจึงให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัยของผู้สูงอายุ และมุ่งเน้นในการคัดสรรบุคลากรที่มีประสบการณ์ ทักษะดี ความรู้และความสามารถที่เหมาะสม ดังนั้นทางกิจการจึงได้กำหนดเกณฑ์ในการรับและจ้างบุคลากรไว้ ดังนี้

1. พนักงานขับรถจะต้องมีใบอนุญาตขับรถยนต์ ชนิดรถยนต์ส่วนบุคคลที่ออกโดยกรมการขนส่งทางบก
2. พนักงานขับรถจะต้องผ่านหลักสูตรพัฒนาพนักงานขับรถมืออาชีพ ของสถาบันพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์กร

3. พนักงานขับรถจะต้องมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเครื่องยนต์ สามารถแก้ไขปัญหาคณะหน้าได้เมื่อรถมีปัญหา
4. พนักงานขับรถจะต้องไม่เป็นผู้ติดสิ่งเสพติดให้โทษหรือพิษสุราเรื้อรัง หรือเสพยาเสพติดหน้าที ไม่เป็นโรคติดต่อและต้องผ่านการตรวจร่างกายพื้นฐาน สายตาและโรคติดต่อร้ายแรงเรื้อรัง
5. พนักงานขับรถจะต้องไม่สูบบุหรี่ ไม่ดื่มสุรา หรือของมีนเมาทุกชนิดในขณะที่ปฏิบัติหน้าที่
6. ผู้ดูแลผู้สูงอายุจะต้องผ่านหลักสูตรผู้ดูแลผู้สูงอายุ ของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
7. พนักงานขับรถและผู้ดูแลผู้สูงอายุจะต้องไม่มีประวัติผิดกฎหมายร้ายแรง
8. พนักงานขับรถและผู้ดูแลผู้สูงอายุจะต้องแต่งกายสุภาพเรียบร้อย

5.1.4 เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน

หลังจากการรับพนักงานที่ผ่านการคัดเลือกเข้าทำงาน ทางกิจการมีข้อกำหนดในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานใหม่ โดยพนักงานใหม่ทุกคนจะต้องผ่านการอบรม เพื่อให้ทราบถึงกฎข้อบังคับ ขั้นตอนและแนวทางในการปฏิบัติงาน หลังจากนั้นจะเป็นระยะเวลาทดลองงาน 3 เดือน หากพนักงานสามารถปฏิบัติตามได้อย่างครบถ้วน ก็จะสามารถบรรจุเป็นพนักงานประจำได้ทันที

5.1.5 การบริหารเงินเดือน และสวัสดิการ

ทางกิจการมีการกำหนดเกณฑ์ค่าจ้างและสวัสดิการให้มีความเหมาะสมกับหน้าที่ความรับผิดชอบ โดยอ้างอิงถึงอัตราค่าจ้างและสวัสดิการที่กฎหมายกำหนด เพื่อความถูกต้องและเป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย โดยทางกิจการมีการกำหนดอัตราค่าจ้างของแต่ละตำแหน่งไว้ ดังนี้

1. ค่าจ้างพนักงานขับรถเดือนละ 12,000 บาท (ระยะเวลาการทำงาน 8 ชั่วโมงต่อวัน) นอกเหนือจากระยะเวลาทำงาน 8 ชั่วโมง จ่ายค่าล่วงเวลา 100 บาท ต่อชั่วโมงจำนวนพนักงาน 2 คน
2. ค่าจ้างผู้ดูแลผู้สูงอายุเดือนละ 15,000 บาท (ระยะเวลาการทำงาน 8 ชั่วโมงต่อวัน) นอกเหนือจากระยะเวลาทำงาน 8 ชั่วโมง จ่ายค่าล่วงเวลา 100 บาท ต่อชั่วโมงจำนวนพนักงาน 2 คน
3. ค่าจ้างพนักงานฝ่ายบัญชี เดือนละ 15,000 บาท (ระยะเวลาการทำงาน 8 ชั่วโมง 9.00 – 17.00) จำนวนพนักงาน 1 คน
4. ค่าจ้างแพทย์ที่ปรึกษาโดยเฉลี่ย 500 บาท ต่อ 1 ชั่วโมง

นอกจากนี้ทางกิจการยังมีนโยบายในการเพิ่มค่าจ้างและให้โบนัสให้พนักงานทุกคน โดยค่าจ้างและโบนัสจะปรับขึ้นและจ่ายตามอัตราผลกำไรของทางกิจการ และทางกิจการยังมอบสวัสดิการสังคมให้แก่พนักงานทุกคน ไม่ว่าจะเป็น ค่าตอบแทนเมื่อทำงานล่วงเวลา ค่าอาหาร หรือสิทธิในการเข้ารับการรักษาเมื่อเจ็บป่วย เป็นต้น

5.2 แผนกลยุทธ์ทางการตลาด

5.2.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

Kotler (1997, p. 14) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดรูปแบบหนึ่งที่ใช้เพื่อปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดกลุ่มเป้าหมาย

ธงชัย สันติวงษ์ (2540, หน้า 34) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การรวมกันของข้อกำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา ระบบการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 17) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ที่มีการใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และใช้เพื่อให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ โดยใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ปัจจัยตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ และใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ สร้างความพึงพอใจ และกระตุ้นความต้องการในตัวสินค้าหรือบริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Philip Kotler (อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546, หน้า 53-55)

ทฤษฎีของ Philip Kotler เป็นทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดที่นิยมใช้และเป็นที่รู้จักมากที่สุด โดยได้มีการอ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (Service Mix) ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีการให้บริการ ซึ่งมีการใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps มาเป็นตัวกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดโดยทั้งหมดเป็นกลยุทธ์ที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจบริการควรให้ความสำคัญประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ผู้ขายเสนอขายให้แก่ลูกค้า ซึ่งใช้ในการตอบสนองความต้องการหรือความจำเป็นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งลักษณะของผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ โดยตัวผลิตภัณฑ์จะต้องมีประโยชน์และคุณค่า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจและผู้ขายสามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ในที่สุด
2. ด้านราคา (Price) เป็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในรูปแบบของเงิน โดยผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของการบริการกับราคา ว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้จ่ายหรือไม่ ซึ่งถ้าคุณค่าของผลิตภัณฑ์มีมูลค่ามากกว่าราคา ลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อบริการเหล่านั้น ดังนั้น การกำหนดราคาของการบริการจึงควรมีความเหมาะสมกับระดับ คุณค่าของการบริการที่ให้ไปด้วย
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นช่องทางในการนำเสนอและการเข้าถึงการบริการของลูกค้า ซึ่งจะต้องคำนึงถึงตำแหน่งที่ตั้งของบริการและช่องทางการนำเสนอบริการเป็นหลัก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารหรือแจ้งข่าวสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจต่อบริการ สร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการ และสร้างพฤติกรรมและทัศนคติที่ดี
5. ด้านบุคคล (People) เป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กร หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า พนักงาน ซึ่งจะต้องผ่านการคัดเลือก อบรม เพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนี้นี้ เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานผู้ให้บริการและผู้เข้าใช้บริการ อีกทั้งยังสามารถแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการบริการที่มีเหนือคู่แข่งได้
6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นลักษณะทางกายภาพที่ต้องการแสดงให้ผู้ใช้บริการเห็นอย่างเป็นรูปธรรม โดยเป็นการสร้างคุณค่าให้ผู้ใช้บริการด้วยการบริการที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นการบริการที่รวดเร็ว บริการด้วยความสุภาพ แต่งกายสะอาดเรียบร้อย ล้วนแล้วแต่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจเมื่อเข้าใช้บริการ
7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นการกำหนดวิธีการดำเนินงานและขั้นตอนการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการบริการ เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

5.2.2 นวัตกรรมที่นำมาใช้กับการบริการ

เนื่องด้วยกิจการเป็นธุรกิจที่ให้บริการแก่ผู้สูงอายุทางกิจการจึงมีการนำนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุเข้ามาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการให้บริการเนื่องจากทางกิจการต้องการให้ผู้สูงอายุที่เข้ามาใช้บริการได้รับความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตขณะเข้าใช้บริการ อีกทั้งยัง

เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับบริการและสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งนวัตกรรมที่ทางกิจการนำมาใช้ในการบริการประกอบด้วย

1. รถเซ็นไฟฟ้า เป็นการนำรถเซ็นไฟฟ้าประกอบเข้ากับรถยนต์ที่ให้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุที่มีปัญหาในการเคลื่อนไหว ให้สามารถขึ้นลงรถ หรือเดินทางไปในที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น มากไปกว่านั้น การใช้รถเซ็นไฟฟ้ายังช่วยลดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้ในขณะที่ผู้สูงอายุกำลังเดิน หรือขึ้นลงจากรถ

2. อุปกรณ์ทางการแพทย์แบบพกพา เป็นอุปกรณ์ทางการแพทย์ขนาดเล็กที่สามารถพกพาไปยังที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก ซึ่งรถยนต์ที่ให้บริการจะมีอุปกรณ์ทางการแพทย์พื้นฐานเหล่านี้ติดอยู่ประจำรถ เพื่อรองรับเหตุฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างทันท่วงที เช่น เครื่องวัดปริมาณน้ำตาลในเลือดสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวาน อุปกรณ์วัดความดัน เป็นต้น

3. เครื่องกรองอากาศและฆ่าเชื้อภายในรถ ทางกิจการได้ให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาด ซึ่งอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในรถโดยสารจะต้องผ่านการฆ่าเชื้อ และทำความสะอาด โดยจะทำความสะอาดและฆ่าเชื้อก่อนให้บริการ ระหว่างการบริการ และหลังการบริการ เพื่อป้องกันการติดเชื้อและความปลอดภัยของผู้โดยสารที่เป็นผู้สูงอายุ

4. เทคโนโลยีด้านการสื่อสาร เพื่อเป็นการเปิดโอกาสในการเข้าถึงของผู้ใช้บริการ ให้สามารถติดต่อเข้าใช้บริการ หรือการติดตามระหว่างการเดินทางได้อย่างสะดวก อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ให้บริการ ว่าเป็นการบริการที่น่าเชื่อถือและสามารถติดต่อได้ตลอดเวลา

5.2.3 แนวทางในการพัฒนาบริการ

ทางกิจการจะมีการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทุกเดือน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการและข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยเบื้องต้นทางกิจการได้กำหนดหลักในการพัฒนาการบริการไว้ ดังนี้

1. ผู้ดูแลผู้สูงอายุทุกคนจะต้องเข้าสู่หลักสูตรอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุ เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง

2. พนักงานทุกคนจะต้องเรียนรู้การใช้นวัตกรรมต่าง ๆ ที่นำมาให้บริการให้เกิดความชำนาญ

5.2.4 การตั้งราคา

ทางกิจการได้มีการกำหนดอัตราค่าบริการให้ใกล้เคียงกับคู่แข่งอื่นภายในตลาด แต่มุ่งเน้นในการสร้างความแตกต่างทางด้านคุณภาพของการบริการ และคุณค่าที่ผู้บริการจะได้รับ โดยอัตราค่าบริการรถรับส่งผู้สูงอายุ ให้บริการเฉพาะคนขับอัตราค่าบริการครึ่งวัน 450 บาท เต็มวัน 800 บาท

ให้บริการคนขับพร้อมด้วยผู้ดูแล อัตราค่าบริการ ครั้งวัน 650บาท เต็มวัน 1,200บาท โดยระยะเวลา ครั้งวันโดยเฉลี่ยคือ 4ชั่วโมง และเต็มวัน 8ชั่วโมง

5.2.5 การบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายของกิจการจะให้ความสำคัญทั้งโลกออนไลน์และออฟไลน์ ในส่วนของออนไลน์นั้น ผู้เข้าใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ 2 ทาง คือ Facebook และ Line ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าใช้บริการสามารถติดต่อเข้ามาได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว รวมถึงยังสามารถแจ้งข้อมูลข่าวสาร หรือติดตามผลความพึงพอใจได้อย่างทันท่วงที อีกทั้งยังสามารถใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและประหยัดเวลาอีกด้วย มากไปกว่านั้น ทางกิจการยังมีการสร้างบทความ คอยให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้สูงอายุผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงคุณค่าในตนเอง และรับรู้ถึงความเอาใจใส่ของทางกิจการ นอกจากนี้การใช้ช่องทางออนไลน์ยังช่วยให้กิจการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างสะดวก กว้างขวาง และเป็นที่ยึดจํามากยิ่งขึ้น

นอกจากช่องทางออนไลน์ที่กิจการให้ความสำคัญแล้ว ทางกิจการยังคงให้ความสำคัญกับโลกออฟไลน์อีกด้วย ซึ่งถึงแม้ว่าปัจจุบันเทคโนโลยีจะก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว แต่ไม่ใช่ผู้สูงอายุทุกคนที่จะสามารถเข้าถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านั้นได้ ดังนั้นทางกิจการจึงมีการประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการติดต่อที่อำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุสามารถเข้ามาติดต่อได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้น คือมีการโฆษณาผ่านบิลบอร์ดของทางโรงพยาบาลทั้งรัฐและเอกชน และสถานที่ทำกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็น ชมรมผู้สูงอายุ ศูนย์พัฒนาศักยภาพผู้สูงอายุ หรือสมาคมเกี่ยวกับผู้สูงอายุ รวมถึงยังมีการตั้งโต๊ะประชาสัมพันธ์พร้อมแจกแผ่นพับข้อมูลการบริการของทางกิจการ พร้อมราคาและช่องทางการติดต่อ

5.2.6 การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

ทางกิจการได้ให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เข้าใช้บริการ ผ่านการบริการที่มีคุณภาพ เอาใจใส่ ดูแลเสมือนเป็นบุคคลภายในครอบครัว รวมถึงการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ดีขณะเดินทางให้แก่ผู้สูงอายุ มากไปกว่านั้นทางกิจการยังให้ความสำคัญกับการบริการเป็นอย่างมาก ทั้งก่อนบริการ ระหว่างการบริการ และหลังการบริการ เพื่อเป็นการสร้างความทรงจำที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ ก่อให้เกิดการจดจำตัวแบรนด์ และการบอกต่อ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นในการสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและจดจำในวงกว้าง

5.3 แผนกลยุทธ์กระบวนการให้บริการ

5.3.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

ความหมายของความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ฉัตรชัย คงสุข (2535) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติภายในจิตใจของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการภายในจิตใจของแต่ละบุคคลนั้นได้รับการตอบสนอง โดยการตอบสนองนั้นจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับความคาดหวังของแต่ละบุคคลที่ตั้งไว้ ซึ่งถ้ามีความคาดหวังไว้มากและมีผลตอบสนองเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ความพึงพอใจก็จะมากขึ้นตามไปด้วย แต่ถ้าหากผลการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ก็จะส่งผลให้เกิดความผิดหวังและไม่พอใจขึ้นได้

กาญจนา อรุณสุขรุจี (2546) ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกของมนุษย์ที่ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปเป็นร่างได้ หรือเรียกว่าเป็นพฤติกรรมที่เป็นนามธรรม โดยจะสามารถทราบถึงความพึงพอใจได้จากการสังเกตการแสดงออก ซึ่งโดยส่วนมากจะมีความสลับซับซ้อน และต้องอาศัยสิ่งเร้าที่ตรงกับความต้องการของแต่ละบุคคล จึงจะสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจ และแสดงออกมา ดังนั้นสิ่งเร้าจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่กระตุ้นให้เกิดความพึงพอใจ

Morse (1958, p. 19) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความตึงเครียด ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วมนุษย์ล้วนมีความต้องการ หากความต้องการได้รับการตอบสนอง ความเครียดที่มีอยู่ก็จะลดน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น แต่ถ้าหากความพึงพอใจไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พอใจก็จะเกิดขึ้นแทน

Kotler (1998) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลมาจากผลที่ได้รับกับความคาดหวัง กล่าวคือ ระดับความพึงพอใจของลูกค้า จะขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ที่ได้รับ แต่ความคาดหวัง จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีต ดังนั้น นักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจ ชอบใจของแต่ละบุคคล เมื่อความต้องการของตนเองได้รับการตอบสนอง ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีความต้องการและคาดหวังแตกต่างกันออกไป แต่เมื่อใดก็ตามที่ความคาดหวังได้รับการตอบสนองก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ ในทางกลับกันหากไม่ได้รับการตอบสนองก็จะก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจขึ้นได้

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547) ได้ให้ความสำคัญของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญที่ธุรกิจเกี่ยวกับการบริการจะต้องบรรลุให้ได้ เนื่องจากความพึงพอใจของลูกค้าที่เกิดขึ้นนั้นนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการซ้ำ ความจงรักภักดีในบริการ และเกิดการแนะนำต่อผู้อื่นให้ทราบถึงความพึงพอใจที่ได้รับ

Peter and Olson (1996) ได้ให้ความสำคัญของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นแนวคิดที่สำคัญในการทำการตลาด ซึ่งถ้าหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้า หรือบริการก็จะเกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการบอกต่อไปยังบุคคลอื่น แต่ในทางกลับกันหากลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ ก็จะมีการเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นแทนได้เช่นกัน

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

อับราฮัม มาสโลว์ (1943) ได้มีการค้นคว้าวิธีที่จะนำมาอธิบายว่าเพราะเหตุใดผู้คนจึงถูกผลักดันด้วยความต้องการบางอย่างในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งบางคนทุ่มเทเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเอง แต่บางคนกลับทุ่มเทเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม โดยมาสโลว์ได้ให้คำตอบไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์นั้นจะถูกเรียงลำดับจากสิ่งที่มีความกดดันมากที่สุดไปยังสิ่งที่มีความกดดันน้อยที่สุด ในทฤษฎีของมาสโลว์ได้มีการจัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ ได้แก่

1. ความต้องการทางกาย (Physiological needs) ความต้องการพื้นฐาน ประกอบด้วย อาหาร ที่พักอาศัย อากาศ และยารักษาโรค
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการที่จะรอดพ้นและปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ
3. ความต้องการทางสังคม (Social needs) ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับจากสังคมและเพื่อน
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ความต้องการที่จะได้รับการยกย่อง ได้รับความนับถือ และมีสถานะทางสังคม
5. ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-Actualization needs) ความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ที่มีความต้องการในการทำทุกอย่างให้สำเร็จลุล่วง

มนุษย์มีความพยายามที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเสมอ และเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการในสิ่งนั้นก็จะมีหมดลงไป และก็จะกลายเป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์พยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดที่อยู่ลำดับถัดไปแทน ดังนั้นเมื่อความต้องการในแต่ละลำดับชั้นได้รับความพึงพอใจแล้ว ความต้องการในลำดับชั้นต่อไปก็จะถูกเข้ามาแทนที่ จนกว่าความต้องการที่มีอยู่ทั้งหมดจะได้รับการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจ

5.3.2 กระบวนการให้บริการ

ทางกิจการมีการกำหนดรูปแบบกระบวนการให้บริการอย่างเป็นระบบโดยเริ่มต้นจากการให้คำแนะนำรูปแบบการบริการแต่ละประเภท และเลือกรูปแบบการบริการที่เหมาะสมให้แก่ผู้เข้าใช้บริการ โดยคำนึงถึงความต้องการและความเหมาะสมของลูกค้าเป็นหลัก ภายหลังจากการบริการจะมีการติดตามความพึงพอใจของผู้เข้าใช้บริการ และเพื่อความสะดวกของผู้เข้าใช้บริการ ทางกิจการมีบริการแจ้งเตือนก่อนถึงวันนัดหมายล่วงหน้า 1 วัน โดยมุ่งหวังว่าผู้เข้าใช้บริการจะไม่พลาดนัดสำคัญ และแสดงถึงความเอาใจใส่ของการบริการ นอกจากนี้ทางกิจการยังมีรูปแบบการชำระค่าบริการที่หลากหลายโดยเน้นความสะดวกของผู้ใช้บริการเป็นหลัก เช่น บริการโอนเงินผ่านช่องทางออนไลน์ การรูดผ่านบัตรเครดิตหรือเดบิต และบริการเสริมอย่างการซื้อบริการเป็นแพ็คเกจ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่ต้องการใช้บริการแบบเหมาจ่ายภายในครั้งเดียว

นอกจากกระบวนการให้บริการแล้ว ทางกิจการยังให้ความสำคัญกับรถที่นำมาให้บริการ โดยทางกิจการจะมีกระบวนการในการบำรุงรักษารถยนต์และตรวจเช็คสภาพรถก่อนนำมาให้บริการทุกครั้ง มากไปกว่านั้นยานพาหนะทุกคนจะต้องผ่านกระบวนการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อเพื่อความปลอดภัยของผู้เข้าใช้บริการ โดยก่อนบริการทุกครั้งจะต้องปฏิบัติตามขั้นตอนและทำให้ตรงตามมาตรฐานที่ทางกิจการกำหนดไว้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดเมื่อเข้าใช้บริการ

5.4 แผนกลยุทธ์ทางการเงิน และการลงทุน

5.4.1 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับการลงทุน

ความหมายของการลงทุน

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2558) การลงทุน หมายถึง การใช้จ่ายเงินสดรูปแบบในหนึ่งปัจจุบัน โดยคาดหวังที่จะได้รับผลตอบแทนภายในอนาคต ซึ่งผู้ที่ลงทุนมีความเชื่อมั่นว่าเงินสดที่ลงทุนไปนั้นจะสามารถชดเชยระยะเวลา และความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้อย่างคุ้มค่า

Kojima (1978) การลงทุน หมายถึง การใช้เงินทุนที่มีอยู่ ความรู้ ความชำนาญในการบริหารไปยังประเทศที่รับการลงทุน ซึ่งมีอำนาจในการเปลี่ยนแปลงและเป็นตัวช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจ

Vernon (1999) การลงทุน หมายถึง การลงทุนทุกชนิดจะกลายเป็นที่สนใจและน่าดึงดูดก็ต่อเมื่อ ผลที่ได้รับจากการลงทุนมีมูลค่าสูงกว่าต้นทุนที่ใช้ในการลงทุน และได้รับผลตอบแทนสูงสุด

วัตถุประสงค์ในการลงทุนของนักลงทุนแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่ผลคาดหวังที่ต้องการจะได้รับ บางคนลงทุนเพื่อสร้างรายได้ ในขณะที่บางคนลงทุนเพื่อหวังผลกำไรจากการขายหลักทรัพย์ โดยประเภทของการลงทุน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. การลงทุนเพื่อการบริโภค (Consumer Investment) เป็นการลงทุนของผู้บริโภคใน

การซื้อสินค้าคงทนถาวร โดยไม่ได้หวังผลตอบแทนในรูปแบบของตัวเงิน แต่ต้องการเพียงความพึงพอใจในการใช้สินค้านั้นทำให้เกิดประโยชน์เพียงเท่านั้น เช่น รถยนต์ บ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

2. การลงทุนในธุรกิจ (Business or Economic Investment) เป็นการลงทุนเพื่อต้องการหารายได้ โดยมีความหวังว่าสิ่งที่ลงทุนลงไปจะสามารถชดเชยกับระยะเวลาและความเสี่ยงในการลงทุน โดยวัตถุประสงค์ในการลงทุนประเภทนี้คือผลกำไร

3. การลงทุนในหลักทรัพย์ (Financial or Securities Investment) เป็นการลงทุนซื้อสินทรัพย์ในรูปแบบของหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นการลงทุนในทางอ้อมโดยไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นเจ้าของธุรกิจเอง โดยจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของ ดอกเบี้ย เงินปันผล หรือกำไรจากการขายหลักทรัพย์ ขึ้นอยู่กับประเภทที่ลงทุน เช่น พันธบัตร หุ้นกู้ หุ้นทุน เป็นต้น

5.4.2 ประเภทของการลงทุน

ตารางที่ 5.2 : ตารางแสดงงบประมาณที่ใช้ในการลงทุน

รายการ	รวม	แหล่งที่มา	
		ส่วนของผู้ถือหุ้น	เจ้าหนี้(เงินกู้ยืม)
สินทรัพย์ถาวร			
ยานพาหนะที่ใช้ในการบริการ	5,000,000.00	5,000,000.00	-
อุปกรณ์ที่ใช้ภายในสำนักงาน	100,000.00	100,000.00	-
อุปกรณ์ทางการแพทย์	100,000.00	100,000.00	-
สินทรัพย์ถาวรรวม	5,200,000.00		
เงินทุนหมุนเวียน	200,000.00	200,000.00	-
รวมเงินลงทุนเริ่มต้น	5,400,000.00	5,400,000.00	-

5.4.3 งบประมาณกำไรขาดทุน และหนี้สิน

ตารางที่ 5.3 : ตารางแสดงงบประมาณการงบกำไรขาดทุน

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
รายได้รวม	1,680,000.00	1,852,200.00	2,042,050.50	2,251,360.68	2,482,125.15
หักต้นทุนผันแปร	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
กำไรส่วนเกิน	1,620,000.00	1,792,200.00	1,982,050.50	2,191,360.68	2,422,125.15
หักต้นทุนคงที่	1,242,700.00	1,253,135.00	1,263,875.75	1,274,933.22	1,286,318.83
กำไรก่อนการ ดำเนินงาน	377,300.00	539,065.00	718,174.75	916,427.46	1,135,806.31
กำไรก่อนหักภาษี	377,300.00	539,065.00	718,174.75	916,427.46	1,135,806.31
หักภาษี 30%	113,190.00	161,719.50	215,452.43	274,928.24	340,741.89
กำไรสุทธิ	264,110.00	377,345.50	502,722.33	641,499.22	795,064.42
	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้รวม	2,736,542.97	3,017,038.63	3,326,285.09	3,667,229.31	4,043,120.31
หักต้นทุนผันแปร	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
กำไรส่วนเกิน	2,676,542.97	2,957,038.63	3,266,285.09	3,607,229.31	3,983,120.31
หักต้นทุนคงที่	1,298,044.51	1,310,122.66	1,322,566.24	1,335,388.74	1,348,604.26
กำไรก่อนการ ดำเนินงาน	1,378,498.47	1,646,915.97	1,943,718.85	2,271,840.56	2,634,516.05
กำไรก่อนหักภาษี	1,378,498.47	1,646,915.97	1,943,718.85	2,271,840.56	2,634,516.05
หักภาษี 30%	413,549.54	494,074.79	583,115.65	681,552.17	790,354.82
กำไรสุทธิ	964,948.93	1,152,841.18	1,360,603.19	1,590,288.39	1,844,161.24

ตารางที่ 5.4 : ตารางแสดงประมาณการงบกำไรสะสม

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสะสมต้นปี	-	264,110.00	641,455.50	1,144,177.83	1,785,677.05
บวกกำไรสุทธิ	264,110.00	377,345.50	502,722.33	641,499.22	795,064.42
กำไรสะสม ปลายงวด	264,110.00	641,455.50	1,144,177.83	1,785,677.05	2,580,741.47

	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรสะสมต้นปี	2,580,741.47	3,545,690.39	4,698,531.57	6,059,134.77	7,649,423.16
บวกกำไรสุทธิ	964,948.93	1,152,841.18	1,360,603.19	1,590,288.39	1,844,161.24
กำไรสะสม ปลายงวด	3,545,690.39	4,698,531.57	6,059,134.77	7,649,423.16	9,493,584.40

5.4.4 งบประมาณเงินสด

ตารางที่ 5.5 : ตารางแสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการ ดำเนินงาน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรสุทธิ	250,110.00	283,965.50	478,273.78	516,922.46	755,096.09
<u>บวก</u> ค่าเสื่อมราคา	520,000.00	520,000.00	520,000.00	520,000.00	520,000.00
<u>บวก</u> ภาษีเงินได้ค้าง จ่ายที่เพิ่มขึ้น	107,190.00	14,509.50	83,274.98	16,563.72	102,074.41
เงินสดจากกิจกรรม การดำเนินงาน	877,300.00	818,475.00	1,081,548.75	1,053,486.19	1,377,170.50
สินทรัพย์รวม	-5,200,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ ลงทุน	-5,200,000.00	-	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	5,400,000.00	-	-	-	-
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการจัดการ	5,400,000.00	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	1,077,300.00	818,475.00	1,081,548.75	1,053,486.19	1,377,170.50
บวกเงินสดต้นงวด	-	1,077,300.00	1,895,775.00	2,977,323.75	4,030,809.94
เงินสดปลายงวด	1,077,300.00	1,895,775.00	2,977,323.75	4,030,809.94	5,407,980.43

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.5 (ต่อ) : ตารางแสดงประมาณการงบกระแสเงินสด

กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการ ดำเนินงาน	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรสุทธิ	798,275.89	864,439.69	1,134,811.67	1,423,112.25	1,533,257.87
บวก ค่าเสื่อมราคา	520,000.00	520,000.00	520,000.00	520,000.00	520,000.00
บวก ภาษีเงินได้ค้าง จ่ายที่เพิ่มขึ้น	18,505.63	28,355.91	115,873.71	123,557.39	47,205.26
เงินสดจากกิจกรรม การดำเนินงาน	1,336,781.52	1,412,795.60	1,770,685.38	2,066,669.65	2,100,463.13
สินทรัพย์รวม	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจากการ ลงทุน	-	-	-	-	-
ทุนหุ้นสามัญ	-	-	-	-	-
กระแสเงินสดจาก กิจกรรมการจัดการ	-	-	-	-	-
เงินสดสุทธิ	1,336,781.52	1,412,795.60	1,770,685.38	2,066,669.65	2,100,463.13
บวกเงินสดต้นงวด	5,407,980.43	6,744,761.96	8,157,557.55	9,928,242.93	11,994,912.58
เงินสดปลายงวด	6,744,761.96	8,157,557.55	9,928,242.93	11,994,912.58	14,095,375.71

5.4.5 งบดุล

ตารางที่ 5.6 : ตารางแสดงประมาณการงบดุล

สินทรัพย์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	1,077,300	1,895,775	2,977,324	4,030,810	5,407,980
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	1,077,300	1,895,775	2,977,324	4,030,810	5,407,980
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	4,680,000	4,160,000	3,640,000	3,120,000	2,600,000
รวมสินทรัพย์	5,757,300	6,055,775	6,617,324	7,150,810	8,007,980
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	107,190	121,700	204,974	221,538	323,613
หนี้สินหมุนเวียน	107,190	121,700	204,974	221,538	323,613
รวมหนี้สิน	107,190	121,700	204,974	221,538	323,613
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	5,400,000	5,400,000	5,400,000	5,400,000	5,400,000
กำไรสะสม	250,110	534,076	1,012,349	1,529,272	2,284,368
ส่วนของผู้ถือหุ้น	5,650,110	5,934,076	6,412,349	6,929,272	7,684,368
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	5,757,300	6,055,775	6,617,324	7,150,810	8,007,980

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.6 (ต่อ) : ตารางแสดงประมาณการงบดุล

สินทรัพย์	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์หมุนเวียน					
เงินสดและเงินฝากธนาคาร	6,744,762	8,157,558	9,928,243	11,994,913	14,095,376
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	6,744,762	8,157,558	9,928,243	11,994,913	14,095,376
สินทรัพย์ถาวรรวมสุทธิ	2,080,000	1,560,000	1,040,000	520,000	-
รวมสินทรัพย์	8,824,762	9,717,558	10,968,243	12,514,913	14,095,376
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น					
ภาษีเงินได้ค้างจ่าย	342,118	370,474	486,348	609,905	657,111
หนี้สินหมุนเวียน	342,118	370,474	486,348	609,905	657,111
รวมหนี้สิน	342,118	370,474	486,348	609,905	657,111
ทุนเรือนหุ้นสามัญ	5,400,000	5,400,000	5,400,000	5,400,000	5,400,000
กำไรสะสม	3,082,644	3,947,083	5,081,895	6,505,007	8,038,265
ส่วนของผู้ถือหุ้น	8,482,644	9,347,083	10,481,895	11,905,007	13,438,265
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	8,824,762	9,717,558	10,968,243	12,514,913	14,095,376

5.4.6 จุดคุ้มทุน

ตารางที่ 5.7 : ตารางแสดงการคำนวณจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
กำไรส่วนเกิน	1,600,000	1,684,000	1,999,000	2,093,500	2,475,000
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.95	0.95	0.96	0.96	0.97
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,304,835	1,339,064	1,368,408	1,406,820	1,441,424
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	108,736.25	111,588.63	114,034.01	117,235.01	120,118.66
จุดคุ้มทุนต่อวัน	3,624.54	3,719.62	3,801.13	3,907.83	4,003.96

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.7 (ต่อ) : ตารางแสดงการคำนวณจุดคุ้มทุน

การคำนวณจุดคุ้มทุน	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
กำไรส่วนเกิน	2,580,000	2,720,000	3,154,000	3,616,000	3,826,000
อัตรากำไรส่วนเกิน	0.97	0.97	0.98	0.98	0.98
จุดคุ้มทุนต่อปี	1,484,245	1,528,765	1,571,720	1,618,004	1,669,832
จุดคุ้มทุนต่อเดือน	123,687	127,397	130,977	134,834	139,153
จุดคุ้มทุนต่อวัน	4,122.90	4,246.57	4,365.89	4,494.46	4,638.42

5.4.7 อัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

ตารางที่ 5.8 : ตารางแสดงประมาณการอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	10.05	15.58	14.53	18.19	16.71
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	10.05	15.58	14.53	18.19	16.71
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตรากำไรหมุนสินทรัพย์ถาวร (รอบ)	0.36	0.42	0.57	0.70	0.98
อัตรากำไรหมุนของสินทรัพย์รวม (รอบ)	0.29	0.29	0.31	0.30	0.32
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.02	0.02	0.03	0.03	0.04

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.8 (ต่อ) : ตารางแสดงประมาณการอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.04	0.05	0.07	0.07	0.09
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.04	0.05	0.07	0.07	0.10
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	95.238	95.464	96.151	96.319	96.868
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	21.27	23.00	32.86	33.98	42.22
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	14.89	16.10	23.00	23.78	29.55
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	฿3,394,159.80				
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	25%				
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	4.994				

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
การวัดสภาพคล่องทางการเงิน					
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (เท่า)	19.71	22.02	20.41	19.67	21.45
อัตราส่วนสินทรัพย์คล่องตัว (เท่า)	19.71	22.02	20.41	19.67	21.45
การวัดประสิทธิภาพการใช้ทรัพย์สิน					
อัตราการใช้สินทรัพย์ถาวร (รอบ)	1.28	1.79	3.11	7.11	
อัตราการใช้สินทรัพย์รวม (รอบ)	0.30	0.29	0.29	0.30	0.28
การวัดความสามารถในการชำระหนี้					
อัตราแห่งหนี้ (Debt to Equity Ratio) (เท่า)	0.04	0.04	0.05	0.05	0.05

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 5.8 (ต่อ) : ตารางแสดงประมาณการอัตราส่วนทางการเงินที่สำคัญ

รายการการวิเคราะห์	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
การวัดความสามารถในการบริหาร					
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA)	0.09	0.09	0.10	0.11	0.11
อัตราส่วนผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (ROE)	0.09	0.09	0.11	0.12	0.11
อัตราส่วนกำไรส่วนเกิน (%)	96.9924812	97.14285714	97.52628324	97.83549784	97.95186892
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (%)	42.87	44.10	50.13	55.01	56.08
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (%)	30.01	30.87	35.09	38.50	39.25
ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน					
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value)	-	-	-	-	-
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	-	-	-	-	-
ระยะเวลาคืนทุน (ปี)	-	-	-	-	-

จากประมาณการงบการเงินข้างต้น กิจการมีเงินลงทุนเริ่มต้น 5,400,000 บาท ซึ่งจากประมาณการงบกำไรขาดทุนข้างต้น ทำให้เห็นว่ากิจการมีความสามารถในการสร้างรายได้และทำกำไรเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากการเข้าใช้บริการของลูกค้า ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอในทุก ๆ ปี โดยกิจการมีเงินสดจากกิจกรรมการดำเนินงานเป็นบวกและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี แสดงให้เห็นว่ากิจการมีสภาพคล่องทางการเงินที่ดี มากไปกว่านั้น ทางกิจการไม่มีภาระหนี้สินเนื่องจากจำนวนเงินทุนหมุนเวียนของทางกิจการมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการในการดำเนินงาน

เมื่อวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน ทำให้เห็นว่ากิจการมีความมั่นคงทางการเงิน มีความสามารถในการทำกำไร และมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานดีขึ้นตามลำดับ นอกจากนี้ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน ทำให้เห็นว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธิของกิจการ (Net Present Value) มีค่ามากกว่า 0 ซึ่งหมายความว่ากิจการมีผลตอบแทนเป็นบวกและอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) มีค่ามากกว่าต้นทุนเงินทุน จึงมีความคุ้มค่าที่จะลงทุน โดยกิจการจะใช้ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period) ประมาณ 5 ปี จึงมีความเหมาะสมและคุ้มค่าที่จะลงทุน

ตารางที่ 5.9 : ตารางแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินจากการลงทุน

ต้นทุนเงินทุน	15%
มูลค่าปัจจุบันสุทธิของกิจการ (NPV)	3,394,159.80บาท
อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR)	25%
ระยะเวลาในการคืนทุน (Payback Period)	4.9ปี

บรรณานุกรม

- กาญจนา อรุณสุขรุจี. (2546). *ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ การเกษตรไร่ปรการ จำกัด อำเภอชัยปราการ จังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉัตรชัย คงสุข. (2535). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการของแผนกคลังพัสดุฝ่ายภัตตาคาร และ โภชนาการภายในประเทศ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2547). *การตลาดบริหาร*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชุบ กาญจนประกร. (2520). *รัฐประศาสนศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ: มงคลการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *การบริการงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- วิทยา ด้านอรัญกุล. (2546). *การบริหาร*. กรุงเทพฯ: เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). *องค์การและการจัดการฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: บ้านเสีรัตน์.
- สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ. (2542). *พฤติกรรมองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และ ไชเท็กซ์.
- สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. (2557). *สังคมผู้สูงอายุ*. สืบค้นจาก <https://www.hsri.or.th/people/media/infographic/detail/5910>.
- สภาวดี พุฒิน้อย. (2556). *ผู้สูงอายุและกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ*. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org/posts/551126>.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2548). *รายละเอียดและเงื่อนไขของการจ้างพนักงานขับรถยนต์*. สืบค้นจาก <http://www.ocpb.go.th/download/article/article>.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *สังคมสูงวัยกับการปันผลทางประชากร*. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Lists/Infographic/Attachments/51/สูงวัยปันผล>.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสมุทรปราการ. (ม.ป.ป.). *ชุดข้อมูลกลางด้านสังคม (ผู้สูงอายุ)*. สืบค้นจาก http://smprakan.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=218:mis2560-02-04&catid=80:2011-10-11-07-20-43.

- สำนักงานสถิติแห่งชาติกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2561). *รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2560*. สืบค้นจาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านสังคม/สาขาประชากร/ประชากรสูงอายุ/2560/รายงานฉบับสมบูรณ์.pdf>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). *จำนวนและสัดส่วนของผู้สูงอายุไทยในภาพรวม*. สืบค้นจาก <http://www.dop.go.th/th/know/1/45>.
- เส้นทางอาชีพนักบัญชี. (ม.ป.ป.). *อัตราเงินเดือนพนักงานบัญชี*. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/nakbaychi/xatra-ngein-deuxn-reim-tn>.
- อำนาจ ชีระวนิช. (2547). *การจัดการ*. กรุงเทพฯ: ซีวีแอลการพิมพ์.
- Drucker, P. F. (1954). *The Practice of Management*. New York: Harper & Row.
- Fayol, H. (1923). *Industrial and General Administration*. New Jersey: Clifton.
- Kojima, K. (1978). *Direct Foreign Investment: A Japanese Model of Multinational Business Operations*. London: Croom Helm.
- Koontz, H. D., & Cyril, O. D. (1972). *Principle of Management*. New York: McGraw- Hill.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). New Jersey: Simon and Schuster Company.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.
- Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the White-Collar Job*. Ann Arbor: University of Michigan.
- Peter, J. P., & Olsen, J. C. (1990). *Consumer Behavior and Marketing Strategy* (2nd ed.). Homewood: Illinois.
- Vernon, R. (1999). International Investment and International Trade in Product Cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 80, 70.



แบบสอบถาม

เรื่อง แผนธุรกิจบริการรถยนต์รับส่งผู้สูงอายุชีวาChara

(Cheva Chara Private Driver Service)

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์เกี่ยวกับความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุ และทัศนคติเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในการใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุ ดังนั้น ใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอขอบพระคุณในความร่วมมือตอบแบบสอบถามของท่านเป็นอย่างสูง แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรม

ส่วนที่ 3 ประเภทของกิจกรรมที่เข้าร่วม

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่าน

1. เพศ

() 1. ชาย

() 2. หญิง

2. อายุ

() 1. ผู้สูงอายุวัยต้น 60-69 ปี

() 2. ผู้สูงอายุวัยกลาง 70-79 ปี

() 3. ผู้สูงอายุวัยปลาย 80 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

() 1. สมรสและคู่สมรสอยู่ในครัวเรือน

() 2. สมรสและคู่สมรสไม่อยู่ในครัวเรือน

() 3. หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่/เคยสมรสฯ

() 4. โสด

4. ลักษณะการอยู่อาศัย

() 1. อาศัยอยู่คนเดียวตามลำพัง

() 2. อาศัยอยู่กับสมาชิกอื่น ๆ ในครัวเรือน

() 3. อาศัยอยู่กับสถาบันทางสังคมต่าง ๆ

5. สถานภาพการทำงาน

- () 1. ยังทำงานอยู่ในขณะนี้
 () 2. ไม่ได้ทำงานแล้ว
 () 3. ธุรกิจส่วนตัว

6. แหล่งรายได้หลัก

- () 1. บุตร () 2. การทำงาน
 () 3. เบี้ยยังชีพจากทางราชการ () 4. บำเหน็จ/บำนาญ
 () 5. คู่สมรส () 6. ดอกเบี้ยจากเงินออมฯ

ส่วนที่ 2 เหตุผลที่เข้าร่วมกิจกรรม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับเหตุผลที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรม

- () 1. แก้เหงา
 () 2. ได้มีสังคมร่วมกับผู้อื่นในวัยเดียวกัน
 () 3. ต้องการพบปะพูดคุยกับผู้อื่น
 () 4. ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
 () 5. ต้องการมีงานทำและมีรายได้

ส่วนที่ 3 ประเภทของกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่ตรงกับกิจกรรมที่ท่านเข้าร่วม

1. กิจกรรมนันทนาการ *ทำในสิ่งที่ตนเองชอบ มีทักษะ หรือมีความถนัดเป็นพิเศษ* ได้แก่
- งานอดิเรก เช่น ทำอาหาร วาดรูป จัดสวน งานช่าง งานฝีมือ
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3. ไม่เคยเข้าร่วมเลย
 - เกม เช่น หมากรุก ปริศนาอักษรไขว้
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3. ไม่เคยเข้าร่วมเลย
 - กีฬา เช่น เปตอง ว่ายน้ำ ชี่จ๊กยาน เทนนิส ไตร่กอล์ฟ เทเบิลเทนนิส (ปิงปอง)
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ

- () 3.ไม่เคยเข้าร่วมเลย
- ดนตรี เช่น ขับร้องเพลง เล่นดนตรี แต่งเพลง
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3.ไม่เคยเข้าร่วมเลย
- ชมรม เช่น ชมรมผู้สูงอายุ ชมรมกีฬา ชมรมการเมือง ชมรมศาสนา
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3.ไม่เคยเข้าร่วมเลย
- การท่องเที่ยว เช่น ไกด์บรรยาย เขียนหนังสือคู่มือท่องเที่ยว
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3.ไม่เคยเข้าร่วมเลย
- 2. กิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อสนองความอยากรู้ หรือดำเนินกิจกรรมบางอย่างให้สำเร็จ ได้แก่
 - การเรียนในระบบศึกษาผู้ใหญ่
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3.ไม่เคยเข้าร่วมเลย
 - การศึกษานอกระบบ
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3.ไม่เคยเข้าร่วมเลย
 - การเรียนในมหาวิทยาลัยเปิด
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3.ไม่เคยเข้าร่วมเลย
 - การอบรมระยะสั้น ๆ
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3.ไม่เคยเข้าร่วมเลย

3. กิจกรรมบริการผู้อื่น เป็นอาสาสมัคร เสียสละทำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ได้แก่

- บริการทางสุขภาพอนามัย เช่น ช่วยเหลือโรงพยาบาลในการหาทุน ช่วยผู้ป่วยในการทำกิจวัตร สังคมสงเคราะห์
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3. ไม่เคยเข้าร่วมเลย
- องค์กรการกุศล เช่น งานหาทุน เป็นประธาน ผู้สอน หรือสมาชิกสมาคมต่าง ๆ
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3. ไม่เคยเข้าร่วมเลย
- กลุ่มเฉพาะทาง เช่น กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กลุ่มสิทธิมนุษยชน
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3. ไม่เคยเข้าร่วมเลย
- บทบาทตามวิชาชีพ เช่น ครูบรรยายพิเศษ (ครู) หน่วยรักษาความปลอดภัย (ตำรวจ)
 - () 1. เข้าร่วมนาน ๆ ครั้ง
 - () 2. เข้าร่วมเป็นประจำ
 - () 3. ไม่เคยเข้าร่วมเลย

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการรถรับส่งของผู้สูงอายุ

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในท้ายข้อความช่องใดช่องหนึ่งที่ท่านมีระดับความพึงพอใจตรงมากที่สุด

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านความเป็นรูปธรรม	5	4	3	2	1
1. พึงพอใจต่อสภาพรถ	5	4	3	2	1
2. พึงพอใจต่อความสะอาดของรถรับส่งและอุปกรณ์ภายในรถ	5	4	3	2	1
3. พึงพอใจต่อความรวดเร็ว	5	4	3	2	1
ด้านความน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
4. พึงพอใจต่อมารยาทในการขับรถ	5	4	3	2	1
5. พึงพอใจต่อความปลอดภัยในการเดินทาง	5	4	3	2	1
6. พึงพอใจต่อบุคลิกภาพของพนักงาน	5	4	3	2	1
7. พึงพอใจต่อการตรงต่อเวลา	5	4	3	2	1
8. พึงพอใจต่อระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง	5	4	3	2	1
ด้านการตอบสนองความต้องการ	5	4	3	2	1
9. พึงพอใจต่อการบริการของพนักงาน	5	4	3	2	1
10. พึงพอใจต่อความเป็นมิตรไมตรีที่ได้รับขณะใช้บริการ	5	4	3	2	1
11. พึงพอใจต่อความสะดวกในการเข้ามาใช้บริการ	5	4	3	2	1
12. พึงพอใจต่อความรวดเร็วในการให้บริการ	5	4	3	2	1
ด้านการเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ	5	4	3	2	1
13. พึงพอใจในความใส่ใจของพนักงาน	5	4	3	2	1
14. พึงพอใจต่อความชำนาญในการดูแลผู้สูงอายุ	5	4	3	2	1

การสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกของผู้สูงอายุที่มีต่อบริการรถรับส่ง โดยเนื้อหาจะมีความเกี่ยวข้องกับ ความคิดเห็นที่มีต่อการบริการ ความจำเป็นของรถบริการรับส่งผู้สูงอายุ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าใช้บริการ รวมถึงราคาที่มีความเหมาะสมต่อการเข้าใช้บริการในแต่ละครั้ง โดยผู้ที่ให้สัมภาษณ์จะเป็นผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ ที่มีแนวโน้มให้ความสนใจในการบริการรถรับส่งผู้สูงอายุ จำนวนทั้งหมด 9 ท่าน ซึ่งสามารถสรุปข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ดังนี้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1

นายสมศักดิ์ แสนสุขอายุ 86 ปี กล่าวว่าปัจจุบันจะต้องเดินทางไปเพื่อพบหมอที่โรงพยาบาล จุฬาลงกรณ์อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง และโดยส่วนมากหมอนัดวันธรรมดา ซึ่งลูกหลานไม่สามารถลางาน เพื่อพาไปพบแพทย์ได้ทุกเดือน จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้บริการรถสาธารณะ ซึ่งในแต่ละครั้ง จะต้องเดินทางด้วยความยากลำบาก ใช้เวลาในการเดินทางรวม 2 ชั่วโมง ทำให้เวลากลับมาจากการหาหมอแต่ละครั้งรู้สึกเหนื่อยมาก โดยแต่ละครั้งที่ไปพบแพทย์จะเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ประมาณ 500 บาท และไม่ได้รับความสะดวกสบาย ดังนั้นจึงคิดว่าบริการรถรับส่งสำหรับผู้สูงอายุมีความจำเป็นต่อตัวผู้ให้สัมภาษณ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากการบริการมีบริการมารับ-ส่งถึงที่ รวมทั้งยังอยู่รอรับเพื่อมาส่งที่บ้าน ทำให้ไม่ต้องนั่งรอรถเมลล์นาน หรือไม่ต้องมานั่งลุ้นว่ารถแท็กซี่ที่เรียกจะไปหรือไม่ โดยได้ให้ความเห็นว่าราคาที่มีความเหมาะสมต่อการให้บริการในแต่ละวันควรจะอยู่ที่วันละ 500-1,000 บาท ซึ่งเมื่อแลกกับความสะดวกสบายที่จะได้รับถือว่าเป็นราคาที่เหมาะสม สามารถจ่ายได้

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2

นางจันทนา เจริญพานิชอายุ 84 ปี เคยประสบอุบัติเหตุทำให้เดินไม่ค่อยสะดวก ดังนั้นเวลาจะเดินทางไปไหนจะต้องรอให้ลูกสาวพาไป ซึ่งบางที่หากลูกสาวไม่ว่างพาไปก็จะต้องเรียกแท็กซี่ไปเอง ซึ่งต้องออกไปรอหน้าปากซอยบ้าน โดยแต่ละครั้งใช้เวลาในการรอรถ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง ทำให้ในบางครั้งตัดสินใจที่จะไม่ออกไป ถึงแม้ว่าจะรู้สึกเสียใจที่ไม่ได้ออกไปพบปะเพื่อนในวัยเดียวกัน หรือพลาดกิจกรรมบางอย่างเนื่องจากการเดินทางที่ไม่สะดวก แต่ก็คิดว่าอยู่บ้านน่าจะสะดวกกว่า ซึ่งในบางครั้งก็เกิดความคิดที่ว่าต้องตัดขาดจากสังคม อยากให้รัฐบาลพัฒนาระบบขนส่งที่เอื้อต่อผู้สูงอายุมากกว่านี้ เมื่อถามถึงบริการรถรับส่งผู้สูงอายุ นางจันทนาได้ให้ความเห็นว่า เป็นบริการที่ดี หาก

สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุได้ แต่ก็ต้องสามารถเรียกใช้บริการได้ง่าย และมีราคาที่ไม่แพงจนเกินไป โดยราคาควรจะอยู่ที่ 300-500 บาทเท่านั้น

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3

นางนิตยา ตูลารักษ์ อายุ 72 ปีเป็นสมาชิกชมรมคลังสมองของจังหวัดสมุทรปราการ โดยจะต้องไปประชุมที่ศาลากลางจังหวัดสมุทรปราการทุกวันศุกร์ เดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งเนื่องจากเป็นวันธรรมดา ทำให้สมาชิกทุกคนภายในบ้านจะต้องออกไปทำงานกันหมดทุกคน และตนเองรู้สึกว่าจะไม่ยอมเป็นภาระแก่ลูกหลาน จึงเรียกให้คนรู้จักมาขับรถให้ โดยให้ค่าจ้างครั้งละ 500 บาท ซึ่งในบางครั้งหากคนรู้จักไม่ว่างก็ต้องเรียกแท็กซี่ไปเอง ดังนั้นหากมีบริการรถรับส่งที่สามารถจองวันเข้าใช้บริการล่วงหน้าได้ โดยไม่ต้องลุ้นว่าคนให้บริการจะว่างหรือไม่ ก็ถือว่าเป็นอีกหนึ่งบริการที่น่าสนใจ

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4

นางสาวเพ็ญศรี บัวเจริญ อายุ 76 ปีอาศัยอยู่คนเดียวตามลำพัง และไม่มีรถยนต์ส่วนตัวใช้ โดยระบุว่าเคยมีรถส่วนตัวใช้ แต่เมื่อแก่ตัวลงก็ได้ขายรถไป เนื่องจากขับไม่ค่อยคล่อง และมองทางไม่ค่อยชัด รวมทั้งปัจจุบันคนขับรถกันค่อนข้างเร็ว ทำให้ไม่กล้าขับรถเองเหมือนเมื่อก่อน จึงตัดสินใจที่จะขายรถ และหันมาใช้บริการรถสาธารณะแทน โดยคุณเพ็ญศรีได้เล่าถึงการเดินทางในแต่ละครั้งว่า จะต้องเดินออกจากบ้านไปถนนใหญ่เพื่อขึ้นรถเมล์หรือแท็กซี่ แต่ทุกครั้งใช้เวลาเดินทางประมาณ 15 นาที ดังนั้นจึงต้องเผื่อเวลาสำหรับการเดินทางในทุก ๆ ครั้ง ในหลาย ๆ ครั้งที่ใช้บริการรถโดยสารสาธารณะแล้วรู้สึกไม่ได้รับความสะดวก อย่างเช่น คนขับรถเมล์ออกตัวโดยที่ผู้โดยสารยังไม่ทันนั่งทำให้เกือบล้มในหลาย ๆ ครั้ง หรือคนขับแท็กซี่พูดจาไม่ดี ทำกิริยาไม่เหมาะสมเมื่อเจอรถติด หรือขับรถอ้อม ทำให้ต้องเสียค่าบริการเพิ่มโดยไม่จำเป็น และเสียความรู้สึก ดังนั้นเมื่อถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรถบริการรับส่งผู้สูงอายุ คุณเพ็ญศรีได้แสดงความสนใจ และอยากให้มามีบริการรถรับส่งผู้สูงอายุจริง ๆ โดยอยากให้เป็นการที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ ขับรถสุภาพ ส่วนราคาคุณเพ็ญศรีได้ให้ความเห็นว่า ถ้าหากการบริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้และสร้างความสะดวกสบายได้จริง ๆ เชื่อว่าผู้สูงอายุหลาย ๆ ท่านจะยอมจ่ายถ้าเป็นการบริการที่ดี โดยอัตราค่าบริการเฉลี่ยที่สามารถจ่ายได้จะอยู่ที่ 1,000-1,500 บาท

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5

นางรัชดา ลดาวิวัฒน์วงศ์ อายุ 65 ปี อาศัยอยู่กับสามี มีลูกชาย 2 คนทำงานอยู่ต่างประเทศ โดยนางรัชดาจะต้องไปหาหมอที่โรงพยาบาลราชวิถีเป็นประจำทุก 3 เดือน โดยในแต่ละครั้งสามีจะขับรถไปเป็นเพื่อน แต่ที่จอดรถโรงพยาบาลราชวิถีมีน้อยมาก บางครั้งต้องไปจอดไกลถึง

เวชศาสตร์เขตร้อน หรือต้องวนหาที่จอดรถนานกว่า 2 ชั่วโมง ทำให้เกิดความกระวนกระวายใจ ระหว่างรอสามี และเคยพลัดหลงติดต่อกันไม่ได้ โดยคุณรัชดาได้ให้ความเห็นว่า หากมีรถรับส่งพาไปโรงพยาบาลก็จะดีมาก จะได้ไม่ต้องคอยกังวล และสามีจะได้ไม่ต้องไปหาที่จอดรถไกล ทำให้คลายความกังวลในจุดนี้ได้ และโดยส่วนตัวไม่ชอบใช้บริการรถสาธารณะหรือแท็กซี่ เนื่องจากเคยเจอประสบการณ์ที่ไม่ดี ดังนั้นหากมีบริการที่ได้มาตรฐานก็คิดว่ามีความจำเป็น และสนใจที่จะเข้าใช้บริการ โดยมีความเห็นว่าอัตราค่าบริการในแต่ละครั้งไม่ควรเกิน 1,000 บาท

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6

นายกมล วุฒิมะโชโต อายุ 70 ปี เคยมีประสบการณ์ใช้บริการรถสาธารณะอย่างรถเมล์ และเกิดอุบัติเหตุล้มลงทำให้ไม่กล้าใช้บริการรถโดยสารสาธารณะอีก หลังจากนั้นเวลาจะออกไปทำธุระนอกบ้านจึงต้องวานลูกหลานให้ขับรถพาไป ซึ่งก็ต้องรอจังหวะที่ลูกหลานว่างถึงจะพาไปได้ ซึ่งหลาย ๆ ครั้งที่ทำให้เกิดความรู้สึกอึดอัด ไม่สามารถไปไหนมาไหนได้อย่างใจต้องการ แต่ก็เข้าใจว่าลูกหลานจะต้องทำงานหาเงินเพื่อมาเลี้ยงครอบครัว เพราะตอนนี้ตนเองก็ไม่ได้ทำงานแล้ว แต่ยังพอมีรายได้จากเงินเดือนข้าราชการบำนาญ นายกมลได้ให้ความสนใจกับบริการรถรับส่งผู้สูงอายุ โดยบอกว่าถ้ามีบริการแบบนี้ขึ้นมาทีไรจะได้ไปไหนมาไหนได้ตามต้องการ ไม่ต้องรอลูกหลานพาไป เมื่อถามถึงอัตราค่าบริการ นายกมล กล่าวว่า โดยส่วนตัวแล้วถ้าเป็นบริการที่สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจ ราคาเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ ราคาเท่าไรก็สามารถจ่ายได้ แต่ถ้าหากให้ระบุราคาโดยประมาณ ควรจะอยู่ที่ 1,000-1,500 บาท

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7

นายสรารุช ศิริคันธานนท์ อายุ 75 ปี กล่าวว่า โดยปกติเวลาไปไหนมาไหนจะขับรถเอง เพราะยังสุขภาพแข็งแรง เดินเหินสะดวก อะไรที่ทำแล้วสามารถช่วงแบ่งเบาภาระลูกหลานได้ก็จะทำเองเป็นปกติ เมื่อถามถึงความจำเป็นในรถบริการรับส่งผู้สูงอายุ นายสรารุช กล่าวว่า ถ้าหากเป็นการใช้เพื่อการเดินทางในชีวิตประจำวันส่วนตัวคิดว่าไม่จำเป็น เพราะยังสามารถขับรถไปไหนมาไหนเองได้ แต่ถ้าใช้เมื่อมีเหตุจำเป็นก็ถือว่าเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่ดีสำหรับผู้สูงอายุ โดยนายสรารุชยกตัวอย่างให้ฟังว่า เช่น เมื่อต้องไปโรงพยาบาล เรื่องที่จอดรถถือว่าเป็นอีกหนึ่งปัญหาหลัก โดยบางครั้งต้องวนหาที่จอดเป็นเวลานาน เสียเวลา หากมีบริการรถรับส่งที่มาสั่งแล้วรอรับเลย ก็จะทำให้สะดวกมากยิ่งขึ้น คือ ลงจากรถไปหาหมอ หาหมอเสร็จก็ขึ้นรถกลับบ้านได้เลย ถือว่าสามารถอำนวยความสะดวกได้ดี ประหยัดเวลา และไม่ต้องเหนื่อยขับรถเอง โดยอัตราค่าบริการในแต่ละครั้งควรจะอยู่ที่ 500-700 บาท

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 8

นางครวญ เกตุดิษฐ์ อายุ 68 ปีตั้งแต่เกษียณอายุจากการทำงานมา ก็ไม่ค่อยได้ไปไหน เพราะรู้สึกว่าการเดินทางค่อนข้างยุ่งยากสำหรับตน และการเดินทางออกไปแต่ละครั้งใช้เวลาในการเดินทางมาก จึงไม่ค่อยได้ไปไหน ใช้ชีวิตอยู่แต่รอบบริเวณบ้าน โดยอาศัยการปั่นจักรยานเอา แต่เมื่อมีเหตุจำเป็นจะต้องออกไปก็จะวานให้ลูกชายมาขับรถให้ ถ้าเป็นช่วงวันหยุดก็ไม่มีปัญหา แต่ถ้าเป็นช่วงวันธรรมดา ก็จะเลือกใช้บริการรถแท็กซี่แทน ในการเรียกแต่ละครั้งก็ใช้เวลานาน เพราะบ้านอยู่ค่อนข้างลึก นาน ๆ ทีถึงมีแท็กซี่เข้ามา ถ้าอยากได้ไวก็จะต้องออกไปหน้าหมู่บ้าน โดยจะต้องเดินเท้าออกไปประมาณ 1 กิโลเมตร ซึ่งหากมีรถรับส่งคอยบริการยามจำเป็นก็ถือว่าเป็นบริการที่น่าสนใจ คอยอำนวยความสะดวกในการเดินทางได้ เพราะบางทีคนแก่ก็อยากออกไปเข้าสังคมกับคนอื่นบ้าง ได้ใช้ชีวิตปกติ โดยให้ความเห็นว่าอัตราค่าบริการในแต่ละครั้งไม่ควรเกิน 500 บาท

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9

นายเกรียงศักดิ์ ศรีธวัชสุวรรณ อายุ 73 ปีต้องไปกายภาพที่คลินิกสูงวัยสุขภาพดี โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ สภากาชาดไทย เป็นประจำอย่างน้อยอาทิตย์ละหนึ่งวัน โดยปกติแล้วจะต้องออกจากบ้านแต่เช้าพร้อมลูกสาว โดยให้ลูกสาวแวะส่งที่โรงพยาบาลก่อนไปทำงาน หลังจากกายภาพเสร็จก็จะเรียกแท็กซี่กลับบ้าน ซึ่งตนเองรู้สึกเกรงใจลูกสาว ที่ต้องรีบไปส่งตนแล้วถึงไปทำงาน เกรงว่าบุตรสาวจะไปทำงานสาย ถึงแม้จะรู้ว่าลูกสาวเต็มใจบริการ ซึ่งถ้ามีบริการรถรับส่งผู้สูงอายุมาคอยรับส่งก็ถือว่าเป็นตัวเลือกที่ดี จะได้ไม่ต้องกวนลูกสาว และลูกจะได้ไม่ต้องกังวลว่าพ่อจะลำบากหรือไม่ และตนเองก็จะได้ออกไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ตามต้องการ โดยอัตราค่าบริการในแต่ละครั้งควรจะอยู่ที่ 700-1,000 บาท

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล** นางสาว เมษา ปอเจริญ
- อีเมล** maysa.porcharoen@hotmail.com
- ประวัติการศึกษา** ระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาลัยนานาชาติ
Bachelor of Arts Program in Business English
ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วันที่ 23 เดือน เมษายน พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [REDACTED] อยู่บ้านเลขที่ 525/100

ซอย พระสว่าง 8 ถนน สุขุมวิท 111 ตำบล/แขวง สำโรงเหนือ

อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10270

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600202647

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะ บริหารธุรกิจ
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ แผนธุรกิจบริการรับส่งผู้สูงอายุชาวต่างชาติ

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาที่ห้าขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ

[Redacted Signature]

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(

[Redacted Signature]

)

ลงชื่อ

[Redacted Signature]

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ

[Redacted Signature]

พยาน

(ดร.สชาติดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ

[Redacted Signature]

พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร