

# ธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุเพื่อการดำรงชีวิตอิสระที่บ้าน

## (Elderly Care And Service Center For Independent Living)

สุรพล จันทน์น้อย

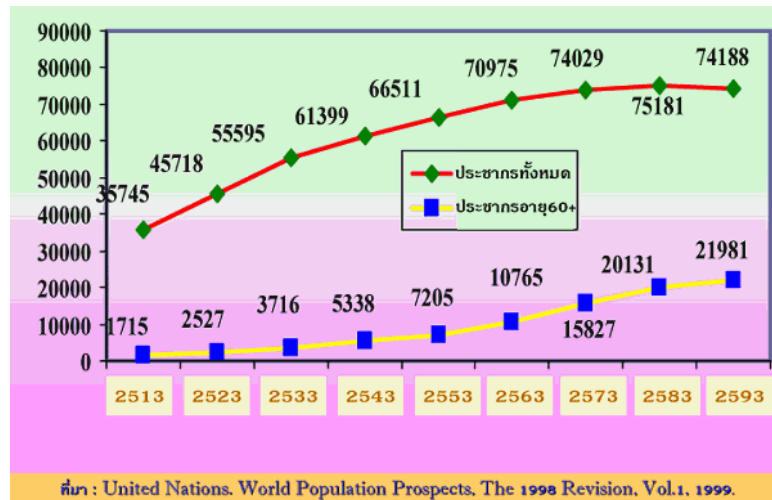
### บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์ อันได้แก่ ยาและเวชภัณฑ์ เครื่องมือในการตรวจวินิจฉัยโรค และเครื่องมือในการรักษาโรค ได้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วรวมถึงงานวิจัยต่างๆทางการแพทย์ การตรวจรักษาโรคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ประชากรในประเทศไทยมีสุขภาพดีมีอายุที่ยืนยาวมากขึ้นกว่าสมัยก่อน ประกอบกับประเทศไทยได้มีการดำเนินนโยบายส่งเสริมให้ประชากรไทยวางแผนครอบครัวอย่างทั่วถึงและได้มีการปฏิบัติกรอย่างมีประสิทธิภาพ ประสบผลสำเร็จต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลายาวนาน นอกจากนั้นความเจริญก้าวหน้าด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ส่งผลให้พฤติกรรมค่านิยมการใช้ชีวิต (Life style) ของประชากรไทยโดยเฉพาะในเมืองหลวงเปลี่ยนไป ทุกคนต้องรีบเร่งทำมาหากิน จำเป็นต้องทำงานหารายได้เลี้ยงครอบครัว และต้องมีการให้การดำรงชีวิตมากมาย การมีครอบครัวใหญ่ มีบุตรมากกว่าสองคนจึงเป็นเรื่องค่อนข้างยากโดยเฉพาะ ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยจึงมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เหล่านี้เป็นสาเหตุหลักสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ” (Aging Society) อย่างชัดเจน

โดยอาศัยหลักค่านิยม ประเพณีและวัฒนธรรมของสังคมไทยที่นิยมอยู่อาศัยด้วยกันเป็นครอบครัวใหญ่ รุ่น ปู่ย่าตายาย รุ่นพ่อแม่ และรุ่นลูกหลาน เมื่อบุพการีแก่เฒ่า ลูกหลานส่วนมากจะรับภาระในการดูแลต่อไปจนกว่าจะสิ้นอายุไข แต่ขณะเดียวกัน ลูกหลานเหล่านั้นจำเป็นต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ต้องรับภาระงานที่เร่งรัดและมีการแข่งขันสูงตามสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้ลูกหลานไม่มีเวลาเพียงพอที่จะดูแลพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย ได้อย่างเหมาะสม จึงต้องการหาผู้ให้บริการดูแลผู้สูงอายุแทนตนเอง และนอกจากนั้นในกลุ่มผู้สูงอายุมีฐานะ มีการศึกษา ทำงานเป็นหลักแหล่ง หรือมีกิจการธุรกิจของตนเองมักนิยมเก็บออมเงินไว้ใช้ยามสูงอายุอย่างเพียงพอ และประสงค์จะมี Life style ในการดำรงชีวิตอิสระอย่างมีความสุข สุขภาพแข็งแรง อยู่กับลูกหลานไปอีกเป็นระยะเวลายาว ยังต้องการเข้าสังคมความปกติของตนเองมากกว่าการไปอยู่รวมกันในสังคมผู้สูงอายุที่บ้านพักคนชราในสถานที่ต่างๆที่แยกไปจากสังคมตนเอง ทั้งของภาครัฐและเอกชน ซึ่งกลุ่มนี้ มักมีความต้องการที่จะดูแลสุขภาพตนเองทั้งร่างกายและจิตใจ ด้วยวิธีการต่างๆ โดยใช้เงินที่ออมไว้ แต่การบริการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะให้บริการโดยแบ่งกิจกรรม

ต่างๆ อย่างชัดเจน เช่น ด้านการแพทย์ ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านที่อยู่อาศัย ด้านกิจกรรมนันทนาการต่างๆ เป็นต้น ยังไม่มีธุรกิจที่จะคอยให้บริการดูแลผู้สูงอายุอย่างบูรณาการครบถ้วนได้

ภาพ 1 ประมาณการจำนวนประชากรอายุ 60+ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2513-2593



ที่มา. United Nations. World Population Prospects, The 1998 Revision, Vol.1. 1999.

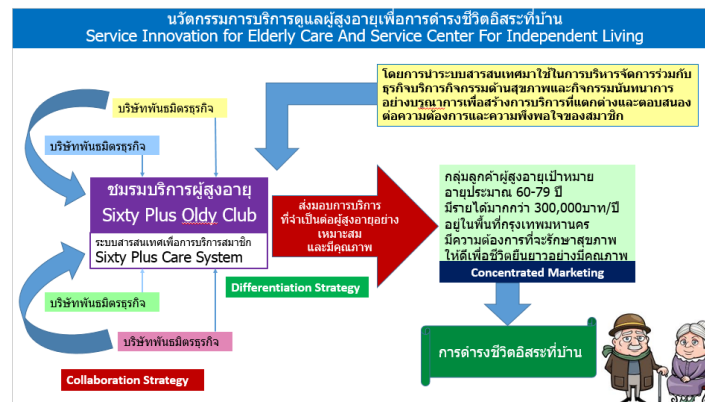
กลุ่มเป้าหมายของธุรกิจนี้จะเป็นการตลาดที่มุ่งเฉพาะส่วน (Concentrated Marketing) เพื่อตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้สูงอายุ ที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 60 - 79 ปี และเป็นกลุ่มรายได้กลางและสูงที่มีเงินใช้จ่าย มากกว่า 300,000 บาทต่อปี โดยมีสมมุติฐานว่าในการดำเนินงานปีที่ 1 จะมีสมาชิกชมรมคิดเป็นร้อยละ 2 ของประชากรกลุ่มเป้าหมายซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และการดำเนินงานในปีที่ 2 - 5 มีอัตราการเติบโตของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 30 ต่อปี จนถึงปีที่ 5 ซึ่งเป็นไปตามขีดความสามารถของชมรมที่จะบริการให้กับสมาชิกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้สูงอายุกลุ่มเป้าหมายนี้ มีพฤติกรรมที่จะดำรงชีวิตอิสระ คือการมีชีวิตอยู่เช่นเดียวกับคนทั่วไป มีโอกาสในการตัดสินใจในเรื่องที่กระทบต่อชีวิตตนสามารถเลือกดำเนินกิจกรรมตามที่ต้องการ สามารถตัดสินใจชีวิตด้วยตัวเอง (Self-determination) มีสิทธิและโอกาสเลือกหนทางปฏิบัติเอง และมีอิสระ เสรี เช่นเดียวกับคนทั่วไป ( ไตรรัตน์ จารุทัศน์, 2552)

ประเภทธุรกิจที่สามารถตอบสนองการให้บริการผู้สูงอายุกลุ่มเป้าหมายนี้ได้ คือ ธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุในระบบสมาชิก และเครือข่ายกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการดำรงชีวิตอิสระที่บ้านในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการจัดให้บริการดูแลผู้สูงอายุแบบบูรณาการ เพื่อการจัดกิจกรรมด้านสุขภาพ ด้านนันทนาการและการส่งเสริมสุขภาพ มีรูปแบบจัดตั้งเป็นชมรม มีชื่อว่า ชมรมซิกตี้พลัสโอลด์คลับ (Sixty Plus Oldy Club) โดยมีวิสัยทัศน์ (Vision) ว่าเป็นองค์กรที่เป็นผู้นำสู่ความเป็นเลิศทางด้านการบริการดูแลผู้สูงอายุให้ดำรงชีวิตอิสระด้วยตนเอง

## ข้อบ่งชี้ความเป็นนวัตกรรม

ภาพ 2 กรอบแนวคิดในเชิงนวัตกรรมการบริการ (Service Innovation)



กรอบแนวคิดนี้ถือได้ว่าเป็นธุรกิจเชิงนวัตกรรมการบริการผู้สูงอายุ เป็นการนำเอาแนวคิดในการพัฒนา นำเอาองค์ความรู้ เทคโนโลยีด้านการดูแลสุขภาพ พฤติกรรมการอยู่อาศัย การป้องกันภัยอันตรายที่จะเกิดกับผู้สูงอายุ นำเอาวิทยาการใหม่ทั้งทางด้านการแพทย์ทั้งในด้านการป้องกันโรค การส่งเสริมสุขภาพ และการฟื้นฟูสมรรถภาพ รวมถึงด้านสิ่งแวดล้อมการอยู่อาศัย และวิธีการดูแลผู้สูงอายุ ทั้งทางด้านสุขภาพกาย สุขภาพใจ มาพัฒนาบูรณาการกันโดยใช้หลักการประสานงาน ร่วมมือกันระหว่างกลุ่มพันธมิตรธุรกิจ (Collaboration) เพื่อให้ได้ ระบบ แนวทาง วิธีการ บริการที่มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ ประหยัดค่าใช้จ่าย ในรูปแบบของระบบสมาชิกชมรมใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือในการจัดการ ซึ่งถือได้ว่าเป็น นวัตกรรมบริการใหม่ มีการสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) ไปจากที่มีบริการอยู่ในปัจจุบัน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้สูงอายุมีความสุขดี ไม่เป็นภาระของผู้ดูแล และมีอายุยืนยาวตามสมควร ซึ่งการบริการดูแลผู้สูงอายุในระบบสมาชิกชมรมนี้จะเน้นเป็นกลุ่มเฉพาะ (Concentrated Marketing Group) กลุ่มผู้สูงอายุในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และมีรายได้ปานกลางถึงสูง และผู้นำแนวคิดนวัตกรรมนี้มาดำเนินการในเชิงธุรกิจบริการเพื่อได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการทำธุรกิจบริการนี้

การดำเนินการจะจดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด มีทุนจดทะเบียน 5,000,000 บาท จัดเป็นหุ้นสามัญจำนวน 50,000หุ้น ราคาหุ้นละ 100 บาท เงินลงทุนส่วนใหญ่จะนำมาใช้ในการตกแต่งที่ทำการบริษัท จัดหาอุปกรณ์ต่างๆ และค่าใช้จ่ายในการเขียน โปรแกรมสารสนเทศการบริการดูแลสมาชิกอย่างเป็นระบบ ให้ชื่อว่า **Society Plus Care System** ระบบคอมพิวเตอร์ และอื่นๆ รวมถึงใช้เป็นเงินหมุนเวียนค่าใช้จ่ายต่างๆ สำหรับการดำเนินการ ผู้บริหารชมรมจะประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและประสบการณ์ทางการแพทย์ ทางนันทนาการ และการจัดระบบงาน จะเปิดรับสมัครสมาชิกทั้งที่สำนักงาน และทาง Website โดยในปีแรกจะจัดสรรงบประมาณด้านการตลาดค่อนข้างสูง และเน้นด้านการประชาสัมพันธ์โดยผ่านทางWebsite การโฆษณาในนิตยสาร วารสาร แผ่นพับ โฆษณา และการประชาสัมพันธ์โดยตรงที่บ้าน การส่งแผ่นพับทาง

ไปรษณีย์ จัดให้มีการส่งเสริมการขายโดยกำหนด Package ที่เหมาะสมตามลักษณะของสมาชิกแต่ละท่าน รวมถึงการส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการปากต่อปากผ่านสื่อออนไลน์ ต่างๆ คาดการณ์จำนวนสมาชิกในปีที่ 1 – ปีที่ 5 จากสมมติฐานข้างต้น โดยอ้างอิงจำนวนประชากรกลุ่มเป้าหมายจากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2557 ชมรม Sixty Plus Oldy Club จะมีสมาชิกในปีที่ 1 – ปีที่ 5 จำนวน 757 คน, 984 คน, 1,280 คน, 1,664 คน และ 2,164 คน ตามลำดับ

การบริการจะมีกิจกรรมภารกิจออกพื้นที่เยี่ยมผู้สูงอายุ ประเมินสถานะสุขภาพ ให้คำแนะนำโดยทีมสหสาขาวิชาชีพ ในเชิงการป้องกันโรค บริการดูแลผู้สูงอายุ จัดกิจกรรมทางสังคม จัดการนันทนาการ เพื่อประโยชน์ด้านสุขภาพกาย จิตใจ และเพื่อสังคม บริการให้คำปรึกษา แนะนำ ออกแบบ ก่อสร้างปรับปรุง ต่อเติม ที่อยู่อาศัยสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุให้ใช้ชีวิตอิสระที่บ้านอย่างสะดวกปลอดภัย บริการให้ความสะดวกผู้สูงอายุโดยการนำพาไปทำธุระตามอัมมาลัย บริการระบบเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทันสมัยเชื่อมโยง บริการเพื่อการสนับสนุน ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้ใช้เพื่อการบันเทิงและค้นหาข้อมูล เช่นเพื่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ การส่งอีเมล เพื่อการติดต่อธุระ และการนัดหมายสมาชิกในการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นต้น บริการระบบสารสนเทศ ฐานข้อมูลสมาชิก ลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อการดูแลผู้สูงอายุ และพัฒนาเป็นเครือข่ายผู้สูงอายุในการทำกิจกรรมร่วมกันเพื่อส่งเสริมความ สัมพันธ์เป็นสังคมครอบครัวผู้สูงอายุ

### ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7 P's)

เนื่องจากเป็นธุรกิจด้านการบริการผู้สูงอายุจะเน้นในด้านการบริการที่มีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าผลิตภัณฑ์ทั่วไป ซึ่งคำนึงถึงเพียง 4P's กล่าวคือ ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการจะเน้นรายละเอียดเพิ่มเติม ในด้านการบริการ คุณภาพการบริการของพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่มีคุณภาพ มีคุณค่า และส่งมอบความพึงพอใจ ความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ ให้ลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งเป็นปัจจัยในการส่งมอบบริการด้วย ดังต่อไปนี้

1. **ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ (Product)** ชมรม Sixty Plus Oldy Club ได้ร่วมกับกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) นักวิเคราะห์ระบบ (System Analyst) คิดค้นออกแบบระบบวิเคราะห์ระบบงานร่วมกับกลุ่มแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ คิดระบบเครื่องมือบริการผู้สูงอายุในรูปแบบการบูรณาการด้านการแพทย์ และกิจกรรมนันทนาการ เข้าด้วยกันเรียกว่า “Sixty Plus Care System” ซึ่งเป็นระบบที่รวบรวมบริการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุเชิงบูรณาการในรูปแบบของสมาชิกชมรม ระบบบริหารสมาชิกชมรม ระบบสมาชิกสัมพันธ์ ระบบดูแลและติดตามสุขภาพ ระบบเตือนภัยต่างๆ ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุในชมรม ให้สมาชิกชมรมสามารถดำเนินชีวิตอิสระที่บ้านได้อย่างมีความสุข ปลอดภัย และมีศักดิ์ศรี สมาชิกชมรมฯจะรับรู้ถึงคุณค่าของตนเอง สามารถดูแลสุขภาพตนเองได้อย่างถูกต้องตามหลักวิชาการแพทย์ และเข้าร่วม

กิจกรรมพัฒนาสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสร้างเสริมอารมณ์แจ่มใส ที่ทางชมรม **Sixty Plus Oldy Club** จัดขึ้นได้อย่างเหมาะสมกับตนเอง และสม่ำเสมอ เพื่อป้องกันความเสี่ยงของสุขภาพ และหลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงที่มีอยู่ ซึ่งสมาชิกอาจยังไม่ทราบถึงความเสี่ยงนั้น ระบบ “**Sixty Plus Care**” จะทบทวนสถานะสุขภาพ ติดตามประเมินกิจกรรมการดำเนินชีวิตของสมาชิก และรายงานผลการประเมินพร้อมออกแบบ **Health Package** ที่ชมรมฯจะจัดให้เหมาะสมกับการพัฒนา/ฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย สุขภาพจิตและวุฒิภาวะทางอารมณ์ของสมาชิกแต่ละคน

กิจกรรมหลัก ที่จัดให้สมาชิก ได้แก่

(1) การประเมินสถานะสุขภาพของสมาชิก และกำหนด Health Package ที่เหมาะสมสำหรับสมาชิกแต่ละคน เพื่อพัฒนา/ฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต และวุฒิภาวะทางอารมณ์

(2) การดูแลให้สมาชิกแต่ละคนเข้าร่วมกิจกรรมใน Health Package ที่เหมาะสมเฉพาะแต่ละบุคคล ที่ระบบ “Sixty Plus Care” กำหนดให้ และประเมินผลพร้อมรายงานสมาชิกหลังจากสิ้นสุด Health Package นั้น ๆ

(3) บริการอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิกชมรมในการทำภารกิจนอกบ้าน แทนสามีหรือภรรยา ลูกหลานญาติ อาทิเช่น การไปร่วมงานพิธีทางสังคมต่างๆ การไปเยี่ยมญาติ ทำภารกิจต่างๆที่จำเป็น ฯลฯ ซึ่งสมาชิกสามารถเลือกรับบริการได้ เมื่อมีความประสงค์

(4) การให้ความช่วยเหลือดูแลสมาชิกในกรณีฉุกเฉินทางการแพทย์ ซึ่งชมรม Sixty Plus Oldy Club มีบุคลากรทางการแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในระบบโรงพยาบาลทั้งของรัฐและเอกชน โดยประสานการนำส่งโรงพยาบาล และติดตามให้ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม

(5) ให้คำแนะนำและบริการประสานงานการออกแบบก่อสร้างเพื่อพัฒนา/ปรับปรุงที่อยู่อาศัยของสมาชิกชมรมฯให้ดำรงชีวิตที่บ้านได้อย่างปลอดภัยและสะดวกสบาย

**Health Packages** ของชมรม **Sixty Plus Oldy Club** ที่จัดขึ้นจะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมการพัฒนา หรือฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย สุขภาพจิต และวุฒิภาวะทางอารมณ์ ได้แก่

(1) การอบรมความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ, การปรับปรุงที่อยู่อาศัย เป็นต้น

(2) การปรึกษาปัญหาสุขภาพกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

(3) กิจกรรมนันทนาการที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย ความสงบและความเข้มแข็งของจิตใจ การฝึกการใช้สมอง และการมีสังคมและเพื่อน

ชมรม Sixty Plus Oldy Club จัด Health Packages สำหรับสภาวะสุขภาพของสมาชิกชมรมที่แตกต่างกัน โดยแบ่งเป็น 3 Packages คือ

1) **Health Packages 1 Active life style** สำหรับสมาชิกที่มีการดำเนินชีวิตที่กระฉับกระเฉง และโดยปกติมีการออกกำลังกายสม่ำเสมอ

2) **Health Packages 2 Slow life style** สำหรับสมาชิกที่มีการดำเนินชีวิตแบบไม่เร่งรีบ และเป็นผู้ที่มีความสนใจ หรือมีกิจกรรมในด้านศิลปะมาก่อน

3) **Health Packages 3 Sabai-Sabai life style** สำหรับสมาชิกที่มีการดำเนินชีวิตแบบสบาย ๆ และมีงานอดิเรกเป็นกิจกรรมนันทนาการ หรือกิจกรรมสังสรรค์กับเพื่อน ๆ

2. **ราคา (Price)** การกำหนดราคา การให้คุณค่าของการบริการอย่างเพียงพอ คຸ້ມคຸ້ມเมื่อเปรียบเทียบกับเงินที่สมาชิกชมรมได้จ่ายไป โดยจะต้องทำให้สมาชิกเกิดความพึงพอใจมากที่สุด หรือได้รับคุณค่าเกินความคาดหมาย

ตาราง 1 รายการบริการและราคาค่าบริการ

	รายการบริการ	ระยะเวลา/ ครั้ง	ราคาค่าบริการ/ ครั้ง
1.	บริการประเมินสภาวะสุขภาพ และกำหนด Health Package		ฟรีสำหรับสมาชิก
2.	บริการจัดการให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมตาม Health Package		ฟรีสำหรับสมาชิก
3.	บริการติดตามประเมินสภาวะสุขภาพหลังจากจบ Health Package		ฟรีสำหรับสมาชิก
4.	บริการอบรมความรู้โดยผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ	3 ชม.	600
5.	บริการเยี่ยมสมาชิกที่บ้าน (ในเดือนที่ 3-6 ของสมาชิกภาพ)	1 วัน	1,200
6.	บริการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพโดยแพทย์/ผู้เชี่ยวชาญ	30 นาที	1,500
7.	บริการให้คำปรึกษาการปรับปรุงที่อยู่อาศัยโดยสถาปนิก/ผู้เชี่ยวชาญ	30 นาที	3,000
8.	บริการอำนวยความสะดวกผู้สูงอายุเพื่อทำภารกิจนอกบ้าน	1 วัน	4,500
9.	กิจกรรมออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ	3 ชม.	500
10.	กิจกรรมธรรมะ	1 วัน	1,500
11.	กิจกรรมทัศนศึกษา	1 วัน	2,000
12.	กิจกรรมรักษารวมชาติ	1 วัน	2,000
13.	กิจกรรมอาหารสุขภาพ	3 ชม.	600
14.	กิจกรรมงานศิลป์	2 ชม.	500
15.	กิจกรรมร้องเพลง-เต้นรำ	3 ชม.	500

	รายการบริการ	ระยะเวลา/ ครั้ง	ราคาค่าบริการ/ ครั้ง
16.	กิจกรรมดนตรี	3 ชม.	600
17.	กิจกรรมสนุกกับเทคโนโลยี	3 ชม.	600
18.	กิจกรรมประชุมประจำปีและสังสรรค์	6 ชม.	800
19.	บริการแนะนำงานออกแบบและก่อสร้างที่อยู่อาศัย		ฟรีสำหรับสมาชิก
20.	บริการให้คำปรึกษา, จัดหาและแนะนำการเลือกใช้อุปกรณ์สำหรับผู้สูงอายุ (Call Center และ Product Consultant)		ฟรีสำหรับสมาชิก
21.	วารสารสมาชิก 1 ฉบับ/เดือน รวม 12 ครั้ง		ฟรีสำหรับสมาชิก

ราคากรณีที่สมัครเป็นสมาชิก Health Packages ราคา Package ละ 20,000 บาท

**3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)** กำหนดช่องทางการให้ความรู้ ความสำเร็จ สร้างสิ่งแวดล้อมที่น่าเชื่อถือ สร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดสร้าง Website ที่อำนวยความสะดวกและความเข้าใจในการติดต่อกับสมาคม การให้ความรู้ในการดูแลสุขภาพที่ดีบรรจุอยู่ในเนื้อหาของหน้า Website พร้อมการนำเสนอบริการให้กับลูกค้าที่มีความสนใจ

- 1) การรับสมัครสมาชิกทาง Website ชิกดีพลัส โอลดีคลับ โดยตรง
- 2) การรับสมาชิกโดยวิธีการขายตรง โดยพนักงานขายของชมรม
- 3) การรับสมาชิกโดยการเปิด Event งานเปิดตัวเป็นระยะตามศูนย์การค้า

**4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ซึ่งทางชมรมจะเน้นกิจกรรมเพื่อการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าที่คาดหวังอันประกอบด้วย ผู้สูงอายุตามกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มลูกหลานที่รับภาระหน้าที่ในการดูแลผู้สูงอายุซึ่งเป็นพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย ของตนเอง เพื่อการแจ้งข่าวสาร การจูงใจ การสร้างทัศนคติที่ดี การสร้างความน่าเชื่อถือซึ่งมีความสำคัญต่อธุรกิจนี้เป็นอย่างสูง โดยจะดำเนินการในรูปแบบส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotional Mix) อันประกอบด้วย การโฆษณา การขายตรงโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ และการให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดดังนี้คือ

#### การโฆษณา (Advertising)

- 1) เปิด Website ชมรมชิกดีพลัส โอลดีคลับ เพื่อการประชาสัมพันธ์ติดต่อสื่อสารกิจการธุรกิจ โดยมี Contents เกี่ยวกับการให้ข้อมูลความรู้การบริการดูแลผู้สูงอายุ การดูแลรักษาสุขภาพ การป้องกันโรค การร่วมกิจกรรมนันทนาการเพื่อสุขภาพในด้านต่างๆ เป็นสื่อกลางในการติดต่อกับชมรมและเป็นช่องทางหลักในการรับสมัครสมาชิกชมรม

2) การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยลงในสื่อโฆษณาที่เป็นสิ่งตีพิมพ์ในนิตยสาร กลุ่มสร้างกลุ่ม ซึ่งมียอดขายมากกว่า 350,000 ฉบับ โดยลงโฆษณาในเล่มที่ 1 ของแต่ละเดือน เป็นเวลา 6 เดือน

3) การลงโฆษณาในสื่อสังคมออนไลน์ ในเวปไซต์ต่างๆ เช่น Facebook You Tube Instagram และ Line ซึ่งจะสามารถสื่อข้อมูลทางวิชาการและสร้างความเข้าใจในบริการของชมรมซีกตี้พลัสโอลดีคลับ

4) พิมพ์เอกสารแผ่นพับ Brochure พร้อมจดหมายเผยแพร่แจกจ่ายตามหมู่บ้านที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และตามโรงพยาบาล ตามสำนักงานต่างๆ

5) การส่งวารสารซีกตี้พลัส โอลดีคลับ และส่งเอกสารโฆษณาทางไปรษณีย์ถึงกลุ่มเป้าหมาย

#### **การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)**

1) การเสนอขายโดยตรง (Sales Presentations) โดยการไปเยี่ยมบ้านตามหมู่บ้านกลุ่มเป้าหมาย และนำเสนอรายละเอียดของชมรมพร้อมการรับสมัครสมาชิก

2) จัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อการอบรม ทำความเข้าใจในการบริการดูแลผู้สูงอายุและรับสมัครสมาชิก

3) จัดโปรแกรมในการจูงใจพนักงานขาย ซึ่งอาจเป็นผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น หรือการตอบแทนอื่นๆ ที่จูงใจ

**การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)** โดยใช้วิธีการเสนอราคาพิเศษเป็น Package ในราคา/20,000 บาทต่อ Health Package ซึ่งเป็นราคาสุดคุ้ม การจัดของสมนาคุณต่างๆแจกให้ผู้สมัครสมาชิก การรับสมัครสมาชิกในงาน Event ต่างๆ ตามศูนย์การค้า พร้อมของขวัญแจกในงาน

**การส่งเสริมการตลาดโดยวิธีการบอกต่อโดยใช้สื่อออนไลน์ อินเทอร์เน็ต** ซึ่งสื่อออนไลน์ซึ่งนอกจากจะใช้เป็นสื่อการลงโฆษณาแล้ว ยังมีประโยชน์ในการใช้ส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของการบอกต่อ (Word of Mouth Marketing) ทำให้เกิดผลในสภาพ Viral Marketing ซึ่งจะถือได้ว่าเป็นการตลาดที่มีประสิทธิภาพ และมีค่าใช้จ่ายไม่มากนัก เมื่อเทียบกับการโฆษณาหรือการทำการตลาดแบบอื่นๆ การใช้สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะ E-mail Facebook และ Line ให้เป็นประโยชน์ด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและ มีความเหมาะสมกับธุรกิจการบริการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งต้องการความน่าเชื่อถือ และการบอกกล่าวกันระหว่างสมาชิกของชมรมเองซึ่งเป็นผู้ใช้บริการกับบุคคลภายนอกที่ยังไม่ได้เป็นผู้ใช้บริการ ส่งเสริมการเพิ่มสมาชิกชมรม แต่มีข้อสำคัญที่ทางชมรมจะต้องเน้นการบริการที่มีคุณภาพเป็นที่ประทับใจและพึงพอใจของสมาชิกเป็นอย่างดี

**การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Relation)** โดยการจัด ให้สัมภาษณ์ข่าวทีวีและหนังสือพิมพ์ที่เป็นสื่อประชาชนจำนวนมาก การให้สุนทรพจน์ การจัดสัมมนา การพิมพ์เอกสารทางวิชาการ แจก เป็นต้น



5. **บุคลากร (People)** การบริหารจัดการพนักงาน ซึ่งจำเป็นต้องมีการคัดเลือก เมื่อเข้ามาทำงานแล้ว จำเป็นต้องมีการอบรมให้เข้าใจในภาระงานของชมรม สร้างทัศนคติที่ดีเพื่อการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ และกระทำการจูงใจพนักงานในการสร้างความพึงพอใจแก่สมาชิก ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญและทำให้ความแตกต่างเหนือคู่แข่ง การส่งเสริมให้พนักงานมีขวัญกำลังใจ สนับสนุนผู้มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาให้องค์กร และทำให้เกิดค่านิยมที่ดีให้องค์กร บุคลากรจึงนับว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุดของธุรกิจบริการ และทำให้องค์กรมีความก้าวหน้าต่อไป

6. **กระบวนการในการทำงาน (Process)** นับว่าเป็นสิ่งสำคัญมากเพื่อนำส่งสิ่งที่มีคุณค่าให้กับสมาชิก ซึ่งเป็นลูกค้าที่สำคัญ ระบบที่ดีและสามารถติดตามการปฏิบัติงาน การประสานงานกับสมาชิกเพื่อนัดให้เข้ารับบริการ การจัดระเบียบงานเพื่อให้เกิดความง่าย รวดเร็ว สะดวก และมีประสิทธิภาพ การใช้เครื่องมือในการบริหารจัดการสมาชิก การนัดสมาชิกให้รับบริการ การตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของงาน การประสานงานกับพันธมิตรธุรกิจของเรา เพื่อนำส่งบริการให้สมาชิก ความสะดวกและความชัดเจนของกระบวนการทำงานจะเกิดได้โดยนำระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยซึ่งคือ ระบบ Sixty Plus Care ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

7. **ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence/ Environment and Presentation)** การนำเสนอที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม การสร้างคุณภาพโดยรวมทั้งด้านกายภาพและรูปแบบการนำเสนอ การแต่งกายที่ดี สะอาด เรียบร้อย การเจรจาที่นุ่มนวลอ่อนน้อมต่อผู้สูงอายุโดยเฉพาะสมาชิกชมรม การบริการที่รวดเร็ว จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประทับใจ

#### **ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor)**

1. คุณภาพการบริการดูแลผู้สูงอายุอย่างบูรณาการครอบคลุมในทุกด้าน เพื่อให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ดี และสามารถดำรงชีวิตอิสระที่ยืนยาวไปได้อย่างมีคุณภาพและมีความสุข ทำให้เกิดความพึงพอใจและความประทับใจ

2. ชมรม Sixty Plus Oldy Club มีทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถ มีประสบการณ์สูง มีบุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์ การส่งเสริมสุขภาพ และการออกแบบ ปรับปรุงที่อยู่อาศัยเพื่อความปลอดภัย

3. มีระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการและบริการสมาชิก (Sixty Plus care System)

4. พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ ที่ผ่านการอบรมมาอย่างคิจึงสามารถส่งมอบบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ

5. การปฏิบัติการของพนักงานต่อผู้สูงอายุอย่างมีความสุขภาพ เรียบร้อย ดูแลผู้สูงอายุด้วยความตั้งใจ

การดำเนินการในปีแรกของการเปิดกิจการชมรมSixty Plus Oldy Club จะอยู่ในช่วงการเริ่มต้นกิจการ คาดว่า ชมรม Sixty Plus Oldy Club จะสามารถสร้างยอดขายได้ 19,993,500 บาท ในปีแรก และกำไรสุทธิที่ -5.7% ในปีแรกและ ปีที่ 2=5.30%, ปีที่3=11.30%, ปีที่4=15.80%, ปีที่5= 21.10% ผลตอบแทนจากการลงทุน ชมรมSixty Plus Oldy Club มีระยะคืนทุน (Payback Period) ประมาณ 1 ปี 10 เดือน 15 วัน โดยมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 13,483,844.85 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 69.50% และผลการประเมินสถานการณ์จำลอง (Scenario Analysis) แสดงให้เห็นว่าความเสี่ยงของธุรกิจนี้มีไม่มาก ในภาพรวมจะขึ้นกับคุณภาพการบริการที่ส่งมอบให้กับผู้สูงอายุ พิจารณา Scenario กรณีที่จำนวนสมาชิกในปีแรกไม่เป็นไปตามแผนการตลาดที่ตั้งไว้โดยลดลงจากที่ตั้งไว้ 50% มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 6,410,718.65 บาท อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เมื่อสิ้นปีที่ 5 เท่ากับ 36.64% ซึ่งยังสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้

โครงสร้างองค์กรและผังบริหารในปัจจุบัน (Organization Chart)



คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ, บริการ, ชีวิตอิสระ

## บรรณานุกรม

ไตรรัตน์ จารุทัศน์, จิราพร เกศพิชยวัฒนา, กิตติอร ชาลปติ & ศรัณยา หล่อมณีนพรัตน์.(2548). มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัยและสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ. บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดร.อัจฉราวรรณ งามญาณ, ดร.ณัฐวิชัย เผ่าภู.(2555). ผู้สูงอายุไทย : การเตรียมการทางด้านการเงินและลักษณะบ้านพักหลังเกษียณที่ต้องการ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2557). การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2557. กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ.(2552). แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545 – 2564) ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1 พ.ศ. 2552.กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

กระทรวงการพัฒนาสังคม และความมั่นคงของมนุษย์ สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ สำนักงานส่งเสริมสวัสดิภาพและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ.(2555). มาตรฐานบ้านพักผู้สูงอายุ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ.

มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.) และ วิทยาลัยประชากรศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2554). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2554. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พงษ์พาณิชย์ เจริญผลจำกัด.

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.(2559). มิเตอร์ประเทศไทย. วันที่ค้นข้อมูล 3 กุมภาพันธ์ 2559, เข้าถึงได้จาก <http://www.thailandometers.mahidol.ac.th/2013/index.ph>