

หัวข้อวิจัย การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา  
ชื่อผู้วิจัย อับสร อีซอ  
ชมพูนุท ศรีพงษ์  
นัทที ขจรกิตติยา  
ปวีณา เจาะอารง  
ดุษฎี นาคเรือง  
คณะ วิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา  
ปีการศึกษา 2555

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้สูงอายุและพฤติกรรมบุคคลในครอบครัวที่มีต่อการดูแลผู้สูงอายุ รวมถึงพัฒนาการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ดูแลผู้สูงอายุในเขตเทศบาลนครยะลา ลักษณะเป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ที่ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการทดลอง (Trial) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย ในส่วนของแบบสอบถามผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นอย่างมีสัดส่วน (proportional stratified random sampling) จำแนกตามชุมชนในเขตเทศบาลนครยะลา ซึ่งมีทั้งหมด 39 ชุมชน ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุและบุคคลในครอบครัวผู้ดูแลผู้สูงอายุ กลุ่มละ 380 คน เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านการดูแลตนเองของผู้สูงอายุ และพฤติกรรมบุคคลในครอบครัวที่มีต่อการดูแลผู้สูงอายุ โดยพฤติกรรมที่ศึกษาในที่นี้เน้น "6 อ." เป็นหลัก อันได้แก่ อาหาร ออกกำลังกาย อารมณ์ อดิเรก อนามัย และอาคารสิ่งแวดล้อม จากนั้นจึงใช้การสนทนากลุ่ม ศึกษาเจาะลึกรายละเอียดถึงพฤติกรรมดังกล่าว จากกลุ่มผู้สูงอายุและบุคคลในครอบครัวผู้ดูแลผู้สูงอายุ กลุ่มละ 10 คน

สำหรับการทดลอง ได้มีการศึกษาข้อมูลพฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้สูงอายุและบุคคลในครอบครัวที่มีต่อการดูแลผู้สูงอายุ กลุ่มละ 50 คน ก่อนการทดลอง จากนั้นจึงได้ทดลองใช้เครื่องมือสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน 5 เครื่องมือ อันประกอบด้วย การตลาดเชิงกิจกรรม การใช้สื่อสัญลักษณ์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการอบรม ก่อนที่จะเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอีกครั้งเปรียบเทียบกับก่อนการทดลอง เพื่อศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมถึงศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อประสิทธิภาพเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่ใช้แต่ละเครื่องมือ

ผลการดำเนินงาน ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการดูแลตนเองของผู้สูงอายุโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้าน อันประกอบด้วยด้านอาหาร ออกกำลังกาย อติเรก อารมณ์ อนามัย และอาคารสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการดูแลตนเองทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง

2. บุคคลในครอบครัวมีพฤติกรรมการดูแลผู้สูงอายุโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาจำแนกเป็นรายด้านพบว่า บุคคลในครอบครัวมีพฤติกรรมการดูแลผู้สูงอายุ ทั้ง 6 ด้าน อันประกอบด้วยด้านอาหาร ออกกำลังกาย อติเรก อารมณ์ อนามัย และอาคารสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับน้อย

3. การพัฒนาการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ผู้สูงอายุ ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

3.1 รูปแบบเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานที่พัฒนา 5 เครื่องมือประกอบด้วย การตลาดเชิงกิจกรรม การใช้สื่อสัญลักษณ์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการอบรม

3.2 ผลการพัฒนาการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์ผู้สูงอายุดูแลตนเอง ภายหลังจากทดลอง ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการดูแลตนเองเพิ่มมากขึ้นกว่าก่อนการทดลอง ทั้งโดยรวมและรายด้าน 5 ด้าน อันได้แก่ ด้านอาหาร ออกกำลังกาย อารมณ์ อนามัย และอาคารสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นพฤติกรรมการดูแลตนเองด้านอติเรกที่มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 ผลการพัฒนาการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานรณรงค์บุคคลในครอบครัวดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งพบว่าภายหลังจากทดลอง บุคคลในครอบครัวมีพฤติกรรมการดูแลผู้สูงอายุสูงกว่าก่อนการทดลองทั้งโดยรวมและรายด้านทั้ง 6 ด้าน อันได้แก่ ด้านอาหาร ออกกำลังกาย อารมณ์ อติเรก อนามัย และอาคารสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.4 ความคิดเห็นของผู้สูงอายุที่มีต่อประสิทธิภาพเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานโดยภาพรวมและรายเครื่องมืออยู่ในระดับมาก

3.5 ความคิดเห็นของของบุคคลในครอบครัวที่ดูแลผู้สูงอายุที่มีต่อประสิทธิภาพเครื่องมือสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานโดยภาพรวมและรายเครื่องมืออยู่ในระดับมาก