การวิเคราะห์แนวโน้มอุปสงค์ของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารผู้สูงวัย กรณีศึกษาเขตบางซื่อ ดุสิต และพระนคร

Analysis of consumer demand trends for senior restaurant businesses Case studies of Bang Sue Dusit and Phra Nakhon districts

ณิชกานต์ กลับดี[1], ปรัชญา แพมงคล[2], เขม อภิภัทรวโรดม[3]
Nidchakarn Klubdee, Prachya Paemongkol Khame Aphiphattharawarodom

Received: May 28, 2022 Revised: August 8, 2022 Accepted: November 1, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์แนวโน้มอุปสงค์ของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารผู้สูงวัย กรณีศึกษาเขตบางซื่อ ดุสิต และพระนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาอุปสงค์ของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารผู้สูงวัย 2) เพื่อสร้างแบบจำลองธุรกิจร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้แบบสอบถามลักษณะคำถามปลายปิดแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปลายปิด แบบตรวจสอบรายการ สอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปลายปิด แบบคำตอบหลายตัวเลือก สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สอบถามเกี่ยวกับอุปสงค์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P’s ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดแสดงข้อคิดเห็นและเสนอแนะเพิ่มเติมที่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้บริการเมื่อได้อยู่พร้อมกับครอบครัวใช้บริการมากที่สุดคือร้านอาหารประจำชาติ มีความถี่ในการใช้บริการนาน ๆ ครั้ง ซึ่งได้บริการครั้งละ 2 – 3 คน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการใช้บริการมากว่า 501 บาทขึ้นไป ความต้องการร้านอาหารจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการเรื่องลักษณะทางกายภาพของร้านในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านบุคลากร และด้านราคาตามลำดับ โดยผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ และรายได้ต่างกัน มีความต้องการร้านอาหารแตกต่างกัน ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P’s) มากที่สุดได้แก่ด้านผลิตภัณฑ์ที่ต้องสด สะอาด และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ เรื่องราคาร้านอาหารต้องมีการแสดงราคาที่ชัดเจน รวมทั้งด้านสถานที่จะต้องมีที่ตั้งร้านที่สะดวกต่อการเข้าใช้บริการ และเรื่องการส่งเสริมการตลาด ต้องจัดให้มีกิจกรรมการส่งเสริมการขายตามเทศกาล ส่วนของแบบจำลองธุรกิจร้านอาหาร พบว่า ส่วนสำคัญที่สุด ได้แก่ การกำหนดคุณค่าของสินค้าและบริการ ซึ่งทางร้านอาหาร ฯ ต้องเน้นเรื่อง 1) อาหารเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุ 2) การบริการที่ดีต่อผู้สูงอายุ และ 3) การสนองตอบต่อความต้องการของผู้สูงอายุ เช่น มุมพบปะสังสรรค์ ห้องจัดเลี้ยงรุ่น

คำสำคัญ: อุปสงค์ผู้บริโภค, ธุรกิจร้านอาหาร, ผู้สูงวัย

---

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
[2] หัวหน้าสาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
[3] อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Abstract

The research titled “Analysis of consumer demand trends for senior restaurant businesses Case studies of Bang Sue Dusit and Phra Nakhon districts” aimed to: 1) study the consumer demand of the senior restaurant business 2) establish the business model of senior restaurant. The closed questionnaire is divided into the following four parts follow as Part 1: Closed questionnaire; Multiple answers. Ask the respondents about their demographic characteristics. Part 2: Closed questionnaire; Multiple answers. Ask respondents about their restaurant behavior, Part 3: 5-level approximate closed questionnaire on market demand of 7P’s service marketing mix, Part 4: The open-ended questionnaire provides additional feedback and suggestions that match the actual situation of the interviewees as a tool for collecting information.

The results showed that the elderly used restaurant service when they were with their families. The most frequently visited restaurant was Thai restaurant. The elderly used restaurant service infrequently with 2-3 people at a time. The average cost of using restaurant service was above 501 baht. The restaurant demand classified by marketing mix in terms of restaurant physical evidence was at the highest level followed by personnel and prices respectively. The hypothesis testing results revealed that different gender, age, and income resulted in different restaurant needs. The highest result of marketing mix strategy analysis (4P's) was products that shall be fresh, hygienic, and beneficial to health. Prices shall be clearly displayed, and locations of restaurants shall be convenient to visit. In addition, marketing promotional activities shall be organized based on festivals. As for the restaurant business model, it was found that the most important part was to define the value of products and services. Restaurants shall focus on: 1) healthy food for the elderly: 2) good service for the elderly and: 3) response to the elderly’s needs such as providing a meeting place and a reunion room for the elderly.

Keywords: Consumer demand, Restaurant business, Elderly

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสังคมที่สำคัญที่สุดในศตวรรษที่ 21 คือ การเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุ หลายประเทศทั่วโลกกำลังเผชิญกับการเติบโตอย่างรวดเร็วของจำนวนผู้สูงอายุซึ่งเกิดจากหลายปัจจัย เช่น อัตราการเกิดของประชากรทั่วโลกมีแนวโน้มลดลง ประชากรมีอายุยืนขึ้นเนื่องจากการรักษาพยาบาลมีประสิทธิภาพมากขึ้น และประชากรที่เกิดในยุคเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomers) ได้เข้าสู่วัยสูงอายุ โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ประเทศฝรั่งเศส สวีเดน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฯลฯ จากข้อมูลขององค์การอนามัยโลก มีการคาดการณ์ว่าจำนวนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 3 ต่อปี ซึ่งในปี พ.ศ. 2560 จำนวนผู้สูงอายุทั่วโลกมีจำนวนประมาณ 963 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 13 ของประชากรทั่วโลก โดยในปี พ.ศ. 2573 คาดว่า จะมีจำนวนประชากรสูงอายุมากถึงประมาณ 1.4 พันล้านคน และจะเพิ่มขึ้นถึง 2 พันล้านคนในปี พ.ศ. 2593 การเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจใหม่ซึ่งเรียกกันว่าเศรษฐกิจสูงวัย หรือ Silver Economy ซึ่งถือเป็นระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวของกับกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุเป็นหลัก (เศรษฐกิจสูงวัย) ถือเป็นตลาดใหม่ที่จะนำมาซึ่งรายได้มหาศาลต่อเศรษฐกิจโลกในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า เนื่องจากผู้บริโภคในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่อยู่ในวัยเกษียณซึ่งมีกำลังซื้อสูงและมักจะมองหากิจกรรม หรืองานอดิเรกทำ เช่น การท่องเที่ยว สังสรรค์ ยิ่งไปกว่านั้นผู้บริโภคในกลุ่มนี้ยินดีพร้อมที่จะจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ หรือนวัตกรรมที่สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตได้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2562)

ในส่วนของแนวโน้มของการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุนั้น สำหรับประเทศไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติสรุปว่าไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่ปี 2548 โดยมีประชากรผู้สูงอายุร้อยละ 10.4 ของประชากรทั้งประเทศ และคาดว่าจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ในช่วงปี 2567-2568 (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งหมด) ในส่วนขององค์การสหประชาชาติได้ประเมินสถานการณ์ว่าปี พ.ศ. 2544 - 2643 จะเป็นศตวรรษแห่งผู้สูงอายุ หมายถึงการมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรรวมทั่วโลก และมีแนวโน้มว่าประชากรผู้สูงอายุเหล่านี้จะมีฐานะยากจน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม ค่านิยมและทัศนคติภายใต้ในยุคที่มีการแข่งขัน ค่านิยมและทัศนคติของสังคมเปลี่ยนไปทำให้ผู้หญิงมีการแต่งงานลดลง หรือมีการหย่าร้างเพิ่มขึ้น มีบุตรน้อยลงทำให้อัตราการเกิดลดลง โครงสร้างสังคมเปลี่ยนไปมีวัยเด็กน้อยลงขณะที่มีวัยสูงอายุเพิ่มขึ้น สำหรับสาเหตุที่ทำให้มีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเนื่องจากการพัฒนาทางเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศเจริญก้าวหน้าทำให้สามารถเพิ่มสวัสดิการแก่ประชาชนได้มากขึ้น มีการพัฒนาทางด้านสาธารณสุขอนามัย โรงพยาบาล และการคมนาคมขนส่งได้อย่างทั่วถึง ขณะที่ประชาชนมีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นมีการบริโภคที่ถูกหลักโภชนาการ มีการศึกษา รู้จักดูแลรักษาสุขภาพอนามัย ทำให้ประชาชนมีอายุยืนมากขึ้น ดังนั้น การเตรียมความพร้อมการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุควรจะร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะการร่วมกันกระตุ้นเพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การใช้ชีวิตในบั้นปลาย การปรับตัวทางด้านสังคมและจิตใจของผู้สูงอายุ (รัชนี โตอาจ, 2558)

ตลาดอาหารเติบโตอย่างต่อเนื่องตามโลกที่ก้าวหน้าขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะตลาดผู้สูงอายุที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเนื่องจากประเทศไทยและโลกกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในช่วงปี 2567- 2568 จากศูนย์กสิกรไทยได้วิเคราะห์แนวโน้มมูลค่าอาหารสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุเติบโตร้อยละ 6 ต่อปี มีมูลค่าถึง 2.3 ล้านล้านบาทต่อปี และคาดกว่าจะยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์กสิกรไทย, 2560) ทำให้มีการศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการในใจ (Consumer insight) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อที่จำเพาะเจาะจงสำหรับคนวัยนี้ เพื่อเป็นโจทย์ให้ผู้ประกอบการ รวมถึงนักการตลาดนำไปต่อยอดคิดค้นนวัตกรรมให้ตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตและ

ช่วยให้ ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น (ธัญมัย ธรรมคุปต์, 2559) สำหรับกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุจำนวนมากในปัจจุบันที่มีกำลังใช้จ่ายที่ยังขาดสถานประกอบการร้านอาหารที่รองรับลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุอยู่มาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารนั้น ต้องพัฒนาแนวคิดร้านให้มีการเติบโตและขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเปลี่ยนจากภาคการผลิตไปสู่การภาคการบริการมากขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่เกิดขึ้นตามกระแสความเปลี่ยนแปลงทั่วโลก รับรู้ความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันและปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ในการผลิตสินค้าและบริการแบบเดิมที่เริ่มลดลง ถูกแทนที่ด้วยการผลิตและบริการที่หลากหลาย นำมาซึ่งการแข่งขันที่เน้นความสะดวกสบาย ประหยัดเวลา มีรูปแบบและคู่มือการใช้รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ สำหรับการจัดการและพัฒนาธุรกิจร้านอาหารให้มีศักยภาพที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดการนำเสนอสินค้า การบริการแก่ผู้บริโภคได้อย่างมีชั้นเชิงมีการขยายตัวของตลาดมากขึ้น และการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีทั้งกำลังซื้อสูง ไม่ยึดติดกับแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งเพียงแต่ต้องเป็นแบรนด์ที่ดูน่าเชื่อถือก็จะช่วยให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น อีกทั้งกลุ่มลูกค้ายังชอบความรวดเร็ว เน้นความสะดวกสบาย และการบริการที่ดี เพราะการเลือกออกมารับประทานอาหารนอกบ้านของกลุ่มลูกค้านี้ถือว่าเป็นการผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานได้สังสรรค์กับเพื่อน และครอบครัวเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์และความสุขให้กับตัวเอง ครอบครัว และคนรอบข้าง

เพื่อให้สอดรับกับเกี่ยวกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 22 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐศาสตร์สำหรับธุรกิจร้านอาหารผู้สูงวัยเพื่อทำแบบจำลองธุรกิจ กรณีศึกษา : เขตบางซื่อ, ดุสิต และพระนคร จึงเป็นการศึกษาวิจัยเพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปที่มีความต้องการจะขยายกลุ่มลูกค้าไปยังกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นการขยายโอกาสทางธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและอุปสงค์ของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารผู้สูงวัย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารผู้สูงวัย
3. เพื่อสร้างแบบจำลองธุรกิจร้านอาหารผู้สูงวัย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบพฤติกรรมและอุปสงค์ของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารผู้สูงวัย
2. ทราบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารผู้สูงวัย
3. ทราบแนวทางการประกอบธุรกิจร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุ

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการอธิบาย บรรยายการประกอบการอภิปราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้สูงอายุที่มาใช้บริการร้านอาหาร เขตบางซื่อ, ดุสิต และพระนคร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ได้แก่ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในเขตบางซื่อ ดุสิต และพระนคร

1.2 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตบางซื่อ ดุสิต และพระนคร จำนวน 39,958 คน (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2562) ซึ่งสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตรดังกล่าวได้ 400 ตัวอย่าง (n = 400) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ตามสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดซึ่งเกิดขึ้นได้ ร้อยละ 5

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลงานศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปลายปิด แบบตรวจสอบรายการ สอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปลายปิด แบบคำตอบหลายตัวเลือก สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สอบถามเกี่ยวกับอุปสงค์ด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดแสดงข้อคิดเห็นและเสนอแนะเพิ่มเติมที่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ระดับ ดังนี้ 1) ข้อมูลปฐมภูมิโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล 2) ข้อมูลทุติยภูมิ ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ ตำรา วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์และอภิปรายผลในลำดับถัดไป

สำหรับการร้านอาหารที่เก็บแบบสอบถามเป็นร้านอาหารทั่วไป เพื่อนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการเปิดร้านอาหารของผู้สูงวัย เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีร้านอาหารที่ให้บริการเฉพาะกับผู้สูงวัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานได้แก่ สถิติ t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม โดยนำมาใช้ทดสอบข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ โดยใช้สูตร independent t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติร้อยละ 95 และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA Analysis of Variance) ใช้ทดสอบความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ (ธานินทร์, 2557)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้สูงอายุ เขตบางซื่อ ดุสิตและพระนคร กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73 และเพศชาย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 มีช่วงอายุ 60-69 ปี มากที่สุด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 70-79 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และช่วงอายุ 80-89 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ตามลำดับ โดยมีสถานภาพสมรส มากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา คือ สถานภาพหม้าย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และมีสถานภาพโสด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับข้าราชการบำนาญ จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา คือ อาชีพค้าขาย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ และมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมา คือ รายได้มากกว่า 25,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 และรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้สูงอายุเขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเมื่อได้อยู่พร้อมกันกับครอบครัว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 สำหรับประเภทร้านอาหารที่ผู้สูงอายุเข้าใช้บริการมากที่สุด คือ ร้านอาหารประจำชาติ จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารของผู้สูงอายุส่วนใหญ่นาน ๆ ครั้ง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 ผู้สูงอายุจะไปใช้บริการร้านอาหารในวัน เสาร์ – อาทิตย์ จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 โดยผู้สูงอายุมักจะไปใช้บริการร้านครั้งละ 2 – 3 คน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการร้านอาหาร มากกว่า 501 บาทขึ้นไป จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุ เขตบางซื่อ ดุสิตและพระนคร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	0.76	มาก
2. ด้านราคา	4.14	0.78	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.68	0.75	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.43	0.95	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.16	0.94	มาก

ความต้องการด้านส่วนประสมทางการตลาด บริการร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.04	0.84	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	0.88	มากที่สุด
รวม	**3.96**	**0.84**	**มาก**

จากตาราง 1 พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการร้านอาหารจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.96) โดยผู้สูงอายุมีระดับความต้องการด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.23) รองลงมา คือ ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.16) และด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.14) ตามลำดับเมื่อพิจารณาในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้สูงอายุมีความต้องการร้านอาหารด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.10) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้สูงอายุต้องการอาหารมีความสด และสะอาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.22) รองลงมา คือ อาหารมีเนื้อสัมผัสนุ่มและย่อยได้ง่าย และอาหารมีใยอาหารสูง ให้พลังงานต่ำอยู่ในระดับมากเท่ากัน ($\overline{X}$ = 4.15) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในด้านราคา พบว่าผู้สูงอายุมีความต้องการร้านอาหารด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.15) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้สูงอายุต้องการมีป้ายบอกราคาอาหารและเครื่องดื่มชัดเจนอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.30) รองลงมา คือ อาหารและเครื่องดื่มมีคุณภาพที่เหมาะสมกับราคาที่จำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.22) และราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับร้านอาหารประเภทเดียวกันอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.09) ตามลำดับเมื่อพิจารณาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการร้านอาหาร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.69) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้สูงอายุต้องการให้สถานที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการไปใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.21) รองลงมา คือ มีป้ายหน้าร้านเด่นชัดอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.00) และมีระยะเวลาในการให้บริการเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.92) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้สูงอายุมีความต้องการร้านอาหารด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.44) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้สูงอายุต้องการให้ตัวอักษรของป้ายนำเสนอเมนูมีขนาดใหญ่และชัดเจน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.87) รองลงมา คือ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายตามเทศกาลต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.46) และมีโปรแกรมการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น บัตรสมาชิก คูปองสะสมแต้ม และการแจกของแถมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.44) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในด้านการบุคคลากร พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการร้านอาหารด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.17) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้สูงอายุต้องการให้พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.24) รองลงมา คือ พนักงานปฏิบัติงานถูกต้อง และแม่นยำอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.21) และพนักงานใช้คำพูดสุภาพ มีมารยาทและมนุษยสัมพันธ์ดี อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.19) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้สูงอายุมีความต้องการร้านอาหาร ด้านกระบวนการให้บริการ

โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้สูงอายุต้องการให้การรับออเดอร์รายการอาหารและเครื่องดื่มรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.16) รองลงมา คือสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13) และส่งมอบสินค้าและบริการที่ถูกต้องตามเวลา และการชำระเงินถูกต้อง และรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.12) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการร้านอาหาร ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.24) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าผู้สูงอายุต้องการให้ภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาดและปลอดภัย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.32) รองลงมา คือ มีที่จอดรถเพียงพอต่อการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.26) และการตกแต่งภายใน และภายนอกร้านสวย สะอาด อากาศถ่ายเทสะดวกและมีความปลอดภัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็น มีราวพยุงในห้องน้ำ เป็นต้น อยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากัน ($\bar{X}$ = 4.21) ตามลำดับ

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความต้องการร้านอาหารสำหรับผู้สูงวัย

ความต้องการร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุ	ชาย (n = 27)		หญิง (n = 73)		t	Sig
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.31	0.50	4.02	0.82	0.00	0.09
2. ด้านราคา	4.39	0.57	4.05	0.83	0.11	0.05
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.69	0.68	3.67	0.78	0.31	0.92
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.54	0.88	3.39	0.97	0.42	0.49
5. ด้านบุคลากร	4.55	0.62	4.02	1.00	0.02	0.00*
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.31	0.56	3.94	0.91	0.02	0.01*
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.64	0.37	4.08	0.97	0.00	0.00*
รวม	**4.20**	**0.59**	**3.88**	**0.89**	**0.12**	**0.22**

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05**

จากตาราง 2 แสดงผล t-test ที่ด้านบุคลากร, ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ

อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 อุปสงค์ของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารผู้สูงวัย เขตบางซื่อ ดุสิต และพระนคร กรุงเทพมหานคร ด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้สูงอายุ เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเมื่อได้อยู่พร้อมกันกับครอบครัว สำหรับประเภทร้านอาหารที่ผู้สูงอายุเข้าใช้บริการมากที่สุด คือ ร้านอาหารประจำชาติ ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารของผู้สูงอายุส่วนใหญ่

นาน ๆ ครั้ง ผู้สูงอายุจะไปใช้บริการร้านอาหารในวัน เสาร์ – อาทิตย์ โดยผู้สูงอายุมักจะไปใช้บริการร้านครั้งละ 2 – 3 คน และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าใช้บริการร้านอาหาร มากกว่า 501 บาทขึ้นไป สอดคล้องกับศิริกาญจน์ อิทธิปิยวัช และนิชาภา ทองอยู่ (2561) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการใช้บริการร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุ ในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านอาหารกับครอบครัวมากที่สุด สอดคล้องกับ นันทสารี สุขโต (ม.ป.ป.) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจีน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะรับประทานอาหารจีนในภัตตาคารร่วมกับครอบครัว ญาติ พี่น้อง มีความถี่ในการบริโภคอาหารจีนในภัตตาคารไม่เกิน 1 ครั้งต่อเดือน สอดคล้องกับกิตติภพ สงเคราะห์ (2555) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานี ช่วงวันที่เข้าใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นคือ เสาร์ – อาทิตย์ สอดคล้องกับเจียระไน พรสมบูรณ์ศิริ (2559) ค่าใช้จ่ายของกลุ่มตัวอย่างเวลาไปรับประทานนั้น ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ประมาณ 1,000-1,500 บาท/มื้อ/คน เหตุผลที่ผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเมื่อได้อยู่พร้อมกันกับครอบครัว เนื่องจากผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายมากกว่าวัยอื่น ๆ และอ่อนแอกว่าคนปกติจึงทำให้ต้องมีคนในครอบครัวคอยดูแลอย่างใกล้ชิด แต่บุตรหลานนั้นจะต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงาน มีโอกาสไม่บ่อยนัก และส่วนใหญ่หยุดงานในวันเสาร์ – อาทิตย์ จึงพาผู้สูงอายุในครอบครัวไปรับประทานอาหารนอกบ้านได้ ร้านที่จะพาไปส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารประจำชาติ เช่น ร้านอาหารไทย ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารจีน เพราะอาหารประจำชาติ มักถูกปากของคนภายในชนชาตินั้น สำหรับค่าใช้จ่ายก็จะเพิ่มขึ้นตามจำนวนคนภายในครอบครัว อุปสงค์ของผู้บริโภคด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน พบว่า ในภาพรวมมีระดับความต้องการอยู่ในระดับมาก โดยผู้สูงอายุมีความต้องการด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการบุคลากร และด้านราคา อยู่ในระดับมากเช่นกัน อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความสะดวกสบาย และความสะอาด ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญต่อผู้สูงอายุ สำหรับด้านการบุคลากรนั้นผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานที่คอยเอาใจใส่ดูแลเพราะผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการคนดูแล และส่วนด้านราคาผู้สูงอายุให้ความสำคัญในด้านนี้เพราะตนเองมีรายได้ไม่มากนักจึงต้องคำนวณให้พอเหมาะพอดีไม่ต้องการให้เป็นภาระของลูกหลาน สอดคล้องกับ ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากเช่นกัน เมื่อพิจารณาด้านผลิตภัณฑ์ผู้สูงอายุมีความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการมากที่สุด คือ อาหารมีความสด และสะอาด สอดคล้องกับเทียนทิพย์ เดียวกี่ (2562) ได้สัมภาษณ์อาจารย์สง่า ดามาพงศ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ สสส. และที่ปรึกษาด้านโภชนาการ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขในหัวข้อเรื่อง เลือกอาหารโดนใจสไตล์วัยเก๋า ทางด้านอาจารย์สง่า ได้กล่าวเกี่ยวกับผู้สูงอายุว่าผู้สูงอายุนั้นนอกจากการทานอาหารให้ครบ 5 หมู่แล้วยังต้องทานอาหารที่ปลอดจากสิ่งปนเปื้อนอีกด้วย หรือกล่าวคือ ควรทานอาหารที่สด และสะอาด ครบ 5 หมู่

ถึงจะดีต่อผู้สูงอายุ ด้านราคา ผู้สูงอายุมีความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการมากที่สุด คือ ป้ายบอกราคาอาหาร และเครื่องดื่มชัดเจน การที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องป้ายบอกราคาอาหาร และเครื่องดื่มชัดเจน อาจเป็นเพราะป้ายบอกราคานั้นเป็นสิ่งเดียวที่จะบอกถึงราคาอาหาร หากไม่ชัดเจนอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด หรือเกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนได้ สอดคล้องกับ อัญธิการ แก้วศิริ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมในระดับมาก พิจารณารายข้อแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับการแสดงป้ายราคาอย่างชัดเจนอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้สูงอายุมีความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าผู้สูงอายุมีความต้องการมากที่สุด คือ สถานที่ตั้งร้านสะดวกต่อการไปใช้บริการ ซึ่งถ้าหากร้านอาหารมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม จะส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาใช้บริการได้ง่ายและอาจมาใช้บริการได้สม่ำเสมอ สอดคล้องกับ เจียระไน พรสมบูรณ์ศิริ (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคร้านอาหารญี่ปุ่นระดับพรีเมี่ยมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเดินทางที่สะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้สูงอายุมีความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการมาก คือ มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเทศกาลต่างๆ อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุจะมีโอกาสได้พบปะครอบครัวพร้อมหน้าพร้อมตาในช่วงเทศกาลต่างๆ ไม่สอดคล้องกับ วีระพงษ์ (2560) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจต่อ ส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหาร และเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงที่สุดในข้อร้านอาหาร และเครื่องดื่มในชุมชนตรอกวังหลัง มีการโฆษณา ผ่านสื่อ Social media เช่น Facebook IG Twitter เป็นต้น อาจเป็นเพราะช่วงอายุของ ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นมีช่วงอายุที่ต่างกัน สอดคล้องกับภาวิณี กาญจนาภา(2554) ที่กล่าวว่า บุคคลที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีความชอบหรือสนใจในกิจกรรมที่ต่างกัน และสนใจในผลิตภัณฑ์ต่างประเภทกัน และสื่อที่องค์กรธุรกิจจะเลือกใช้เพื่อเข้าถึงบุคคลในวัยต่าง ๆ เหล่านี้ก็แตกต่างกันไป ด้านการบุคลากร ผู้สูงอายุมีความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการมากที่สุด คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุมักให้ความสำคัญกับท่าทีในการให้บริการที่กระตือรือร้นแสดงให้เห็นถึงความเต็มใจให้บริการของพนักงาน สอดคล้องกับธัญมัย ธรรมคุปต์ (2559) ที่ศึกษาตลาด SME อาหารที่รองรับกับผู้สูงอายุชาวไทย เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า การให้บริการของร้านอาหารร้านค้าที่เป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นระบบคิดเงิน ที่เคาน์เตอร์ ระบบการสั่งอาหาร และระยะเวลาที่อาหารมาเสิร์ฟที่โต๊ะตลอดจนการให้บริการของ พนักงานที่มีร้อยยิ้มเต็มใจให้บริการ เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้สูงอายุประทับใจ และมีโอกาสที่จะไปใช้บริการซ้ำ ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้สูงอายุมีความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการมาก คือ การรับออเดอร์รายการอาหาร และเครื่องดื่มรวดเร็ว สอดคล้องกับ MaGrath (1986) อ้างอิงใน วีระพงษ์ ภู่สว่าง (2560) ที่กล่าวว่า กระบวนการ คือ วิธีการที่ปฏิบัติด้านการบริการที่ออกแบบมาเพื่อผู้ใช้บริการและเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ ได้แก่ การจัดคิวในการชำระเงินที่ดี การบรรจุสินค้าใส่ถุง หรือการบรรจุสินค้าเพื่อความสะดวก

หรือใบเสร็จที่ได้มาตรฐานเพื่อเป็นหลักฐานในการชำระเงิน การคืนเงิน หรือเปลี่ยนสินค้าในกรณีที่มีความผิดพลาดที่เกิดจากทางร้าน หรือผู้ผลิต และสอดคล้องกับภัทริดา อาจธัญญกรณ์ และบุศรินทร์ มาตา (2555) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการร้านชาบูตง ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า สาขาลาดพร้าว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพนักงานให้บริการอย่างเป็นระบบ และเป็นขั้นตอนช่วยให้ผู้มาใช้บริการได้รับการบริการอย่างมีระบบ และรวดเร็วในการมาใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้สูงอายุมีความต้องการภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่มมีความสะอาด และปลอดภัยมากที่สุด อาจเป็นเพราะภาชนะที่ใส่อาหารนั้นสัมผัสกับตัวอาหารโดยตรง ผู้สูงอายุจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้ เพราะต่อให้อาหารที่ทำออกมาสะอาดและดีเพียงใดถ้าภาชนะสกปรกก็สามารถทำให้เกิดอันตรายจากอาหารได้ สอดคล้องกับวีระพงษ์ ภู่สว่าง (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความพึงพอใจสูงสุดกับร้านอาหาร และเครื่องดื่มในชุมชนตรอกวังหลังที่ใช้ภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่มที่สะอาดปลอดภัย

ส่วนที่ 2 แบบจำลองธุรกิจร้านอาหารผู้สูงอายุ ผู้ศึกษาวิจัยได้ใช้แนวคิดเรื่อง Business Model Canvas เป็นตัวกำหนดแบบจำลองธุรกิจ โดยมีหัวข้อหลักแบ่งออกเป็น 9 ช่อง ซึ่งในแต่ละช่องจะช่วยให้มองเห็นรายละเอียดของธุรกิจร้านอาหารผู้สูงอายุ จุดเด่น จุดด้อย โดยหลักสำคัญของ Canvas จะช่วยให้ทีมงาน ผู้บริหาร หุ้นส่วน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจมองธุรกิจในทิศทางเดียวกัน และจากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวคิด เรื่อง Business Model ของ Canvas ได้ 4 ส่วน ดังนี้

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
1. ผู้ขายวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ 2. แอพพลิเคชั่นส่งอาหาร 3. ที่ปรึกษา/ผู้เชี่ยวชาญ 4. หน่วยงานราชการ 5. สถาบันการเงิน	1. เลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม มีปริมาณที่เพียงพอ 2. คิดค้นและพัฒนาสูตรอาหารที่เหมาะสมกับวัยผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค 3.วางแผนและพัฒนากระบวนการให้บริการ	1. คุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน 2. การจัดบริการที่แม่นยำและรวดเร็ว 3. ความสะอาดปลอดภัยของอุปกรณ์ และสถานที่ 4. การจัดสถานที่เหมาะสำหรับการมาใช้บริการเป็นครอบครัว	1. บัตรสมาชิก 2. คูปองสะสมแต้ม 3. กิจกรรมส่งเสริมการขายตามเทศกาล 4. พนักงานขาย	B2C 1. กลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป (วัยเกษียณ) 2. ครอบครัวที่มีผู้สูงอายุ

<table>
<tr><th>Key Partners</th><th>Key Activities</th><th>Value Propositions</th><th>Customer Relationships</th><th>Customer Segments</th></tr>
<tr><td rowspan="3"></td><td>4. ฝึกอบรมพนักงานให้มีทัศคติในการบริการที่ดี และ บริการอย่างถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็ว
5. การบริหารการเงิน และการตลาด</td><td rowspan="3"></td><td></td><td rowspan="3"></td></tr>
<tr><td>Key Resources</td><td>Channels</td></tr>
<tr><td>1. ทรัพยากรมนุษย์ (ผู้ให้บริการ)
2. ทำเลที่ตั้งร้าน
3. อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักร
4. วัตถุดิบคุณภาพดี
5. ผู้เชียวชาญด้านอาหาร
6. หนักงานที่มีความรู้
7. เงินทุนหมุนเวียน</td><td>หน้าร้านที่เข้าถึงได้สะดวก
การรับสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอพพลิเคชั่น
การบริการจัดส่งเดลิเวอรี
Social Media
Facebook Instagram</td></tr>
<tr><td colspan="3">Cost Structure</td><td colspan="2">Revenue Streams</td></tr>
<tr><td colspan="3">ต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าเสื่อม และต้นทุนการดำนเนินงาน
ต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรง และโสหุ้ยการผลิต
ต้นทุนการผลิตรวมไม่เกินร้อยละ 55 ของราคาขาย</td><td colspan="2">รายได้ทางตรง ได้แก่ การขายอาหารและเครื่องดื่มทุกช่องทาง (หน้าร้าน,แอพพลิเคชั่นส่งอาหาร)
รายได้ทางอ้อม ได้แก่ การขายผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น วัตถุดิบปลอดสารพิษ อาหารสำเร็จรูป ของขวัญตามเทศกาล
การจัดกิจกรรมพิเศษตามโอกาสต่างๆ เช่น กิจกรรมสอนทำอาหาร กิจกรรมให้ความรู้แก่บุคคลที่สนใจ</td></tr>
</table>

ภาพ 1 แบบจำลองธุรกิจของร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุ
ที่มา ณิชกานต์ กลับดี และคณะ (2564)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย แบ่งได้ 2 ด้าน ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

1.1 ควรศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อศึกษาในเรื่องการบริการ เนื่องจากผู้สูงวัยจะมาใช้บริการเป็นลักษณะของครอบครัว

1.2 ควรศึกษาในเรื่องแนวทางการพัฒนาผู้ให้บริการ

2. ด้านส่วนประสมทางการตลาด 7P’s

2.1 ควรมีการสัมภาษณ์ผู้ที่พาผู้สูงวัยมาใช้บริการร้านอาหาร เนื่องจากจะได้ทราบถึงความต้องการ และโอกาสที่มาใช้บริการร้านอาหาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยพบว่าการเก็บข้อมูลมีความล่าช้าเนื่องจาก กลุ่มเป้าหมายของการวิจัยเป็นผู้สูงอายุ ทำให้การตีความจากแบบสอบถามใช้เวลานาน ผู้วิจัยต้องอธิบาย ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจปรับเปลี่ยนเป็นการสัมภาษณ์ตามหัวข้อ โดยให้กลุ่มเป้าหมายตอบแต่ข้อความที่เป็นคำสำคัญ

เอกสารอ้างอิง

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). **สถิติผู้สูงอายุ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562 แยกตามตำบล.** สืบค้น กุมภาพันธ์ 16, 2563 จาก: http://www.dop.go.th,

กิตติภพ สงเคราะห์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี**. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เจียระไน พรสมบูรณ์ศิริ. (2559). **ปัจจัยและพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวไทยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคร้านอาหารญี่ปุ่นระดับพรีเมี่ยมในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณิชกานต์ กลับดี, ปรัชญา แพมงคล และ เขม อภิภัทรวโรดม (2564). **การวิเคราะห์แนวโน้มอุปสงค์ของผู้บริโภคสำหรับธุรกิจร้านอาหารผู้สูงวัย กรณีศึกษาเขตบางซื่อ ดุสิต และพระนคร.** งานวิจัยงบประมาณเงินรายได้ พ.ศ. 2564. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

เทียนทิพย์ เดียวกี่. (2562). **เลือกอาหารโดนใจ สไตล์วัยเก๋า.** สืบค้น กุมภาพันธ์ 24, 2563 จาก www. thaihealth.or.th.html.

ธัญมัย ธรรมคุปต์. (2559). **ศึกษาตลาด SME อาหารที่รองรับกับผู้สูงอายุชาวไทย เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นันทสารี สุขโต. (ม.ป.ป.) **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารจีน.** สืบค้น กุมภาพันธ์ 24, 2563 จาก https://www.dpu.ac.th.pdf.

ภัทริดา อาจธัญญกรณ์ และบุศรินทร์ มาตา. (2555). **ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการร้านชาบูตง ศูนย์การค้าเซ็นทรัล**พลาซ่า สาขาลาดพร้าว. คหกรรมศาสตรบัณฑิต. ภาควิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ภาวิณี กาญจนาภา. (2554). **หลักการตลาด.** สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด, กรุงเทพมหานคร.

รัชนี โตอาจ. (2558). ***นิยาม: สังคมผู้สูงอายุ.*** สืบค้น มกราคม 16, 2563 จาก https://www. stou.ac.th.

วีระพงษ์ ภู่สว่าง. (2560). **ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านอาหารและเครื่องดื่มชุมชนตรอกวังหลัง กรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริกาญจน์ อิทธิปิยวัช และ นิชาภา ทองอยู่. (2561). **ความต้องการใช้บริการร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุในเขตจังหวัดนนทบุรี**. คหกรรมศาสตรบัณฑิต. ภาควิชาอุตสาหกรรมการบริการอาหาร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). **Business Trends ที่จะมาแรงในปี 2017 กับโอกาสทางธุรกิจสำหรับ SMEs.** สืบค้น มีนาคม 15, 2565 จาก https://www.kasikornbank.com/th/business/sme

ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์ . (2560). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2562). **ประชากรสูงวัยและแนวโน้มในอนาคต.** สืบค้น พฤศจิกายน 22, 2562 จาก https://intelligence.businesseventsthailand.com.

อัญธิกา แก้วศิริ. (2560). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. ภาควิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

Taro Yamane. (1967). **Statistics, An Introductory Analysis**, 2nd Ed., New York.