แนวทางการบริหารร้านอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

Management Guidelines of Thai Restaurant to Promote Food Tourism for Thai Elderly in Bangkok

- โกสินทร์ ปานแย้ม*
  นักศึกษาปริญญาเอก, สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
  Kosin Panyaem*
  Ph.D. Candidate, Tourism and Hotel Management, College of Management, University of Phayao, E-mail: kosin.pa@dtc.ac.th
- ชวลีย์ ณ ถลาง
  รองศาสตราจารย์, วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
  Chawalee Na Thalang
  Associate Professor, College of Management University of Phayao,
  E-mail: ajarnchawalee@gmail.com

*Corresponding Author E-mail: kosin.pa@dtc.ac.th

Received: *November 30, 2022;* ***Revised:*** *January 7, 2023;* ***Accepted:*** *February 10, 2023*

Abstract

The purpose of this research was to develop the business management process in Thai restaurants, particularly for the elderly, in order to promote food tourism in Bangkok. It was qualitative research with a semi-structured interview. An informal conversational interview with stakeholders from the public and private sectors was used to collect the data. The group had been divided into 3 groups: group 1 government representatives; group 2 private sector representatives; and group 3 academic sector representatives, totaling 24 people.

The study found that A SIMPLE models for the management process of Thai restaurants in promoting food tourism for Thai elderly people in Bangkok have a framework that is "The true pleasure of food tourism for the elderly is simplicity by returning to the nature and essence of human beings." which is made up of six components: 1) Activity (A);

2) Sustainability (S); 3) Ingredients (I); 4) Menu Planning and Design (M); 5) Physical (P); 6) Location (L) and, 7) Empathy (E).

Keywords: Elderly, Eating behavior

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางจัดการธุรกิจอาหารไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุชาวไทยเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยการสัมภาษณ์แบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้แทนภาครัฐ ผู้แทนเอกชน และผู้แทนภาคนักวิชาการ รวมทั้งสิ้น 24 คน

ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการจัดการธุรกิจอาหารไทยสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อส่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในกรุงเทพมหานคร ภายใต้แนวคิด A SIMPLE Model มีกรอบแนวคิด คือ “ความไม่ซับซ้อน นำกลับไปสู่ความเป็นธรรมชาติและแก่นรากฐานที่แท้จริงของมนุษย์ คือความสุขที่ถ่องแท้ ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้สูงอายุ” ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ คือ 1) Activity (A) คือ กิจกรรม 2) Sustainability (S) คือ ความยั่งยืน 3) Ingredients (I) คือ การสรรหาวัตถุดิบ 4) Menu Planning and Design (M) คือ แนวทางการวางแผนและออกแบบ 5) Physical (P) คือ ลักษณะทางกายภาพ 6) Location (L) คือ ทำเลที่ตั้งของอาหารและเครื่องดื่ม 7) Empathy (E) คือ การเอาใจใส่

คำสำคัญ: ผู้สูงอายุ, พฤติกรรมการรับประทานอาหาร

บทนำ

ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ภายในปี พ.ศ. 2578 (Chewasopit, 2019) แสดงให้เห็นว่าประชากรมีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในทุกด้านที่ตอบสนองการดำรงชีวิต โดยจะเห็นได้ว่าประชากรทั้งหมดของประเทศไทยมีการจัดอันดับพื้นที่ที่มีผู้สูงอายุมากที่สุดอันดับที่หนึ่ง คือ กรุงเทพมหานคร มีจำนวนผู้สูงอายุ จำนวนมากกว่า 1 ล้านคนหรือกว่าร้อยละ 8 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งตัวเลขที่เพิ่มขึ้นในระดับนี้ ทุกภาคส่วนของประเทศต้องตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงและเตรียมความพร้อมในการรับมือสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้

จากแนวโน้มการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และสถิติการเพิ่มจำนวนของกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้หลาย ๆ ธุรกิจส่วนใหญ่ได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ เพื่อให้เข้าถึงตลาดกลุ่มเป้าหมายนี้มากยิ่งขึ้นจะเห็นได้จากการมีสินค้าที่เกี่ยวเนื่องกับผู้สูงอายุออกสู่ตลาดมากขึ้นและการบริการที่คำถึงสุขภาพมากยิ่งขึ้น ถือเป็นโอกาสเพิ่มยอดขายให้แก่ธุรกิจ (Tatchawadeekittireuk et al., 2020) โดยส่วนใหญ่จะแสวงหากิจกรรม สินค้า รวมถึงการบริการที่ช่วย

บำรุง และส่งเสริมสุขภาพ จะเห็นได้ว่ากลุ่มลูกค้าสูงอายุจะเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพกำลังซื้อสูง มีเงินเก็บสะสม ชอบหาความสุข และแสวงหาความสะดวกสบาย ผ่านสินค้าและบริการที่เกี่ยวโยงกับสุขภาพ จึงสะท้อนให้เห็นโอกาสและความท้าทายของกลุ่มผู้ประกอบการทุกธุรกิจที่จะต้องให้ความสำคัญ และหันมาให้ความสนใจมากขึ้น (Jones, 2018)

พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปในทุกกลุ่ม รวมทั้งผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อ ต้องการความรวดเร็วและรักความสะดวกสบาย จึงทำให้ธุรกิจที่ต้องสนองต่อปัจจัย 4 อย่างอาหาร จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญ และเกิดเป็นธุรกิจร้านอาหารที่มีรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมาย สำหรับธุรกิจร้านอาหารถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จะสนับสนุนสุขภาวะและการคุณภาพชีวิตที่ดี เพื่อรองรับความต้องการความลูกค้ามากมาย มูลค่าทางการตลาดธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มภายในประเทศจึงมีมูลค่าสูงมากกว่า 4 แสนล้านบาท (Ministry of Tourism and Sports, 2020) และมีทิศทางขยายตัวเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสาเหตุมาจากธุรกิจร้านอาหารมีสัมพันธ์กับปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต รวมไปถึงขั้นตอนการเปิดกิจการและเริ่มทำธุรกิจไม่ซับซ้อนมาก ทั้งยังมีกระแสจากผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้เพิ่มขึ้นตลอดเวลา จึงทำให้เป็นสาเหตุหลักที่ดึงดูดให้ผู้สนใจในการเริ่มทำธุรกิจการรายใหม่เข้าสู่ตลาดธุรกิจร้านอาหารอย่างต่อเนื่อง ในส่วนด้านของผู้บริโภคยุคปัจจุบันร้านอาหารเข้ามามีบทบาทตอบสนองพฤติกรรมการดำเนินชีวิตที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง สำหรับอาหารไทยเป็นอาหารที่หาซื้อได้สะดวกในประเทศ และมีการนำเครื่องเทศ สมุนไพรต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เพื่อนำมาเป็นวัตุดิบในการทำอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผู้สูงอายุที่อวัยวะส่วนต่าง ๆ เริ่มเสื่อมและสึกหร่อมากกว่าวัยอื่น เช่น ระบบการเผาผลาญที่ลดลง ระบบการย่อยอาหาร การดูดซับสารอาหาร เป็นต้น ซึ่งก่อปัญหาสุขภาพด้านอื่นตามมา ดังนั้น เพื่อเป็นการบำรุงร่างกาย โดยส่วนใหญ่ผู้สูงอายุก็จะเลือกอาหารเหมาะสมจะช่วยให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่ครบถ้วนและชะลอให้ร่างกายไม่ทรุดโทรมก่อนเวลาอันควร จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษากระบวนการจัดการธุรกิจอาหารไทยสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อส่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในกรุงเทพมหานคร เพื่อออกแบบกระบวนการจัดการธุรกิจอาหารไทยสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อส่งเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

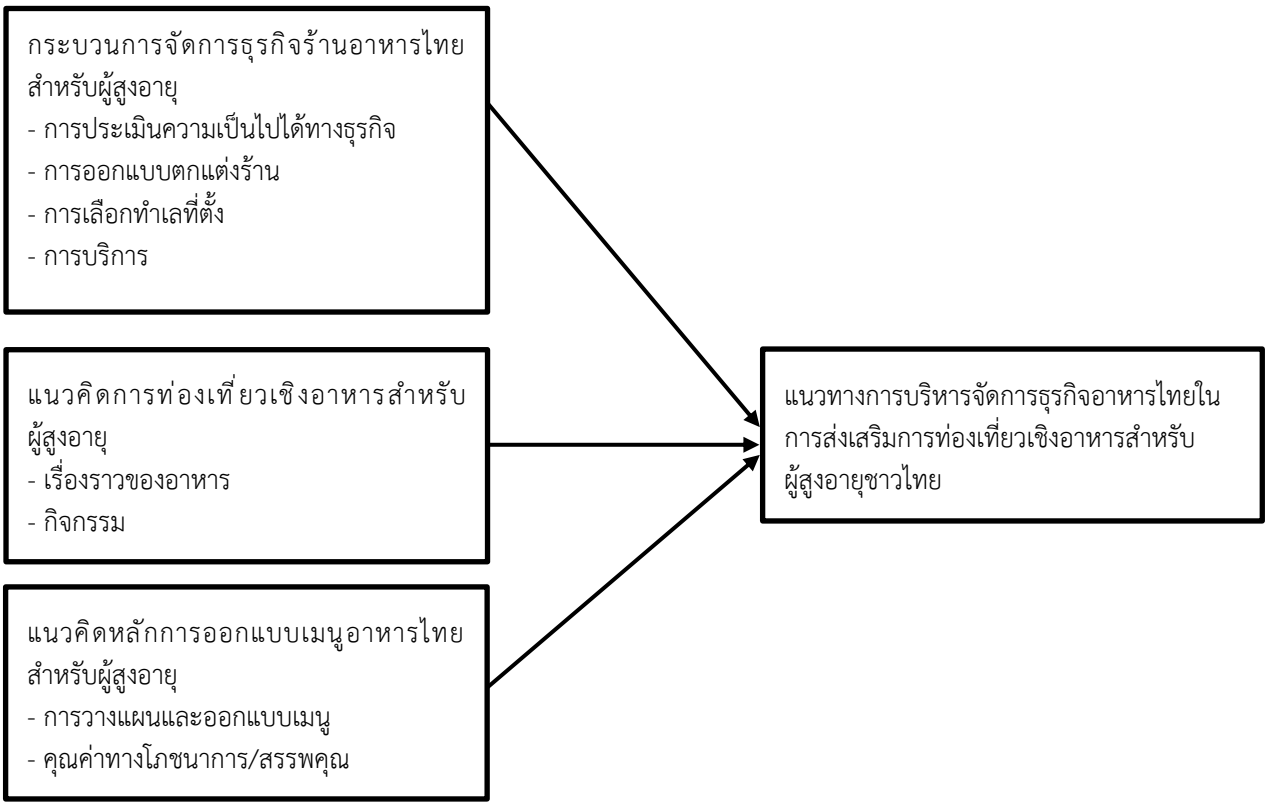
เพื่อศึกษาแนวทางจัดการธุรกิจอาหารไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุชาวไทยเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดด้านพื้นที่ในการศึกษาวิจัยเป็นพื้นที่กรุงเทพมหานครชั้นนอก ชั้นกลาง ชั้นใน โดยเก็บข้อมูลในพื้นที่เขต ลาดกระบัง ประเวศ ปทุมวัน ด้านประชากร ประกอบด้วย ตัวแทนภาครัฐ

ตัวแทนภาคเอกชน ด้านเนื้อหา การบริหารจัดการธุรกิจอาหารไทยที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้านระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่ กันยายน 2564 ถึง มีนาคม 2565

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์

ร้านอาหาร หมายถึง สถานที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสามารถเป็นได้ทั้งในและนอกตัวอาคารสถานที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยมีการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มโดยมีการให้บริการแบบเต็มรูปแบบ ตั้งแต่การจองที่นั่งจนถึงการลาจาก

ผู้สูงอายุ หมายถึง ชายหรือหญิงชาวไทยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2560 มีถิ่นพำนักอยู่ในกรงุเทพมหานคร โดยแบ่งพื้นที่การเก็บข้อมูลเป็น 3 ส่วนพื้นที่กรุงเทพชั้นนอก ชั้นกลางและชั้นใน

กระบวนการจัดการธุรกิจร้านอาหารไทย หมายถึง การบริหารธุรกิจที่มีสินค้าและบริการเป็นอาหารและเครื่องดื่ม โดยจัดจำหน่ายเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นอาหารไทยเพื่อแสวงหาผลกำไร

มีกระบวนการคือ การประเมินความเป็นไปได้ทางธุรกิจ การกำหนดรูปแบบธุรกิจ การออกแบบและจัดการเมนู การบริหารทรัพยากรบุคคล การควบคุมคุณภาพการบริการ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึงการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งผลิตอาหาร หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับอาหาร และมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหารเพื่อส่งเสริมประสบการณ์ร่วมกับการท่องเที่ยว

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Shalini and Duggal (2015) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางด้านอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่มีระดับการพัฒนาที่ชัดเจน และส่งผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศ รวมไปถึงส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรมด้วย มากกว่า 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปกับอาหารการกิน ดังนั้น อาหารจึงเป็นจุดหมายปลายทางและเป็นส่วนสำคัญของประสบการณ์ที่มีคุณภาพในการเดินทาง สอดคล้องกับ Ullphothong and Sopha (2012) ที่กล่าวว่าร้านอาหารถือเป็นหนึ่งในส่วนประกอบหลักของการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ ร้านอาหารไม่เป็นเพียงแต่สถานที่สำหรับตอบสนองความต้องการทางกายภาพ หากแต่ยังเป็นสถานที่ที่ให้ประสบการณ์การท่องเที่ยว สร้างความประทับใจในสถานที่และบริการ รวมถึงการลิ้มรสชาติทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็สามารถเพลิดเพลินไปกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ไปด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการผสมผสานของอาหารและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์จากพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว (Kotler et al., 2017)

สถานการณ์ของสังคมผู้สูงอายุในประเทศไทย

การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสังคมในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา ส่วนหนึ่งเกิดจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทางด้านเศรษฐกิจสังคม รวมถึงการพัฒนาด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์และสาธารณสุขทำให้เกิดการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ที่เจริญก้าวหน้า ช่วยรักษาโรค ร้ายแรง ทำให้คนในสังคมมีอายุยืนยาวมากขึ้น มีการคาดการว่าประเทศไทยจะหลายภาคส่วนเริ่มตระหนักถึงภาวะ ดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจที่เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ เพื่อรองรับผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น และพยายามเข้าถึงลักษณะพฤติกรรม ความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มนี้ เพื่อที่จะได้สามารถกำหนดกลยุทธ์ และการสื่อสารทางการตลาดที่ตรงใจมากที่สุด (Chewasopit, 2019)

แนวคิดธุรกิจร้านอาหารไทยกับสังคมผู้สูงอายุ

มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยปี 2560-2561 มีมูลค่าสูงกว่า 4 แสนล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากอาหารไทยเป็นรูปแบบอาหารที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่หลงใหลในรสชาติอาหารไทยที่มีความหลากหลาย ขณะเดียวกันร้านอาหารต่างชาติในไทยก็มีการเติบโตพร้อมกันไปด้วย ซึ่งส่งผลถึงการสร้างความหลากหลายให้กับตลาดร้านอาหารในไทย อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2562 มีร้านอาหารไทยเปิดใหม่จำนวนมากที่สุด จึงทำให้มีคู่แข่ง

มากขึ้นและเกิดปัจจัยท้าทายต่าง ๆ เช่น ต้นทุนทางธุรกิจที่คาดว่าจะสูงขึ้น ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Techsauce, 2020) โดย Lee and Severt (2017) ได้กล่าวว่าผู้สูงอายุเป็นกลุ่มลูกค้าที่กำลังซื้อมีพฤติกรรมในชีวิตประจำวันที่ซ้ำเดิมในสถานที่ที่คุ้นเคยตลอดชีวิต ยกตัวอย่างเช่น การเดินไปสถานที่เดิม ๆ ทุกวันเวลาเดิมหรือมื้อเย็นที่ร้านอาหารเดิม ที่นั่งเดิมในเวลาเดียวกันซึ่งสิ่งดังกล่าวจะนำมาซึ่งความเจ็บป่วยทางกายชนิดหนึ่ง ซึ่งในหลักการสถานที่ ที่คุ้นเคยดังกล่าวเรียกว่า สถานที่ที่สาม (Third Place) ซึ่งหมายถึงสถานที่ใดก็ได้ที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุที่ไม่ใช่บ้านและที่ทำงาน ร้านอาหารจึงเป็นอีกสถานที่ ที่ลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุนิยมไปใช้บริการ โดยให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือในคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องประสิทธิภาพของพนักงานความเอาใจใส่ความกล้าแสดงออก ความรู้ของพนักงานบริการ เหตุผลที่สำคัญที่สุดสองประการที่ทำให้ชาวอเมริกันที่มีอายุมากกว่ารับประทานอาหารนอกบ้าน ได้แก่ ความสะดวกสบายและได้เพื่อนคุย (Knutson and Patton, 1993) อีกทั้งเมนูอาหารยังคงเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป (Lee and McCleary, 2013) รายงานว่าการมีรายการเมนูที่ดีต่อสุขภาพเป็นปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารของ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่เต็มใจจะจ่ายแพงกว่าสำหรับเมนูเหล่านั้นเมื่อออกมารับประทานข้างนอก

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งได้มาจากการสนทนาถามตอบกันโดยตรงของผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกนี้เป็นการสนทนาโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจอาหารไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุชาวไทย เขตกรุงเทพมหานคร ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการธุรกิจร้านไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุรวมถึง การวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ งานวิจัย และการลงสำรวจ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเที่ยวเชิงอาหารในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยสร้างโครงสร้างโดยรวมข้อคำถาม วางแผนการสัมภาษณ์แบบคร่าวๆ ไว้ล่วงหน้า ไม่มีการกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับข้อคำถามและการลำดับขั้นตอนไว้ล่วงหน้า แต่จะเป็นการพูดคุยสนทนาตามธรรมชาติ (Naturalistic Inquiry) เพื่อให้เห็นถึงความคิดเห็น เหตุผล และมุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลัก ในลักษณะคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) แล้วใช้คำสำคัญ (Keywords) เป็นเครื่องชี้นำในการสัมภาษณ์และเป็นการซักถามพูดคุยกับผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) จากผู้ทรงคุณวุฒิ (Denzin, 1970) ซึ่งเป็นการตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎี ต่างไปจากเดิม ตีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยแค่เพียงใดโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน (ชายโพธิสิตา, 2562) ประกอบด้วย 1) ด้านตรวจสอบข้อมูลแตกต่างกัน (Data Triangulation) เป็นการพิสูจน์

ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากแหล่งที่มาจาก 3 แหล่งที่มา โดยพิจารณาระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยที่ สถานที่ในการเก็บข้อมูล และบุคคลหรือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2) ด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) เป็นการตรวจสอบว่า ผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลมาต่างกันหรือไม่ และอย่างไร โดยใช้นักวิจัยที่มากกว่า 1 คน ในการรวบรวมข้อมูล ทั้งการ ผู้สัมภาษณ์หรือการสังเกตและยืนยันข้อมูลที่ถูกค้นพบในพื้นที่ เนื่องจากผู้วิจัยแต่ละคนที่มีข้อมูลแตกต่างกัน 3) ด้านการตรวจสอบแนวคิดและทฤษฎีแตกต่างกัน (Theory Triangulation) เพื่อพิจารณาความแตกต่างกันของข้อมูลและตรวจสอบว่าถ้าผู้วิจัยต้องใช้แนวคิดและทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใดผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหารไทยและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในของกรุงเทพมหานคร จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐ กลุ่มที่ 2 ผู้แทนเอกชน และกลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคนักวิชาการ รวมทั้งสิ้น 24 คน

ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ถึงกระบวนการจัดการธุรกิจร้านอาหารไทยสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ในด้านของความเป็นไปได้ทางธุรกิจร้านอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า จำนวนของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นทั่วโลกรวมถึงประเทศไทยด้วย ดังนั้น ในอนาคตกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีบุคลิกลักษณะเฉพาะ คือ เป็นกลุ่มที่มีเวลา และกำลังซื้อสูงโดยที่ผู้สูงอายุตอนต้นที่มีอายุที่มีอายุไม่เกิน 65 ปี จะพบว่ามีพฤติกรรมการใช้ชีวิตและใช้จ่ายเหมือนคนวัยปกติ แต่ที่มากกว่า คือ มีกำลังซื้อและต้องการที่จะออกไปจับจ่ายใช้สอย สำหรับการออกแบบตกแต่งร้านต้องคำนึงถึงการใช้บริการของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยต้องทำให้รู้สึก สะอาด โล่งโปร่งสบาย และให้ความสำคัญกับ Universal Design หรือการออกแบบที่เอื้อคนทุกกลุ่มวัยสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ เช่น พื้นที่ทางเข้าออก ที่นั่ง โต๊ะ แสงไฟ การระบายอากาศ ห้องน้ำ เป็นต้น โดยต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้สูงอายุหรือคนพิการ โดยมีรูปแบบการตกแต่งตามแนวคิดการนำเสนอของเจ้าของธุรกิจ เช่น แนวย้อนยุคไทยโบราณ แนวร่วมสมัย แนวมินิมอล แนวมีส่วนรวมกับชุมชน เป็นต้น สำหรับด้านการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับการทำธุรกิจร้านอาหารไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร นั้นต้องพิจารณาถึง 1. สามารถเป็นตำแหน่งใดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่เป็นแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น แหล่งนั้นมีชุมชน ตลาดน้ำใกล้เคียง สวนผักเกษตรอินทรีย์ บ้านพักริมธรรมชาติ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกิจกรรมระหว่างธุรกิจร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุและแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งสามารถลดต้นทุนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารและสนับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยั่งยืน 2. ปรับรูปแบบของการให้บริการหรือเมนูอาหารให้สอดคล้องกับต้นทุนตามบริบทพื้นที่ 3. พิจารณาเส้นทางการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นพื้นฐานเพื่อเข้าถึง พื้นที่ร้านอาหารและกิจกรรมส่งเสริมการเที่ยวเชิงอาหาร เพราะผู้สูงอายุอีกหนึ่งกลุ่มยังมีปัญหาเรื่องสุขภาพร่วมด้วย สำหรับการบริการอาหารและเครื่องดื่มต้องมี

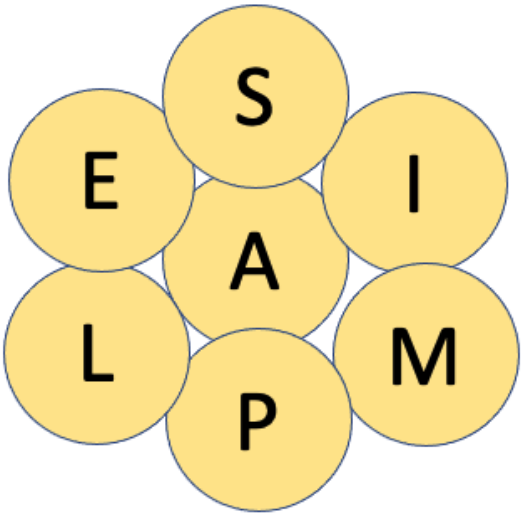
ขั้นตอนของการบริการหรือที่เรียกกันว่า Service Sequences ที่เริ่มตั้งแต่การจอง การต้อนรับ การพาไปที่นั่ง การนำเสนอเมนู การรับคำสั่งรายการอาหาร ซึ่งในแต่ล่ะขั้นตอนต้องอาศัยการทักษะ ความรู้ความชำนาญ คุณวุฒิ วัยวุฒิ และประสบการณ์ ที่แตกต่างขึ้นอยู่กับบริบทแนวคิด และบริบทของแต่ล่ะร้านอาหาร เพราะลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุบางท่านอาจมีสุขภาพที่ไม่แข็งแรงแตกต่างกัน เช่น การรับรู้ การยืน การมองเห็น รวมไปถึงการจำกัดควบคุมอาหารบางประเภท อีกทั้งลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุต้องการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจากพนักงานมากกว่ากลุ่มลูกค้าอื่น ดังนั้น การคัดสรรพนักงานบริการหรือแนวทางการปฏิบัติงานตามขั้นตอนการบริการต้องมีมากกว่าลูกค้าทั่วไป กล่าวคือ 1. ความรู้ความเข้าในตัวเมนูอาหาร สารอาหารเบื้องต้น เพื่อให้คำแนะนำหรือช่วยเหลือได้อย่างถูกต้องเหมาะสม 2. พนักงานต้องมีทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดีที่เหมาะสมระหว่างลูกค้าและการดำเนินธุรกิจ 3. พนักงานต้องมีการใจในการให้บริการเนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้มักจะมีข้อร้องขอหรือความต้องการความเอาใจใส่เป็นพิเศษ 4. พนักงานต้องเป็นผู้รู้หรือผู้ให้ข้อมูลรอบด้านเชิงดึงดูดและสร้างสรรค์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ 5. การส่งมอบการให้บริการต้องทำด้วยความเคารพและนอบน้อมตามบริบทของสังคมไทย

จากการสัมภาษณ์ถึงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า การสร้างเรื่องราวของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอาหารไทย มักจะพบว่าอาหารที่เด่นดังมักจะมีประวัติความเป็นมา ซึ่งจะอยู่ในหลากหลายชุมชน เช่น ขนมเบื้องบางลำพู ขาหมูตรอกซุง ข้าวผัดรถไฟตลาดน้ำลาดกระบัง แกงมัสมันบรรทัดทอง ดังนั้น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงต้องดึงอาหารเด่นประจำพื้นที่หรือชุมชนนั้น ๆ มาเป็นจุดขายในการจัดทำส่งเสริมการตลาด สำหรับวัตถุดิบในกรุงเทพมหานครมีลักษณะเด่นที่ไม่ชัดเจนนักเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทางเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ แต่กรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ศูนย์รวมของวัตถุดิบจากทั่วทุกภาคหรือมุมโลก ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสามารถ นำเสนอเรื่องราวการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านวัตถุดิบที่ได้จากแหล่งต่าง ๆ ที่หาได้ของประเทศไทย เช่น โคขุนจากสหกรณ์โพนยางคำสกลนคร โควากิวโคราช กุ้งมังกร 7 สีภูเก็ต ไก่ฟ้าโครงการหลวง ไข่เป็ดไล่ทุ่งเมืองสุพรรณบุรี เกลือเมืองเพชร กุ้งแม่น้ำอยุธยา ไก่บ้านออแกนิคจากนครปฐม ไข่ปลากุเลาแดดเดียวจากปัตตานี เป็นต้น สำหรับกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุนั้นต้องคำนึงถึงรูปแบบการจัดกิจกรรม คือ ต้องวิเคราะห์ช่วงอายุของผู้สูงอายุ เพื่อประเมิน และจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับช่วงวัยผู้สูงอายุ เช่น การขึ้นลงเรือลุยเข้าไปในสวนเพื่อเก็บวัตถุดิบมาประกอบอาหารหรือเข้าไปดูแหล่งผลิตวัตถุดิบนั้น จัดกิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการปรุงอาหารพิเศษเฉพาะโดยเชฟ (Chef table) การเก็บวัตถุดิบด้วยตนเองและนำมาเป็นส่วนหนึ่งของเมนูในการรับประทานอาหาร (Farm to table) การจัดเรียนทำอาหาร (Cooking Class) เป็นชั้นเรียนขนาดย่อมที่รังสรรค์เมนูที่ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกย้อนรำลึกถึงอดีตหรือเมนูหายาก รวมไปถึงการจัดกิจกรรม หรือรูปแบบอื่น ๆ เช่น การร้องเพลง การเต้น การตกแต่งร้าน พิพิธภัณฑ์ที่ทำให้ย้อนระลึกถึงวันวาน เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ถึงแนวคิดหลักการออกแบบเมนูอาหารไทย สำหรับผู้สูงอายุ พบว่า การวางแผนและออกแบบเมนูอาหารสำหรับผู้สูงอายุนั้นสามารถมีแนวคิดได้ ดังนี้ รูปเล่มเมนูตัวหนังสือ หรือตัวอักษรที่นำมาใช้ต้องอ่านง่าย ขนาดตัวอักษรที่พอเหมาะกับสายตาผู้สูงอายุ มีภาพอาหารประกอบ สีสันมองสบายตา ทั้งนี้ไม่ได้มีรูปแบบตายตัวขึ้นอยู่กับแนวคิดการออกแบบร้าน ในเนื้อหาของเมนูควรเขียนคำอธิบายใต้ชื่อเมนูเกี่ยวกับที่มีของวัตถุดิบ สรรพคุณทางยา สารอาหาร หรืออื่น ๆ ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจทางบวกให้กับผู้อ่าน 3. ควรมีประเภทของอาหารไทยที่หลากหลายกล่าวคือ ต้ม ผัด แกง ทอด ยำ หรืออื่น ๆ ที่เป็นเมนูเฉพาะที่หาทานได้ในท้องถิ่นหรือเป็นไทยดั้งเดิม 4. ไม่ควรแบ่งประเภทหรือชี้เฉพาะว่าเป็นเมนูเพื่อผู้สูงอายุหรือผู้ป่วยโรคต่าง ๆ เพราะจะทำให้รู้สึกในเชิงลบและรู้สึกแปลกแยกในการรับประทานอาหาร 5. การวางแผนและออกแบบเมนูอาหารสำหรับผู้สูงอายุใช้พื้นฐานเดียวกับคนปกติ ทั้งในด้านรสชาติ วัตถุดิบ กรรมวิธีการปรุง หากแต่ระมัดวังเรื่องความจัดจ้านของรสชาติ 6. การวางแผนและออกแบบเมนูอาหารสำหรับผู้สูงอายุ ต้องคำนึงถึงการเคี้ยว การย่อย การขับถ่าย กล่าวคือ ชิ้นเล็กเคี้ยวง่าย วัตถุดิบที่ย่อยง่าย ถ่ายง่าย เพราะผู้สูงอายุเริ่มมีความเสื่อมถอยของระบบอาหารโดยรวม 7. ราคาที่เหมาะสมกับอาหารสำหรับผู้สูงอายุขึ้นอยู่กับสิ่งอื่น ๆ ที่ร้านมอบให้ เช่น คุณค่าของร้านอาหาร คุณภาพการบริการ คุณภาพของวัตถุดิบ กิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเสริมที่ประมาณ 200–1,000 บาท 8. เชฟประจำร้านสามารถรังสรรค์เมนูอาหารสำหรับผู้สูงได้ด้วยตนเองเป็นผู้มีความรู้ด้านโภชนาการเบื้องต้น หรือจะทำการออกแบบเมนูร่วมกับโภชนากรก็ได้ และ 9.มีเมนูประจำร้านที่สร้างความโดดเด่นและสะท้อนกับบริบทพื้นที่ตั้งของร้าน สำหรับด้านคุณค่าทางโภชนาการ/สรรพคุณ จบพบได้ว่า อาหารไทยเป็นอาหารที่ขึ้นชื่อในเรื่องสรรพคุณทางยาและคุณค่าทางโภชนาการในตัวอยู่แล้วดังนั้นการเมื่อออกแบบเมนูอาหารไทยในมุมของของคุณค่าทางโภชนาการและกรรมวิธีการปรุงสามารถทำได้ ดังนี้ 1. ผู้สูงอายุจะมีต่อมรับรสชาติที่ถดถอยตามวัยดังนั้นกรรมวิธีการปรุงให้ได้รสชาติเข้มข้น ลดลง หรือให้กลมกล่อมสามารถใช้ตัววัตถุดิบของเมนูอาหารนั้นๆ เป็นตัวเสริม เมื่อต้องการลดความหวาน สามารถใช้ความหวานทดแทนได้จากกรรมวิธีการปรุง และวัตถุดิบ เช่น ผัดฟักทอง ผัดบวบ ความเค็มได้จากกุ้งแห้งแทนเกลือ 2. อาหารไทยลักษณะการทานเป็นสำรับ มีความหลากหลาย คือ ต้ม ผัด แกง ทอด น้ำพริก ขนมหวาน ผลไม้ ในการออกแบบเมนูให้มีประสิทธิภาพและตรงกับโภชนาการ สามารถ ปรับยืดหยุนได้ เช่นถ้ามีแกงเผ็ดสามารถ นำอาหารจานผัด หรือ ต้มจืดมาตัดรส น้ำพริกที่จัดจาน ตัดด้วยของแนม หรือเครื่องเคียงเป็นต้น กรรมวิธีการปรุงแบบการต้ม ตุ๋น ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุนั้น จะวิตามินอาจจะสูญเสียแต่ โปรตีนยังคงอยู่ ดังนั้นสามารถเพิ่มชุดอาหารอื่น ๆ เข้าไปในอาหารที่ใช้กรรมวิธีแบบนี้ได้ 3. อาหารไทยมีสรรพคุณทางยาอยู่ในตัวอยู่แล้ว สิ่งที่ต้องระมัดระวังคือความสะอาด ความสดใหม่ และวิธีการทานที่ถูกต้องเช่น กระเทียมจะได้ผลที่ดีควรทานสด เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจอาหารไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุชาวไทย ได้ดังนี้

แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอาหารไทยสำหรับผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานคร A SIMPLE Model มีกรอบแนวคิดคิด คือ “ความไม่ซับซ้อน นำกลับไปสู่ความเป็นธรรมชาติและแก่นรากฐานที่แท้จริงของมนุษย์ คือความสุขที่ถ่องแท้ ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้สูงอายุ”



Activity (A) คือ กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับธุรกิจร้านอาหารไทย

Sustainability (S) คือ ความยั่งยืนในบริบทของการจัดการธุรกิจอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุ

Ingredients (I) คือ การสรรหาวัตถุดิบมีสองปัจจัยในการการรังสรรค์เมนูอาหารไทยสำหรับผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Menu Planning and Design (M) คือ แนวทางการวางแผนและออกแบบเมนูอาหารไทยสำหรับผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Physical (P) คือ ลักษณะทางกายภาพคือทุกสิ่งอย่างทุกอย่างที่จับต้องได้ สะท้อนภาพลักษณ์ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้สูงอายุผ่านการการบริการที่สัมผัสได้ (Tangibles) กายภาพคือสิ่งที่ปรากฏมองเห็น จับต้องได้ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ พนักงาน การใช้สัญลักษณ์ เอกสาร ป้ายต่าง ๆ การตกแต่งอาคารสถานที่ในบริเวณให้บริการลูกค้า อุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องใช้ที่ โดยคุณภาพการบริการที่สัมผัสได้ที่เหมาะสำหรับผู้อายุ

Location (L) คือ การพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งของอาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

Empathy (E) คือ การเอาใจใส่ในสิ่งที่เกินการบริการและนำซึ่งการบริการที่มีคุณภาพที่ถือเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งเป็นกลุ่มที่ต้องการความเอาใจใส่หรือช่วยเหลือในบางกรณีเป็นพิเศษ

สรุปอภิปรายผล

ลูกค้าผู้สูงอายุถือเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีบุคลิกลักษณะเฉพาะคือ มีเวลาและกำลังซื้อที่สูงมีพฤติกรรมการใช้ชีวิตและใช้จ่ายเหมือนคนวัยปกติแต่ที่มากกว่าคือมีกำลังซื้อและต้องการที่จะออกไปจับจ่ายใช้สอยและควรออกแบบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มให้สอดคล้องช่วงอายุ เพราะผู้สูงอายุที่มีอายุมากขึ้นมีแนวโน้มที่จะจับจ่ายใช้สอยหรือช่วยเหลือตัวเองได้น้อยลง Mahidol University Research Center (2018) ที่กล่าวว่าพบว่า ผู้สูงอายุกว่าร้อยละ 90 เชื่อว่า ตนเองมี “อายุใจ” ต่ำกว่า “อายุจริง” โดยช่วงอายุที่มีค่าเฉลี่ยส่วนต่างมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 61-65 ปี โดยมีค่าเฉลี่ยส่วนต่าง คือ อายุใจน้อยกว่าอายุจริงอยู่ 12 ปี อาจเป็นเพราะช่วงอายุ 61-65 ปี เป็นช่วงอายุเปลี่ยนผ่านจากชีวิตการทางาน เข้าสู่ช่วงชีวิตวัยเกษียณอายุหรือทำงานน้อยลง คนกลุ่มนี้จะมีเวลาว่างมากขึ้นในการดูแลรักษาสุขภาพ และยังอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ด้วยตนเองได้ ในส่วนของการออกแบบและตกแต่งร้านสิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการทำคือการให้ความรู้สึก สะอาด โล่งโปร่งสบาย และ Universal Design หรือการออกแบบที่เอื้อคนทุกกลุ่มวัยสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ โดยที่พื้นที่ทางเข้าออก ที่นั่ง โต๊ะ แสงไฟ ระบบระบายอากาศ ห้องน้ำ เสียงรบกวนหรือดนตรี ต้องคำนึงถึงการใช้สอยได้สะดวกของผู้สูงอายุหรือคนพิการ Jin and Lee (2016) ที่ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านระหว่างกลุ่ม Non mature อายุระหว่าง 20 – 54 ปี และกลุ่ม Mature อายุระหว่าง 55 ปีขึ้นไปในหลากหลายมุมมอง โดยในมุมของบรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน (Atmospherics) ส่งผลต่อการความพึงพอใจ (Satisfaction) และความจงรักภักดี (Royalty)อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติสำหรับหลักการเลือกทำเลที่ตั้งสำหรับการทำธุรกิจร้านอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร ต้องคำนึงถึง แหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อาทิเช่น แหล่งนั้นมีชุมชน ตลาดน้ำใกล้เคียง มีสวนผักเกษตรอินทรีย์ มีบ้านพักริมธรรมชาติ มีการสร้างสรรค์ผลิตภันฑ์ชุมชน เป็นต้น รูปแบบของการให้บริการหรือเมนูอาหารให้สอดคล้องกับต้นทุนตามบริบทพื้นที่ เส้นทางการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกขึ้นพื้นฐานเพื่อเข้าถึงพื้นที่ร้านอาหารและกิจกรรมส่งเสริมการเที่ยวเชิงอาหาร เพราะผู้สุงอายุอีกหนึ่งกลุ่มยังมีปัญหาเรื่องสุขภาพร่วมด้วย สอดคล้องกับ Cousins et al . (2017) ได้กล่าวว่าการพิจารณาทำเลที่ตั้งในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มนั้นสิ่งที่ต้องพิจารณาควบคู่กันคือแนวคิดของร้านว่ามีการออกแบบมารูปแบบความเป็นไปของธุรกิจ เช่น กลุ่มลูกค้า การบริการ ลักษณะการเปิดให้บริการ เพราะสิ่งเหล่านี้จะสะท้อนไปกับการเลือกทำเลที่ตั้ง

ในส่วนการบริการอาหารและเครื่องดื่มต้องมีขั้นตอนของการบริการหรือที่เรียกกันว่า Service Sequences ที่มีกระบวนการเริ่มตั้งแต่การจอง การต้อนรับ การพาไปที่นั่ง การนำเสนอเมนู การรับคำสั่งรายการอาหาร ซึ่งทุกขั้นตอนนั้นในทุกธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มจะต้องการทักษะ ความรู้ ความชำนาญ คุณวุฒิ วัยวุฒิ ที่แตกต่างขึ้นอยู่กับบริบทแนวคิดธุรกิจ ในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ออกแบบเพื่อผู้สูงอายุต้องมีพนักงานที่มีสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมดมากกว่าร้านอาหารที่มีกลุ่มลูกค้าแบบอื่น ๆ เพราะผู้สูงอายุบางท่านอาจมีสุขภาพได้การรับรู้ ได้ยิน มองเห็น หรือการจำกัดควบคุมสารอาหารที่ต่าง ๆ มาก และแตกต่างจากกลุ่มทั่วไป อีกทั้งยังมีความโหยหาการบริการแบบมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจากพนักงานผู้ให้บริการมากกว่ากลุ่มลูกค้าอื่น ดังนั้นการคัดสรรพนักงานบริการหรือแนวทางการปฏิบัติงานตามขั้นตอนการบริการต้องมีมากกว่าลูกค้าทั่วไป Lee et al., (2012) ที่กล่าวว่า “a restaurant targeting senior customers take their behavior and attitudes more into consideration. A restaurant can be more successful when the managers keep striving to make the elderly feel respected and comfortable.” อย่างไรก็ได้การสัมภาษณ์เชิงลึกตัวแทนภาครัฐคณะอนุกรรมการมาตราฐานฝีมือแรงงานด้านการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มได้กล่าวว่าคณะกรรมการได้เคยมีการนำประเด็นเรื่องการปรับปรุงเรื่องมาตรฐานขั้นตอนการให้บริการของธุรกิจอาหารแลเครื่องดื่มสำหรับผู้สูงอายุว่าจะต้องแตกต่างกว่าลูกค้ากลุ่มตัวทั่วไปและขณะนี้กำลังริเริ่มพิจารณาให้เกิดแนวทางปฏิบัติขึ้นจริง

ในการสร้างเรื่องราวของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะพบว่าโดยทั่วไปมักพบว่า อาหารไทยมักจะมีเรื่องราวของอาหารที่เด่นดังอยู่ในหลากหลายชุมชน เช่น ขนมเบื้องบางลำพู ขาหมูตรอกซุง ข้าวผัดรถไฟตลาดน้ำลาดกระบัง แกงมัสมันบรรทัดทอง ดังนั้น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงต้องหยิบเอาอาหารเด่นประจำพื้นที่หรือชุมชนนั้นๆ มาเป็นจุดขายสอดแทรกในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดและส่วน ในการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุนั้นต้องคำนึงถึงรูปแบบการจัดกิจกรรม คือ ต้องวิเคราะห์ช่วงอายุของผู้สูงอายุ เพื่อที่ได้ประเมินและระมัดระวังเรื่องความหนักเบาของกิจกรรมให้เหมาะสมกับช่วงวัยผู้สูงอายุ รวมถึงกิจกรรมที่สามารถทำได้ในธุรกิจอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การปรุงอาหารพิเศษเฉพาะโดยเชฟ (Chef table) การเก็บวัตถุดิบด้วยตนเองและนำมาเป็นส่วนหนึ่งของเมนูในการรับประทานอาหาร (Farm to table) การจัดเรียนทำอาหาร (Cooking Class) เป็นชั้นเรียนขนาดย่อมที่รังสรรค์เมนูที่ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกย้อนรำลึกถึงอดีตหรือเมนูหายาก Punturee (2015) ได้กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวคือ การเปิดประสบการณ์อาหารท้องถิ่น การจัดกิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหาร การได้รับและแบ่งปันความรู้ด้านอาหาร การเข้าสังคมและการพักผ่อน และความรู้ทางวัฒนธรรมและความพึงพอใจ และสอดคล้องกับ โดยผ่านการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวผ่านประสามสัมผัสที่ 5 เช่น 1. การเสนอให้ทดลองรับประทานอาหารในท้องถิ่น 2. การให้มีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ 3. การได้

ซื้อสินค้าหรือของที่ที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร 4. การนำเสนอเรื่องราวน่ารู้เกี่ยวกับอาหาร 5.การนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหารในท้องถิ่น 5. การทดลองทำอาหารของนักท่องเที่ยว 6.การใช้วัฒนธรรมการกินใน

สำหรับความยั่งยืนในบริบทของการจัดการธุรกิจอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุนั้นต้องคำนึงถึงรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ให้กับห่วงโซ่ธุรกิจ การรับซื้อวัตถุดิบจากผู้ผลิตด้วยราคาที่เป็นธรรม การคัดสรรแหล่งวัตถุดิบที่มีการบริหารจัดดูแลสิ่งแวดล้อมรอบข้างการ สนับสนุนคนในชุมชนมีส่วนร่วมในในการทำงานร่วมกัน สอดคล้อง Oluwatuyi and Ileri (2016) กล่าวว่ากิจกรรมในการท่องเที่ยวจะส่งผลให้การสร้างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของชุมชนท้องถิ่นมารองรับในเชิงพาณิชย์ ซึ่งจะทำให้เกิดการสร้างงานการสร้างงานใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สร้างรายได้ และสืบสอดวัฒนธรรมความเป็นมาซึ่งจะผลทำให้คนในท้องถิ่นเคารพในถิ่นที่อยู่ เสริมสร้างคุณค่าความเป็นพลเมือง สร้างความภาคภูมิใจของชุมชน และปรับปรุงคุณภาพชีวิต นำมาซึ่งความยั่งยืนในพื้นที่

ในด้านการออกแบบเมนูอาหารไทยเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้สูงอายุชาวไทยในกรุงเทพมหานครการวางแผนและออกแบบเมนูอาหารสำหรับผู้สูงอายุนั้นสามารถมีแนวคิดได้ดังนี้ ต้องมี รูปเล่มเมนูตัวหนังสือ หรือตัวอักษรที่นำมาใช้ต้องอ่านง่าย ขนาดตัวอักษรที่พอเหมาะกับสายตาผู้สูงอายุ มีภาพอาหารประกอบ สีสันมองสบายตา เขียนคำอธิบายใต้ชื่อเมนูเกี่ยวกับที่มีของวัตถุดิบ สรรพคุณทางยา สารอาหาร หรืออื่น ๆ ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจทางบวกให้กับผู้อ่าน ควรมีประเภทของอาหารไทยที่หลากหลายกล่าวคือ ต้ม ผัด แกง ทอด ยำ หรืออื่น ๆ ที่เป็นเมนูเฉพาะที่หาทานได้ในท้องถิ่นหรือเป็นไทยดั้งเดิม ไม่ควรแบ่งประเภทหรือชี้เฉพาะว่าเป็นเมนูเพื่อผู้สูงอายุหรือผู้ป่วยโรคต่าง ๆ เพราะจะทำให้รู้สึกในเชิงลบและรู้สึกแปลกแยกในการรับประทานอาหาร รวมถึงอาหารไทยเป็นอาหารที่ขึ้นชื่อในเรื่องสรรพคุณทางยาและคุณค่าทางโภชนาการในตัวอยู่แล้ว ในส่วนของคุณค่าทางโภชนาการ ผู้สูงอายุมักเลือกรับประทานอาหารที่เหมาะสมต่อสุขภาพที่ต้องการพลังงานและสารอาหารแตกต่างจากวัยทำงาน เนื่องจากประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลงของระบบต่าง ๆ ดังนั้น จึงต้องมีความเข้าใจเรื่องอาหารและโภชนาการเป็นอย่างดี สอดคล้องกับ Drysdale and Galipeau (2014) แนะนำองค์ประกอบของการพิจารณาวางแผนออกแบบเมนูไว้ที่ดี ต้องคำนึงถึง ความหลากหลาย (Varieties) ในอาหารหนึ่งจาน ประกอบด้วยรสชาติ (Taste) เปรี้ยว เค็ม เผ็ด หวาน ที่มีความสมดุล ผิวสัมผัสของอาหาร (Texture) ความเหนียว ความนุ่ม ความร่วน ความกรอบ ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่นำมาใช้ และกลิ่นที่หลากหลาย (Aroma) และต้องคำถึงถึงคุณค่าทางอาหารในการรับประทานแต่ละครั้งให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อย่างไรก็ตามในมุมของผู้สูงอายุ ยังสอดคล้องกับ Elder Care Thailand (2019) ที่กล่าวว่าเมื่อเข้าสู่วัยที่อายุมากขึ้น โดยธรรมชาติแล้วจะเริ่มรับประทานอาหารน้อยลง อย่างไรก็ตามยังควรเน้นโปรตีนที่ดี ผักและผลไม้ โดยต้องคำนึงถึงคุณภาพของอาหารและสารอาหารที่มีสรรพคุณครบถ้วนเหมาะกับช่วงอายุ เพิ่มเติมในบทการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มกล่าวว่าการออกแบบเมนูที่อ่านได้ง่ายและมีรูปภาพเป็นเรื่อง

สำคัญสำหรับกลุ่มลูกค้าสูงอายุและควรเสริมโดยการให้พนักงานให้บริการในการนำเสนอเมนูในทางบวก เพื่อสร้างความประทับใจและส่งเสริมการขายให้มายิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า ผู้สูงวัยต้นมีพฤติกรรมเหมือนคนกลุ่มอื่นๆ เป็นกลุ่ม Active senior สุขภาพ ที่มีสถานะทางการเงินที่มั่นคง พร้อมจับจ่ายให้รางวัลกับชีวิตการออกแบบธุรกิจร้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุในกลุ่มนี้สามารถออกแบบได้หลากหลาย โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถเป็นได้ทุกรูปแบบ ทางกลับกันอายุที่มากขึ้นกลุ่มลูกค้าสูงอายุมีความเปราะบางที่มากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ดังนั้นผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มจำเป็นต้องใส่ใจให้บริการคนกลุ่มนี้อย่างระมัดวัง และวางแผนการทำงานให้เหมาะสม การให้บริการ การให้ความช่วยเหลือตลอดทุกขั้นตอนการบริการในห้องอาหาร การให้คำแนะนำอาหารที่เหมาะสมกับสุขภาพหรือการร้องข้อเป็นพิเศษ ร่วมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถปรับกลุ่มผู้ร่วมกิจกรรมเป็นลูกหลานแทน เพราะ ความสุขเหนือความสุขของผู้สูงอายุคือการได้อยู่ใกล้ชิดคนที่รักได้ทำกิจกรรมต่างๆ รวมกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. แยกประเภทห้องอาหารตามลักษณะการให้บริการ เช่น การบริการเต็มรูปแบบ (Fine dinning) บริการตนเอง (Self service) จานด่วน (Quick service) เป็นต้น เพราะลักษณะการบริการที่แตกต่างกันมีผลต่อกิจกรรม พฤติกรรม และความคาดหวังในการใช้บริการของลูกค้า

2. ผู้สูงอายุในแต่ละช่วงอายุมีความต้องการในการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรระบุช่วงอายุของผู้สูงอายุให้น้อยลงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

3. ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยกับชาวต่างชาติ

References

Chewasopit,W (2019). Aging Society: The Changed Marketing Factor. *Journal of Mcu Nakhondhat*, *6*(1), 38-54.

Cousins, J., Lillicrap, D., & Weekes, S. (2017). *Food and beverage service*. Hachette UK.

customers: Exploring similarities and differences. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, *17*(1), 1-26.

Denzin, N. K. (1970). Problems in analyzing elements of mass culture: Notes on the popular song and other artistic productions. American Journal of Sociology, 75(6), 1035-1038.

Districts. *Economics and Business Administration Journal Thaksin University, 12*(1), 65-82

Drysdale, J. and Galipeau, J. (2014). *Profitable Menu Planning (Vol. 4).* New York: Prentice Hall.

Elder Care Thailand. (2019). *Nutrition for the elderly.* Retrieved: July, 18 2020 from: http://www.eldercarethailand.com/index.php?option=com_content&task=view&id=43&Itemid=8

Jin, N. and Lee, S., 2016. The impact of restaurant experiences on mature and nonmature customers: Exploring similarities and differences. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, *17*(1), pp.1-26.

Jones, P. (2018). Aging Society: Opportunities and Encouragement**.** *Business Review Journal*, *10*(1).

Knutson, B. J., Beck, J., and Elsworth, J. (2006). The two dimensions of restaurant selection important to the mature market. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, *14*(3), 35-47.

Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J. (2017). *Marketing for hospitality and tourism (Vol. 7).* New Jersey: Prentice Hall.

Lee, J. E., & Severt, D. (2017). The role of hospitality service quality in third places for the elderly: An exploratory study. *Cornell Hospitality Quarterly*, *58*(2), 214-221.

Lee, S., and McCleary, K. (2013). The relationship between perceived health, health attitude, and healthy offerings for seniors at family restaurants. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3).

Lee, T.J., Cho, H. and Ahn, T.H., 2012. Senior citizen satisfaction with restaurant service quality. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, *21*(2), pp.215-226.

Mahidol University Research Center. (2561). *AWUSO Society 4.0 Old but young at hearth*. Retrieved: July 20, 2020, from: http://www.cmmu.mahidol.ac.th/cmmu/index.php/9-college-news/540-awuso-society-4-0

Ministry of Tourism and Sports (2020). *Number and monthly income of foreign tourists between 2016-2019*. Retrieved: July, 18 2019 from: https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=585

Oluwatuyi, O., & Ileri, O. N. (2016). Cultural tourism and community involvement: Impacts on sustainable tourism development in Ekiti State, Nigeria. *Donnish Journal of Geography and Regional Planning*, *2*(1), 1-8.

Punturee, P. (2015). Tourist Experience: The Creation of Food Tourism Activities in Thailand. *Journal of Southern Technology*, *8*(2), 27-38.

Shalini, D. and Duggal, S. (2015). A review on food tourism quality and its associated forms around the world. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2).

Tatchawadeekittireuk, K., Keawsurapon, N., Pengman, H. (2020). Factors Affecting the Decision to Purchase Health Supplements for Elders in Hat Yai and Muang Songkhla. *Journal Thaksin University, 12*(1), 65-82

Techsauce. (2563). *Wongnai for Business revealing that 97% of new restaurants are opening up, while the spicy salad menu is at the top of the search results.* Retrieved: September, 15 2020, from https://techsauce.co/pr-news/wongnai-for-business

The Situation of Thai Older Persons (2017). *Situation of the Thai elderly in 2016.* Nakhon Pathom: Printer.

Ullphothong, L. and Sopha, C. (2012). *Gastronomic tourism in Ayutthaya, Thailand*. Retrieved: November 12, 2020, from https://www.semanticscholar.org/paper/GASTRONOMIC-TOURISM-IN-AYUTTHAYA%2C-THAILAND-Rajabhat/b00612102b8569311f763e2ad39151a1edd66c6b



Kosin Panyaem,
Ph.D. Candidate, Tourism and Hotel Management,
College of Management, University of Phayao.



Chawalee Na Thalang,
Associate Professor, College of Management,
University of Phayao.