

## การจัดการธุรกิจการบริการผู้สูงอายุ

อมรรักษ์ สวนชุมพล<sup>1\*</sup>

### บทคัดย่อ

ธุรกิจบริการผู้สูงอายุ คือ ธุรกิจหนึ่งที่มีความน่าสนใจอย่างมากในสังคมปัจจุบันและอนาคต ทั้งมิติของการสร้าง การขยาย และการต่อยอดทางธุรกิจเดิมหรือการสร้างธุรกิจใหม่ การดำเนินธุรกิจนั้นย่อมมีโอกาสที่จะพบกับอุปสรรคที่ทำให้การดำเนินงานไม่สามารถไปสู่จุดหมายปลายทางที่กำหนดไว้ ดังนั้น การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพธุรกิจการบริการผู้สูงอายุและแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ จึงเปรียบเสมือนกุญแจสำคัญประการหนึ่งสำหรับผู้บริหารหรือผู้ประกอบการในการสร้างความรู้เข้าใจ ความตื่นตัว และการเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอยู่เสมอ เพื่อนำไปสู่การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจ การลดหรือหลีกเลี่ยงปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจล้มเหลว และการสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพ มีทิศทาง และเป็นระบบอย่างเหมาะสม

**คำสำคัญ :** การจัดการ ธุรกิจการบริการผู้สูงอายุ

---

<sup>1</sup>อาจารย์หลักสูตรการบริหารธุรกิจบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

\* ผู้นิพนธ์หลัก e-mail :ohm\_science@hotmail.com

## HOSPITALITY BUSINESS MANAGEMENT FOR THE ELDERLY

Amonluk Shouchupol<sup>1\*</sup>**Abstract**

The hospitality business for the elderly is very interesting business in present and future society in aspects at the creating, expanding, and building on the existing business or new businesses. In the business process, there are some possibility to face with difficulty before achieve objective operation. So, the hospitality business management for the elderly about analysis of hospitality business for the elderly and guidelines for support and development of hospitality industry for the elderly comparable to key success of executive or entrepreneurs for learning about conception, wakefulness, and preparedness to future situation for strategic planning, business process, reducing or avoiding factors that will cause a business to fail and competitive advantage with efficiently, direction and system.

**Keywords :** Management ,Hospitality business for the elderly

---

<sup>1</sup>Lecturer of Bachelor in Business Administration ,College of Innovative Management ,Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage

\* Corresponding author, e-mail: ohm\_science@hotmail.com

## บทนำ

ธุรกิจบริการผู้สูงอายุถือเป็นธุรกิจที่มีความน่าสนใจอย่างมากในสังคมปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทำให้คุณภาพความเป็นอยู่ของมนุษย์มีความสะดวกสบายและมีอายุขัยที่ยืนยาวขึ้น จนทำให้ปัจจุบันบางประเทศได้ก้าวเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-aged society) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว จากสถานการณ์ดังกล่าวถือเป็นโอกาสทองที่สำคัญในการสร้าง การขยาย และการต่อยอดทางธุรกิจเดิมของตนหรือสร้างธุรกิจใหม่ ซึ่ง สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2555) ได้อธิบายว่าธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุนี้มีความสำคัญและน่าสนใจมากเพราะลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้มีขนาดใหญ่มาก อีกทั้งผู้สูงอายุไม่ได้หมายความว่าผู้ที่มีสุขภาพไม่ดีเท่านั้น แต่ผู้สูงอายุหมายถึงความรวมถึงผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดีรวมอยู่ด้วยและยังรวมถึงผู้สูงอายุทั้งที่อยู่ในประเทศและจากต่างประเทศที่มาอยู่ในประเทศไทยด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีปัจจัยหลายอย่างที่เอื้อประโยชน์ต่อการทำธุรกิจดังกล่าวในประเทศไทย อาทิ ประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้สมญานามว่าเป็นดินแดนแห่งรอยยิ้ม ความสุข ความสงบ มีวัฒนธรรม และธรรมชาติที่สวยงาม มีความพร้อมด้านความก้าวหน้าทางการแพทย์ อีกทั้ง คนไทยมีนิสัยเอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ อ่อนโยน โอบอ้อมอารี มีน้ำใจไมตรี มีเมตตา กรุณา จึงนับว่าประเทศไทยมีความเหมาะสมในการทำธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุ

ธุรกิจบริการผู้สูงอายุนี้เป็นกระบวนการทำกิจกรรมหรือดำเนินงานในการตอบสนองหรือสร้าง ความพึงพอใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ที่เป็นบุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปหรือวัยหลังเกษียณอายุจากการทำงานโดยผู้ประกอบการจะได้ผลกำไรเป็นสิ่งเป็นผลตอบแทน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้หลายประเภท เช่น ประเภทประกันภัย ประเภทที่อยู่อาศัย ประเภทการส่งเสริมหรือบำบัดรักษาสุขภาพ ประเภทกิจกรรม นันทนาการ ฯลฯ

ปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจในอนาคตของลูกค้านั้นในปัจจุบันคือคุณภาพการบริการที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศแก่ลูกค้าเพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจและก่อให้เกิดความสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้ง เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้กลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาวและก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการของเราตลอดไป (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2545) โดยการดำเนินธุรกิจบริการผู้สูงอายุนี้ก็เช่นกัน ย่อมมีโอกาสที่จะพบกับอุปสรรคที่ทำให้การดำเนินงานไม่สามารถไปสู่จุดหมายปลายทางที่กำหนดไว้ได้อย่างราบรื่น ซึ่งผู้บริหารหรือผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความรู้เข้าใจ ตื่นตัว และเตรียมความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ โดยแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

### 1. การวิเคราะห์สภาพธุรกิจบริการผู้สูงอายุ

ปัจจัยการดำเนินการทำธุรกิจบริการผู้สูงอายุที่ประสบความสำเร็จประการหนึ่ง คือ การที่ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี การเมือง กฎหมาย คู่แข่งขัน ลูกค้า ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ถือหุ้น สหภาพแรงงาน สาธารณชน รัฐบาล โครงสร้างองค์การ ระบบ ระเบียบ วิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศการทำงาน และทรัพยากรการบริหาร เพื่อนำไปสู่การวางแผน และการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ซึ่งการวิเคราะห์สภาพธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุนี้เปรียบเสมือนจักรเย็บผ้าที่สำคัญอย่างหนึ่งในการวางแผน การประเมิน การตัดสินใจ และการดำเนินธุรกิจอย่างราบรื่น โดย วรพจน์ บุชราคมวดี (2548) ได้อธิบายว่า การดำเนินธุรกิจนั้นมิวัตุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญทั้งในปัจจุบันด้านที่เกี่ยวกับการทำกำไร

และการทำประโยชน์ให้กับสังคม การดำเนินธุรกิจนอกจากจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลยุทธ์เพื่อจูงใจ และสนองความต้องการอีกด้วย แต่ทั้งนี้ธุรกิจยังต้องเผชิญกับสภาวะแวดล้อมด้านต่าง ๆ หลายด้าน เช่น ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นสภาวะแวดล้อมที่เกิดจากการขยายตัวของประชากร ทำให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น กำลังซื้อของประชาชนที่สูงขึ้น นอกจากนี้ปัจจัยด้านระบบนิเวศวิทยาในปัจจุบัน ได้ส่งผลต่อการดำรงอยู่ของชีวิตจากกิจกรรมของมนุษย์ เช่น โลกมีอุณหภูมิสูงขึ้น เกิดมลภาวะในอากาศ น้ำและดิน ซึ่งธุรกิจบางประเภทอาจได้รับผลกระทบอย่างมาก ผู้บริหารจึงควรได้ให้ความสำคัญและหาแนวทางการผลิตอย่างเหมาะสม ซึ่งปัจจุบันการขาดแคลนวัตถุดิบที่ธุรกิจต้องใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ เช่น ไม้ น้ำมัน ถ่านหินและอื่น ๆ จะเป็นปัญหาการขาดแคลนและต้นทุนสูง เป็นต้น จากสถานการณ์ข้างต้นเป็นสาเหตุที่สำคัญ ทำให้องค์กรต้องเผชิญกับปัญหา เช่น ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น ซึ่งมีผลทำให้ระดับราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาซื้อผลิตภัณฑ์ราคาประหยัด ทนทาน ทันสมัย เป็นต้น ผู้บริหารจึงควรพยายามหาทางแก้ไขปัญหานี้ด้วยการหาโอกาสที่มุ่งสนองความต้องการของตลาดในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจนี้จะช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงข้อเท็จจริงและเท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อนำมาสู่กระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบ ซึ่งสภาพธุรกิจบริการผู้สูงอายุในภาพรวมสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

### 1.1 สภาพแวดล้อมภายนอก(External environment)

1.1.1 โอกาสของธุรกิจบริการผู้สูงอายุ คือ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทำให้มนุษย์มีอายุขัยที่ยืนยาวขึ้น การให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุมากขึ้นของสังคม เช่น การกำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การกำหนดแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ และการจัดสรรงบประมาณในการส่งเสริมหรือจัดกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตของคนในสังคมที่เป็นข้อจำกัดให้การดูแลผู้สูงอายุน้อยลง การเลือกมาใช้บริการในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวต่างชาติเนื่องจากมีค่าครองชีพต่ำ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจภายในอาเซียนที่มีส่วนในการส่งเสริมให้ธุรกิจการค้าบริการทางด้านสุขภาพสามารถเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมืออย่างเสรีถือเป็นโอกาสในการขยายตลาดของผู้ประกอบการไทยกับประเทศสมาชิกอาเซียนในอนาคตเพิ่มมากขึ้น

1.1.2 อุปสรรคของธุรกิจบริการผู้สูงอายุ คือ ความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการผู้สูงอายุในมุมมองของผู้ใช้บริการ และภาวะเศรษฐกิจฝืดเคืองหรือตกต่ำที่อาจทำให้ญาติหรือผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีการประหยัดค่าใช้จ่าย

### 1.2 สภาพแวดล้อมภายใน(Internal environment)

1.2.1 จุดแข็งของธุรกิจบริการผู้สูงอายุ คือ พื้นฐานของคนไทยมีคุณภาพ อ่อนน้อม เป็นมิตรและให้ความเคารพต่อผู้ใหญ่ การที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจบริการผู้สูงอายุได้หลายประเภท เช่น เวชภัณฑ์และการดูแลสุขภาพ (Pharma & Healthcare) สินค้าอุปโภคบริโภค การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ธุรกิจบริการผู้สูงวัย วัสดุก่อสร้าง-อุปกรณ์ เฟอร์นิเจอร์สำหรับผู้สูงอายุ และอสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุ

1.2.2 จุดอ่อนของธุรกิจบริการผู้สูงอายุ คือ บุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุยังมีจำนวนไม่มากโดยเฉพาะธุรกิจบริการด้านการดูแลและสุขภาพผู้สูงอายุ การที่แนวทางการพัฒนาธุรกิจผู้สูงอายุของประเทศยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร เช่น การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับธุรกิจผู้สูงอายุที่มีไม่มาก และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของธุรกิจบริการผู้สูงอายุยังไม่โดดเด่นหรือเป็นที่เชื่อมั่นในระดับชาติหรือนานาชาติเท่าที่ควร

จากสภาพธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุข้างต้นถึงแม้ภาพรวมของประเทศไทยจะยังไม่สามารถสร้างเอกลักษณ์หรือความโดดเด่นเกี่ยวกับความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและมาตรฐานการให้บริการผู้สูงอายุในระดับสากล แต่การที่สังคมได้มีการให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุมากขึ้น การที่ประเทศไทยมีค่าครองชีพที่ต่ำกว่าประเทศอื่นบางประเทศ การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจภายในอาเซียน ความสุขภาพ อ่อนนุ่ม เป็นมิตร และให้ความเคารพต่อผู้ใหญ่ที่เป็นพื้นฐานของคนไทย รวมถึงความพร้อมด้านศักยภาพในด้านการดำเนินธุรกิจหลายประเภทของประเทศไทย ก็สามารถเป็นข้อมูลพื้นฐานให้กับผู้บริหารหรือผู้ประกอบการว่าการดำเนินธุรกิจบริการผู้สูงอายุสมควรมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในลักษณะการดำเนินธุรกิจบริการผู้สูงอายุแบบเชิงบูรณาการธุรกิจประเภทต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น การจัดธุรกิจเชิงท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผู้สูงอายุแบบครบวงจรด้วยการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจประเภทเวชภัณฑ์และการดูแลสุขภาพ (Pharma & Healthcare) ธุรกิจประเภทสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจประเภทการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ธุรกิจประเภทธุรกิจบริการผู้สูงอายุ และธุรกิจประเภทที่พักสำหรับผู้สูงอายุร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยอยู่บนพื้นฐานการให้บริการแบบสุขภาพ อ่อนนุ่ม เป็นมิตร ให้ความเคารพต่อผู้ใหญ่ ด้วยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการดูแลผู้สูงอายุ รวมถึงการสร้างความร่วมมือเกี่ยวกับการส่งเสริมเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ความโดดเด่น ความเชื่อมั่นของคุณภาพการให้บริการ และช่องทางการเข้าถึงธุรกิจของผู้สูงอายุหรือกลุ่มลูกค้าทั้งในระดับชาติและนานาชาติอย่างเหมาะสมและเป็นระบบเพื่อเป็นการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน

## 2. แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ

แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ สามารถอธิบายตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) หรือ 7Ps ของ Philip Kotler อ้างอิงจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการ (Product) การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการ เช่น การมีระบบที่เชื่อมโยงระหว่างญาติใกล้ชิดผู้สูงอายุ โรงพยาบาล บริษัท ประกัน อาสาสมัคร และส่วนเกี่ยวข้องแบบทันเหตุการณ์ของธุรกิจบริการผู้สูงอายุประเภทประกันภัย การนำกล้องวงจรปิดมาใช้โดยให้บุตรหลานสามารถดูจากที่ทำงานหรือที่บ้านได้ของธุรกิจบริการผู้สูงอายุประเภทบริการดูแลผู้สูงอายุ (Aging Care) และการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับนันทนาการและการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุที่ทันสมัยและพอเพียงของธุรกิจบริการผู้สูงอายุประเภทกิจกรรมนันทนาการ ฯลฯ ควรมีการสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับการได้รับบริการของผู้สูงอายุอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการบวกรับการให้บริการอย่างน่าเชื่อถือ (Reliability) และเป็นระบบ รวมถึงควรให้ความสำคัญกับความแตกต่างเฉพาะในการให้บริการกับผู้สูงอายุแต่ละประเทศ เช่น ผู้สูงอายุประเทศญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการบำรุงรักษาสุขภาพและชอบร่วมกิจกรรมงานอดิเรก ผู้สูงอายุประเทศสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบการรักษาพยาบาลที่ดี ผู้สูงอายุประเทศอังกฤษและเยอรมนีส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการมีมาตรฐานการดำรงชีวิตสูงและระบบการรักษาพยาบาลที่ดี และผู้สูงอายุประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวียส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความสะอาดของอาหารและที่พัก เป็นต้น โดยการให้บริการนี้ต้องอยู่บนพื้นฐานของความอ่อนโยน เคารพ และให้เกียรติผู้สูงอายุ ซึ่ง Kenneth (1992) ได้อธิบายว่านับเป็นโอกาสทองของการทำธุรกิจกับตลาดของคนสูงอายุและถึงแม้ว่าโอกาสจะมีมาก แต่ก็มีข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในตลาดกลุ่มนี้ที่สำคัญคือข้อจำกัดด้านจิตวิทยา การทำตลาดกับผู้สูงอายุต้องใช้หลักของความรักความเอื้ออาทรเข้าไปมีส่วนช่วยเป็นอย่างมาก

2.2 ด้านราคา (Price) การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ควรมีการคำนวณต้นทุนและผลกำไร โดยอยู่บนพื้นฐานที่ผู้ใช้บริการสามารถจ่ายได้และพึงพอใจมากที่สุด

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ควรกำหนดช่องทางการให้ความรู้ความเข้าใจและเข้าถึงในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น Facebook หรือ Instagram เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกมากที่สุด ซึ่ง พงษ์ชัย จันทระคุณ (2553) ได้อธิบายว่าเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถควบคุมและแก้ไขข้อมูลที่ได้รับและใช้อย่างมีประสิทธิภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่ถือเป็นแหล่งเครือข่ายข้อมูลขนาดใหญ่ที่มีการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายทั่วโลก โดยแนวโน้มการบริโภคข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายออนไลน์ของผู้บริโภคที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้ประกอบการในภาคส่วนต่างๆจึงได้ปรับเปลี่ยนการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ จากสื่อเดิมที่ใช้สื่อ โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มาปรับเปลี่ยนเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อช่วยทำให้เกิดประโยชน์ทางธุรกิจมากยิ่งขึ้น โดย อารี จำปากลายเป็น, ปัทมา ว่าพัฒน์วงศ์ และกาญจนา ตั้งชลทิพย์ (2558) ได้อธิบายว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ในประเทศไทยในปัจจุบันมีความหลากหลายของกลุ่มผู้ใช้งาน โดยมีการขยายตัวของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นกลุ่มประชากรสูงอายุจำนวนมากขึ้นจนในปัจจุบัน กำลังกลายเป็นสังคมที่มีขนาดใหญ่มากขึ้นทุกขณะ ผู้สูงอายุจำนวนมากก้าวเข้าสู่การเป็นสมาชิกของสังคมดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และ อาศิรา ราชเวียง (2560) ได้อธิบายว่าองค์กรธุรกิจควรสร้างการรับรู้ด้วยการโฆษณาสินค้าหรือบริการขององค์กรผ่านเครือข่ายออนไลน์ที่สอดคล้องกับการใช้งานของกลุ่มเป้าหมายโดยผู้สูงอายุถือเป็นกลุ่มคนที่มีจำนวนมากขึ้น ในปัจจุบันสังคมโลกและสังคมไทยได้เข้าสู่สังคมสูงวัย ดังนั้นองค์กรธุรกิจจะต้องใช้ช่องทางในการสื่อสารออนไลน์เพื่อเข้าถึงกลุ่มคนสูงอายุ

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotions) การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ควรให้ความสำคัญกับสร้างความน่าเชื่อถือ (Reliability) และความมั่นใจ (Assurance) ควบคู่กับการโน้มน้าวให้ผู้สูงอายุเกิดความต้องการใช้บริการ เช่น การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าและ การเสนอขายตรง (Sales Presentations) โดยการให้ส่วนลดค่าบริการ เป็นต้น

2.5 ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุควรมีการตรวจสอบประวัติของพนักงานก่อนเข้ารับทำงาน การมอบหมายหน้าที่อย่างชัดเจน รวมถึงการประเมินและเพิ่มทักษะในการทำงานของบุคลากรอย่างเป็นระบบ

2.6 ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ควรให้ความสำคัญกับความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) ด้วยการจัดสภาพแวดล้อมภายในให้มีความเหมาะสม ปลอดภัยและสวยงาม รวมถึงมีการกำหนดให้บุคลากรแต่งกายให้สะอาดเรียบร้อยและมีคุณภาพในการให้บริการเพื่อให้ผู้ใช้บริการหรือผู้พบเห็นเกิดความประทับใจและพึงพอใจสูงสุด

2.7 ด้านกระบวนการ (Process) การจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ ควรมีการกำหนดแผนพัฒนาบุคลากรและการวัดประเมินความพึงพอใจหรือความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ควรมีใช้เทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ กล้องวงจรปิด และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน ควรมีการประสานงานและจัดระเบียบงานที่รวดเร็ว ง่าย สะดวก และมีประสิทธิภาพ รวมถึงควรมีกำหนดอัตราค่าบริการที่ชัดเจน

การส่งเสริมและพัฒนาการจัดการธุรกิจบริการผู้สูงอายุ นั้น ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการควรมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้สูงอายุ

หรือกลุ่มลูกค้าทั้งในระดับชาติและนานาชาติด้วยความอ่อนโยน ให้เกียรติ และสุขภาพ ซึ่งการกำหนดอัตราค่าบริการควรอยู่ในระดับที่ทั้งผู้สูงอายุและผู้ประกอบการสามารถอยู่ได้ โดยเน้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการประชาสัมพันธ์ การตลาด การสร้างความน่าเชื่อถือ (Reliability) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) และการโน้มน้าวใจให้ผู้สูงอายุเกิดความต้องการใช้บริการอย่างสร้างสรรค์ควบคู่กับกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ

## สรุป

การดำเนินธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุให้ประสบความสำเร็จ ราบรื่น และเกิดผลกำไรอย่างต่อเนื่องนั้น ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External environment) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal environment) และหลักวิชาการเพื่อกระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจอย่างมีทิศทางและเป็นระบบ ซึ่งผู้บริหารหรือผู้ประกอบการควรเน้นการดำเนินธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุในลักษณะเชิงบูรณาการธุรกิจประเภทต่างๆ เข้าด้วยกัน บนพื้นฐานของการให้บริการแบบสุขภาพ อ่อนน้อม เป็นมิตร ให้ความเคารพต่อผู้ใหญ่อด้วยบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการดูแลผู้สูงอายุ การส่งเสริมในการสร้างภาพลักษณ์ ความโดดเด่นและความเชื่อมั่นของคุณภาพการให้บริการ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการให้บริการ รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เพื่อการประชาสัมพันธ์ การตลาด การสร้างความน่าเชื่อถือ (Reliability) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) และการโน้มน้าวใจให้แก่ผู้สูงอายุหรือกลุ่มลูกค้าทั้งในระดับชาติและนานาชาติอย่างเหมาะสม และเป็นระบบ เพื่อการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและการดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ราบรื่น และมั่นคงอย่างต่อเนื่อง

## เอกสารอ้างอิง

- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พจนีย์ จันทรวงศ์. (2553). แนวโน้มการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์. วารสารนักบริหาร. 30(4). 130-135
- วรพจน์ บุษราคัมวดี. (2548). การจัดการเชิงกลยุทธ์. ปทุมธานี :คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิตีพัฒนา จำกัด.
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2555).รูปแบบการจัดการธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. 6(1). (มิถุนายน -พฤศจิกายน)
- อาศิรา ราชเวียง. (2560). การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มผู้สูงอายุ. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 12(1). (มกราคม – เมษายน)
- อารี จำปาปลาย, ปัทมา ว่าพัฒนวงศ์ และกาญจนา ตั้งชลทิพย์. (2558). ประชากรและสังคม: ความหลากหลายทางประชากรและสังคมในประเทศไทย ณ ปี 2558 .นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Kenneth, J.D. ( 1992). When Gray is Golden :Business in an Aging America . World Future Society. 26 (4)