



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัยการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตก
ของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
Changing Higher Tourism Quality in the Western Region for
Senior Tourist towards ASEAN Community

โดย

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ

มิถุนายน 2559

สัญญาเลขที่ RDG 5750064

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัยการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตก
ของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
Changing Higher Tourism Quality in the Western Region for
Senior Tourist towards ASEAN Community

คณะผู้วิจัย

สังกัด

ผู้จัดการแผนงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะวิทยาการจัดการ ม.ศิลปากร

หัวหน้าโครงการย่อย โครงการที่ 1

รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

หัวหน้าโครงการย่อย โครงการที่ 2

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะวิทยาการจัดการ ม.ศิลปากร

หัวหน้าโครงการย่อย โครงการที่ 3

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรนำชู

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

หัวหน้าโครงการย่อย โครงการที่ 4

อาจารย์ ดร. พรทรัพย์ พรสวัสดิ์

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุน

สนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นของงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก “สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)” ประจำปีงบประมาณ 2557 สำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยเฉพาะ ประธานผู้ตรวจสอบทางวิชาการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาวดี โยธียรราช ผู้ประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ที่ปรึกษาโครงการ ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย รองอธิการบดี และรักษาการคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร รวมถึงผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ให้ข้อมูลในเชิงลึก ประกอบด้วย อาจารย์มหาวิทยาลัย ผู้ประกอบการ ตัวแทนจาก ททท. และกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ตลอดจนผู้ที่ไม่ได้เอ่ยนามที่ให้ข้อมูล อันทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้ จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในภูมิภาคตะวันตก และรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2559 ได้เป็นอย่างดี

คณะผู้วิจัย

บทสรุปผู้บริหาร
(Executive Summary)

1. ชื่อโครงการวิจัย

1.1 ชื่อโครงการ การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

Changing Higher Tourism Quality in the Western Region for Senior Tourist towards ASEAN Community

1.2 ชื่อคณะผู้วิจัย รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ ม.ศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรรักษ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ ดร. พรทรัพย์ พรสวัสดิ์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

1.3 ปีที่ทำวิจัยเสร็จ 2558

2. สรุปโครงการวิจัย

2.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหางานวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญในหลายๆ ประเทศทั่วโลก จากสถิติจำนวนของนักท่องเที่ยวจะพบว่า ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 23 ล้านคนเศษ และในปี 2557 กำหนดเป้าหมาย ไว้ที่ 28 ล้านคน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือว่าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศมากกว่าปีละ 4 แสนล้านบาท เป็นอันดับหนึ่งตลอดมา แม้ช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ รัฐบาลจึงมีนโยบายให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์สำคัญในการนำเงินเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น ในด้านความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวนั้นได้เกี่ยวข้องกับคนหลายกลุ่ม (Melntoch and Goeldner, 1986) จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของกฎเกณฑ์และข้อกำหนดการเดินทางและท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยทางด้านทรัพยากรมนุษย์ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ และจากแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่าการเติบโตด้านตัวเลขหรือสถิติอย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัยจึงมีความสำคัญที่มีอจมองข้ามไม่ได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงวัยมีกำลังซื้อสูง ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทาง นักท่องเที่ยวสูงวัยเป็นกลุ่มตลาดใหม่ที่ละความสนใจจากทะเล ชายหาด และแหล่งช้อปปิ้งมาสนใจวัฒนธรรม การท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุนั้น คือ การท่องเที่ยวที่ส่งเสริมเน้นชุมชน เร่งฟื้นฟูและพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและบริการให้ได้มาตรฐาน รวมไปถึงอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการจะต้องปรับปรุงสถานประกอบการและบริการในด้านต่างๆ ให้มีมาตรฐานสูง นอกจากนี้ยังเป็นการวิจัยเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยที่การท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตกจะสามารถเพิ่มมูลค่าได้ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของภูมิภาคตะวันตกให้เป็นต้นแบบการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ค้นหาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ศึกษาถึงโครงสร้างตลาด ความต้องการ และความ

เต็มใจจ่ายของการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ สามารถสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมาตรฐาน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวางแผนการสร้างแรงจูงใจตามพฤติกรรม ทศนคติ และความต้องการการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
2. เพื่อวางแผนการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างคุณภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
3. เพื่อวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการในท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
4. เพื่อวางแผนการพัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก
5. เพื่อหาข้อเสนอเชิงนโยบายในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

2.3 ระเบียบวิธีการวิจัย

ดำเนินการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยใช้วิธีการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย และการสังเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาทั้ง 4 โครงการ ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การสรุปประเด็นผลการวิจัยย่อย 4 โครงการ เป็นวิธีปริทัศน์แบบพรรณนา (Narrative Review) ที่เป็นการสรุป เชิงเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษา โดยวิธีการบรรยายมีการดำเนินการ โดยการสำรวจรวบรวมงานวิจัยมาสังเคราะห์ด้วยการศึกษาจากฐานข้อมูลวิจัยย่อย 4 โครงการ ได้แก่ การศึกษารูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก การพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และการพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ขั้นตอนที่ 2 การจัดประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy meeting) เป็นการจัดขึ้นเพื่อนำเสนอผลการศึกษาของโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้อันเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกได้ให้ข้อเสนอแนะ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักเนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy meeting) กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการดำเนินโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ ในการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยดำเนินการโดยวิเคราะห์ข้อมูลแบบการเทียบเคียง รูปแบบ (pattern matching) โดยการสร้างข้อสรุปจากการดำเนินโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางทฤษฎี (theory) ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้แนวคิดในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) เพื่อเป็นแนวทางในการเรียบเรียงข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของไมล์และฮูเบอร์แมนที่ได้เสนอแนะถึงขั้นตอนการจัดการกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการวิจัย ในรายละเอียดซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การลดข้อมูล (data reduction) การจัดรูปข้อมูล (data display) และการร่างข้อสรุปและการยืนยัน (conclusion drawing and verification)

2.4 ผลการวิจัย

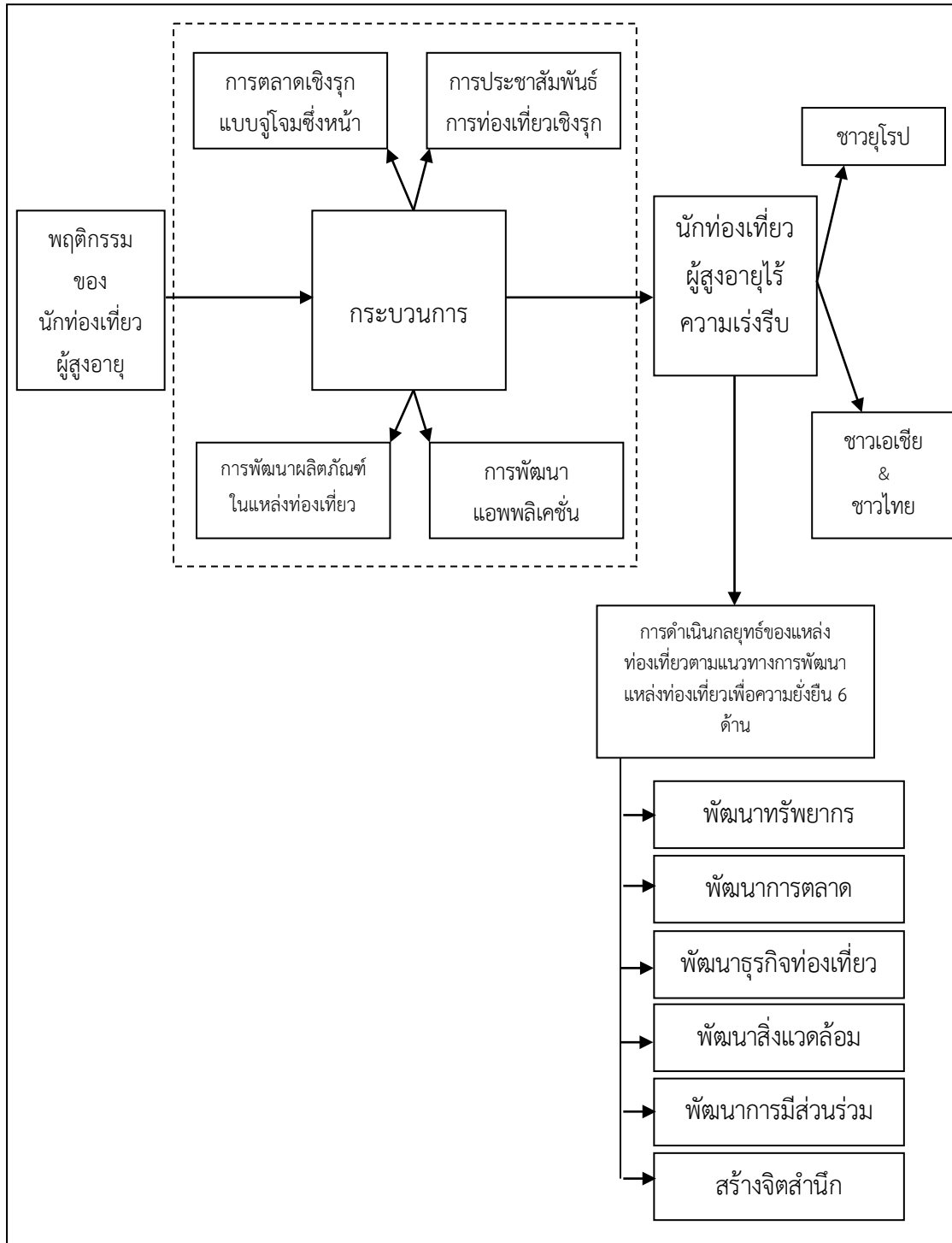
การวิจัยเรื่อง การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เป็นแผนงานวิจัยที่ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ โดยวิธีการดำเนินการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยใน 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย การสรุปประเด็นผลการวิจัยย่อย 4 โครงการ การประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายกับที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก จำนวน 30 คน และการสังเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาทั้ง 4 โครงการ โดยการสร้างข้อสรุปจากการดำเนินโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางทฤษฎี (theory) ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้แนวคิดในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) เป็นแนวทางในการเรียบเรียงข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกจึงใช้กลยุทธ์การจูงใจซึ่งหน้า ซึ่งเป็นการนำจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวมาผสมผสานเข้ากับค่านิยมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ออกมาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ลงตัว 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวแบบจูงใจซึ่งหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ซึ่งมีความนิยมท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเชิงนิเวศ คณะผู้วิจัยจึงได้จัดรูปแบบการท่องเที่ยว ที่นำจุดเด่นของ 3 จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกมาแนะนำเสนอ ตามสโลแกน “ระลึกความหลังที่กาญจนบุรี สร้างความดีที่เมืองเพชร เต็มพลังชีวิตที่ประจวบคีรีขันธ์” และรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวเอเชีย พบว่า มีพฤติกรรมและความนิยมที่คล้ายคลึงกัน โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และการใช้ชีวิตท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวตามสโลแกน “เที่ยวเมืองเพชร 3 สไตล์ สโลว์ไลฟ์ใกล้ธรรมชาติเมืองราชบุรี” โดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกเลือกใช้ 5 รูปแบบ 1) High Technology เป็นรูปแบบที่สามารถกระจายข้อมูลได้กว้างขวางในครั้งเดียว 2) Differentiation เป็นการสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยว 3) Creativity เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ 4) International PR กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล และ 5) Database การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัว และนอกจากเสริมสร้างการรับรู้ด้วยการทำการตลาดแล้ว ในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการสร้างความมีเอกลักษณ์และสิ่งที่จะสร้างเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้คือ ของที่ระลึกอันจะทำให้นักท่องเที่ยวเห็นและระลึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้เสมอ สำหรับของที่ระลึกที่ทำให้นึกถึงภูมิภาคตะวันตกและเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายคือ ของที่ระลึกที่ทำจากตาลโตนด เป็นการนำวัสดุที่เหลือจากการทำตาลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน และนอกจากนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ตลอดจนคำนึงถึงความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งนี้เพื่อขยายการรับรู้ในวงกว้างคณะผู้วิจัยได้พัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถใช้สามารถสืบค้นข้อมูลเบื้องต้นก่อนการเดินทาง

และเพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมีความยั่งยืน คณะผู้วิจัยได้เสนอกลยุทธ์ของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตามใน 6 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยยึดหลัก 3 A's ได้แก่ ทรัพยากรต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) และทรัพยากรต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 2) พัฒนาการตลาดท่องเที่ยวด้วยการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการเลือกตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายที่เหมาะสม 3) พัฒนารูขี้อย่างไรก็ตามด้วยธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งเป็นของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม และใช้วัสดุที่สื่อให้ผู้พบเห็นระลึกถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) พัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม โดยออกกฎระเบียบ มาตรการในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตามเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและใช้ทรัพยากรในการท่องเที่ยวให้มากที่สุด 5) พัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน ด้วยการค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยว การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการ

พัฒนา และการตัดสินใจใช้ทรัพยากรร่วมกัน และ 6) สร้างจิตสำนึกในที่นี้คือ จิตสำนึกของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ต้องไม่ค้ำกำไรเกินควร มีระบบรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ฉกฉวยโอกาสในการขึ้นราคาในช่วงเทศกาลเพื่อหารายได้ อันจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพที่ยั่งยืน

จากข้อมูลสามารถนำมาจัดทำเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ โดยเป็นต้นแบบเชิงกระบวนการที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืนได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ต้นแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงต้นแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ อันเป็นต้นแบบเชิงกระบวนการที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืนนั้น คณะผู้วิจัยได้นำเสนอให้เห็นถึงข้อมูลที่ได้จากโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สำหรับนำมาพัฒนาเป็นการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ตลอดจนการสร้างสีสันให้กับการท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อกลับบ้าน และเพื่อแพร่ขยายการรับรู้ จึงได้นำเสนอการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งนี้จากการดำเนินงานดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้นำเสนอกลยุทธ์ของแหล่งท่องเที่ยวตามแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน 6 ด้าน ด้วยการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การตลาด ธุรกิจท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม และสร้างจิตสำนึก เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนตลอดไป

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป ในสิ่งที่คณะผู้วิจัยยังไม่ได้ศึกษา เพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ คือ ควรมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับผู้สูงอายุสำหรับเป็นแนวทางให้แก่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้นำไปปรับใช้ อันจะเป็นการเสริมสร้างให้แหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัย

ชื่อแผนงาน การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยว
สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
Changing Higher Tourism Quality in the Western Region for Senior
Tourist towards ASEAN Community

ผู้จัดการแผนงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ ม.ศิลปากร

หัวหน้าโครงการย่อย โครงการที่ 1

รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

หัวหน้าโครงการย่อย โครงการที่ 2

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ ม.ศิลปากร

หัวหน้าโครงการย่อย โครงการที่ 3

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรนาชู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

หัวหน้าโครงการย่อย โครงการที่ 4

อาจารย์ ดร. พรทรัพย์ พรสวัสดิ์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีที่ทำวิจัยเสร็จ

2558

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยว
สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เป็นแผนงานวิจัยที่ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 4
โครงการ โดยวิธีการดำเนินการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยใน 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย การ
สรุปประเด็นผลการวิจัยย่อย 4 โครงการ การประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายกับที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการ
ท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก จำนวน 30 คน และการสังเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาทั้ง 4 โครงการ โดย
การสร้างข้อสรุปจากการดำเนินโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางทฤษฎี
(theory) ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้แนวคิดในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism
Development) เป็นแนวทางในการเรียบเรียงข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจาก
นักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่าให้ความสำคัญกับความพึงพอใจ
เป็นหลัก ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกจึงใช้กลยุทธ์การจูงใจซึ่งหน้า ซึ่งเป็นการนำจุดเด่นของแหล่ง
ท่องเที่ยวมาผสมผสานเข้ากับคามนิยมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ออกมาเป็นรูปแบบการ
ท่องเที่ยวที่ลงตัว 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวแบบจูงใจซึ่งหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ซึ่งมีความ
นิยมท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเชิงนิเวศ คณะผู้วิจัยจึงได้จัดรูปแบบการท่องเที่ยว ที่
นำจุดเด่นของ 3 จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกมานำเสนอ ตามสโลแกน “ระลึกความหลังที่กาญจนบุรี สร้าง
ความดีที่เมืองเพชร เติมพลังชีวิตที่ประจวบคีรีขันธ์” และรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาว
ไทยและชาวเอเชีย พบว่า มีพฤติกรรมและความนิยมที่คล้ายคลึงกัน โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ
และการใช้ชีวิตท่องเที่ยวแบบไร้เร่งรีบ คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวตามสโลแกน “เที่ยว
เมืองเพชร 3 สไตล์ สโลว์ไลฟ์ใกล้ธรรมชาติเมืองราชบุรี” โดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิง
รุก เลือกใช้ 5 รูปแบบ 1) High Technology เป็นรูปแบบที่สามารถกระจายข้อมูลได้กว้างขวางในครั้ง
เดียว 2) Differentiation เป็นการสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยว 3) Creativity เป็นการใช้

ความคิดสร้างสรรค์ 4) International PR กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล และ 5) Database การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัว และนอกจากเสริมสร้างการรับรู้ด้วยการทำกิจกรรมการตลาดแล้ว ในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการสร้างความมีเอกลักษณ์และสิ่งที่จะสร้างเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวได้คือ ของที่ระลึกอันจะทำให้นักท่องเที่ยวเห็นและระลึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้เสมอ สำหรับของที่ระลึกที่ทำให้นึกถึงภูมิภาคตะวันตกและเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายคือ ของที่ระลึกที่ทำจากตาลโตนด เป็นการนำวัสดุที่เหลือจากการทำตาลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน และนอกจากนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ตลอดจนถึงความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งนี้เพื่อขยายการรับรู้ในวงกว้างคณะผู้วิจัยได้พัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุใช้สามารถสืบค้นข้อมูลเบื้องต้นก่อนการเดินทาง

และเพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมีความยั่งยืน คณะผู้วิจัยได้เสนอกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตามใน 6 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยยึดหลัก 3 A's ได้แก่ ทรัพยากรต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) และทรัพยากรต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 2) พัฒนาการตลาดท่องเที่ยวด้วยการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการเลือกตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายที่เหมาะสม 3) พัฒนารูขี้อยู่ท่องเที่ยว ด้วยธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งเป็นของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม และใช้วัสดุที่สื่อให้ผู้พบเห็นระลึกถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) พัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม 5) พัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน ด้วยการค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยว การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการพัฒนา และการตัดสินใจใช้ทรัพยากรร่วมกัน และ 6) สร้างจิตสำนึกในที่นี้คือ จิตสำนึกของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการท่องเที่ยว ต้องไม่ค้ำกำไรเกินควร อันจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพที่ยั่งยืน

คำสำคัญ : การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ /ภูมิภาคตะวันตก/นักท่องเที่ยวสูงอายุ/
ประชาคมอาเซียน

Abstract

This research on Qualitative Improvement of Senior Tourist of Thailand's Western Region for Preparing towards AEC is consisted of 4 sub-projects. For research methodology, the researcher conducted the research in 3 stage including conclusion on issues of those 4 sub-projects, the meeting on policy proposal with 30 attendants related to tourism of Thailand's western region, and synthesis on the results obtained from those 4 sub-projects. The conclusion was obtained from conducting those 4 sub-projects for comparing with theoretical information and Sustainable Tourism Development was implemented by the research as the guidelines for arranging information.

The results showed that senior tourists had different travel styles and behaviors from general tourists, i.e., they emphasized on worthwhile and good quality tourism and services as well as mainly emphasized on satisfaction. As a result, the progressive marketing strategy used for overcoming this target group was Frontal Attack conducted by integrating the distinctiveness of regional attractions with preference and satisfaction of target tourists. Consequently, tourism with frontal attack strategy was obtained for responding to European tourists who preferred historical tourism, cultural tourism, and ecotourism. In consequence, the researcher provided a travel style combined with 3 strengths of provinces in Thailand's western region as shown in a slogan stated that "Visiting Kanchanaburi, the Land of Memory, before Reaching Petchburi, the Land of Merit, and End your Trip with Revitalization in Prachuap Khiri Khan ". According to travel style of Thai and Asian tourists, it was found that their travel styles and behaviors were similar, i.e., they emphasized on recreational tourism and unhurried tourism. Consequently, the researcher presented another travel style upon the slogan stated that "Experiencing 3 Travel Styles in Petchburi and Enjoying with Slow-Life Traveling with Ratchaburi's Nature". Publication of these campaigns was conducted through 5 styles of progressive tourism strategy as follows: 1) High Technology – helped to disseminate information extensively in one publication; 2) Differentiation – helped to make difference of each attraction; 3) Creativity – healed to motivate creativity in publication; 4) International PR – implemented the strategy of publication based on international principles; and 5) Database – had updated and flexible database. Besides reinforcing recognition through marketing, the uniqueness of each attraction should be created, i.e., souvenirs motivating tourists to remind such attraction. The souvenirs symbolizing Thailand's western region and made of local materials were some souvenirs made of sugar palms that were considered as wasted materials obtained from palm industry

helping to increasing community's income. Moreover, to develop products for senior tourism, it was found that entrepreneurs should develop some facilities for tourism, organize some activities for health tourism, and consider on safety of senior tourists. To expand the perception of this knowledge, the researcher developed some data on application for unhurried tourism for providing to senior tourists in Thailand's western region in order to enable senior tourists to search some primary information for their travelling.

In order to reinforce Thai tourism to be quality and sustainable, the researcher proposed some strategies for application of some attractions and entrepreneurs consisted of the following 6 guidelines: 1) develop resources for tourism based on 3 A's including Attraction, Accessibility, and Amenities; 2) develop tourism market by positioning products and selecting appropriate target tourism market; 3) develop tourism business through business of souvenirs distribution that should be handicrafts made of local materials; 4) develop environment in each attraction through environmental conservation of each local area in order to reduce environmental degeneration; 5) develop participation in tourism with community through discovering tourism problems, establishing some policies, objectives, goals, development methods, and co-decision making on the use of resources; and 6) build consciousness, i.e., conscious of attraction's owners and tourism entrepreneurs on avoiding exorbitant pricing for achieving quality and sustainable tourism.

Keywords: Qualitative Improvement of tourism / western region / senior tourists

สารบัญ

	หน้า
สารบัญ.....	(1)
สารบัญตาราง.....	(3)
สารบัญแผนภูมิ.....	(4)
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและที่มาของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของแผนงาน.....	8
กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย.....	9
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	10
ขอบเขตการวิจัย.....	17
พื้นที่วิจัย.....	18
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	18
นิยามศัพท์.....	19
แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20
2 ข้อค้นพบจากการวิจัย.....	46
ส่วนที่ 1 สรุปผลการสร้างแรงจูงใจตามพฤติกรรม ทศนคติ และความต้องการ	
การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อ	
รองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน.....	47
ส่วนที่ 2 สรุปผลการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่าง	
คุณภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่	
ประชาคมอาเซียน.....	50
ส่วนที่ 3 สรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของ	
ผู้ประกอบการในท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก.....	54
ส่วนที่ 4 สรุปผลการพัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวที่ไร้	
ความเร่งรีบสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก.....	60
ส่วนที่ 5 ผลการสรุปข้อเสนอเชิงนโยบายในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมี	
คุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่	
ประชาคมอาเซียน.....	62
3 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	86
สรุป.....	86
ข้อเสนอแนะ.....	95
บรรณานุกรม.....	97
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ร่วมประชุมเชิงนโยบาย.....	105
ภาคผนวก ข ข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงนโยบาย.....	108

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ มกราคม – กันยายน 2556.....	2
2	รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy meeting).....	12
3	สรุปวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ.....	71
4	สรุป Product สำหรับการตลาดการท่องเที่ยว 4 จังหวัด (ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก)....	72

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงความเชื่อมโยงของโครงการย่อยในแผนงานการวิจัย.....	9
2	การสรุปประเด็นผลการวิจัยย่อย 4 โครงการ.....	11
3	การจัดประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย.....	15
4	การสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการดำเนินโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ.....	17
5	แนวทางในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุเชิงรุก.....	75
6	องค์ประกอบหลักของแอปพลิเคชัน.....	77
7	แผนภาพการเชื่อมโยงสังเคราะห์ข้อมูล.....	85
8	แสดงรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.....	87
9	ต้นแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ.....	93

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญในหลายๆ ประเทศทั่วโลก จากสถิติจำนวนของนักท่องเที่ยวจะพบว่า ในปี 2556 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 23 ล้านคนเศษ และในปี 2557 กำหนดเป้าหมาย ไว้ที่ 28 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556 : 13) จากนั้นองค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) คาดการณ์ว่าในปี 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 1.36 พันล้านคน (UNWTO, 2012) หากพิจารณาในกลุ่มตลาดการท่องเที่ยวอาเซียนนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากท่องเที่ยวในอาเซียนมีประมาณ 77 ล้านคน ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 19 ล้านคน หรือคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 24.8 เป็นรองเพียงประเทศมาเลเซีย เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศอาเซียน (ยกเว้นพม่า และลาว) จากดัชนี Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) ของ World Economic Forum ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดที่สะท้อนการพัฒนาภาคการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศด้วยการจัดอันดับความสามารถทางการแข่งขันด้านท่องเที่ยว พบว่า ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย และไทย จัดอยู่ใน 50 อันดับแรกของประเทศทั่วโลกที่มีการเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวดังกล่าว

ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับว่าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศมากกว่าปีละ 4 แสนล้านบาท เป็นอันดับหนึ่งตลอดมา แม้ช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ รัฐบาลจึงมีนโยบายให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์สำคัญในการนำเงินเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจ เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555) ถือได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดธุรกิจที่ผลิตสินค้า และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ (Smith, 1989) ตลอดจนทำให้ประชาชนเกิดความรักและความภูมิใจในท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีสุขภาพจิตที่ดีเป็นพื้นฐานที่ดีของการพัฒนาสังคม (วนารัตน์ กรอิสรานุกุล และคณะ, 2553)

สำหรับในด้านความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวนั้นได้เกี่ยวข้องกับคนหลายกลุ่ม (Melntoch and Goeldner, 1986) จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของกฎเกณฑ์และข้อกำหนดการเดินทางและท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและโครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยทางด้านทรัพยากรมนุษย์ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ และจากแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่าการเติบโตด้านตัวเลขหรือสถิติอย่างต่อเนื่องสรุปดังตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติในปี 2557 – 2558

Nationality	2015		2014	
	Number	%Share	Number	%Share
East Asia	19,871,773	66.50	14,603,825	58.86
ASEAN	7,886,136	26.39	6,641,772	26.77
Brunei	13,833	0.05	11,285	0.05
Cambodia	487,487	1.63	550,339	2.22
Indonesia	469,226	1.57	497,592	2.01
Laos	1,233,138	4.13	1,053,983	4.25
Malaysia	3,423,397	11.46	2,613,418	10.53
Myanmar	259,678	0.87	206,794	0.83
Philippines	310,975	1.04	304,813	1.23
Singapore	937,311	3.14	844,133	3.40
Vietnam	751,091	2.51	559,415	2.25
China	7,934,791	26.55	4,636,298	18.69
Hong Kong	669,165	2.24	483,131	1.95
Japan	1,381,690	4.62	1,267,886	5.11
Korea	1,372,995	4.59	1,122,566	4.52
Taiwan	552,624	1.85	394,149	1.59
Others	74,372	0.25	58,023	0.23
Europe	5,629,122	18.84	6,161,893	24.84
Austria	97,806	0.33	100,968	0.41
Belgium	106,100	0.36	99,729	0.40
Denmark	159,425	0.53	160,977	0.65
Finland	134,731	0.45	142,425	0.57
France	681,097	2.28	635,073	2.56
Germany	760,604	2.55	715,240	2.88
Ireland	64,716	0.22	63,038	0.25
Italy	246,066	0.82	219,895	0.89
Netherlands	221,657	0.74	211,524	0.85
Norway	135,347	0.45	145,207	0.59
Russia	884,085	2.96	1,606,430	6.48
Spain	150,940	0.51	116,983	0.47
Sweden	321,663	1.08	324,865	1.31
Switzerland	206,454	0.69	201,271	0.81

ตารางที่ 1 (ต่อ)

Nationality	2015		2014	
	Number	%Share	Number	%Share
United Kingdom	946,919	3.17	907,877	3.66
East Europe	364,967	1.22	370,726	1.49
Others	146,545	0.49	139,665	0.56
The Americas	1,235,095	4.13	1,099,709	4.43
Argentina	28,965	0.10	21,438	0.09
Brazil	48,522	0.16	46,378	0.19
Canada	227,306	0.76	211,059	0.85
USA	867,520	2.90	763,520	3.08
Others	62,782	0.21	57,314	0.23
South Asia	1,403,977	4.70	1,239,183	4.99
Bangladesh	107,394	0.36	88,134	0.36
India	1,069,149	3.58	932,603	3.76
Nepal	32,678	0.11	25,887	0.10
Pakistan	78,619	0.26	75,398	0.30
Sri Lanka	75,429	0.25	77,441	0.31
Others	40,708	0.14	39,720	0.16
Oceania	921,355	3.08	942,706	3.80
Australia	805,946	2.70	831,854	3.35
New Zealand	112,314	0.38	108,081	0.44
Others	3,095	0.01	2,771	0.01
Middle East	658,129	2.20	597,892	2.41
Egypt	25,216	0.08	28,934	0.12
Israel	141,021	0.47	138,778	0.56
Kuwait	66,772	0.22	57,845	0.23
Saudi Arabia	19,163	0.06	12,860	0.05
U.A.E.	124,719	0.42	117,907	0.48
Others	281,238	0.94	241,568	0.97
Africa	161,640	0.54	164,475	0.66
S.Africa	75,825	0.25	72,941	0.29
Others	85,815	0.29	91,534	0.37
Grand Total	29,881,091	100.00	24,809,683	100.00
Source of Data : Immigration Bureau,Royal Thai Police.				

และการสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต (นริศ คำแก่นพรณี สวนเพลง และเบญจพร ตามาพงศ์, 2555 : 4-5) พบว่า แนวโน้มของการศึกษาวิจัยด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2549 - 2553) พบว่า การทำวิจัยของการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับกรอบการวิจัยที่สกว. ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย โดยมีปัจจัยนำเข้าด้านระเบียบวิชาการ (Disciplinary Input) ของการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Ritchie & Timur ทั้งหมด 13 กลุ่มเรื่อง ได้แก่ Tourism Education, Economic of Tourism, Host-Guest Relationship, Political Issue, Geography of Tourism, New Venture Development, Landscape Design, Rural Tourism, Marketing of Tourism, History of Tourism, Management of Tourism Organization, Transportation Studied และ Hospitality Studies ทั้งนี้ยังมีประเด็นการวิจัยหรือโจทย์การวิจัยอื่นๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทยอีก 8 กลุ่มเรื่อง ได้แก่ Political Issue, Tourism Motivation, Heritage and Environmental Management, Park and Recreation Management, Tourism Planning and Development, Tourism Law, Sport Tourism organization และ Casino Management ดังนั้นการท่องเที่ยวในอนาคตที่ควรกำหนดขอบเขตการวิจัย ทั้งหมด 8 เรื่อง ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism), การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาดการท่องเที่ยว (IT integrated with Tourism marketing), MICE, Gastronomic Tourism, Handicraft Tourism, EVENT Tourism, Sport Tourism และ Shopping Tourisms

การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัยจึงมีความสำคัญที่มีอาจมองข้ามไปได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงวัยมีกำลังซื้อสูง ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทาง นักท่องเที่ยวสูงวัยเป็นกลุ่มตลาดใหม่ที่แสดงความสนใจจากทะเล ชายหาด และแหล่งช้อปปิ้งมาสนใจวัฒนธรรม ธรรมชาติและอาหาร (I. Bauer, 2555 : 59-68) นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่นๆ โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากแรงจูงใจหรือแรงขับภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยว ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง แรงจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยวสูงวัย ได้แก่ ต้องการหาประสบการณ์ใหม่ๆ เยี่ยมชมสถานที่ใหม่ๆ ต้องการพักผ่อน ต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ต้องการพักร้อน เยี่ยมเยือนครอบครัวและเพื่อน ต้องการดื่มด่ำกับธรรมชาติที่สวยงาม และต้องการใช้เวลาว่างในการท่องเที่ยว (S.H. Lee และ C. Tideswell, 2548: 249-263) แรงจูงใจมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เลือกสถานที่พักผ่อน และการเลือกกิจกรรมที่ทำในระหว่างท่องเที่ยว ในด้านสถานที่พักผ่อน ผู้สูงวัยมักต้องการที่พักที่เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ห้องพักอยู่ไม่ไกลจากพื้นที่ต้อนรับมาก สามารถติดต่อพนักงานได้สะดวก สถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งจะต้องไม่ไกลจากที่พัก สามารถเดินทางได้ในแนวราบ ไม่ต้องขึ้นเขาลงห้วย เพราะร่างกายอาจรับไม่ไหว นักท่องเที่ยวสูงวัยมักมีกิจกรรมใน 1 วันแบบหลวมๆ เพื่อจะได้พักผ่อน (โพสต์ทูเดย์, 2556) ในกระบวนการตัดสินใจเลือกของนักท่องเที่ยวข้างต้นมักอาศัยข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ด้วยเชื่อว่าข้อมูลจะช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ดีขึ้น ทำให้มั่นใจในการตัดสินใจมากขึ้น และช่วยลดความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ (สวีร์ณัสณ์ โสภณศิริ, 2554)

การท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุนั้น คือ การท่องเที่ยวที่ส่งเสริมเน้นชุมชน แรงบันดาลใจ และพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวและบริการให้ได้มาตรฐาน รวมไปถึงอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการจะต้องปรับปรุงสถานประกอบการและบริการในด้านต่างๆ ให้มีมาตรฐานสูง ซึ่งหมายถึงจะทำให้ผู้ประกอบการขายห้องพักและบริการได้แพงขึ้น เท่ากับเป็นการสกัดกั้นไม่ให้จำนวนนักท่องเที่ยวหลังไหลเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมากมาอย่างที่เป็นอยู่ แต่ผลที่ได้ ก็คือ เงินตอบแทนสูง และปริมาณทรัพยากรที่ต้องสูญเสียไปน้อยลง นับเป็นการคุ้มค่าที่ต่างจากการเน้นปริมาณ มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากแต่ผลที่ได้กลับมีจำนวนไม่มากและที่สำคัญที่สุดคือความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เพราะหลักสำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ หนึ่งในข้อแรกที่นักท่องเที่ยวตรวจสอบก่อนตัดสินใจคือ “ความปลอดภัย” (दनัย จันท์เจ้าฉาย, 2549) และขณะเดียวกันนโยบายและแผนงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จะมุ่งส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันเชิงรุกตลาดทั้งในและต่างประเทศ พร้อมส่งเสริมไทยให้เป็น Gateway ในภูมิภาคอาเซียน โดยการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีการวางระบบจัดการแบบบูรณาการมากยิ่งขึ้น

เมื่อกล่าวถึงในเรื่องบทบาทสำคัญในการพิจารณาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น พบว่า แรงจูงใจ เป็นตัวผลักดันพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว (Pizam and Mansfield, 1996) โดยพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2544) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Meng, Tepanon and Uysal (2008) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นหลักฐานสำคัญทางด้านการตลาดของตลาดการท่องเที่ยวและบริการ พบว่า ความสามารถในการรองรับด้านที่พักอาศัยเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในด้านแรงจูงใจของการท่องเที่ยว พบว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความต้องการขึ้น แรงจูงใจจึงเป็นสิ่งที่ส่งผลถึงความเต็มใจที่จ่ายของผู้บริโภคอีกด้วย เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวหากการท่องเที่ยวมีคุณภาพ ที่มีการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้รับอรรถรส ได้พักผ่อนหย่อนใจอย่างเต็มที่ นักท่องเที่ยวก็มีความเต็มใจที่จะจ่าย แม้จะต้องแลกกับการจ่ายเงินที่เพิ่มขึ้นก็ตาม (ภราดร ปรีดาศักดิ์, 2549)

จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวแบบที่ไร้การเร่งรีบ (Slow Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเป็นการเดินทางสั้นๆ ในเชิงของระยะทางและอยู่ในแต่ละสถานที่นานขึ้น จึงเป็นรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่นักท่องเที่ยวมุ่งเน้นการพักที่ยาวนานขึ้น มีกิจกรรม การเรียนรู้ ผ่านการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า เพื่อให้ผู้มาเยือนมีความเข้าใจในเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น แต่เป้าหมายของการท่องเที่ยวแบบที่ไร้การเร่งรีบ เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ใกล้ชิดกับระบบนิเวศ และยังส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ดียิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรองรับกับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วเพื่อความอยู่รอด การพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบวิสาหกิจการท่องเที่ยวจะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และสามารถยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในกลุ่มผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยผู้ประกอบการสำหรับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มจะหลากหลายประเภทและเชื่อมโยงถึงกันและกัน (Connectivity) ในเรื่องข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้แล้ว

ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ประการสำคัญที่สุดคือ การมีจิตสำนึก โดยที่หน่วยงานต่างๆ ต้องภาคีสับสนุนการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการประกอบการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการสร้างจิตสำนึก

การยกระดับคุณภาพของการท่องเที่ยวในลักษณะของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยว และของที่ระลึกสำหรับการท่องเที่ยว ให้รองรับกับความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ นั้น จำเป็นต้องมีการศึกษาศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว นั้น อีกทั้งยังต้องอาศัยความร่วมมือในลักษณะระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่จะจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เสริมความแข็งแกร่งผู้ประกอบการขยายฐานต่อ ยอดธุรกิจ รวมทั้งต้องสร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นให้สามารถเชื่อมโยงและสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม

ในโลกยุคเครือข่ายไร้สายการค้นหาข้อมูลของผู้สูงอายุเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง ผู้สูงอายุหลายท่านมีทักษะและความชำนาญในการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้เป็นอย่างดีจากประสบการณ์ความชำนาญในช่วงวัยทำงาน นอกจากนี้ผู้สูงอายุในยุคปัจจุบันจำนวนไม่น้อยที่เอาเวลาไปนั่งเรียนคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้ทันกับกระแสโลกาภิวัตน์ จากการสำรวจพฤติกรรมการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวของ eMarketer พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เป็นแหล่งรวมข้อมูลและมีระบบค้นหาข้อมูล รองลงมาจึงค้นหาข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวจากเว็บไซต์เฉพาะของสถานที่นั้นๆ (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2543 : 38) จากความต้องการข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่เป็นชาวต่างชาติเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยสำหรับผู้สูงอายุนั้นยังคงมีน้อย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2013) กระจุกกระจายอยู่ตามแหล่งข้อมูลท่องเที่ยวทั่วไปและมีเนื้อหาที่จำกัดไม่สามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเพื่อการท่องเที่ยวได้ ทำให้คณะผู้วิจัยเห็นถึงความจำเป็นในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเชิงสาธารณสุขที่ไม่มีจุดมุ่งหมายในเชิงธุรกิจและมีรายละเอียดมากเพียงพอ เช่น ข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ ระดับการบริการ เส้นทางท่องเที่ยว แหล่งอาหารเพื่อสุขภาพ และสถานที่พัก รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

สำหรับภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย 8 จังหวัดได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี และสุพรรณบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ได้มีการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ภาคกลาง ผังตะวันตกและตอนใต้ เป็นจังหวัดที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างมากมาย แต่การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นใน 4 จังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นลำดับต้นๆ ได้แก่ 1) จังหวัดกาญจนบุรี มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เหมาะกับนักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มที่ชอบการศึกษาและชมธรรมชาติ (Education/Nature) และกลุ่มที่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation) รวมถึงกลุ่มที่ชอบผจญภัย เดินป่า และนอนเต็นท์ (Camping/Tenting) (สำนักบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด

ภาคกลางตอนล่าง 1 ,2554: 66-69) 2) จังหวัดราชบุรี มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเชิงวัฒนธรรม เหมาะกับนักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มที่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation) และกลุ่มที่เดินทางเพื่อศึกษาและเรียนรู้สิ่งต่างๆ (Information) (สำนักบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด ภาคกลางตอนล่าง 1 ,2554: 34) 3) จังหวัดเพชรบุรี มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ทะเลและชายฝั่ง เหมาะกับนักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มที่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation) และกลุ่มที่เดินทางเพื่อสังสรรค์(Socialization) และ 4) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ทะเลและชายฝั่ง เหมาะกับนักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มที่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation) และกลุ่มที่เดินทางเพื่อสังสรรค์(Socialization)

นอกจากนี้ในปี พ.ศ.2558 ประเทศไทยจะต้องก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ซึ่งประชาคมอาเซียนจะเป็นประโยชน์ต่อประเทศไทยในการขยายการส่งออกและโอกาสทางการค้า ตลอดจนการบริการในสาขาที่ประเทศไทยมีความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งหนึ่งในจำนวนนั้นก็คือ “การท่องเที่ยว” เพราะประชาคมอาเซียนจะก่อให้เกิดกระแส การหลั่งไหลของแรงงานต่างชาติเข้ามาในประเทศไทย แต่ขณะเดียวกันผลกระทบของประชาคมอาเซียนต่อไทยคือมีการแข่งขันกันสูงในเวทีการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ การใช้ภาษาอังกฤษจะเป็นภาษากลางของอาเซียน ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงต้องเพิ่มทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ รวมถึงสามารถสื่อสารได้ อันเป็นความจำเป็นในการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียน (นรินทร์ สังข์รักษา, 2555ช : 307-316) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างดีที่สุด

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ การท่องเที่ยวแบบที่ไร้การเร่งรีบ (Slow Tourism) ถือเป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักมากกว่า 2 วันขึ้นไป ซึ่งเป็นแหล่งรายได้สำคัญของ 4 จังหวัดในภูมิภาคตะวันตก จึงนับเป็นรูปแบบใหม่สำหรับผู้สูงอายุที่เน้นการท่องเที่ยวหลากหลายแบบจึงต้องศึกษาทั้งด้านอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Demand Side) อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Supply Side) การตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยว จึงเป็นแผนงานที่ครบวงจรทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ นับเป็นตลาดใหม่ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย และรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ของ 10 ประเทศ รวมถึงญี่ปุ่น จีนและเกาหลีที่มีนักท่องเที่ยวหลั่งไหลมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ นับเป็นตลาดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะภูมิภาคตะวันตกติดต่อกับประเทศเมียนมาร์มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวได้ การเปิดตลาดการท่องเที่ยวแบบที่ไร้การเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุจึงสำคัญอย่างยิ่ง ภูมิภาคตะวันตกได้กำหนดนโยบายที่เน้นทำการตลาดท่องเที่ยวใหม่ๆ ดึงตลาดกลุ่มกระแสหลักที่มีศักยภาพในการจับจ่าย โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น และได้้นำความต้องการของนักท่องเที่ยวมาสร้างเรื่องราวเฉพาะ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านการเรียนรู้ (Transformative Learning) สิ่งๆด้านมิติวัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิม ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาของพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ถูกกลืนกลายในวัฒนธรรมสมัยใหม่ในการอนุรักษ์/เรียนรู้ผ่านการท่องเที่ยว มิใช่การรับอารยธรรมสิ่งใหม่ๆของความทันสมัย (Modernization) และนักท่องเที่ยวไม่ไปทำความเสียหายต่อพื้นที่ แต่กลับเป็นการเรียนรู้และการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน จึงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ ซึ่ง

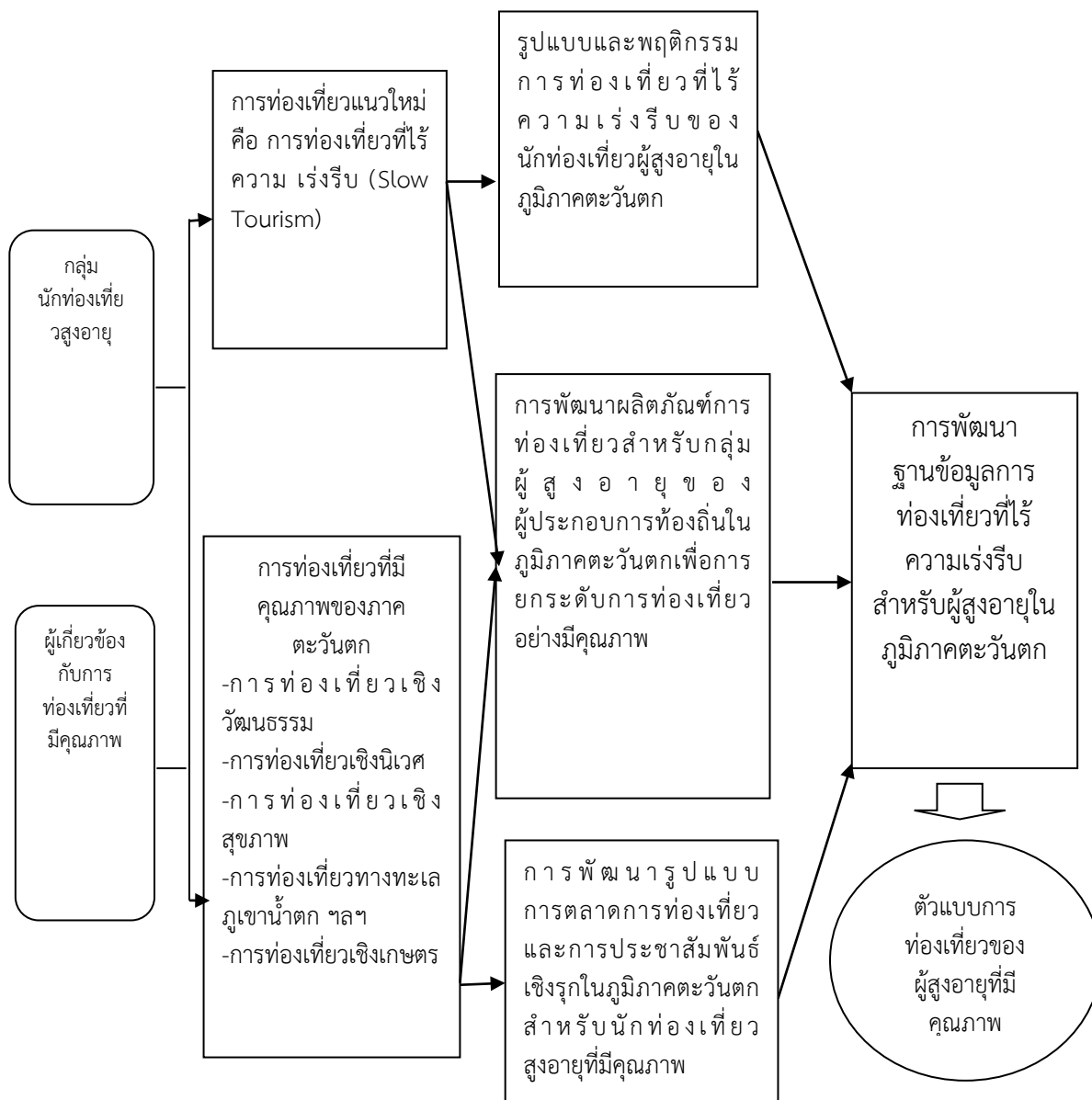
สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในระดับชาติ ตามยุทธศาสตร์วิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559) ที่มุ่งเน้นแผนการวิจัยวาระแห่งชาติทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ จึงเห็นได้ว่าการวิจัยในครั้งนี้สามารถที่จะยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งเน้นอุสสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและความพร้อม ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวคุณภาพทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระบบ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

นอกจากนี้ยังเป็นการวิจัยเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ โดยที่การท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตกจะสามารถเพิ่มมูลค่าได้ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของภูมิภาคตะวันตกให้เป็นต้นแบบการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ค้นหาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ ผลลัพธ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ศึกษาถึงโครงสร้างตลาด ความต้องการ และความเต็มใจจ่ายของการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ สามารถสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมาตรฐาน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน

1. เพื่อวางแผนการสร้างแรงจูงใจตามพฤติกรรม ทศนคติ และความต้องการการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
2. เพื่อวางแผนการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างคุณภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
3. เพื่อวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการในท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
4. เพื่อวางแผนการพัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก
5. เพื่อหาข้อเสนอเชิงนโยบายในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดของแผนงานวิจัยนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับการท่องเที่ยวย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เป็นแผนงานวิจัยที่ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ โดยวิธีการดำเนินการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยใช้วิธีการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย และการสังเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาทั้ง 4 โครงการ โดยดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสรุปประเด็นผลการวิจัยย่อย 4 โครงการ

การสังเคราะห์งานวิจัยนี้ เป็นวิธีปริทัศน์แบบพรรณนา (Narrative Review) ที่เป็นการสรุปเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษา โดยวิธีการบรรยายมีการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1. การสำรวจรวบรวมงานวิจัยมาสังเคราะห์ด้วยการศึกษาจากฐานข้อมูลวิจัยย่อย 4 โครงการ ได้แก่ การศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวสูงอายุในภูมิภาคตะวันตก การพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และการพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

2. กำหนดประเด็นที่แสดงลักษณะและสาระของงานวิจัย ด้วยการสรุปประเด็นตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยทั้ง 4 โครงการ

3. อ่านและทำความเข้าใจเนื้อหาของรายงานการวิจัยทั้ง 4 โครงการที่นำมาสังเคราะห์ ด้วยการจำแนกประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

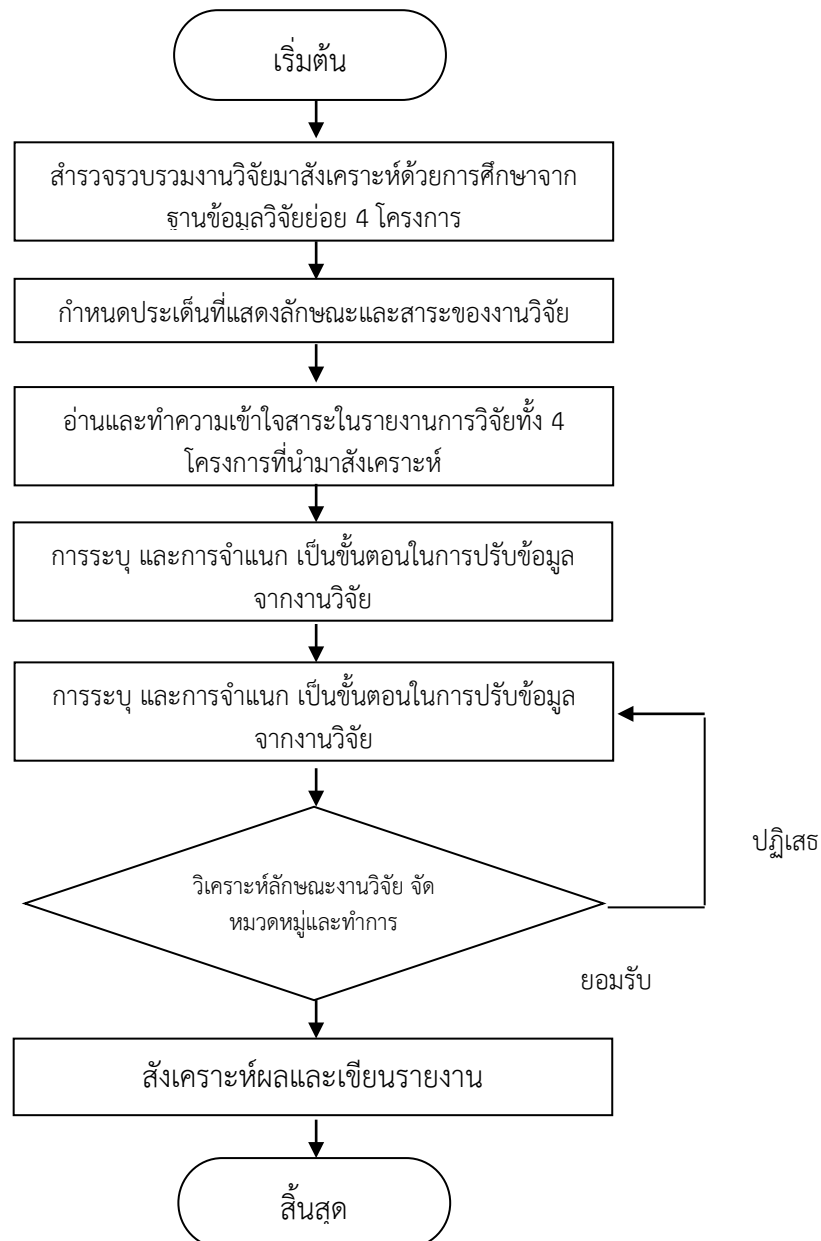
4. การระบุ และการจำแนก เป็นขั้นตอนในการปรับข้อมูลจากงานวิจัย ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนที่เป็นเนื้อหาของงานวิจัย (Substantive) และวิธีการวิจัย (Methodological) ซึ่งจะครอบคลุมโครงการวิจัยทั้ง 4 โครงการ ได้แก่ การศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวสูงอายุในภูมิภาคตะวันตก การพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และการพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

5. วิเคราะห์ลักษณะงานวิจัย จัดหมวดหมู่และทำการสังเคราะห์ โดยการจำแนกข้อมูลออกเป็นประเด็นสำคัญตามหัวข้อ ได้แก่ รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวสูงอายุในภูมิภาคตะวันตก รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และฐานข้อมูลการท่องเที่ยวที่ได้รับความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

6. สังเคราะห์ผลและเขียนรายงาน ตามประเด็นสำคัญ ได้แก่ รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวสูงอายุในภูมิภาคตะวันตก รูปแบบการตลาดการ

ท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการ
ยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และฐานข้อมูลการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุใน
ภูมิภาคตะวันตก

โดยสามารถเขียนแผนผังการวิจัยได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การสรุปประเด็นผลการวิจัยย่อย 4 โครงการ

ขั้นตอนที่ 2 การจัดประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy meeting)

การประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy meeting) นี้ เป็นการจัดขึ้นเพื่อนำเสนอผลการศึกษาของโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ ได้แก่ การศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก การพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และการพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก มาดำเนินการสังเคราะห์ออกมาเป็นรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในภูมิภาคตะวันตก เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้อันเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกได้ให้ข้อเสนอแนะ โดยมีแนวทางการดำเนินงาน ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant)

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เทคนิคการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy meeting) กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ดังนี้

ตารางที่ 2 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy meeting)

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	สถานที่ทำงาน
1	คุณวสันต์ กิตติกุล	นายกสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี	โรงแรมลองบีช ชะอำ
2	คุณวันดี โมกขธรรมกุล	ผอ. ฝ่ายการตลาด	โรงแรมลองบีช
3	คุณพรเนตร ปฐมดิฉันท์	กรรมการสมาคมโรงแรม	โรงแรมMorning Glory Resort
4	ผอ. อีสระพงษ์ แทนศิริ	ผอ. ททท. กาญจนบุรี	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาจังหวัดกาญจนบุรี
5	ผอ. อัครวิชัย เทพาสิต	ผอ. ททท. เพชรบุรี	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาจังหวัดเพชรบุรี
6	ผอ.อรสา อาวุธคม	ผอ. ททท. ประจวบคีรีขันธ์	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
7	รอง ผอ.สรียา บุญมาก	รอง ผอ. ททท. ประจวบคีรีขันธ์	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
8	คุณพระวี สีเหลืองสวัสดิ์	ตัวแทนผู้ประกอบการ	ร.ร.อนันตรักษ์การบริการ
9	คุณวรวิทย์ บัววัฒนา	ตัวแทนผู้ประกอบการ	
11	อาจารย์ปรีณธ์ ชิมโชติ	นักวิชาการและอาจารย์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร
12	อาจารย์ ดร. อัญญา นิลนพคุณ	นักวิชาการและอาจารย์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	สถานที่ทำงาน
13	ผศ.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	นักวิชาการและอาจารย์ มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร
14	อาจารย์ลัดดา ชูใจ	คณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยราชภัฏ เพชรบุรี
15	ครูเอื้อมพร โดภานุรักษ์กุล	โรงเรียน ชะอำคุณหญิงเนื่องบุรี	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ จ.เพชรบุรี
16	คุณพิทักษ์ ไปเร็ว	นักสื่อสารมวลชน TV	
17	คุณพิทักษ์ วราฤทธิชัย	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม	
18	คุณมัทธมา อุดมศิลป์	อาจารย์พิเศษ สาขาการ ท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
19	คุณอารมณีย์ เฟื่องฟู	อดีตรอง ผอ ร.พ. พระจอมเกล้า	รองประธานชมรมผู้สูงอายุ จ.เพชรบุรี
20	คุณ ธีรศักดิ์ สหัสสพาศน์	คณะทำงานรัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
21	คุณสีหชัย ขอเสงี่ยม	อดีตรองนายแพทย์สาธารณสุข จังหวัดราชบุรี	จ. ราชบุรี
22	คุณถนอม คงยิ้มละม้าย	พิพิธภัณฑสถานถนอม	จ. เพชรบุรี
23	คุณนุชชา จำปาทอง	พิพิธภัณฑสถานถนอม	จ. เพชรบุรี
24	คุณนลินรัตน์ คำปัฐนันท์ ธร	34 หมู่ 1 ต. มาบปลาเค้า	อ. ท่ายาง จ. เพชรบุรี
25	ดร.กริณีย์ สุทธารมณ	เจ้าของโรงแรมไดมอนด์ สโมสรร โรคารีเพชรบุรี ภาค 3330	โรงแรมไดมอนด์ เพชรบุรี
26	คุณสุวิมล วรรณพิณิต	ผู้ประกอบการเครื่องดื่มน้ำและที่พับ	ชะอำ จ. เพชรบุรี
27	คุณนรินรัตน์ คำปัฐนันท์	กลุ่มไทยทรงดำ	34 หมู่ที่ 1 ต.มาากลาง อ.ท่ายาง
28	คุณศจี แสงทอง	ประธานกลุ่ม	กลุ่มหัตถกรรมจากตาล เพชรบุรี
29	คุณดวงกมล คนดี	รองประธาน	กลุ่มหัตถกรรมจากตาล เพชรบุรี
30	คุณสุพัตรา ดนตรี	สมาชิก	กลุ่มหัตถกรรมจากตาล เพชรบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยเป็นเครื่องมือหนึ่งในการวิจัย โดยที่คณะผู้วิจัยเข้าไปสังเกตการณ์และเข้าร่วมกิจกรรม ดำเนินการเก็บข้อมูลในระหว่างจัดกิจกรรม โดยการสังเกตพฤติกรรม จากการจัด Policy meeting การจดบันทึก นอกจากตัวคณะผู้วิจัยซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการวิจัยแล้ว สิ่งที่ผู้วิจัยเตรียมไว้ ได้แก่

1. แบบบันทึกข้อมูล โดยผู้วิจัยได้เตรียมไว้ล่วงหน้าก่อนเข้าร่วมกิจกรรมการจัด Policy meeting ผู้วิจัยจะนำแบบบันทึกข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบและตรวจสอบความถูกต้องจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลการสังเกต และการจัด Policy meeting โดยการบันทึกข้อมูลนั้น ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล และสามารถจะเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนที่ขาดหายไปได้ตลอดเวลา
2. เครื่องบันทึกเสียง ใช้ขณะบันทึกขณะจัดกิจกรรม โดยผู้วิจัยจะขออนุญาตจากกลุ่มก่อน ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลสามารถตรวจสอบกับข้อมูลที่ได้อีกและข้อมูลที่ตกหล่นที่ไม่สามารถจดบันทึกขณะนั้นได้
3. กล้องถ่ายรูป โดยบันทึกภาพปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในชุมชนทั้งบุคคลและสถานที่ ตลอดจนระหว่างดำเนินการจัดกิจกรรมการจัด Policy meeting เพื่อใช้ประกอบรายงานการวิจัย

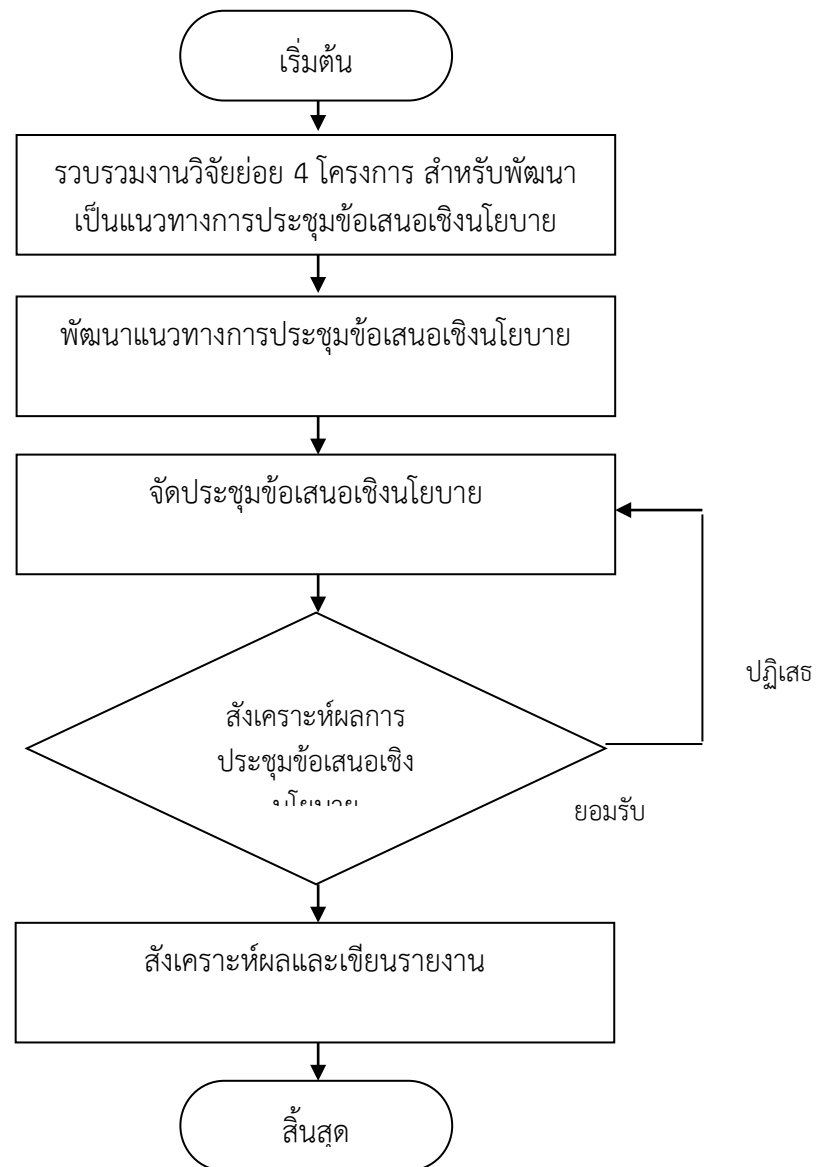
การเก็บรวบรวมข้อมูล

รวบรวมความคิดเห็นของการจัด Policy meeting ที่เกี่ยวกับการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้วยการมีส่วนร่วมของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพระหว่างการจัด Policy meeting โดยผู้วิจัยเป็นผู้สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม จดบันทึกและบันทึกภาพและเสียงโดยทีมงานในระหว่างสนทนากลุ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นการวิเคราะห์แบบองค์รวม ในลักษณะของการหาความสัมพันธ์ของผลการศึกษาที่นำไปสู่การสรุปประเด็นที่เป็นตัวแปรสำคัญในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุในระดับสากล ซึ่งผลการวิจัยที่ได้นั้น จะนำไปสู่การวางแผนการดำเนินงานการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุระดับสากลที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง อันจะก่อให้เกิดการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกอย่างยั่งยืน

โดยสามารถเขียนแผนผังการวิจัยได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 การจัดประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการดำเนินโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ

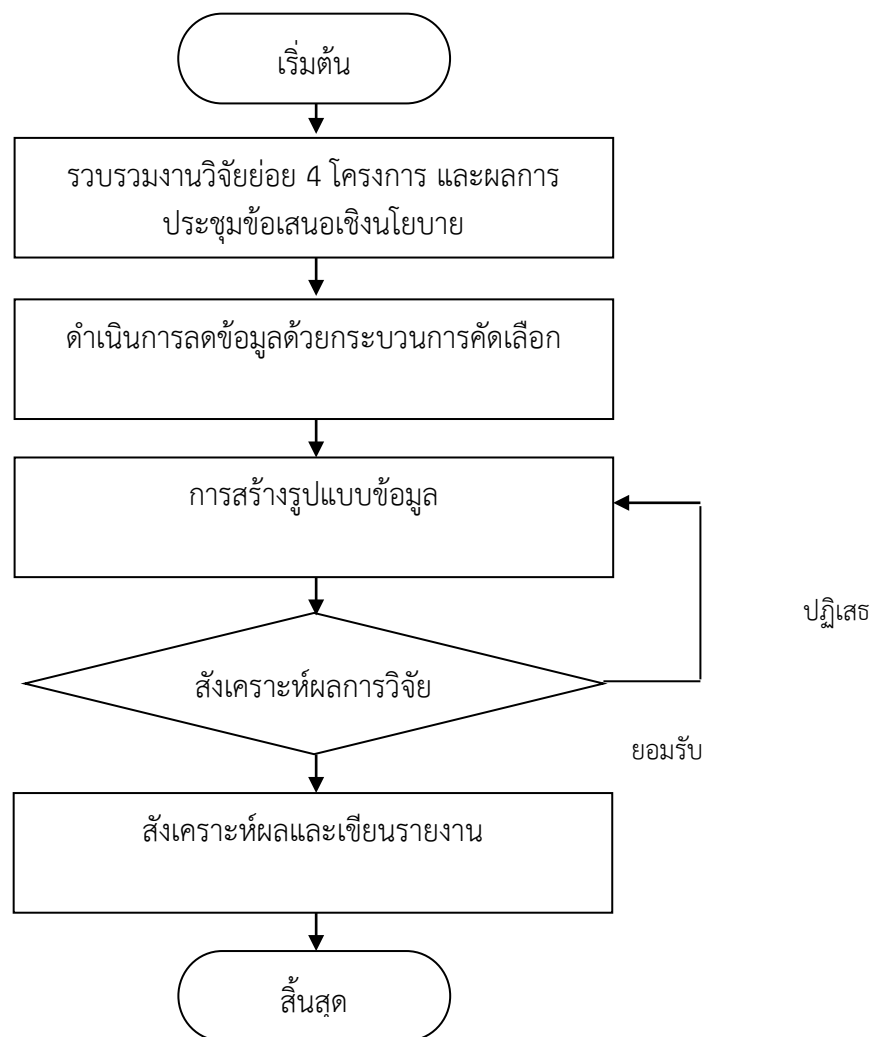
ในการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยดำเนินการโดยวิเคราะห์ข้อมูลแบบการเทียบเคียง รูปแบบ (pattern matching) (Yin, 2003, p. 9) โดยการสร้างข้อสรุปจากการดำเนินโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางทฤษฎี (theory) ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้แนวคิดในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557) เป็นแนวทางในการเรียบเรียงข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของไมล์และฮูเบอร์แมน (Miles & Huberman, 1994, pp. 10-11) ที่ได้เสนอแนะถึงขั้นตอนการจัดการกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการวิจัย ในรายละเอียดซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ การลดข้อมูล (data reduction) การจัดรูปข้อมูล (data display) และการร่างข้อสรุปและการยืนยัน (conclusion drawing and verification) โดยมีรายละเอียดของการดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ (Yin, 2003, p. 9)

1. การลดข้อมูล หมายถึง กระบวนการคัดเลือก การเน้น การทำให้อยู่ในรูปที่ เข้าใจง่าย การย่อความ และการแปลงข้อมูลด้วยการลดข้อมูลดิบให้พร้อมสำหรับ การนำไปใช้ในขั้นตอนต่อไป การจัดการกระทำกับข้อมูลด้วยการลดข้อมูลนี้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นตลอดการทำวิจัย รวมถึงก่อนที่จะเริ่มทำการวิจัยก็ต้องการวางแผนเกี่ยวกับแนวทางการลดข้อมูลนับตั้งแต่การระบุนกรอบแนวคิดการวิจัย กรณีศึกษา ที่ต้องการทำวิจัย ปัญหาการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสมแล้วด้วย สิ่งที่คณะผู้วิจัยกระทำในการลดข้อมูลคือ การเขียนสรุป การร่างหัวข้อย่อที่เกี่ยวข้อง การจัดกลุ่ม การสร้างหลักในการจำแนกกลุ่มของข้อมูล

2. การจัดรูปข้อมูล หมายถึง การสร้างรูปแบบข้อมูลที่สามารถสื่อสารกับผู้อ่าน ให้เข้าใจง่าย โดยการใช้ข้อมูลภายหลังการลดข้อมูลและนำมาจัดรูปข้อมูล เพื่อพิจารณาถึงข้อมูลที่มีความเหมือนกัน เพื่อยืนยันความถูกต้อง และพิจารณาถึงความต่างกันของข้อมูลดังกล่าวเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อสรุปของการวิจัย

3. การร่างข้อสรุปและการยืนยัน หมายถึง การตีความ การทำความเข้าใจถึง รูปแบบความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงกันของข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา

โดยสามารถเขียนแผนผังการวิจัยได้ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการดำเนินโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การดำเนินงานของแผนงาน การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เป็นการดำเนินการการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และภายใต้ชุดโครงการวิจัย/แผนงาน ที่มุ่งเน้นการตอบปัญหาในระดับภูมิภาคตะวันตกเกี่ยวกับ การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ศึกษาทั้งด้านอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Demand Side) อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Supply Side) การตลาดและการประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยว จึงเป็นแผนงานที่ครบวงจรทั้งต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยการสังเคราะห์จากผลการวิจัยของโครงการย่อย เป็นข้อเสนอเชิงนโยบาย แผนงานวิจัยทำหน้าที่ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยว ภาคตะวันตกดำเนินการพัฒนาเพื่อการยกระดับการ

ท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในภาคตะวันตกและนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพรองรับศูนย์กลางการท่องเที่ยวประชาชนอาเซียน

1.6 พื้นที่วิจัย

พื้นที่วิจัย ได้แก่ 4 จังหวัดของภูมิภาคตะวันตก ประกอบด้วย จังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดเพชรบุรี

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลสภาพการณ์ ความต้องการ ความพึงพอใจ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก
2. ได้รูปแบบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก
3. ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกได้ทราบถึงศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
4. ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นได้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้า และของที่ระลึกที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุและสะท้อนอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
5. ได้ทราบถึงสภาพโดยทั่วไปเกี่ยวกับโครงสร้างตลาด ประเภทของการท่องเที่ยว ความต้องการ และความเต็มใจจ่ายของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ อันเป็นข้อมูลสำหรับนำไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและศักยภาพของพื้นที่
6. ได้ทราบถึงรูปแบบการตลาดเชิงรุกการท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุ และแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สำหรับนำไปใช้ในการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น อันนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดเชิงรุกของตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกที่มีประสิทธิภาพ
7. มีแอปพลิเคชันของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหารและแหล่งซื้อของฝากที่สามารถค้นหาได้ง่าย
8. มีแอปพลิเคชันของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถใช้ได้อย่างสะดวกและเข้าถึงได้ทุกสถานที่
9. ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายในการจัดการการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ

1.8 นิยามศัพท์

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อระยะและวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ ในที่นี้หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสุขภาพและความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว ในภูมิภาคตะวันตก 4 จังหวัด

พฤติกรรมกรท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำในกิจกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกที่แสดงออกให้เห็น ได้แก่ การได้รับการข้อมูลข่าวสาร วัตถุประสงค์ ระยะเวลา จำนวนครั้ง ลักษณะการท่องเที่ยว แผนการเดินทางและพาหนะในการท่องเที่ยว รวมถึงความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

ภูมิภาคตะวันตก หมายถึง ภูมิภาคย่อยทางตะวันตกของประเทศ เป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลาย ตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ การจัดแบ่งภูมิภาคตามคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แบ่งภาคตะวันตกประกอบด้วย 8 จังหวัด ได้แก่ สุพรรณบุรี กาญจนบุรี นครปฐม สมุทรสาครสมุทรสงครามราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการศึกษาเฉพาะ จังหวัดนครปฐม จังหวัดราชบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดเพชรบุรีในที่นี้หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกของผู้สูงอายุ

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ เป็นการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยว ในที่นี้หมายถึง การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกของผู้สูงอายุ

กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ประกอบธุรกิจบริการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจ โดยได้รับรายได้จากการให้บริการนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งตอบแทน อันจะนำไปสู่ผลกำไรที่เป็นวัตถุประสงค์หลักของการประกอบธุรกิจ

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางมาจากถิ่นที่อยู่ปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้และรวมถึงผู้รับบริการหรือความสะดวกจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวโดยเสียค่าบริการ ในที่นี้หมายถึง นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุภูมิภาคตะวันตก

ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง สินค้าเพื่อการท่องเที่ยวที่สะท้อนภูมิปัญญา วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

แอปพลิเคชัน หมายถึง โปรแกรมหรือซอฟต์แวร์ที่ถูกออกแบบสำหรับสมาร์ทโฟนที่มีแอนดรอยด์เป็นระบบปฏิบัติการเพื่อนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวทั้งแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์

ฐานข้อมูลการท่องเที่ยว หมายถึง ข้อมูลการท่องเที่ยวที่ถูกรวบรวมเข้าด้วยกัน โดยจัดเก็บไว้ อย่างมีระบบและสามารถเรียกใช้ได้ทั้งแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์จากสมาร์ทโฟนที่มีแอนดรอยด์ เป็นระบบปฏิบัติการ รวมทั้งสามารถสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวและนำทางไปยังแหล่งที่มีข้อมูลการท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรีและประจวบคีรีขันธ์ ได้

ตัวแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ หมายถึง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของผู้ประกอบการที่คำนึงถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เข้ามาใช้ในการกระบวนการพัฒนา การตลาดเชิงรุก การประชาสัมพันธ์ ผลិតภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยว และแอปพลิเคชัน รวมถึงการมีกลยุทธ์ในการดำเนินการที่ยึดหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.9 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด จากกิจกรรมประจำวันและการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึงการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล การเดินทางนั้นจะมี การค้างแรมหรือไม่ จากการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้องได้มีนักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว ให้คำนิยามหรือความหมายของการท่องเที่ยวตั้งแต่วงแคบจนขยายออกกว้าง ได้แก่

องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO) กำหนดความหมายของการเดินทางที่เป็นการ ท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเป็นการเดินทางด้วย ความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ ในขณะที่สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้หมายเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือ เพื่อความ สนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อ ศึกษาหา ความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการ ท่องเที่ยวทั้งสิ้น สำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า เป็น การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวโดยเป็นการเดินทางไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทาง

ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อ เยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ และในขณะเดียวกัน Robert Cristie Mill และ Alastair M. Morrison (1985) ให้ ความหมายการ ท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของการนันทนาการ (Recreation) ของ มนุษย์ เป็น กิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง (Leisure Time) โดยผูกพันอยู่กับการเดินทางจากที่หนึ่ง ซึ่งเป็นบ้าน ของตัวเองไปสู่อีกที่หนึ่งซึ่งถือว่าเป็นวัตถุประสงค์เพื่อประสบการณ์และความรู้เพื่อการ ผ่อนคลาย ร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่างๆ

จากคำนิยามต่างๆ สามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อ พักผ่อนหย่อน ใจ เพื่อหาความสนุกสนาน ผ่อนคลายความเครียด โดยเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัย ปกติ ไปยังที่ อื่นชั่วคราวด้วยความสมัครใจ

สำหรับองค์ประกอบการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่ องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้าน การท่องเที่ยวมี 4 ประการ ได้แก่ ประการที่ 1 สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ และการให้ ความบันเทิง สำหรับประการที่ 2 คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการ ท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการคือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก สถานที่นันทนาการและปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ และประการที่ 3 การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยัง แหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย ถนนหนทาง ระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้า และออกจากเมืองต่างๆ ในการเดินทางจากสนามบินของ ประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็ว แต่ไปเสียเวลาเพราะระบบจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความ ไม่สะดวก ถือว่ายังเป็นสิ่งที่บกพร่องที่ควร แก้ไข สุดท้ายประการที่ 4 คือ การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ ต้องการกลับไปยัง สถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงาน บริการในพื้นที่ มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

อีกทั้ง ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2544); ศรีญา วรากุลวิทย์. (2551); และบุญเลิศ จิตตั้ง วัฒนา.(2548) ได้กล่าวไว้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผสมผสาน สินค้าและบริการหลายอย่างโดยผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในลักษณะที่เป็น การบริการที่จับต้องไม่ได้แต่สามารถให้คุณค่าทางจิตใจกับนักท่องเที่ยวได้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมี องค์ประกอบของสินค้าและบริการมากมายซึ่งองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามคำจำกัดคำ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) หมายถึงธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุก ประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวมี 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ องค์ประกอบแรกคือ ทรัพยากร ท่องเที่ยวมีทั้งประเภทที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมทรัพยากรการ ท่องเที่ยวจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งในระบบการท่องเที่ยวความแตกต่างและความ หลากหลายทรัพยากรการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างไรก็ตาม

ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกและทางลบต่อท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวได้เช่นกัน องค์ประกอบที่สอง การตลาดท่องเที่ยวการตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวใช้ในการจัดการอุปทานและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ตรงกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดที่รวมไปถึงการพยากรณ์ทางการตลาดทำให้ทราบความต้องการแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแนวโน้มด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยว สภาพการณ์ที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรหรือแหล่งท่องเที่ยวการตลาดยังช่วยทำให้เข้าใจวงจรชีวิตของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยความหลากหลายและความสมบูรณ์ของข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องนำมาศึกษาเพื่อกำหนดแผนการตลาดอันจักสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่ก่อเกิดรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเองการตลาดมีส่วนสำคัญมากในการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้คนปรารถนาเดินทางท่องเที่ยว องค์ประกอบที่สาม นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเชิงอุปสงค์ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ปราศจากผู้ซื้อเนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายและความพึงพอใจถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวก็ไม่มีผู้มาใช้บริการทางการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวถ้าหากประเทศใดหรือพื้นที่ใดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากก็เกิดกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวต่างๆ ในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากตามไปด้วยนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้อีก 3 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวนานาชาติ (Inbound tourist) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพำนักอยู่ในประเทศอื่นที่ไม่ใช่ที่อยู่ของตนเองโดยมีระยะเวลาไม่น้อยกว่าหนึ่งคืนแต่ไม่เกินหนึ่งปีโดยมีวัตถุประสงค์ที่มีไม่เพื่อการหารายได้และบุคคลที่เดินทางในลักษณะดังกล่าวแต่พำนักในสถานที่นั้นน้อยกว่าหนึ่งคืนเรียกว่านักทัศนจร (International excursionist) นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourists) หมายถึงนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในประเทศหนึ่งและเป็นคนสัญชาตินั้นหรือไม่ก็ตามได้มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศแต่เป็นที่อื่นที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัยของเขาในระยะเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงหรือหนึ่งคืนโดยมีวัตถุประสงค์ที่มีไม่เพื่อการหารายได้จากสถานที่ไปเที่ยว และ นักทัศนจร (Excursionists) หมายถึงผู้เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตนเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ องค์ประกอบลำดับสุดท้ายเป็นธุรกิจท่องเที่ยวหรือกล่าวรวมถึงธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประกอบไปด้วยธุรกิจหลายประเภทอันเกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการซึ่งมีธุรกิจหลักได้แก่ธุรกิจนำเที่ยวอันเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยวและการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกโดยตรงให้แก่นักท่องเที่ยวนอกจากนี้ยังมีธุรกิจที่พักแรมซึ่งเป็นธุรกิจที่จำเป็นต่อการพักผ่อนหลังจากเดินทางของนักท่องเที่ยวธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ต้องมีไว้บริการเพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงอยู่ของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นมนุษย์ธุรกิจการขนส่งการเดินทางออกจากที่พักอาศัยเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวต้องอาศัยพาหนะธุรกิจการขนส่งจึงเป็นธุรกิจที่เชื่อมต่อระหว่างที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกนักท่องเที่ยวมักซื้อสินค้าต่างถิ่นกลับไปเป็นของที่ระลึกให้ตนเองหรือบางวัฒนธรรมก็นำไปฝากญาติหรือคนรู้จักธุรกิจนี้ยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวได้อีกด้วย

จากข้อมูลเบื้องต้นสามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยว นั้น จะต้องประกอบด้วย ปัจจัยหลักๆ หลายปัจจัยได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง การต้อนรับ ทรัพยากรท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว โดยหนึ่งในองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเที่ยว คือ การตลาดท่องเที่ยว ได้เป็นตัวแปรสำคัญของการศึกษานี้ คณะผู้วิจัยจึงนำไปใช้เป็นแนวทางของการศึกษา

1.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลกมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นสินค้าหลักในหลายประเทศ เป็นแหล่งรายได้เงินตราต่างประเทศที่สำคัญส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นและสร้างงานสร้างอาชีพให้ประชาชนจำนวนมากหลายประเทศถือเป็นนโยบายให้การส่งเสริมอย่างจริงจัง (เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว , (2556) อ้างถึงใน ปรีชา แดงโรจน์, 2544: 30 – 31) ความสำคัญในภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบ่งได้เป็น 3 ด้านดังนี้ ด้านแรกเป็นด้านพัฒนาเมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาความเจริญก็ไปถึงภูมิภาคนั้นๆ อาทิเช่นระบบสาธารณสุขปลอดภัย คมนาคมโรงแรมภัตตาคารร้านค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ด้านที่สองเป็นด้านเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก, รายได้จากท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัว รวมไปถึงการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศและมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นการลดการว่างงานลงประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้นซึ่งมีผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปแบบภาษีอากรประเภทต่างๆ ด้านที่สามคือ ด้านสังคมจะประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมสร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน, การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน, การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดความภาคภูมิใจความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติและการท่องเที่ยวช่วยจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบทช่วยบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของประเทศชาติให้เป็นที่รู้จักในสังคมโลกอันจะเป็นผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจสังคมและการเมืองในเวทีระหว่างประเทศในยุคโลกาภิวัตน์เป็นอย่างดีดังที่ประเทศต่างๆ ทั่วโลกจึงใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาบ้านเมืองกันอย่างกว้างขวาง

1.2 คุณลักษณะเฉพาะของการบริการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ซึ่งเป็นผลจากการใช้เวลาในการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่งโดยคุณลักษณะเฉพาะของการบริการท่องเที่ยวในฐานะผู้มอบและผู้เลือกใช้บริการผู้ที่

เกี่ยวข้องกับควรเข้าใจว่าคุณลักษณะจะไม่เหมือนกับการขายสินค้าโดยทั่วไปการท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะ (Middleton; et al. 2010; Kotler; et al. 2006) ได้แก่ ประการที่หนึ่ง เป็นนามธรรมการท่องเที่ยวเป็นบริการชนิดหนึ่งซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่มีตัวตนไม่สามารถสัมผัสหรือจับต้องได้ ผู้ใช้บริการท่องเที่ยวได้รับบริการในรูปของผลที่จะได้รับภายหลังจากที่ได้ใช้บริการนั้นแล้วเท่านั้น ตัวอย่างเช่นนักท่องเที่ยวจ่ายเงินซื้อบริการท่องเที่ยวและได้เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ผลที่ได้รับภายหลังจากการท่องเที่ยวก็คือความรู้ความรู้สึกและประสบการณ์ในการท่องเที่ยวซึ่งเป็นลักษณะของนามธรรมผิดกับการซื้อสินค้าที่จับต้องได้เพราะเมื่อผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อสินค้าแล้วก็ได้รับสินค้าเป็นกรรมสิทธิ์ ประการที่สอง มีอัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์พิเศษเป็นของตนเองที่แตกต่างกันออกไปทั้งด้านสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและสิ่งดึงดูดในการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นบางครั้งอาจมีการสร้างลักษณะของการท่องเที่ยวบางประการที่เป็นการเลียนแบบกันจึงจำเป็นที่ผู้ขายบริการต้องใช้กลยุทธ์ที่แสดงให้เห็นความแตกต่างว่างานบริการหรือแหล่งท่องเที่ยวมีคุณลักษณะเด่นหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองอย่างไรที่ให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าและสนใจมาใช้บริการมากขึ้น ประการที่สาม การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกันการท่องเที่ยวมีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันตัวอย่างเช่นการเดินทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนักท่องเที่ยวได้รับบริการในเวลาและสถานที่ได้ถูกกำหนดไว้แล้วกล่าวคือในขณะที่มีการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินอยู่นั้นบริษัทนำเที่ยวก็กำลังให้บริการไปด้วย ดังนั้นการผลิตและการบริโภคจึงเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกันเป็นส่วนใหญ่ ประการที่สี่ การบริการไม่สามารถแยกจากกันได้ การซื้อบริการท่องเที่ยวไม่สามารถแยกออกจากการบริการตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยวได้โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวดังนั้นการบริการจึงเกิดขึ้นตลอดเวลาตั้งแต่การซื้อรายการนำเที่ยวบริษัทนำเที่ยวต้องให้บริการตั้งแต่การออกเดินทางจากจุดเริ่มต้นจนกระทั่งการเดินทางท่องเที่ยวสิ้นสุดลงนั่นคือการเดินทางกลับถึงบ้านหรือจุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวจึงจกเรียกว่ากระบวนการขายบริการท่องเที่ยวเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ประการที่ห้า การบริการมีลักษณะสูญเปล่าหรือสูญเสียได้ง่ายการบริการท่องเที่ยวไม่สามารถเก็บเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าจับต้องได้ทั่วไป เหมือนกับสินค้าที่ผลิตออกมาแล้วถ้ายังไม่ได้ขายหรือขายไม่ได้ก็ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้แต่ในธุรกิจการบริการและการท่องเที่ยวถ้าผู้ซื้อไม่มาใช้บริการในเวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้บริการนั้นก็สูญไปเช่นกันถ้าไม่มีผู้มาซื้อบริการการให้บริการก็ไม่สามารถเกิดขึ้นอย่างเช่นถ้าบริษัทนำเที่ยวไม่สามารถหาลูกค้ามาได้ตามจำนวนจุดคุ้มทุนก็เท่ากับเสียโอกาสในการทำรายได้และกำไรโดยจำนวนที่ขาดไปไม่ครบนั้นไม่สามารถเก็บรักษาซึ่งเท่ากับสูญไปนั่นเอง และประการสุดท้าย การรับบริการนั้นหนาท่องเที่ยวบางรูปแบบเป็นฤดูกาลการบริการท่องเที่ยวเป็นบริการที่มีลักษณะการซื้อขายเป็นช่วงๆ จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับเวลาฤดูกาลสภาพภูมิอากาศเป็นต้นเช่นในฤดูร้อนโรงแรมตามสถานที่ตากอากาศชายทะเลห้องพักรักเต็มแต่ในหน้าฝนห้องพักตามโรงแรมเหล่านี้จะมีห้องว่างมากหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์ในเรื่องงานเทศกาลสำคัญมักมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจำนวนมากในช่วงเวลางานแต่พอไม่ใช่ช่วงงานเทศกาลนักท่องเที่ยวก็มีจำนวนลดลง

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุป คุณลักษณะเฉพาะของการบริการท่องเที่ยว ออกเป็น 6 ด้านได้แก่ การเป็นนามธรรม มีอัตลักษณ์ การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกัน การบริการไม่สามารถแยกจากกันได้ การบริการมีลักษณะสูญเปล่าหรือสูญเสียได้ง่าย และ

การรับบริการนันทนาการท่องเที่ยวบางรูปแบบเป็นฤดูกาล ซึ่งคณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้ไปใช้ในการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

1.3 รูปแบบการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

รูปแบบการท่องเที่ยวที่จัดแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางเป็นการจัดแบ่งอีกรูปแบบหนึ่งที่พิจารณาจากจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบใหญ่คือการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนการท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (สุวัฒน์ จูชากรณ์; และจริญญา เจริญสุขใส, 2545) รูปแบบแรก คือ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนเป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงสภาพชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อหรือต้องการเปลี่ยนสภาพแวดล้อมเดิมเพื่อให้ร่างกายและจิตใจได้รับการพักผ่อนเช่นหลีกเลี่ยงอากาศหนาวในประเทศของตนความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งแปลกใหม่ไปจากเดิมหรือบางครั้งต้องการเพียงแค่ออกไปสู่อากาศหรือเพื่อชมทิวทัศน์ที่สวยงามแตกต่างการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นจุดประสงค์พื้นฐานหลักของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั่วโลกทั้งนี้วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนจะแตกต่างกันในรายละเอียดและเป็นตัวระบุกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ รูปแบบที่สองเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาแคนาดาและสหราชอาณาจักรประชากรมักจะเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นวัตถุประสงค์หลักจึงเปรียบเสมือนว่าธุรกิจกับการเดินทางต้องอยู่คู่กันเสมอแม้ว่าการเดินทางเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับการทำงานแต่ก็จัดเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งเนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะสร้างรายได้ให้กับจุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจไปเยือนและนักธุรกิจนั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปอยู่ณสถานที่นั้นเพื่อที่จะทำงานหารายได้อย่างเดียวหากต้องบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งหมายถึงการเข้าพักในโรงแรมการใช้บริการห้องประชุมซื้อของฝากของที่ระลึกต่างๆ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์ทางธุรกิจแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้ หนึ่ง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular business travel) หมายถึงการเดินทางไปติดต่อประสานงานหรือเซ็นสัญญาเกี่ยวกับธุรกิจโดยอาจมีระยะเวลาในการหยุดพักผ่อน 2 – 3 วันแทรกอยู่ในการเดินทางนั้นเช่นนักธุรกิจชาวอังกฤษเดินทางมาเซ็นสัญญาหุ้นส่วนโรงแรมในประเทศไทยหรือตัวแทนขายประกันเดินทางไปเยี่ยมลูกค้า สอง การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive, Conference/ Convention/ Congress and Exhibition: MICE)

2. แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความยั่งยืน (Sustainability) คำว่า Sustainability หรือ Sustainable นั้น Oxford English Dictionary (สัมพันธ์ มีสิทธิ์, 2540; อ้างอิงจาก Hornby, 1995) ให้คำนิยามว่า Sustainable คือความสามารถที่จะดำรงอยู่ได้ to Sustain คือการรักษาบุคคลชุมชนไม่ให้ล่มสลายหรือรักษาชีวิตให้ดำรงอยู่ได้

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลายและธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพเพื่อให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรมในขณะเดียวกันชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสมโดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอแต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดอย่างยั่งยืนยาว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542 อ้างถึงใน ชนธัญ แสงพุ่ม, 2556)

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันโดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสของอนุชนรุ่นหลังด้วยการจัดการท่องเที่ยวที่มีความหมายต่อการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคมและความงามทางสุนทรียภาพในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศได้ทั้งนี้แนวคิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไปขอบเขตการพัฒนาจึงครอบคลุมทุกส่วนของ การท่องเที่ยวเช่นกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องดำรงอยู่ได้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลายกิจการด้านการบริการมีกำไรแม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอและผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติสังคมและวัฒนธรรมต้องไม่มีหรือมีน้อยที่สุด

ในการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาหรือการประชุม EARTHSUMMIT ที่กรุงริโอเดอจาเนโรประเทศบราซิลได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบไม่ว่าจุดหมายปลายทางจะเป็นที่ใดจะเป็นกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กทั้งในเมืองและชนบท

ในการประชุม Globe'90 ณประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าหมายถึงการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบันโดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ การท่องเที่ยวที่มีความหมายถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคมและความงามทางสุนทรียภาพในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 2-3) กล่าวว่าการศึกษาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีลักษณะสำคัญ 6 ประการ ได้แก่ หนึ่ง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภททั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถานโบราณวัตถุแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีกิจกรรมในท้องถิ่น สอง เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว สาม เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม สี่ เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้และได้ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ห้า เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสุดท้าย เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

การจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้นนักวิชาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้จำแนกรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนออกเป็น 2 รูปแบบตามทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็น 2

ประเภท (รำไพพรรณแก้วสุริยะ. 2544ก: 12อ้างถึงในชนธัญแสงพุ่ม, 2556) คือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกี่ยวทางธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืนAGENDA 21 การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในแหล่งธรรมชาติ ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล 3) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร 4) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาหรือศิลาสัญจร สำหรับการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 2) การท่องเที่ยววัฒนธรรมและประเพณี 3) การท่องเที่ยววิถีชีวิตในชนบท

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) คือการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลและแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเลโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืนกิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเลอาทิเดินป่าชมธรรมชาติป่าบนเกาะป่าชายเลนการดำน้ำดูปะการังการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตรวนเกษตรสวนสมุนไพรปศุสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตรได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาหรือศิลาสัญจร (Litho Travel) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นลานหินทรายอุโมงค์โพรงถ้ำน้ำลอดถ้ำหินงอกหินย้อยเพื่อดูความงามภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลกศึกษาธรรมชาติของหินประเภทต่างๆ และซากฟอสซิลได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อาจจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ต่างๆ อาทิทัวร์เส้นทางศิลปะชมตามรอยพ่อขุนเม็งรายเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นจัดขึ้นได้รับความ

ผลิตเพลินและมีความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรมโดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยววัฒนธรรมและประเพณีได้แก่งานประเพณีในราชสำนัก (ประเพณีหลวง) และประเพณีพื้นบ้านอาทิพระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญประเพณีสงกรานต์ประเพณีลอยกระทง เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism or Village Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่นเพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้านมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อมโดยประชาคมในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้แก่หมู่บ้านช้าง (ปางช้าง) หมู่บ้านทอผ้าหมู่บ้านทำเครื่องเงินหมู่บ้านทำร่มหมู่บ้านจักสานหมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรมสำคัญในการท่องเที่ยวเช่นการพักผ่อนในรีสอร์ทที่มีบริการรักษาสุขภาพการท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมการรับประทานอาหารชีวจิตอาหารมังสวิรัตินอกการฝึกสมาธิการฝึกออกกำลังกาย เป็นต้นมักมีกำหนดเวลาช่วงหนึ่งเพื่อให้เกิดผลเช่น 7 วัน 5 วันหรือ 3 วัน เป็นต้น(กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544: 22) ทั้งนี้กิจกรรมของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (รำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2544: 16 อ้างถึงในชนธัญ แสงพุ่ม, 2556) ได้แก่การเดินทางป่าชมธรรมชาติดูนกดูแมลงล่องแพล่องเรือคายัคพายแคนูดำน้ำล่องเรือใบซั้งจักรยานเกษตรสัญจรเที่ยวหมู่บ้านชนบทวิถีชีวิตชาวบ้านเที่ยวถ้ำคูหาหินฟอสซิล

ในขณะที่องค์การการท่องเที่ยวแห่งโลก (WTO, 2004: 30) ได้อธิบายคำจำกัดความล่าสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ไว้พอสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche tourism segments) หากแต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวมหรือที่เรารู้จักกันในชื่อที่เรียกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) โดยทั่วไปแล้วการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนหมายถึงการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อความเสมอภาคระหว่างเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อมไปถึงสังคมและวัฒนธรรมของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันต่อไปจนถึงคนในอนาคตตั่งนั้นหลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในคำจำกัดความล่าสุดขององค์การการท่องเที่ยวโลก ได้แก่ การท่องเที่ยวต้องตระหนักและในสหัชทรัพยากรธรรมชาติความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด และการเคารพในสังคมและวัฒนธรรมประเพณีของประชาชนพื้นเมืองรวมถึงการรู้จักปรับตัว รวมถึง เข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมประเพณีของแต่ละชุมชน และการสร้างความเจริญมั่งคั่งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรจะทำให้เกิดการกระจายของรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว(tourism stakeholders) นอกจากนี้

ยังควรที่จะก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นรวมไปถึงการมีส่วนร่วมสำคัญในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อมสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจแล้วการที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ยังต้องคำนึงถึงความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholders) ทุกฝ่ายรวมไปถึงต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยวการดำเนินการวางแผนอย่างต่อเนื่องและที่สำคัญต้องมีเครื่องมือ/ดัชนีที่ใช้วัดประสิทธิภาพต่อผลกระทบของการดำเนินการในส่วนต่างๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

อย่างไรก็ตามองค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ชี้ให้เห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวของโลกในศตวรรษที่ 21 กำลังเริ่มเปลี่ยนเป็นการท่องเที่ยวแบบไร้พรมแดนที่ขยายอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่อความเร่งของการเคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวซึ่งการวางแผนในการจัดการท่องเที่ยวที่นอกจากจะต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐกิจและสังคมแล้วยังจะต้องคำนึงถึงการรักษาสีเขียวด้วยโดยใช้หลักการของแผนแม่บทของโลก (Agenda 21) มาเป็นกรอบในการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism development) ด้วยการคำนึงถึงหลักการ 4 ประการ ดังนี้ ประการแรก เป็นการดำเนินกิจการการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถการรองรับของธรรมชาติชุมชนชนบทประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนจะมีได้ต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว ประการต่อมา ความตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะมีผลกระทบต่อชุมชนชนบทประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนอันเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ประการที่สาม การมีส่วนร่วมของเจ้าบ้านและผู้มาเยือนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว (ที่อาจจะมีผลกระทบต่อระบบนิเวศของชุมชนชนบทประเพณีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว) และประการสุดท้าย การเชื่อมประสานความจำเป็นต่อการพัฒนาทางเลือกของชุมชนและกำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจการดำรงอยู่ของชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืนกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกเมื่อครั้งมีการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลกหรือ “Earth Summit” เมื่อปี 2535 ที่เมืองริโอเดอจาเนโรประเทศบราซิลมีส่วนผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 อย่าง คือ กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ, กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้ และกระแสความต้องการพัฒนาคน

จากกระแสการพัฒนาทั้ง 3 ประการดังกล่าวได้ส่งผลต่อการปรับตัวของการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและทดแทนการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยมแบบเดิมๆ (Conventional Tourism) ที่เคยปฏิบัติกันมาดังนั้นแนวคิดการท่องเที่ยวอันเป็นทางเลือกใหม่นี้จึงมีชื่อเรียกอย่างหลากหลายเช่น Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism, Responsible Tourism ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่นิยมและแพร่หลายที่สุดในเวลานี้

กระบวนการเคลื่อนไหวของกลุ่มการจัดการท่องเที่ยวที่ก้าวหน้าของโลกตะวันตกที่มีผู้นำในกลุ่มยุโรปและโลกตะวันออกในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงเพื่อสร้างอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทิศทางใหม่เริ่มมีขบวนการที่ต่อเนื่องมากขึ้นเป็นลำดับดังจะเห็นได้จากการประชุมสัมมนาระดับประเทศระดับระหว่างประเทศและระดับภูมิภาคเพื่อกำหนดและสร้างวิถีคิด-วิธีการ-กระบวนการ-และปฏิบัติการในพื้นที่ที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็น Responsible Tourism (การท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อ) Pro-poor Tourism (การท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน) Ecotourism (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ) Fair Trade Tourism (การท่องเที่ยวที่เป็นธรรมและเท่าเทียมระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน) Green Tourism (โรงแรมที่มีนโยบายการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมในที่พักและมุมพักผ่อน) รวมทั้ง Community-Based Tourism ที่เรียกว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือการท่องเที่ยวที่มีชุมชนท้องถิ่นเป็นฐานในการบริหารจัดการทั้ง 3 มิติของการพัฒนาที่ยั่งยืน

โดยภาพรวมของสังคมการท่องเที่ยวโลกจะพบว่าแนวคิดต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ถูกเปลี่ยนถ่ายเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอย่างเป็นลำดับและกำลังปรับเปลี่ยนสภาพการจัดการ (ผ่านกลไกองค์กรระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยว) เพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไปจากเดิม (Paradigm Shift) อันเริ่มเปลี่ยนจากสังคมทุนนิยมบริโภคนิยมเข้าสู่ยุคสมัยสังคมหลังสมัยใหม่อันเป็นสังคมบริการและสังคมฐานความรู้ (Knowledge-based society) ที่คำนึงถึงและมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและฐานทรัพยากรของพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นสำคัญการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดกำลังมุ่งสู่ความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุปนิยามหรือความหมายของคำว่า “ความยั่งยืน” หรือ Sustainability” พิจารณาจากปัจจัยที่สำคัญหลายประการรวมกันเช่นความสามารถในการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้มนุษย์ดำรงชีวิตอยู่ได้การรักษาระดับประสิทธิภาพการผลิตของระบบเกษตรกรรมมีจำนวนประชากรที่คงที่การให้เศรษฐกิจเจริญเติบโตแบบมีขีดจำกัดการสร้างระบบพึ่งตนเองขององค์กรขนาดเล็กและการรักษาคุณภาพอย่างต่อเนื่องในระบบเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยวที่มีได้ทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวให้หมดเปลืองหรือหมดไปยังคงเป็นทรัพยากรที่ดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยวได้อย่างไม่มีวันหมดสิ้นการพัฒนาแบบยั่งยืนเป็นแนวทางที่ได้รับการยอมรับและขยายเข้าสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวการพัฒนาแบบยั่งยืนมักมีข้อขัดแย้งกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเนื่องจากมีแนวคิดในการสนับสนุนให้ใช้และการอนุรักษ์ทรัพยากรอย่างชาญฉลาดเพื่อรักษาไว้ให้สามารถใช้ได้ยาวนานที่สุด

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีผู้ให้นิยามไว้หลายความหมายด้วยกัน อาทิเช่น เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยว ท่องเที่ยวในแหล่งแหล่งธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถานโบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีกิจกรรมหรือในท้องถิ่นนั้น ซึ่งจะเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวที่มีความรักในธรรมชาติ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ผู้ประกอบการก็ได้รับผลตอบแทนจากธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลดีทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการสุดท้ายประโยชน์ต่างๆก็จะส่งผลกลับสู่ชุมชนท้องถิ่นและกลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย

3. แนวคิดผู้สูงอายุ

3.1 ความหมายของคำว่า “ผู้สูงอายุ”

ประเทศไทยในอดีตเป็นสังคมเกษตรกรรม แบบครอบครัวขยายและนับถือพุทธศาสนาให้ความสำคัญกับความกตัญญู การตอบแทนบุญคุณบุพการีที่เลี้ยงดู อีกทั้งยังเชื่อเรื่อง “กรรม” จึงเป็นทุนสังคมที่ช่วยส่งเสริมสายสัมพันธ์ของคนระหว่างวัย เกิดระบบที่ยึดถือและให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ แต่ปัจจุบันวัฒนธรรมได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นชุมชนเมืองเพิ่มขึ้น ค่านิยมความเชื่อและความกตัญญูต่อบุพการีได้ เปลี่ยนไปจากเดิม (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, 2551: 19) สันคลอนครอบครัวที่ให้ความคุ้มครองและสร้างหลักประกันความมั่นคงแก่ผู้สูงอายุได้เช่นในอดีต (มัทนา พานานิรามย์, 2551) คำว่า “ผู้สูงอายุ” ใช้เรียกบุคคลที่มีอายุมาก นักวิชาการหลายท่านได้บัญญัติความหมายของผู้สูงอายุ แตกต่างกันไป ดังนี้

อุบลรัตน์ เพ็งสถิตย์ (2546: 7) กล่าวว่า ผู้สูงอายุในสังคมไทย หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายในลักษณะของการเสื่อมถอยการเจริญเติบโตของร่างกาย และความต้านทานโรคน้อยลง ความสามารถในการปรับตัวและบทบาททางสังคมของแต่ละบุคคลจะมีความสามารถที่แตกต่างกันออกไป ผู้สูงอายุจะมีลักษณะและปัจจัยที่ทำให้เกิดความชรา รวมทั้งการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะปัญหาส่วนตัว ทางด้านร่างกายความสามารถในการปรับตัวของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน ตลอดจนบทบาทและลักษณะนิสัยทางสังคมของผู้สูงอายุที่ได้อยู่ในสังคมนั้นเอง สุรกุล เจนอบรม (2541: 6) กล่าวว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลในวัยสุดท้ายของวงจรชีวิต ซึ่งวงจรชีวิตนั้นเริ่มตั้งแต่ทารก วัยเด็ก วัยหนุ่มสาว วัยผู้ใหญ่ และวัยชราในสังคมดั้งเดิมกำหนดการเป็นผู้สูงอายุ โดยใช้บทบาทที่บุคคลนั้น ๆ ทำอยู่ในสังคมเป็นเกณฑ์ คือ บทบาทที่แสดงถึงความเป็นผู้นำ ความรับผิดชอบสูงในสังคม ส่วนในปัจจุบันใช้อายุเป็นเกณฑ์กำหนดความสูงอายุ ซึ่งแตกต่างกันไปในสังคมของแต่ละประเทศ เช่น บางประเทศกำหนด 55 ปี บางประเทศกำหนด 65 ปี และตัวเลขเหล่านี้ คือ เกณฑ์อายุปลดเกษียณตนเองจากการปฏิบัติงานตามที่แต่ละประเทศกำหนดไว้นั่นเอง

จากความหมายของผู้สูงอายุที่กล่าวมาข้างต้นสรุปว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีการเสื่อมสภาพของร่างกาย เช่น มีกำลังวังชาลดลง มีความเชื่องช้ามากขึ้น และความสามารถในการใช้ศักยภาพของร่างกายลดลง ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ และสังคมขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัย สภาพร่างกาย และการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและสังคมของแต่ละบุคคล ดังนั้น ความชราสามารถพิจารณาได้ 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่กำหนดโดยกาลเวลาและประเด็นที่เกิดขึ้นตามที่เป็นจริง ความชราที่ใช้กาลเวลาเป็นเครื่องกำหนดนั้นอาจจะยอมรับกันว่าคนที่อายุ 60 ปีขึ้นไป ถือว่าเป็นผู้สูงอายุ ส่วนความชราตามความเป็นจริงนั้นพิจารณาจากความเสื่อมโทรมของร่างกายและสภาพอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละคน ดังนั้นแม้บุคคลจะมีอายุเท่า ๆ กันแต่แต่ละคนอาจมีความชราแตกต่างกันได้ แนวคิดนี้ ผู้สูงอายุหรือคนชราเป็นบุคคลที่มีความแตกต่างด้านชีวภาพและกายภาพ อันเนื่องมาจากอายุวัยที่มีมากกว่าบุคคลกลุ่มอื่น ๆ แต่ทว่าผู้สูงอายุนับว่าเป็นผู้ที่มีการประสบการณ์และรับรู้เรื่องราวที่สั่งสมมามากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า ฉะนั้นจากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น

3.2 ความต้องการของผู้สูงอายุ

ความต้องการหมายถึง สิ่งที่เป็นอย่างยังต่อการดำรงชีวิตและพัฒนาศักยภาพที่มนุษย์พอใจ ความต้องการเกิดขึ้นกับบุคคลไม่มีวันจบสิ้น และเปลี่ยนแปลงได้ทุกขณะโดยเฉพาะผู้สูงอายุยังมีความต้องการในด้านการยอมรับ การดูแลและการมีกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม เพื่อต้องการให้สังคมยอมรับซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้สูงอายุ ดังต่อไปนี้ เช่น ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) Abraham Maslow (1908-1970) ได้สร้างทฤษฎีแรงจูงใจโดยการสร้าง The pyramid of needs โดยกล่าวไว้ว่า มนุษย์เรามีพฤติกรรมที่เกิดจากความจำเป็นที่จะต้องมี Needs ตามลำดับขั้น โดยแสดงเป็นภาพพีระมิด

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นดังกล่าวมาแล้วนั้นสรุปได้ว่ามนุษย์มีความต้องการเมื่อได้สิ่งที่ตนต้องการแล้วก็จะเกิดความพึงพอใจในชีวิต ซึ่งผู้สูงอายุก็มีความต้องการในแต่ละลำดับขั้นมากน้อยต่างกันตามสภาพร่างกาย สิ่งแวดล้อม สังคม ชุมชน และบุคลิกภาพส่วนตัว อีกทั้งปัญหาทางด้านร่างกาย สุขภาพจิต สังคม และเศรษฐกิจดังกล่าวอาจสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการของร่างกาย ความต้องการความมั่นคง หรือความปลอดภัย ความผูกพันหรือการยอมรับ หรือความต้องการมีสัมพันธภาพ ความต้องการการยกย่อง ดังนั้นในการจัดกิจกรรมจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างสิ่งที่ต้องการที่ขาดหายหรือลดลงหลังจากที่เปลี่ยนบทบาทและหน้าที่

ส่วน สุธีรา น้อยจันทร์ (2548: 28-29) สรุปได้ว่า ความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้สูงอายุว่านอกจากความต้องการทางด้านร่างกาย ปัจจัยที่เหมาะสมกับวัยและสภาพร่างกาย ด้านเศรษฐกิจเพื่อความมั่นคงในชีวิตไม่เป็นภาระของลูกหลานและสังคม ด้านจิตใจต้องการความรักเอาใจใส่ ความยกย่องนับถือ ด้านสังคม คือ การยอมรับยกย่องจากสังคมและชุมชน โดยมีส่วนร่วมในสังคม ชุมชนเพราะถือว่าย่างสามารถใช้ความรู้สติปัญญาให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ ต้องการลดภาระพึ่งพาผู้อื่นต้องการหาความรู้เพิ่มเติมประสบการณ์ ใหม่ ๆ ในนอกจากนี้ ศศิพัฒน์ ยอดเพชร (2544: 24-26) ได้แบ่งความต้องการของผู้สูงอายุ คือ ความต้องการทางกาย ความต้องการทางด้านนี้ ได้แก่ ความต้องการด้านปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัยและการรักษาพยาบาล ความต้องการทางสังคมเป็นความต้องการที่เกี่ยวพันกับความต้องการด้านจิตใจได้แก่ ความยกย่องนับถือ ความสำคัญ การเป็นเจ้าของ ความมีโอกาสทำในสิ่งที่ปรารถนา ความต้องการเหล่านี้ หากได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขขึ้น รู้จักตนเอง รับผิดชอบต่อตนเองมีคุณค่า และส่งผลถึงความสุข ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมถึง ความต้องการทางเศรษฐกิจ ผู้สูงอายุไม่คิดจะเป็นเพียงผู้คอยรับความช่วยเหลือจากครอบครัวและผู้อื่นแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องการที่จะเป็นผู้มีบทบาทคือยังต้องการมีงานทำและมีรายได้เพื่อช่วยตนเอง

นอกจากนี้ ชื่น เตชามหาชัย (2542 : 24-26) ยังได้กล่าวเสริมถึง ความต้องการผู้สูงอายุ ไว้ 3 ด้าน ดังนี้ ความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์ มีผู้ดูแลช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด ที่อยู่อาศัยที่สะอาด อากาศดี สิ่งแวดล้อมดี อาหารการกินที่ถูกสุขลักษณะตามวัย ต้องการให้มีผู้ช่วยเหลือให้การพยาบาลอย่างใกล้ชิดเมื่อเจ็บป่วยได้รับการตรวจสุขภาพ และการรักษาพยาบาลที่สะดวก รวดเร็ว ทันทีที่ได้รับบริการรักษาพยาบาลแบบให้เปล่าจากรัฐ ได้พักผ่อน นอนหลับอย่างเพียงพอ ความต้องการบำรุงรักษาร่างกาย และการออกกำลังกายอยู่เสมอ ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ ความต้องการด้านจิตใจ ผู้สูงอายุ

จะปรับจิตใจและอารมณ์ไปตามการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและสิ่งแวดล้อม ความเครียดที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในวัยผู้สูงอายุ มีผลต่อจิตใจผู้สูงอายุมาก ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของจิตใจที่พบ คือ การรับรู้ ผู้สูงอายุจะยึดติดกับความคิดและเหตุผลของตนเอง การรับรู้สิ่งใหม่ ๆ จึงเป็นไปได้ยาก ความจำก็เสื่อมลง การแสดงออกทางอารมณ์ การแสดงออกทางอารมณ์ของผู้สูงอายุ เกี่ยวเนื่อง กับการสนองความต้องการของจิตใจ ต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผู้สูงอายุจะมีความรู้สึกต่อตนเองในแง่ต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นความรู้สึกท้อแท้ น้อยใจ โดยรู้สึกว่าการสังคมไม่ให้ความสำคัญต่อตนเอง เหมือนที่เคยเป็นมาก่อน ทำให้ผู้สูงอายุมีอารมณ์ไม่มั่นคง การกระทบกระเทือนใจเพียงเล็กน้อย จะทำให้ผู้สูงอายุเสียใจ หงุดหงิดและโกรธง่าย ผู้สูงอายุต้องการการยอมรับนับถือ และการแสดงออกถึงความมีคุณค่าของตนเองโดยสมาชิกในครอบครัวและสังคม ความสนใจสิ่งแวดล้อม ผู้สูงอายุจะสนใจเฉพาะสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ และตรงกับความต้องการของตนเองเท่านั้น การสร้างวิถีชีวิตของตนเอง การมีอายุมากขึ้น คือการเข้าใกล้กาลเวลาแห่งการสิ้นสุดของชีวิต การยอมรับสภาพดังกล่าว ทำให้ผู้สูงอายุบางคนมุ่งสร้างความดีงามให้แก่ตนเองเพิ่มมากขึ้น ความผิดปกติทางจิตใจในวัยผู้สูงอายุ แยกเป็นกลุ่มอาการทางจิตเนื่องจากสมองเสื่อม และมีอาการผิดปกติด้านจิตใจและอารมณ์ และความต้องการทางด้านสังคม-เศรษฐกิจของผู้สูงอายุ ต้องการได้รับความสนใจจากผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว สังคมและหมู่คณะช่วยเหลือสังคมและมีบทบาทในสังคมตามความถนัด ต้องการการสนับสนุน ช่วยเหลือจากครอบครัวและสังคมทั้งทางด้านความเป็นอยู่ รายได้ การบริการจากรัฐ มีชีวิตร่วมในชุมชน มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนและสังคม ต้องการลดการพึ่งพาคนอื่นให้น้อยลง ต้องการการประกันรายได้ และประกันสุขภาพ

สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุต้องการที่จะใช้ชีวิตหรือดำเนินกิจกรรมที่อิสระ มีโอกาสใช้เวลาว่างร่วมกับผู้อื่นโดยเฉพาะในวัยเดียวกัน เพราะการเรียนรู้และการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุก็ยังมี ความสำคัญการได้รับความรู้ ใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ ที่เจริญก้าวหน้าจะทำให้เป็นคนทันต่อเหตุการณ์ การตอบสนองจากความต้องการ จึงทำให้เกิดความรักตนเองรักผู้อื่น รักธรรมชาติ มองตนเองอย่างมีคุณค่า จึงจำเป็นที่จะต้องจัดในรูปกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย และเน้นความแปลกใหม่ท้าทายความสามารถ

การเปลี่ยนแปลงเมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุ ต่อสถานภาพทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคมและเศรษฐกิจ ในลักษณะถดถอย และการเปลี่ยนแปลงแต่ละด้านต่างมีผลกระทบต่อกันเป็นลูกโซ่ ซึ่งสถานภาพด้านต่างๆ ของผู้สูงอายุ ซึ่งจากสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตามวัย ผู้สูงอายุจึงต้องการการสนับสนุน ช่วยเหลือในการดำรงชีวิตหลายด้านดังกล่าวข้างต้น และความจำเป็นที่ต้องให้การดูแลช่วยเหลือ รัฐบาลจึงได้มีการกำหนดนโยบาย แผนและออกพระราชบัญญัติผู้สูงอายุขึ้น รวมทั้ง จากการศึกษาของ ศิริวรรณ ศิริบุญ (2553) พบว่า ครอบครัวจะให้เงินผู้สูงอายุใช้จ่ายส่วนตัวอยู่ในระดับมากที่สุด และการศึกษาของ ศศิพัฒน์ ยอดเพชรและคณะ (2551) พบว่า คนส่วนใหญ่ไม่ทราบว่าคนสูงอายุในชุมชนมีปัญหาใด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่ ไม่มีโอกาสรับรู้ปัญหาของผู้สูงอายุ ชุมชนและรัฐจึงเป็นที่ความคาดหวังของผู้สูงอายุและผู้ที่เกี่ยวข้องในครอบครัวก็คาดหวังให้มีบทบาทสำคัญในการให้การช่วยเหลือผู้สูงอายุให้มากกว่าเดิม

3.3 สภาพการณ์ของผู้สูงอายุ

แนวโน้มของสังคมโลกยุคปัจจุบัน พบว่าประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีจำนวนประชากรสูงอายุเพิ่มมากขึ้นทุกปี และกำลังมีส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลกองค์การสหประชาชาติได้คาดการณ์จากผลสำรวจที่จัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2549 ว่าจำนวนผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั่วโลกจะเพิ่มจาก 687.9 ล้านคนในปี พ.ศ. 2549 เป็น 1,968 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 โดยจะมีจำนวนผู้สูงอายุในทวีปเอเชียมากที่สุด (สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข 2552) สำหรับประเทศไทย สัดส่วนผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ซึ่งมีผลมาจากการพัฒนาบริการด้านสาธารณสุข รวมทั้งการใส่ใจดูแลสุขภาพของคนรุ่นใหม่ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.8 ในปี พ.ศ. 2537 เป็นร้อยละ 9.4 ในปี พ.ศ. 2545 และร้อยละ 10.7 ในปี พ.ศ. 2550 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2550) รวมทั้งยังคาดว่าจะเพิ่มเป็นร้อยละ 15 ในปี พ.ศ. 2563 (สุขภาพะผู้สูงอายุ, ม.ป.ป.) นอกจากนี้ จากผลการสำรวจของสำนักงานส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุในประเทศไทยปี พ.ศ. 2547-2550 พบว่า อัตราผู้สูงอายุในไทยเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละประมาณ 200,000 คน (สุขภาพะผู้สูงอายุ, ม.ป.ป.)

3.4 ผู้สูงอายุกับการท่องเที่ยว

การเพิ่มจำนวนประชากรสูงอายุของไทยดังกล่าวข้างต้น มีผลกระทบทางบวกโดยตรงต่อการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ จากผลการศึกษาของ University of Surrey สหราชอาณาจักรในปี พ.ศ. 2549 พบว่า ตลาดท่องเที่ยวกลุ่มคนพิการและกลุ่มครอบครัวของสหภาพยุโรปมีประมาณ 134-267.9 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 3,910-7,820 ล้านบาท (สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2552) ด้วยเหตุนี้ ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่างๆ จึงควรหันมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และพยายามดึงดูดให้กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและขยายตลาดการท่องเที่ยวของไทยการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่เดิมจะใช้ชีวิตเรียบง่าย อยู่อย่างประหยัด และเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมน้อยลง บ้างไม่สามารถทำสิ่งต่างๆ ด้วยตนเองได้เพราะข้อจำกัดด้านสุขภาพ แต่ในปัจจุบันผู้สูงอายุบางส่วนจะมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น สามารถดูแลรักษาสุขภาพของตนเองให้แข็งแรงแม้จะมีอายุมากขึ้น มีความกระตือรือร้นในการใช้ชีวิตและการเข้าร่วมกิจกรรม สนใจที่จะเรียนรู้ใหม่ และต้องการพัฒนาตนเอง และในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีสถานภาพทางการเงินมั่นคงพอมักจะใช้สิ่งของหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และชอบการเดินทางท่องเที่ยว (อัญชลี พิชญางกูร, 2550 อ้างถึงใน Sasinand, 2550)

ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จึงมีแนวโน้มของการเติบโตทางการตลาดที่มีศักยภาพมาก และนับเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะได้พัฒนาการท่องเที่ยวแบบใหม่ รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบวงจร เพื่อตอบสนองแก่ผู้ใช้บริการซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุให้มากยิ่งขึ้น และเพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในรูปแบบที่มีความหลากหลายอย่างเป็นระบบ เกิดการกระจายรายได้ไปยัง

แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เป็นโอกาสให้ประเทศไทยได้ฟื้นฟูเศรษฐกิจของตนเองอย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เพื่อให้สามารถบริหารจัดการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ด้วยเหตุนี้หากต้องการจะจัดบริการการท่องเที่ยวให้กลุ่มผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นต้องเข้าใจลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยววัยอื่น และยิ่งไปกว่านั้นจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลรอบด้านให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สามารถนำรายได้จากต่างประเทศอย่างมากมาย และก่อให้เกิดการจ้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การค้า การลงทุน การพัฒนา การกระจายรายได้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ ซึ่งในหัวข้อนี้จะนำเสนอเกี่ยวกับความหมาย องค์ประกอบ ลักษณะของทรัพยากร เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงศักยภาพของผู้ประกอบการชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความหมายของการท่องเที่ยว โดยฮอลโลเวย์ (Holloway, 1983:3) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การที่คนเดินทางออกจากที่พัก หรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นในระยะเวลาสั้นๆ และคนเหล่านี้จะทำการกิจกรรมระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ต้องการไปเยี่ยมญาติมิตร หรือท่องเที่ยว และมิลล์ (Mill, 1990: 359) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ในขณะที่พอนด์ (Pond, 1993:35) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (tourism) ว่า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริการและการอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสนุกสนานในการเดินทาง สำหรับบรรณา วงษ์วานิช (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและการกระทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน นอกจากนี้ยังรวมถึง การเคลื่อนย้ายของประชากรจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นธุรกิจการดำเนินการให้บริการนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองตามความต้องการและก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อตัวนักท่องเที่ยว ในภาคส่วนส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะได้รับกำไรและผลประโยชน์เป็นการตอบแทน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวคือการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยมีแรงกระตุ้น จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ และได้รับการผ่อนคลายจากกิจกรรมที่เกิดจากการท่องเที่ยว

4.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

โคลเลียร์ และฮาร์ราเวย์ (Collier & Harraway, 1997: 18-19) กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน คือ ส่วนของการขนส่ง (transportation) การขนส่งทำให้คนสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็ว ถ้าปราศจากการขนส่ง การท่องเที่ยวไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ส่วนของที่พัก (accommodation) จำเป็นต้องมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท (resorts) เรือนพักแรม (guest house) ฯลฯ การจัดที่พักอาจแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนของสิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในบริการต่างๆ (attractions, activities and ancillary services) นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจ และความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวแล้วจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ความประทับใจอาจเกิดขึ้นได้จาก มนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริงตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย การฟ้อนรำ ฯลฯ ความประทับใจอีกอย่างหนึ่งเกิดจากสถานที่ซึ่งธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์ดัดแปลงหรือสร้างใหม่เพื่อให้เกิดความประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการ ได้แก่ ร้านอาหารร้านค้า ร้านซักรีด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยว และส่วนของการขาย (sales) การขายทำให้เกิดการกระจายผลผลิตด้านการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้ขายส่งบริการด้านการท่องเที่ยว (tour operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (retain travel agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทาง (specially chandlers) เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนจำหน่ายตั๋วรถไฟ ฯลฯ ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทางดังกล่าวแล้ว มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าเฉพาะอย่าง

ทวิศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์ (2544) เสนอว่าการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ โดยองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ ได้แก่ ประการแรก คือ สิ่งดึงดูดใจ (attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ และการให้ ความบันเทิงประการที่สอง คือ สิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่างๆ ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการคือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านอาหารของที่ระลึก สถานที่นันทนาการและปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ ประการที่สาม เป็นการขนส่ง (transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยัง แหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทาง ระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าและออกจากเมืองต่างๆ ในการเดินทางจากสนามบินของประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความ ไม่สะดวก ถือว่ายังเป็นสิ่งที่บกพร่องที่ควรแก้ไข ประการที่สี่ ประการสุดท้ายเป็นการต้อนรับ (hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการ

กลับไปยัง สถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่ มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ส่วน พยอม ธรรมบุตร (2549: 1-3) ได้แบ่งองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวดังนี้ 1) นักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (international visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (international tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (international excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (domestic visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่งซึ่งมิใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (domestic tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน และนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (domestic excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มิได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน 2) ตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ วิธีแรก การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว วิธีที่สองการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ 3) การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้วต้องมีบริการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึงการจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ และการขนส่งทางเครื่องบิน 4) ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิด การเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541) ได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ ประเภท ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (attraction) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้นๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ย่อมแตกต่างกันไป ตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติ ก็ชอบไปเที่ยวภูเขาหรือหาดทราย หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งสนใจด้านศิลปวัฒนธรรมก็ชอบไปเที่ยวชมวิถีชีวิตของชาวเขา หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มสนใจ ด้านโบราณสถาน ก็ชอบไปเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนั้นภาพลักษณ์และราคาค่าเข้าชมของ ทรัพยากรท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมด้วย ประเภททรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (accessibility) เป็นปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายขนส่ง ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถ

ติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง แต่ถ้าขาดเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความประทับใจหรือมีคุณค่าสูงเพียงใดก็ตามย่อมจะไร้ความหมายอย่างสิ้นเชิง ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสุข ความสบายใจและความประทับใจ โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเองอยู่แล้ว สำหรับนักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้จากการให้บริการเหล่านี้ สิ่งอำนวยความสะดวกแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทการเข้าออก-เมือง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ เพราะเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวจะผ่านเข้าประเทศ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกในการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง และการตรวจตราหนังสือเดินทาง เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน หรือสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพ การสาธารณสุข สวนสาธารณะ การศึกษา และการฝึกอบรม เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มุ่งให้ความปลอดภัยทางร่างกายชีวิตและทรัพย์สินแก่ประชาชน และเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดก็ตาม นักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยทางร่างกายชีวิตและทรัพย์สินเป็นสำคัญ ได้แก่ การป้องกันการโจรกรรม ชิงทรัพย์ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านความปลอดภัยอื่นๆ เช่น การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ด้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การให้ข่าวสารข้อมูลด้านความปลอดภัย เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยว ต้องมีการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากเจ้าของท้องถิ่น (amity) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมแล้วเกิดความสุขความประทับใจ แสดงถึงความมีมิตรไมตรีอันดีงามของคนไทยไปทั่วโลก ซึ่งความมีมิตรไมตรีนั้น สามารถแสดงออกได้ 2 ลักษณะ ลักษณะแรกคือ การให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งยิ้มให้นักท่องเที่ยว การทักทายพูดคุยกับนักท่องเที่ยว การแสดงความโอบอ้อมอารีด้วยการบริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ลักษณะที่สอง การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาความเดือดร้อน หรือประสบอุบัติเหตุ การให้คำแนะนำหรือคำตักเตือนแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

4.3 องค์ประกอบของศักยภาพการท่องเที่ยว

ศักยภาพการท่องเที่ยวเป็นความพร้อมในด้านคุณลักษณะ หรือคุณสมบัติของทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการการท่องเที่ยวแก่ผู้มาเยี่ยมชม ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวจะมีความแตกต่างกันตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 60) โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541) ได้กล่าวถึงลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว (5As) ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มี 5 ประการ ดังนี้ ความดึงดูดใจ (attraction) คือ สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้นๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ที่แสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ความสวยงามทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น หรือสถานที่ก่อให้เกิดความบันเทิงได้ หรือลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว

อันมีสาเหตุจากความมั่งคั่งตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ พันธุ์ไม้ ชาติหาดทรายขาว ปะการังสวยงาม ปลาต่างๆ ทะเลสาบและรีสอร์ต เป็นต้น มีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะ เช่น งานประเพณีใน เทศกาลสำคัญของท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผาชาติ การแสดงแสงสีเสียงในแหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ เป็นต้น ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย (accessibility) คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเข้าชม หากนักท่องเที่ยว สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอรรถรสได้มาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องจัดแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ต้องจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้เข้า-ออกแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวก ในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว บริการอำนวยความสะดวก (ancillary service) คือ หน่วยงานและภาค ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่ การ บริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น และการมีส่วนร่วมด้านการพัฒนา การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การ ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้นำ และสมาชิกในชุมชน แหล่งท่องเที่ยวการวางแผน การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มี ประสิทธิภาพ เป็นต้น และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ห้องน้ำ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หน่วยฉุกเฉิน ร้านอาหาร ที่ จำหน่ายของที่ระลึก ความประทับใจ (amenity) คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความ ประทับใจสุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อาทิ ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถานต่างๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ เหมาะแก่การพักผ่อน เช่น อุทยานแห่งชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น งานประเพณี เป็นต้น และกิจกรรมการท่องเที่ยว (activity) คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ ก่อให้เกิดความเพลิดเพลินและบันเทิงใจแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจ ของนักท่องเที่ยวได้มาก หากนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ไม่ใช่การออกแรง เช่น การเที่ยวชมสถานที่แปลกใหม่ ไหว้พระ ภูมิทัศน์ของเมือง การสัมผัสหรือชื่น ชมธรรมชาติ วัฒนธรรม การซื้อสินค้าที่ระลึก เป็นต้น หรือกิจกรรมที่ใช้การออกแรงหรือผจญภัย มี หลากหลายรูปแบบ เช่น การเดินป่า การปีนเขา การล่องแก่ง การดำน้ำ เล่นกีฬา ถ่ายรูป ชี่จักรยาน เดินป่า ว่ายน้ำ ส่องนก เป็นต้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวคือการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อทำกิจกรรม ให้ เกิดความผ่อนคลายจากกิจกรรมที่เกิดจากการท่องเที่ยว ศักยภาพการท่องเที่ยว คือ ความพร้อมใน ด้านคุณลักษณะ หรือคุณสมบัติของทรัพยากรการท่องเที่ยวในการให้บริการการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวว่า จะเป็นเป้าหมายชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวจะมีความแตกต่างกันไป ตามลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น ความดึงดูดใจ ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แหล่งท่องเที่ยว นั้นอาจจะมีเอกลักษณ์หรือจุดเด่นที่แปลก อาจจะเป็นที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือสิ่งที่เกิดโดยธรรมชาติ ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้มาก นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวมี

ความคิดที่อยากมาท่องเที่ยวอีกก็เป็นได้ การบริการอำนวยความสะดวก ในแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวจะมีหน่วยงานและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวมาอำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่ การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ความประทับใจ นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการท่องเที่ยวอย่างมาก แหล่งท่องเที่ยวนั้นอาจจะแสดงถึงความเป็นมา ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น ท้ายสุด เรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความเพลิดเพลินและบันเทิงใจแก่นักท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก และในการที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีศักยภาพ มีความภาพ มีการบริการที่ดี เชื่อว่า นักท่องเที่ยวผู้ที่เป็กลุ่มเป้าหมายก็จะเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้นอยู่เป็นจำนวนมาก และก็จะส่งผลดีต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย

5. องค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม ปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm shift) ที่เปลี่ยนจากสังคมบริโภคนิยมสู่ยุคสมัยสังคมใหญ่ ขอบเขตของการพัฒนาจึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืนที่ลักษณะที่เป็นบูรณาการ (Integrated) คือ ทำให้เกิดเป็นองค์รวม (Holistic) นั่นคือองค์ประกอบทั้งหลายที่เกี่ยวข้องจะต้องมาประสานกันครบองค์และมีลักษณะเป็นดุลยภาพ (Balance) ด้วยเหตุนี้องค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงควรประกอบด้วย 6 ด้าน คือ

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือน พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวด้วย
2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ
3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านการบริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
5. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนท้องถิ่นให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเองและได้รับผลประโยชน์จากการ

ท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6. องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างความจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าและวิจัยเกี่ยวกับผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับประเทศไทย ทั้งนี้ ข้อมูลของผู้สูงอายุส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังมีน้อยมาก งานวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตและสวัสดิการทางสังคม ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยผู้สูงอายุในต่างประเทศที่ให้ความสนใจกับประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เช่น ช่วงอายุ พฤติกรรมและแรงจูงใจ ความต้องการและข้อจำกัดในการเดินทาง ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวนับเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในภาคธุรกิจ และต่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว จึงขอผลการวิจัยที่น่าสนใจและมีความสำคัญเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการทางการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ อีกทั้ง ยังเป็นแนวทางสำหรับนักวิชาการและนักวิจัยชาวไทยในการทำวิจัยต่อไปการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำเป็นต้องพิจารณาความหมายของคำว่า “ผู้สูงอายุ” ก่อนเป็นอันดับแรก เพราะยังเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันอยู่ว่าบุคคลที่มีอายุเท่าใดจึงจะจัดว่าเป็นผู้สูงอายุ หากพิจารณาตามเกณฑ์ตัดสินของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ผู้สูงอายุแบ่ง เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) และผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป) ดังนั้นบุคคลที่มีอายุเกินกว่า 60 ปีจึงจัดเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับคำจำกัดความขององค์การอนามัยโลก แต่จะแตกต่างจากความหมายของคำว่า “ผู้สูงอายุ” ที่ปรากฏในงานวิจัยที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งนักวิจัยแต่ละคนจะกำหนดเกณฑ์อายุที่แตกต่างกัน เช่น มีอายุตั้งแต่อายุ 50 ปี (Anderson & Langmeyer, 1982; Javalgi, Thomas, & Rao, 1992) 55 ปี (Batra, 2009; Fleischer & Pizam, 2002; Hong, Kim, & Lee, 1999; Lieux, Weaver, & McCleary, 1994) 60 ปี (Jang & Wu, 2006; Lee & Tideswell, 2005) หรือ 65 ปี (Tongren, 1980) ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของนักวิจัยแต่ละคน เช่น หากต้องการศึกษาเฉพาะผู้เกษียณอายุ ก็มักจะกำหนดเกณฑ์อายุที่ 60 ปี หรือ 65 ปี แต่หากต้องการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุในแต่ละช่วงอายุ เช่น ผู้ที่ยังมีงานประจำทำ หรือผู้มีเงินบำเหน็จบำนาญหรือเงินออม นักวิจัยก็มักจะกำหนดเกณฑ์อายุตั้งแต่ 50-55 ปี แต่นักวิจัยบางคนก็แบ่งกลุ่มผู้สูงอายุเป็น กลุ่มต้น (อายุระหว่าง 50-64 ปี) และกลุ่มปลาย (อายุ 65 ปีขึ้นไป) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผู้สูงอายุในแต่ละช่วงอายุในประเด็นที่สนใจศึกษา (Javalgi, et al., 1992) อย่างไรก็ตาม การแบ่งช่วงอายุของผู้สูงอายุนี้มีความสัมพันธ์กับการเดินทางท่องเที่ยว เช่น จุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ จากงานวิจัยของ Anderson และ Langmeyer (1982) พบว่า นักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงอายุ มีจุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยว

คล้ายคลึงกัน คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและเยี่ยมญาติหรือคนรู้จัก แต่นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปีจะมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีคนพลุกพล่านมากนัก ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 50 ปี นอกจากนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 50 ปี มักนิยมเดินทางในระหว่างเดือนสิงหาคม-เดือนพฤศจิกายน เนื่องจากเป็นช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว และนิยมเดินทางด้วยเครื่องบิน จะเห็นได้ว่า การแบ่งกลุ่มของผู้สูงอายุโดยพิจารณาจากเกณฑ์ ช่วงอายุจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น นอกจากการกำหนดช่วงอายุ การแบ่งกลุ่ม ผู้สูงอายุยังสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มตามพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเดินทางที่แตกต่างกัน เช่น Shoemaker (1989) แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติและคนรู้จัก (Family Travelers) กลุ่มที่ขอบวางแผนการเดินทางล่วงหน้าและชอบทำกิจกรรมที่หลากหลายในขณะที่เดินทาง (Active Resters) และกลุ่มที่นิยมซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายเบ็ดเสร็จ (Older Set) เช่นเดียวกับ Lieux, Weaver และ McCleary (1994) ที่แบ่งกลุ่มของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่อยู่ใต้วัย ใกล้เกษียณ และมีรายได้ดี นิยมหาประสบการณ์แปลกใหม่ (Novelty Seekers) กลุ่มที่อยู่ใต้วัยใกล้เกษียณและมีรายได้ดีเช่นเดียวกับกลุ่มแรก แต่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในเขตที่มีอากาศอบอุ่นและร้อน และใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลานาน (Active Enthusiasts) และกลุ่มที่อายุมากที่สุดเมื่อเทียบกับสองกลุ่มที่กล่าวมาข้างต้น แต่มีรายได้น้อยกว่า และนิยมเดินทางระยะสั้น (Reluctant Travelers) นอกจากนี้ ยังมีนักวิจัยรุ่นหลังอีกหลายคนที่ศึกษา พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดย แบ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุออกเป็นกลุ่มย่อยเพื่อความสะดวกในการจัดรายการนำเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เช่น Backman, et al. (1999) แบ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ชอบการศึกษาและชมธรรมชาติ (Education/Nature) กลุ่มที่ชอบผจญภัย เดินป่า และนอนเต็นท์ (Camping/tenting) กลุ่มที่เดินทางเพื่อสังสรรค์ (Socialization) กลุ่มที่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation) และกลุ่มที่เดินทางเพื่อศึกษาและเรียนรู้ สิ่งต่างๆ (Information)

นอกจากนี้ ยังมีนักวิจัยอีกกลุ่มที่เน้นศึกษาความต้องการเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เช่น Javalgi และคณะ (1992) พบว่า นักท่องเที่ยว สูงอายุนิยมใช้บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว และมีความอ่อนไหวต่อราคาค่าเดินทาง ในขณะที่ Bai, Jang, Cai และ O'Leary (2001) พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมเลือกรายการนำเที่ยวจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทาง และระยะเวลาที่ใช้เดินทาง แต่ Hsu (2001) ชี้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุจะให้ความสนใจกับชื่อเสียงของธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นผู้จัดรายการนำเที่ยว บริการที่จัดให้ กิจกรรมที่ทำระหว่างเดินทาง ตารางการเดินทางที่ยืดหยุ่น เอกสารประชาสัมพันธ์ และความปลอดภัยระหว่างการเดินทาง Romsa และ Blenman (1989) พบว่า ผู้สูงอายุนิยมให้ความสำคัญกับประเภทของพาหนะ และการจัดกิจกรรมที่สนุกสนาน หรือไม่ต้องออกแรงในการทำกิจกรรมมากเกินไป และไม่พบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกับนักท่องเที่ยววัยอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hong และคณะ (1999) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีค่าใช้จ่ายในหมวดค่าพาหนะ มากที่สุด รองลงมาคือ ค่าอาหาร ค่าที่พัก และค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานบันเทิงต่างๆ Ananth, DeMicco, Moreo และ Howey (1992) พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จากทางโรงแรม

มากกว่านักท่องเที่ยว ที่มีช่วงอายุต่ำกว่า เช่น จำนวนผ้าห่ม ราวจับในห้องน้ำ ขนาดตัวอักษรที่ใหญ่กว่าปกติในเอกสาร แสดงข้อมูลหรือป้ายต่างๆ อย่างไรก็ตาม Sun และ Morrison (2007) พบว่า ผู้สูงอายุนิยมเลือกรายการอาหาร โดยพิจารณาจากปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ การบริการและบรรยากาศภายในร้าน ประเภทของอาหารและราคา รวมทั้งส่วนลดที่ทางร้านจัดให้ ไตรรัตน์ จารุทัศน์และคณะ (2548) พบว่า ผู้สูงอายุต้องการที่พักอาศัยและสภาพแวดล้อมที่ต่างจากกลุ่มวัยอื่น กล่าวคือ นิยมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบครัน รวมทั้งรายละเอียดปลีกย่อยของวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ความสูงของลูกตั้งบันไดความชันของทางลาด ความสูงของสวิตช์ไฟและราวจับลักษณะของลูกบิด กลอนประตู และก๊อกน้ำ นอกจากนี้การศึกษาในเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุแล้ว นักวิจัยหลายคนยังสนใจศึกษาถึง “ข้อจำกัด” ที่ทำให้ผู้สูงอายุไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ เช่น Nimrod (2008) พบว่ามีข้อจำกัด 4 ข้อที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของผู้สูงอายุ ได้แก่ รายได้หลังเกษียณที่มีจำกัด สุขภาพไม่สมบูรณ์แข็งแรง มีภาระต้องดูแลผู้อื่น และขาดเพื่อนร่วมเดินทาง แต่หากผู้สูงอายุประสงค์จะเดินทางก็มักจะทำได้โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบของการท่องเที่ยว เช่น การลดความถี่ในการเดินทาง เดินทางเมื่อมีความพร้อมเท่านั้น หรือบางกลุ่มก็เดินทางโดยไม่ใส่ใจข้อจำกัดที่ตนมี ส่วนงานวิจัยของ McGuire (1984) พบว่า มีข้อจำกัด 5 ด้านที่ทำให้ผู้สูงอายุไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยว ประการแรก คือ ปัจจัยแวดล้อมภายนอก เช่น ขาดข้อมูล ขาดทุนทรัพย์ต้องเตรียมการมากเกินไป ไม่มีอุปกรณ์เครื่องใช้ในการเดินทางที่เหมาะสม และขาดพาหนะในการเดินทาง ประการที่สอง เรื่องเวลา เช่น ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เพราะมีภาระงานที่ต้องทำ หากใช้เวลาเพื่อการท่องเที่ยวจะทำให้ชีวิตประจำวันต้องสะดุดหรือหยุดชั่วคราว ประการที่สาม การไม่ได้รับความเห็นชอบจากบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อน เช่น ไม่สนับสนุนให้เดินทาง หรือไม่เห็นด้วยกับสถานที่ที่เลือกไปท่องเที่ยว ประการที่สี่ ปัจจัยทางสังคม เช่น คู่สมรสไม่ชอบเดินทางท่องเที่ยว และไม่มีเพื่อนร่วมเดินทาง และประการสุดท้าย เรื่องสุขภาพร่างกาย เช่น มีโรคประจำตัว กลัวการเดินทางด้วยการขนส่งบางประเภท และขาดความคล่องตัวในการเดินทาง เนื่องจากอายุมาก ส่วนงานวิจัยของ Hong และคณะ (1999) พบว่า ปัจจัยเดียวที่เป็นข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุคือ รายได้ ผู้สูงอายุช่วงต้นจะมีเงิน ออมมากพอที่จะเดินทางได้ตามที่ต้องการ ต่างกับผู้สูงอายุในช่วงปลายที่เงินออมหรือ รายได้ลดลง ทำให้ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยครั้งเช่นเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dardis, Soberon-Ferrer และ Patro (1994) และ Hong และคณะ (1999) อย่างไรก็ตาม การที่นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายมากหรือน้อยในขณะที่เดินทางท่องเที่ยววนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่องระดับของรายได้เพียงประเด็นเดียว แต่ยังอาจขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา (Dardis, et al., 1994; Hong, Morrison, & Cai, 1996) และสถานภาพสมรส (Hong, et al., 1996) Fleischer และ Pizam (Fleischer & Pizam, 2002) เสนอเพิ่มเติมว่า ข้อจำกัดของการเดินทางของผู้สูงอายุอาจแปรผันไปตามช่วงอายุ โดยในช่วงก่อนเกษียณ ข้อจำกัดคือเรื่องเวลาและรายได้ ส่วนช่วงวัยเกษียณ ผู้สูงอายุจะมีเงินตอบแทนหลังเกษียณและมีเวลาว่างมากพอที่จะใช้เพื่อการท่องเที่ยว แต่หากใช้จ่ายโดยขาดการวางแผนที่ดี จำนวนเงินที่ลดลงอาจกลายเป็นข้อจำกัดของการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งต่อไป แต่เมื่อถึงช่วงอายุที่ล่วงวัยมากขึ้น สุขภาพกลับเป็นข้อจำกัดแทน เพราะมักมีปัญหาเรื่องโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ ดังนั้น พอจะสรุปได้ว่า ข้อจำกัดของผู้สูงอายุในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับช่วงอายุ ระดับของรายได้ และสุขภาพ Fleischer และ Pizam (2002) จึง

เสนอว่า ธุรกิจนำเที่ยวควรมุ่งดึงดูดลูกค้าในกลุ่มอายุ 60-70 ปี เพราะเป็นผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยที่พร้อมที่สุดเนื่องด้วยปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการดังกล่าว งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อาจมีประเด็นอื่นๆ นอกเหนือจากที่ได้กล่าวแล้ว เช่น การศึกษาเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ลักษณะกิจกรรม และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่เหมาะสม (Jang & Wu, 2006) สุขภาพ (Blazey, 1987; Zimmer, Brayley, & Searle, 1995) ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการดูแลสุขภาพ (Hong, et al., 1999) และสถานะทางอารมณ์ (Westbrook, 1987) ตลอดจนอิทธิพลของภูมิหลังทางประชากรที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น ปัจจัยเรื่องเพศ อายุ การศึกษา ภูมิลำเนา และฐานะทางเศรษฐกิจ (Romsa & Blenman, 1989; Zimmer, et al., 1995) อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยของ Jang และ Wu (2006) พบว่า ความแตกต่างทางด้านอายุ เพศ และสถานภาพทางเศรษฐกิจไม่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุแต่ละคน ผู้สูงอายุจัดว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่อาจจะช่วยฟื้นฟูธุรกิจการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน เพราะมีศักยภาพและมีกำลังซื้อ เนื่องจากจำนวนของคนสูงวัยมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละปี และยังสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่มีเงื่อนไขด้านเวลา แต่การศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุยังไม่ได้ได้รับความสนใจมากเท่าที่ควร ดังนั้นเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของประเทศให้สามารถรองรับกับสถานการณ์การฟื้นตัวของธุรกิจท่องเที่ยวไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการศึกษา และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้สูงอายุจากแหล่งต่างๆ เช่น ค้นคว้าจากงานวิจัยทั้งภายในและต่างประเทศ รวมทั้งผลักดันให้นักวิจัยไทยศึกษาด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุเพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น ทั้งนี้ข้อมูลเชิงกว้างและเชิงลึกที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการนำมาใช้ประกอบการพิจารณาจัดดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวให้ได้ตรงตามเป้าหมาย ตัวอย่างประเด็นวิจัยที่น่าศึกษา เช่น ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มคนที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวจริงหรือไม่ และมีอัตราเฉลี่ยของผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละเท่าใดที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้จริง ด้วยสืบเนื่องมาจากข้อเท็จจริง ที่ยังมีกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่สามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวได้ เพราะยังมีภาระรับผิดชอบที่ไม่อาจปลีกเวลาไปใช้เพื่อการท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ ผู้สูงอายุอาจอยู่ในกลุ่มของผู้มีฐานะยากจน หรือไม่มีเงินออมทำให้ไม่อาจท่องเที่ยวได้เพราะการเดินทางแต่ละครั้ง จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนหนึ่ง

จึงเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญและมีศักยภาพ ฉะนั้นผู้สูงอายุที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวจะต้องมีสถานภาพทางการเงินที่ดีพอ ซึ่งมักจะจะมีเพียงเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งเท่านั้นที่มีกำลังทรัพย์พอจะทำได้ ผู้สูงอายุกลุ่มดังกล่าวนี้ ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีเงินออม หรือมีเงินบำนาญประเด็นดังกล่าวนี้จึงน่าสนใจที่จะศึกษา เพราะผลจากการวิจัยจะช่วยเอื้อประโยชน์เป็นอย่างยิ่งให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ให้เกิดความชัดเจนและสร้างความเชื่อมั่นว่าตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ดีได้จริง คณะผู้วิจัยจึงเห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มพลังใหม่ในการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบ ที่จะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาคตะวันตกได้

สรุปได้ว่า เมื่อเข้าวัยสูงอายุหรือเกษียณจากการทำงานซึ่งแต่ก่อน เคยทำงาน เคยออกกำลังกาย แต่พอเมื่อเข้าวัยสูงอายุ ก็ไม่ได้ทำงาน ไม่ได้ออกกำลังกาย อยู่บ้านเฉยๆ บางครั้งอาจจะทำให้เกิดภาวะเครียดในผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุต้องการที่จะใช้ชีวิตหรือดำเนินกิจกรรมที่ ใช้เวลาว่างร่วมกับผู้อื่น โดยเฉพาะในวัยเดียวกัน บางครั้งการเรียนรู้และการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุก็ยังมีมีความสำคัญการได้รับ

ความรู้ ใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ ที่เจริญก้าวหน้าจะทำให้เป็นคนทันต่อเหตุการณ์ การตอบสนองจากความต้องการ จึงทำให้เกิดความรักตนเองรักผู้อื่น รักธรรมชาติ มองตนเองอย่างมีคุณค่า จึงจำเป็นที่จะต้องจัดในรูปกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย และเน้นความแปลกใหม่ท้าทายความสามารถ และในเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ ผู้สูงอายุที่มีฐานะทางการเงินดี ผู้สูงอายุที่มีเงินออมมีเงินเก็บส่วนตัว ผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญ ก็จะต้องการที่ท่องเที่ยวมากกว่าผู้สูงอายุที่มีฐานะทางการเงินไม่ค่อยมั่นคง มีรายได้ไม่มากนัก ซึ่งอาจจะท่องเที่ยวด้วยงบที่จำกัด

บทที่ 2

ข้อค้นพบจากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาในโครงการย่อย 4 โครงการ มาสังเคราะห์เป็นแนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกที่มีความยั่งยืนในลักษณะที่เป็นการบูรณาการให้เกิดเป็นองค์รวม ด้วยการประสานองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเข้าด้วยกันที่มีความครบองค์และมีลักษณะเป็นดุลยภาพ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ด้านที่สำคัญ โดยคณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์ผลการศึกษาที่ได้จากโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ ได้แก่ การศึกษารูปแบบและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก การพัฒนารูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ และการพัฒนาฐานข้อมูลการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก มาดำเนินการสังเคราะห์ออกมาเป็นรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในภูมิภาคตะวันตก

โดยคณะผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษานี้เป็น 5 ประเด็นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้แก่

1. เพื่อวางแผนการสร้างแรงจูงใจตามพฤติกรรม ทศนคติ และความต้องการการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
2. เพื่อวางแผนการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างคุณภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
3. เพื่อวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการในท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก
4. เพื่อวางแผนการพัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก
5. เพื่อหาข้อเสนอเชิงนโยบายในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการสร้างแรงจูงใจตามพฤติกรรม ทักษะ และความต้องการการ ท่องเที่ยวที่ได้รับความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการ เข้าสู่ประชาคมอาเซียน

1.1 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 64.53 มีอายุ 60-65 ปี ร้อยละ 43.16 รองลงมาอายุ 66.69 ร้อยละ 36.75 แต่งงานแล้วร้อยละ 66.24 มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ร้อยละ 55.13 รองลงมา มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 23.08 มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 29.06 รองลงมา 43.24 ,อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 23.08 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 18.38 สำหรับพฤติกรรม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย การได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวจากสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ ร้อยละ 55.56 รองลงมาอื่นๆ เช่นกลุ่มเพื่อน สมาชิกในครอบครัว ปากต่อปาก 13.25 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ร้อยละ 42.73 รองลงมา ทำบุญไหว้พระ ร้อยละ 40.17 การเดินทางมาท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน ร้อยละ 46.58 รองลงมา มาแบบครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 31.20 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 1 วัน ร้อยละ 64.96 รองลงมา 2-3 วัน ร้อยละ 21.37 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในภาคตะวันตก 4 จังหวัด 1 ครั้ง ร้อยละ 29.91 รองลงมา 2-3 ครั้ง ร้อยละ 29.06 การเดินทางมาท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว ร้อยละ 53.42 รองลงมา มากับญาติ ร้อยละ 13.67 ลักษณะการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นแบบไม่พัก(ไป-เข้าเย็นกลับ) ร้อยละ 61.54 ลักษณะของการพัก 2-3 วัน ร้อยละ 61.11 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 72.65 รองลงมาเป็นรถบัสนักท่องเที่ยว ร้อยละ 17.95 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันรวมทุกอย่างแล้ว 501-1,000 บาท ร้อยละ 30.77 รองลงมาน้อยกว่า 500 บาท ร้อยละ 26.50 สำหรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่สูงที่สุดคือ ด้านทัศนคติในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย อยู่ในระดับมากรองลงมาด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านต่ำที่สุดคือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยอยู่ในระดับมาก

1.2 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอาเซียน

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอาเซียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.05 ส่วนใหญ่มีอายุ 60-65 ปี ร้อยละ 50.39 รองลงมาอายุ 66.69 ร้อยละ 32.56 ส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว ร้อยละ 89.92 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 97.70 รองลงมา มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 9.30 มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 70.54 รองลงมา มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 201.6 มีรายได้ 25,000 ขึ้นไป ร้อยละ 89.83 รองลงมาไม่มีรายได้ ร้อยละ 9.31 สำหรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอาเซียน การได้รับข้อมูลในการท่องเที่ยวจากกลุ่มเพื่อนสมาชิกในครอบครัว ปากต่อปาก ร้อยละ 43.24 รองลงมาเป็น อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 32.43 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ร้อยละ 43.24 รองลงมาทำบุญไหว้พระ ร้อยละ 38.84 การเดินทางมาท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน ร้อยละ 59.46 รองลงมาครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 29.73 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 1 วัน ร้อยละ 62.16 รองลงมา 2-3 ครั้ง ร้อยละ 21.62

ลักษณะ การท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นแบบพักในตะวันตก 4 จังหวัด ลักษณะของการพัก 1 วันร้อยละ 75.68 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเป็นรถบัสนักท่องเที่ยว ร้อยละ 59.46 รองลงมาเป็นรถยนต์สาธารณะร้อยละ 29.73ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันรวมทุกอย่างแล้ว 1,001-3,000 บาท ร้อยละ 56.76 รองลงมา 501-1,000 บาท ร้อยละ 259.73 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอาเซียนพบว่าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวเมียนมาร์ ร้อยละ 37.84 รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวชาวลาวร้อยละ 21.62 และต่ำสุดเป็นนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ร้อยละ 5.40 สำหรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอาเซียนในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่สูงที่สุด คือด้านทัศนคติในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอาเซียน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้าน ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอาเซียนอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านต่ำที่สุด คือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอาเซียน อยู่ในระดับมาก

1.3 ท่องเที่ยวผู้สูงอายุนอกอาเซียน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนอกอาเซียน มีการได้รับข้อมูลในการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 52.71 รองลงมาเป็น ททท./หน่วยงานราชการ ร้อยละ 22.49 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ร้อยละ 88.56 รองลงมาเยี่ยมญาติ/เพื่อนฝูง ร้อยละ 7.75 การเดินทางมาท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง ร้อยละ 72.10 รองลงมา เพื่อน ร้อยละ 21.72 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว >5 วันและเป็นสัปดาห์ร้อยละ 72.87 รองลงมา 2-3 วัน ร้อยละ 17.83 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในภาคตะวันตก 4 จังหวัด 1 ครั้ง ร้อยละ 50.39 รองลงมา 2-3 ครั้ง ร้อยละ 31.78 ลักษณะการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นแบบพักในภาคตะวันตก 4 จังหวัดร้อยละ 97.68 ลักษณะของการพักมากกว่า 3 วัน ร้อยละ 69.44 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเป็นรถบัสนักท่องเที่ยว ร้อยละ 52.71 รองลงมาเป็นรถยนต์สาธารณะ ร้อยละ 20.16 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อต่อวันรวมทุกอย่างแล้วมากกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 55.81 รองลงมา 3,001-5,000 บาท ร้อยละ 21.71 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (นอกอาเซียน) ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน ร้อยละ 31.00 รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และกลุ่มสแกนดิเนเวีย คือ ฟินแลนด์ และนอร์เวย์เท่ากัน ร้อยละ 12.41 และต่ำสุดเป็นนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน ร้อยละ 2.33 สำหรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนอกอาเซียนในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่สูงที่สุด คือ ด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนอกอาเซียน รองลงมาด้านทัศนคติในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนอกอาเซียนและด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนอกอาเซียนอยู่ในระดับมากที่สุด

1.4 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรวมทั้งหมด

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรวมทั้งหมด ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 60-65 ปี ร้อยละ 60.00 รองลงมาอายุ 66.69 ร้อยละ 33.00 ส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว ร้อยละ 82.25 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 64.25 รองลงมา มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 22.25 มีอาชีพทำกิจการส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 54.00 รองลงมา มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 18.25 มีรายได้ 25,000 ขึ้นไป ร้อยละ 68.25 รองลงมาไม่มีรายได้ แต่มี

เงินออมบุตรอุปการะ และได้รับสวัสดิการจากรัฐ หรือเบี้ยยังชีพของไทย ร้อยละ 15.25 สำหรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรวมทั้งหมด การได้รับข้อมูลในการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตร้อยละ 43.50 รองลงมาเป็น ททท./หน่วยงานราชการ ร้อยละ 20.75 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยว ร้อยละ 78.00 รองลงมา ทำบุญไหว้พระ ร้อยละ 12.75 การเดินทางมาท่องเที่ยวมากับเพื่อน ร้อยละ 46.25 รองลงมา มาแบบครอบครัว/ญาติ พี่น้อง ร้อยละ 31.25 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมากกว่า 5 วันและสัปดาห์ ร้อยละ 62.00 รองลงมา 2-3 วัน ร้อยละ 16.00 จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในภาคตะวันตก 4 จังหวัด 1 ครั้ง ร้อยละ 44.80 รองลงมา 2-3 ครั้ง ร้อยละ 29.50 ลักษณะการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นแบบแบบพักในภาคตะวันตก 4 จังหวัด ร้อยละ 86.25 ลักษณะของการพักมากกว่า 3 วัน ร้อยละ 67.00 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเป็นรถบัสนักท่องเที่ยว ร้อยละ 40.75 รองลงมาเป็นรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 27.00 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวันรวมทุกอย่างแล้วมากกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 46.00 รองลงมา 3,001-5,000 บาท ร้อยละ 20.50 สำหรับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรวมทั้งหมดในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านด้านที่สูงที่สุดคือ ด้านทัศนคติในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก และด้านที่ต่ำที่สุด คือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งหมดมีทัศนคติ ในการท่องเที่ยวสูงที่สุด รองลงมา เป็น ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวและด้านที่ต่ำที่สุด คือ แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

1.5 แผนการสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

ที่มาของรูปแบบ ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด/ทฤษฎีและงานวิจัยและข้อมูลในพื้นที่ แล้วพัฒนาเป็นรูปแบบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เรียกว่า “I²O²T²A² Model” มีองค์ประกอบ ได้แก่ 1) I = Information (การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว) 2) I= Impression(ความประทับใจในการท่องเที่ยว) 3) O=Objective for Tourism (วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว) 4) O=Operation for Service/Activity (การปฏิบัติการบริการและกิจกรรมการท่องเที่ยว) 5) T = Timing for Tourism (ระยะเวลาในการท่องเที่ยว) 6) T = Travel for Tourism (การเดินทางมาท่องเที่ยว) 7) A = Attitude for Tourism (ทัศนคติในการท่องเที่ยว) 8) A = Attraction for Tourism (สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว)

เงื่อนไขของการใช้โมเดล “I²O²T²A² Model” ที่ได้เป็นเพียงแบบจำลอง ซึ่งต้องนำไปจัดทำเป็นแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan)และแผนปฏิบัติการ (Action Plan) เพื่อสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตก ให้เกิดเป็นรูปธรรม รวมถึงกำหนดประเด็นรายละเอียดของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันตกต่อไป

การรับรองรูปแบบ ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นต่อรูปแบบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวของภูมิภาคตะวันตกในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่สูงที่สุด คือ การกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบ รองลงมา

เป็นองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวในประเด็นย่อยองค์ประกอบของรูปแบบ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวของภูมิภาค ตะวันตก ลำดับสูงสุดคือ ด้านองค์ประกอบเชิงหลักการและวัตถุประสงค์ รองลงมาเป็นด้าน องค์ประกอบเชิงเงื่อนไขการนำรูปแบบไปใช้ และลำดับต่ำสุด คือ ด้านองค์ประกอบเชิงกระบวนการ

ส่วนที่ 2 สรุปผลการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่าง คุณภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคม อาเซียน

สำหรับในด้านของแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกที่เป็นพื้นที่ในการศึกษานี้ จะ ประกอบด้วย จังหวัดราชบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นั้น พบว่า แต่ละจังหวัดถึงจะอยู่ในภูมิภาคเดียวกันแต่แหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อนั้นค่อนข้างมีความแตกต่างกัน โดย จังหวัดราชบุรีนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม คือ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน สิ่งนี้เป็นสิ่งที่มีเสน่ห์ ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของตลาดน้ำดำเนินสะดวก แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองข้าม สิ่งเหล่านี้ และเน้นไปที่การทำธุรกิจมากจนเกินไป ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงไปอย่างมาก แต่ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งในจังหวัดราชบุรีที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มคู่รัก นั่นคือ อ.สวนผึ้ง เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นให้ ภูมิความโรแมนติก และยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการเป็นส่วนมาก เช่น ตลาดน้ำ Veneto บ้าน หอมเทียน และฟาร์มแกะ The Scenery farm เป็นต้น นอกจากนี้จังหวัดราชบุรีเป็นสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีสภาพภูมิอากาศที่ดี มีวิวธรรมชาติที่สวยงาม มีลำธาร มีภูเขา อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ เช่น ธารน้ำร้อนที่เป็นน้ำแร่ธรรมชาติ เป็นต้น และยังมีกิจกรรมการขี่จักรยานจากการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อสร้างภาพให้สวนผึ้งเป็นเมืองจักรยาน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อ สุขภาพ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว อ.สวนผึ้งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุเป็นอย่างมากอีกด้วยในปัจจุบันผู้ประกอบการใน อ.สวนผึ้ง จึงเริ่มหันมาให้ความสำคัญ กับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น โดยมีแนวความคิดที่จะสร้างรีสอร์ทที่เฉพาะเจาะจงสำหรับ ผู้สูงอายุ ให้ผู้สูงอายุได้ทำกิจกรรมร่วมกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างของรีสอร์ทให้เหมาะ กับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ และจ้างผู้ดูแลที่มีความชำนาญในการดูแลผู้สูงอายุ เพื่อที่กลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุสามารถที่จะมาท่องเที่ยวได้เองอย่างมีความสุข โดยไม่ต้องรอให้ลูกหลานพามาหรือต้องมา คอยดูแล

ทั้งนี้ จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับอย่าง แพร่หลายของประเทศไทยมาตั้งแต่สมัยอดีต จนกระทั่งในปัจจุบันก็ยังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอด นิยม เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างหลากหลาย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิง ประวัติศาสตร์ และเชิงนิเวศ เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแควเขาช้างเผือก เหมืองปิ๊ตถุสสานทหาร สัมพันธมิตรดอนรัก สะพานมอญ น้ำตกเอราวัณ น้ำตกไทรโยค เป็นต้น และด้วยความที่มีสถานที่ ท่องเที่ยวอยู่มากมาย และเป็นจังหวัดที่ใหญ่ มีความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ ทำให้สามารถรองรับ นักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากประเทศต่างๆ ที่มี

ความสัมพันธ์กับสงครามโลกครั้งที่ 2 จะมารำลึกถึงการเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากเป็นลูกหลานที่มีอายุและอยู่มาจนถึงทุกวันนี้

และหากพิจารณาถึงจังหวัดเพชรบูรณ์นั้นจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และเชิงันทนาการ (แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น) เช่น หาดชะอำ หากเจ้าสำราญ พระนครคีรี (เขาวัง) วัดพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) Camel Republic (คาเมลรีพับบลิค) ซานโตรีนี่ เป็นต้น ซึ่งจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นประจำโดยส่วนมากจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง เนื่องจากสามารถท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับได้ เพราะไม่ไกลมากนัก นอกจากนี้จังหวัดเพชรบูรณ์ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เงียบสงบที่มีนักท่องเที่ยวไม่เยอะมากนัก เหมาะสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวของโครงการหลวงต่างๆ ซึ่งส่วนมากจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งมีกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

ตลอดจนจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอย่างมาก เนื่องจากมีความพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวในทุกด้านอีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และเชิงันทนาการ (แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น) เช่น หาดหัวหิน เกาะทะลุ อ่าวมะนาว เพลินวาน สวนน้ำวานา นาวา หัวหิน เป็นต้นและยังมีระยะทางที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ สามารถท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับได้ และมีสนามบินไว้สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจังหวัดที่ห่างไกล และหากพิจารณาถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ที่นี่ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมอย่างยิ่งเพราะเป็นเมืองตากอากาศที่มีความปลอดภัย อาชญากรรมมีน้อย ไม่มีภัยธรรมชาติ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีระดับ การเดินทางสะดวกสบายมีระบบขนส่งมวลชนที่ทั่วถึง เหมาะแก่การพักผ่อนของผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

2.1 การกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุเชิงรุก

ในด้านการประชาสัมพันธ์ โดยรวมแล้วสถานที่ท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดจะมีการประชาสัมพันธ์หลัก ที่คล้ายกันคือการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network เช่น เว็บไซต์ face book Instagram และ Line เป็นต้น ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์แบบ High Technology คือ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในงานด้านการประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นวิธีการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในยุคปัจจุบัน เนื่องจากมีความรวดเร็ว สามารถกระจายข้อมูลได้กว้างขวางในครั้งเดียว และมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ แต่ด้วยความที่ในปัจจุบันเทคโนโลยีเหล่านี้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้สถานประกอบการเกือบทุกแห่งมีความเท่าเทียมกันในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีนี้จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนวิธีการในการประชาสัมพันธ์ โดยอาจใช้เทคนิคการกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้วยวิธี Differentiation คือ การสร้างความแตกต่างให้สถานประกอบการของตนในด้านของ Product Service และ Image ทำการนำเสนอข้อมูลในทางบวกที่เป็นจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบของตนเอง เพื่อประชาสัมพันธ์ถึงความมีเอกลักษณ์และความโดดเด่นจนเป็นที่จดจำ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีแนวคิดที่ตรงกับวิธีการประชาสัมพันธ์วิธีนี้ หรืออีกหนึ่งวิธีการประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี คือ กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบ Creativity คือ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีบทบาทในการแก้ไขวิกฤตให้เป็นโอกาส

ดังนั้นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในงานประชาสัมพันธ์จึงควรเริ่มจากการระดมความคิดจากเวทีการจัดการความรู้และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการใน อ.สวนผึ้งได้นำวิธีการนี้ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยได้ทำการรวมกลุ่มกัน เช่น กลุ่ม I love สวนผึ้ง เป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการใน อ.สวนผึ้ง ร่วมกันคิดโครงการต่างๆ ที่จะจัดในช่วงเทศกาลหรือฤดูกาลต่างๆ เช่น จัดแข่งจักรยาน จัดคอนเสิร์ตซีซันคนเลิฟของค์ เป็นต้น และมีการเปิดศูนย์ซึ่งรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของจังหวัดราชบุรี เช่น เบอร์โทรศัพท์ของแต่ละรีสอร์ท รีสอร์ทแต่ละแห่งราคาเท่าไร ช่วงไหนมีจัดงานอะไร ข้อมูลร้านอาหารต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบ Database คือ การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัวในการเรียกใช้ เป็นอีกกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างมากในงานด้านประชาสัมพันธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวและสถานประกอบการทุกแห่งใน อ.สวนผึ้งสามารถดึงข้อมูลข่าวสารจากแหล่งเดียวกัน ทำให้เกิดความแม่นยำและรวดเร็ว อีกทั้งสามารถเก็บข้อมูลไว้ใช้ในการจัดการความรู้ หรือใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดทิศทางการบริหารงานการสื่อสารองค์กรในวาระต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ สิ่งที่ภาคการท่องเที่ยวในภาคตะวันตกควรปรับปรุงคือ ป้ายและสัญลักษณ์บอกทางไปสถานที่ท่องเที่ยวให้มืออย่างทั่วถึง หรือจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดไว้ในจุดต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้นซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบ International PR คือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล เพราะนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้มีเพียงคนไทยเท่านั้น แต่มีชาวต่างชาติอีกหลายชาติที่เข้ามา ทำให้การดำเนินงานจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับหลักสากลที่ข้อมูลข่าวสารต้องถูกเผยแพร่ไปสู่ระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นภาษา เนื้อหา ภาพต่างๆ เป็นต้น

2.2 การกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุเชิงรุก

จากการศึกษาสามารถสรุปกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก คณะผู้วิจัยเลือกใช้กลยุทธ์การจูงใจซึ่งหน้า ซึ่งเป็นวิธีที่สอดคล้องกับบริบทของการวิจัยการท่องเที่ยวนี้ ที่ได้มีการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก และสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว จากนั้นจึงได้นำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยว โดยจำแนกออกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยการจัดทำรูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุเชิงรุก ในภูมิภาคตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีคุณภาพนั้น คณะผู้วิจัยได้เริ่มต้นจากการสำรวจทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการจัดทำรูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวและรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคุณภาพของผู้สูงอายุเชิงรุกเพื่อให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ โดยผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกอันประกอบด้วย จังหวัดราชบุรี จังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทรัพยากรของแต่ละจังหวัดค่อนข้างมีความแตกต่างกัน คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้รูปแบบการตลาดเชิงรุกแบบจูงใจซึ่งหน้า ซึ่งเป็นวิธีการที่นำเอาจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวมาผสมผสานเข้ากับความนิยมของนักท่องเที่ยว ออกมาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ลงตัวจำนวน 2 รูปแบบ ดังนี้

1. รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวแบบจุ่มซึ่งหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวนอก AEC โดยจากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวนอก AEC มีความนิยมท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเชิงนิเวศ คณะผู้วิจัยจึงได้จัดรูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวแบบจุ่มซึ่งหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวนอก AEC โดยนำจุดเด่นของ 3 จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกมานำเสนอ โดยเริ่มที่จังหวัดกาญจนบุรี ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ รัลสิกประวัติศาสตร์สงครามโลกครั้งที่ 2 ที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว จากนั้นก็ต่อยอดด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ที่จังหวัดเพชรบุรี และสุดท้ายพักผ่อนกับธรรมชาติด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยคณะผู้วิจัยได้มีสโลแกนของการท่องเที่ยวสำหรับสำหรับนักท่องเที่ยวนอก AEC ดังนี้

“ระลึกความหลังที่กาญจนบุรี สร้างความดีที่เมืองเพชร เต็มพลังชีวิตที่ประจวบคีรีขันธ์”

2. รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวแบบจุ่มซึ่งหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวใน AEC

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวใน AEC มีพฤติกรรมและความนิยมในการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และ การใช้ชีวิตท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยเริ่มจากท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ทั้งทางด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยแหล่งเรียนรู้โครงการชั่งหัวมัน จากนั้นก็ท่องเที่ยวโดยใช้ชีวิตใกล้ธรรมชาติที่อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยคณะผู้วิจัยได้มีสโลแกนของการท่องเที่ยวสำหรับสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวใน AEC ดังนี้

“เที่ยวเมืองเพชร 3 สไตล์ สโลว์ไลฟ์ใกล้ธรรมชาติเมืองราชบุรี”

2.3 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุเชิงรุก

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก สามารถอธิบายได้ว่า การประชาสัมพันธ์แบบ High Technology มีข้อดีที่สามารถกระจายข้อมูลได้กว้างขวางในครั้งเดียว และมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ แต่มีข้อควรระวัง คือ ปัจจุบันเทคโนโลยีเหล่านี้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้สถานประกอบการเกือบทุกแห่งมีความเท่าเทียมกันในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีนี้ ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนวิธีการในการประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคนิคการกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้วยวิธี Differentiation คือ การสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยวในด้านของ Product Service และ Image เข้ามาช่วยส่งเสริม

และอีกหนึ่งวิธีการประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี คือ กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบ Creativity คือ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีบทบาทในการแก้ไขวิกฤตให้เป็นโอกาส ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการใน อ.สวนผึ้งได้นำวิธีการนี้ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยได้ทำการรวมกลุ่มกัน เช่น กลุ่ม I love สวนผึ้ง เป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการใน อ.สวนผึ้ง ร่วมกันคิดโครงการต่างๆ ที่จะจัดในช่วงเทศกาลหรือฤดูกาลต่างๆ อีกทั้งยังมีการเปิดศูนย์ซึ่ง

รวบรวมข้อมูลต่างๆ ของจังหวัดราชบุรี เช่น เบอร์โทรศัพท์ของแต่ละรีสอร์ท รีสอร์ทแต่ละแห่งราคาเท่าไร ช่วงไหนมีจัดงานอะไร ข้อมูลร้านอาหารต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบ Database คือ การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัวในการเรียกใช้ เป็นอีกกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างมากในงานด้านประชาสัมพันธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวและสถานประกอบการทุกแห่งใน อ.สวนผึ้งสามารถดึงข้อมูลข่าวสารจากแหล่งเดียวกัน ทำให้เกิดความแม่นยำและรวดเร็ว อีกทั้งสามารถเก็บข้อมูลไว้ใช้ในการจัดการความรู้ หรือใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดทิศทางการบริหารงานการสื่อสารองค์กรในวาระต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ สิ่งที่ภาคการท่องเที่ยวในภาคตะวันตกควรปรับปรุง คือ ป้ายและสัญลักษณ์บอกทางไปสถานที่ท่องเที่ยวให้มืออย่างทั่วถึง หรือจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดไว้ในจุดต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้นซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบ International PR คือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล เพราะนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้มีเพียงคนไทยเท่านั้น แต่มีชาวต่างชาติอีกหลายชาติที่เข้ามา ทำให้การดำเนินงานจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับหลักสากลที่ข้อมูลข่าวสารต้องถูกเผยแพร่ไปสู่ระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นภาษา เนื้อหา ภาพต่างๆ เป็นต้น โดยการยึดหลักของการเป็นสากลได้นั้นจะต้องมีการทำป้ายสัญลักษณ์ที่เป็นสากลเข้ามาใช้ อีกทั้งจากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลการประชาสัมพันธ์อีกหนึ่งจุดที่ไม่ควรมองข้ามคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสถานีตำรวจ เนื่องด้วยสถานีตำรวจคือที่พึ่งของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการสอบถามข้อมูล

ส่วนที่ 3 สรุปผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุของผู้ประกอบการในท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

3.1 จุดแข็งที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

1. แหล่งท่องเที่ยวทางภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์โบราณสถานและศาสนสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและศิลปะดั้งเดิม
2. มีระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่มีความพร้อม
3. ชุมชนมีศักยภาพสูงพอที่จะจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นของชุมชนได้หลายแห่ง
4. จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกอยู่ในแนวเส้นทางและพื้นที่ระเบียงทางเศรษฐกิจในภูมิภาคที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น
5. การจัดทำข้อมูลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดอย่างเป็นระบบ
6. การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มจังหวัดด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก ทำให้มีการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดอย่างต่อเนื่อง

3.2 จุดอ่อนที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

1. มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งขาดการสนับสนุนด้านการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสม
2. ผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความร่วมมือ ในการจัดการสิ่งปลูกสร้าง ที่มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อม
3. ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ยังขาดความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
4. โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และป้ายชี้ทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวยังไม่เพียงพอ และครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด
5. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดความหลากหลาย
6. ภาครัฐขาดความเข้าใจด้านการวางแผนและการจัดการ ด้านการตลาดท่องเที่ยว อีกทั้งภาคธุรกิจยังไม่มีประสานแผนและความร่วมมือทางการตลาดกันอย่างเป็นรูปธรรม

3.3 โอกาสที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

1. สามารถเชื่อมโยงศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวกับประเทศในกลุ่มอาเซียน
2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างภูมิภาคอาเซียน
3. หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการพัฒนามาตรฐานการบริการ และความปลอดภัย เพื่อเข้าสู่ระบบสากลในภูมิภาคตะวันตก
4. การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและการคมนาคมขนส่ง ช่วยกระตุ้นการลงทุนภูมิภาคตะวันตก
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียงทำให้แหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกได้รับความสนใจไปพร้อมกัน
6. หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก จึงทำให้มีโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดได้ดีขึ้น

3.4 อุปสรรคที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

1. ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานส่วนกลางที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. การพัฒนาที่ขาดการวางแผนในภาพรวมอย่างต่อเนื่องอาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
3. ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ยังขาดการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

4. การเร่งการดำเนินการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อการท่องเที่ยวมากเกินไป ทำให้ขาดความกลมกลืนกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมของจังหวัด
5. ความไม่ชัดเจนของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่ทั้งในระดับนโยบายรัฐบาลและระดับผู้บริหารในพื้นที่ ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปอย่างต่อเนื่อง
6. ยังไม่มีนโยบายและแนวทางจากหน่วยงานภาครัฐ ในการกำหนดเป้าหมายและส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่ชัดเจน

3.5 ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

1. ศักยภาพการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

- ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการพัฒนาขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว
- การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์มาจากศักยภาพของชุมชน ทั้งความรู้ วัตถุดิบ วัสดุ ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อหาจุดเด่นและอัตลักษณ์ของชุมชน
- การใช้ประสบการณ์และการเรียนรู้ เพื่อการต่อยอดและพัฒนาศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว
- การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ที่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มและมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร่วมกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้ในชุมชนด้วย ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว
- การใช้วัสดุ วัตถุดิบ บุคลากร ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อการสร้างงานและสร้างรายได้จากการให้บริการการท่องเที่ยวและการจำหน่ายวัตถุดิบ สินค้าพื้นเมือง เพื่อสร้างอัตลักษณ์และสื่อความหมายของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
- การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยการประสานงานกับผู้ผลิตสินค้าจากภายนอกเพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานและลดต้นทุนของผู้ประกอบการ

2. ศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

- การจัดกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพใจ เหมาะสมกับร่างกายของผู้สูงอายุและเป็นกิจกรรมที่สามารถทำร่วมกันได้ทั้งครอบครัว
- การจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพทั้งหมด

- การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่เน้นการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ สร้างประสบการณ์ใหม่ และนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. ศักยภาพการให้บริการการท่องเที่ยว

- การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นมาตรฐานรับรอง โดยมีหน่วยงานด้านสถานศึกษาในการพัฒนาบุคลากรในด้านการบริการการท่องเที่ยว และพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยว สร้างทักษะการบริการ ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านประกอบการท่องเที่ยว ทักษะด้านการพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่

- การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุด้วยความรู้เกี่ยวกับแหล่งการท่องเที่ยว และมีใจบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่ต้องการได้รับการบริการเป็นพิเศษ

- การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัย

4. ศักยภาพการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

- การวางแผนการนำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายรวมทั้งการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

- การวางแผนการส่งเสริมการตลาดที่เจาะจงไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

- การวางแผนการสื่อสารการตลาดอย่างเชิงบูรณาการเพื่อการประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก มีหลากหลายรูปแบบและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

- การใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานต่างๆ และสามารถบริหารจัดการกับความต้องการการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

3.6 เงื่อนไขความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

1. ด้านการเรียนรู้ ประกอบด้วย

- ด้านการเรียนรู้ร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

- การเรียนรู้ในการปฏิบัติงานร่วมกัน

- การเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งในครอบครัว กลุ่ม และเครือข่ายชุมชน

2. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางเกษตร และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างที่มีการสื่อความหมายทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวใหม่

3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย

- การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อความปลอดภัย

- การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว โดยมีเครือข่ายความร่วมมือและกลยุทธ์การจัดการร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนการทำงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย

4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก ประกอบด้วย

- การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยสนับสนุนทั้งด้านความรู้ บุคลากร การตลาดและงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

- การสนับสนุนงบประมาณในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจากหน่วยงานภายนอก

5. ด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย

ด้านเครือข่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทำให้มีการติดต่อและการสนับสนุน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความร่วมมือกัน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การจัดหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด การสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว

3.7 การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ของผู้ประกอบการท้องถิ่นในภูมิภาคตะวันตก

จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มสี่ประสานตาลเมืองเพชร และผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน ในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ

การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวประกอบด้วย

จุดที่ 1 สวนตาลอุบลนอม เป็นแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาตาลโตนด ประกอบด้วย ฐานการทำน้ำตาล ฐานการเคี้ยวตาล ฐานการทำขนมตาล

จุดที่ 2 วัดถ้ำรงค์ เป็นแหล่งเรียนรู้กิจกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม

จุดที่ 3 บ้านอีโตนด เป็นแหล่งเรียนรู้การแปรรูปผลผลิตจากตาลโตนด

จุดที่ 4 กลุ่มสี่ประสานตาลเมืองเพชร เป็นแหล่งเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ประกอบด้วยการพัฒนาด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านอรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์และการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์

ผลการประเมินความเหมาะสม ของศักยภาพเส้นทางท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาองค์ประกอบ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.39$, S.D. = 0.68)

ด้านการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.58) และด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.71)

ผลการประเมินความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินค้าระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$, S.D. = 0.32) เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยคือ ด้านรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.47) รองลงมาคือด้านบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.43) ด้านขนาดของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.47) และด้านอัตราประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = 0.58)

จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ สามารถสะท้อนผลดีจากการปฏิบัติงานได้ดังนี้

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อผู้ประกอบการท้องถิ่น

1. ผู้ประกอบการท้องถิ่น มีความรู้ความชำนาญในด้านจักสานที่ได้รับการฝึกฝนและถ่ายทอดมาจากผู้รู้ ผู้ชำนาญ สามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อสร้างสินค้าที่ระลึก ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน
2. ผู้ประกอบการท้องถิ่น ควรนำทุนชุมชนเป็นฐานของการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
3. ผู้ประกอบการท้องถิ่นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและของที่ระลึก ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งสิ่งของเครื่องใช้และของที่ระลึก อีกทั้งสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ทั้งการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างอาชีพเสริมให้แก่ผู้ประกอบการท้องถิ่นทั้งการผลิตสินค้าและบริการ

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อคนในชุมชน

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชน
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้คนในชุมชนเห็นถึงความสำคัญของขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ที่ประกอบสร้างเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และยังสามารถสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน ผ่านการเรียนรู้จากปราชญ์ชาวบ้านที่มีความผูกพันกับภูมิปัญญาตาลโตนด มีความรู้ความสามารถและมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่พร้อมจะถ่ายทอดความรู้ในด้านต่างๆ

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยว

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้ได้เรียนรู้และร่วมทำกิจกรรมที่สร้างสรรค์ร่วมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเป็นการถ่ายทอดและการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพจากการที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน

ผลดีจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อเครือข่ายการท่องเที่ยว

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้ร่วมมือกับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการท้องถิ่นในการผลิตสินค้าที่มีปัจจัยการผลิตหลักมาจากธรรมชาติซึ่งมีแหล่งที่มาจากท้องถิ่นชุมชน
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชน นอกเหนือจากร้านค้าในชุมชนยังมีการจำหน่ายในงานแสดงสินค้าของจังหวัดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างทั่วถึง
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกสำหรับผู้สูงอายุ สามารถร่วมมือกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ทั้งด้านความรู้ เงินทุน วัสดุและอุปกรณ์

ส่วนที่ 4 สรุปผลการพัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

ในการออกแบบและสร้างแอปพลิเคชันร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยการวิพากษ์ร่างแอปพลิเคชันร่วมกับผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานกาญจนบุรี รองผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ผู้แทนการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี นักท่องเที่ยว จำนวน 6 คน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 8 คน รวมทั้งสิ้น 19 คน ข้อมูลเชิงคุณภาพที่เก็บรวบรวมเน้นความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของแอปพลิเคชันที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่าแอปพลิเคชันควรมีอักษรขนาดใหญ่ หลีกเลียงอักษรสีอ่อน ควรโฟกัสข้อมูลที่จำเป็น และควรมีแหล่งบริการนักท่องเที่ยวจำนวนมากและหลากหลาย รูปภาพเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับแอปพลิเคชันการท่องเที่ยวมากที่สุด จะต้องคัดรูปที่สวยงาม ชัดเจน และเป็นรูปที่บรรยายบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี รวมทั้งจะต้องสามารถขยายขนาดได้ด้วยและจำนวนรูปภาพไม่ควรมากหรือน้อยจนเกินไป การออกแบบไอคอนควรใช้ภาพไอคอนที่คมชัดและดึงดูด ไม่กลืนไปกับสิ่งแวดล้อม

ในการอบรมเชิงปฏิบัติการสำหรับผู้สูงอายุที่มีอายุไม่น้อยกว่า 60 ปี จำนวน 15 คน พบว่าผู้สูงอายุบางคนเคยใช้สมาร์ทโฟนมาบ้าง บางคนคุ้นเคยเป็นอย่างดี และให้ความสนใจแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมาก สามารถเรียนรู้ที่จะใช้งานได้ง่าย เข้าใจการสื่อความหมายขององค์ประกอบของแต่ละส่วนได้ จากผลการศึกษาพบว่าผู้เข้าร่วมโครงการอบรมฯ มีความเห็นเห็นว่า

แอปพลิเคชัน Western Thailand มีปุ่มคำสั่งในการเลือกและข้อความลิงค์สื่อความหมายได้ชัดเจน เข้าใจง่ายมากที่สุด ใช้ตัวอักษรที่เหมาะสม สามารถอ่านได้ง่ายและชัดเจน นอกจากนี้ยังมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านภาพประกอบต่างๆ ที่สื่อความหมายได้ชัดเจนและการจัดองค์ประกอบโดยรวมที่มีความกลมกลืน ดูน่าสนใจและใช้งานง่าย ซึ่งทำให้ผู้เข้าอบรมสามารถใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวเพิ่มเติมได้ด้วยตนเอง นั้นแสดงให้เห็นว่าแอปพลิเคชัน Western Thailand มีประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาแอปพลิเคชันในครั้งนี้

ในการประเมินผลฐานข้อมูลโดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 12 คนซึ่งเป็นชาวไทยจำนวน 7 คนและชาวต่างชาติจำนวน 4 คน ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 60-80 ปี รวมทั้งผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ศึกษาจำนวน 3 ราย พบว่า โดยภาพรวมองค์ประกอบของแอปพลิเคชันมีความเหมาะสม มีปุ่มที่มีขนาดใหญ่ ตัวหนังสือมีขนาดใหญ่ สามารถมองเห็นได้ชัดเจน เข้าใจได้ง่ายว่ามีแหล่งท่องเที่ยวใดและอยู่ที่ใดบ้างรวมทั้งผู้ใช้สามารถใช้งานได้สะดวก (user-friendly) แต่ในส่วนที่เชื่อมต่อกับแอปพลิเคชันของ google map ยังมีอักษรขนาดเล็กไม่สามารถมองเห็นได้โดยง่าย อีกทั้งนักท่องเที่ยวบางคนยังเห็นว่าแอปพลิเคชันมีภาพประกอบน้อยไป

นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าแอปพลิเคชันมีประโยชน์มาก ช่วยทำให้เกิดความสะดวกสบาย ทำให้สามารถเดินทางไปในสถานที่ที่ไม่รู้จักได้ง่ายขึ้น ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยสูงอายุบางส่วนยังรู้สึกไม่คุ้นเคยกับการใช้สมาร์ตโฟนและมักอาศัยลูกหลานในการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะมักเดินทางเป็นครอบครัวซึ่งอาจทำให้ผู้สูงอายุไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ด้วยประโยชน์ดังกล่าวนี้ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ให้คะแนนคุณภาพของแอปพลิเคชันในระดับดี อีกทั้งยังมีนักท่องเที่ยวที่เปรียบเทียบกับแอปพลิเคชัน western thailand มีประโยชน์มากกว่า lonely planet สำหรับนักท่องเที่ยวร้อยละ 25 ที่ยังใช้งานไม่ค่อยเป็นให้คะแนนคุณภาพในระดับปานกลาง

4.1 ฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันด้านการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก

จากผลการศึกษาข้างต้นเป็นผลให้ทางผู้วิจัยได้ออกแบบให้แอปพลิเคชันสามารถเชื่อมต่อกับระบบนำทางของ google map ซึ่งเป็นแผนที่ที่มีข้อมูลครอบคลุมพื้นที่ที่ศึกษาและมีการนำทางด้วยเสียง แอปพลิเคชัน Western Thailand บนระบบแอนดรอยด์ในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เวอร์ชัน 1.1.1 ที่ได้รับการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการ ผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานกาญจนบุรี รองผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ผู้แทนการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี ได้ถูกเผยแพร่ใน Play Store และผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดได้จาก Play Store โดยใช้คำค้นคือ Western Thailand ซึ่งมีองค์ประกอบหลักดังนี้

- หน้าแรก ภาพนิ่งแทนแอปพลิเคชัน
- เมนู จัดกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

- หน้าแสดงผล แสดงตำแหน่งของแหล่งท่องเที่ยวบนแผนที่
- แลบบค้นหา อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้สามารถสืบค้นได้
- ข้อมูลเบื้องต้น แสดงภาพ คำอธิบาย เชื่อมต่อกับส่วนของข้อมูลและเส้นทาง
- ข้อมูล ข้อมูลเพิ่มเติม เชื่อมต่อกับแหล่งข้อมูลภายนอกและเบอร์โทรศัพท์
- เส้นทาง ระบบนำทางจากตำแหน่งปัจจุบันไปยังแหล่งท่องเที่ยว

4.2 ข้อเสนอแนะการพัฒนาแอปพลิเคชัน

จากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย ในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โรงแรมลองบีช ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ได้รับคำแนะนำจากผู้เข้าร่วมประชุมให้เพิ่มแหล่งท่องเที่ยวและโรงแรมที่พักที่ให้บริการเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ เช่น เพชรริมน้ำรีสอร์ท ร้านอาหารเบญจเยี่ยม เป็นต้น นอกจากนี้ยังเสนอให้เพิ่มเสียงบรรยายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวสูงอายุซึ่งอาจมีปัญหาทางด้านสายตา ทำให้การอ่านข้อความแบบบรรยายในแอปพลิเคชันอาจยังไม่เพียงพอ รวมทั้งได้มีข้อเสนอแนะจากรองผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ว่าควรมีเกร็ดตำนาน หรือเรื่องที่เป็นความเชื่อของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวด้วยซึ่งการแนวทางการเพิ่มเสียงบรรยายในแอปพลิเคชันจะเป็นอีกแนวทางที่ดีที่จะอำนวยความสะดวกให้เพิ่มรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น

นอกจากนี้ผู้ร่วมประชุมยังแสดงความกังวลในการอัปเดตข้อมูลและดูแลจัดการแอปพลิเคชันระยะยาวเมื่อสิ้นสุดโครงการวิจัยแล้ว แอปพลิเคชันจำเป็นต้องได้รับการดูแลและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุเกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวทั่วไป แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่นับถือพระพุทธศาสนาคือการนำเสนอเส้นทางไหว้พระและสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามคติความเชื่อของผู้สูงอายุเพิ่มเติมใน Western Thailand โดยนำเสนอเส้นทางในพื้นที่ 4 จังหวัดที่มีข้อมูลของวัดต่างๆที่สำคัญ ซึ่งอาจรวมทั้งวัดที่อยู่ในเส้นทางที่ใกล้เคียงกันด้วย

ส่วนที่ 5 ผลการสรุปข้อเสนอเชิงนโยบายในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในโครงการย่อย 4 โครงการนั้น สามารถนำมาจัดประชุมเพื่อหาข้อเสนอเชิงนโยบายในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก จากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย ในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โรงแรมลองบีช ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ได้รับคำแนะนำจากผู้เข้าร่วมประชุมว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์จะต้องทำให้ลูกหลานมีความต้องการมาท่องเที่ยวพร้อมด้วย เนื่องจากลูกหลานจะเป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจ

พาผู้สูงอายุมาท่องเที่ยว ทั้งนี้ในเรื่องของการดูแลผู้สูงอายุจะต้องมีการจัดให้มีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ในเรื่องของจิตวิทยาผู้สูงอายุด้วย ทั้งนี้ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงการออกแบบสถานที่ให้เอื้อต่อการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ สำหรับในเรื่องของการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ประชุมเห็นว่าควรเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวและโรงแรมที่พักที่ให้บริการเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ เช่น เพชรริมน้ำริสอร์ท ร้านอาหารเบญจยิ้ม เป็นต้น นอกจากนี้ยังเสนอให้เพิ่มเสียงบรรยายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวสูงอายุซึ่งอาจมีปัญหาทางด้านสายตา ทำให้การอ่านข้อความแบบบรรยายในแอปพลิเคชันอาจยังไม่เพียงพอ รวมทั้งได้มีข้อเสนอแนะจากรองผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ว่าควรมีเกรด ตำนาน หรือเรื่องที่เป็นความเชื่อของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวด้วยการแนวทางการเพิ่มเสียงบรรยายในแอปพลิเคชันจะเป็นอีกแนวทางที่ดีที่จะอำนวยความสะดวกให้เพิ่มรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น

นอกจากนี้ผู้ร่วมประชุมยังแสดงความกังวลในการอัปเดตข้อมูลและดูแลจัดการแอปพลิเคชันระยะยาวเมื่อสิ้นสุดโครงการวิจัยแล้ว แอปพลิเคชันจำเป็นต้องได้รับการดูแลและพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุเกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวทั่วไป แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวอาเซียนที่นับถือพระพุทธศาสนาคือการนำเสนอเส้นทางไหว้พระและสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามคติความเชื่อของผู้สูงอายุเพิ่มเติมใน Western Thailand โดยนำเสนอเส้นทางในพื้นที่ 4 จังหวัดที่มีข้อมูลของวัดต่างๆที่สำคัญ ซึ่งอาจรวมทั้งวัดที่อยู่ในเส้นทางที่ใกล้เคียงกันด้วย

โดยจากผลการประชุมคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการนำข้อเสนอแนะที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงผลการดำเนินการวิจัย โดยจากคำแนะนำจากผู้เข้าร่วมประชุมว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์จะต้องทำให้ลูกหลานมีความต้องการมาท่องเที่ยวร่วมด้วย เนื่องจากลูกหลานจะเป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจพาผู้สูงอายุมาท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเขียนแนวทางในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุของประเทศไทยให้มุ่งทำการตลาดไปที่กลุ่มของลูกหลาน และจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตรงกับช่วงปิดเทอมเพื่อดึงดูดความสนใจจากคนในครอบครัว อีกทั้งในเรื่องของการดูแลผู้สูงอายุจะต้องมีการจัดให้มีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ในเรื่องของจิตวิทยาผู้สูงอายุตามคำแนะนำของที่ประชุม โดยแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรจัดให้มีมัคคุเทศก์สำหรับผู้สูงอายุ สำหรับในเรื่องของการพัฒนาแอปพลิเคชัน คณะผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงการออกแบบแอปพลิเคชันให้เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น ด้วยการใช้นาฬิกาขนาดใหญ่ขึ้น สะดวกต่อการใช้งาน

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำข้อสรุปข้อเสนอเชิงนโยบายข้างต้นมาจัดทำเป็นแนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้น คณะผู้วิจัยได้ยึดหลัก 3 A's ซึ่งได้มีนักวิชาการสรุปไว้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ทรัพยากรต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) และ

ทรัพยากรต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โดยจากผลการศึกษาศาสามารถสรุปทรัพยากรการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกได้ดังนี้

1.1 ทรัพยากรต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

จากผลการศึกษาศาสามารถสรุปทรัพยากรที่มีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ในภูมิภาคตะวันตก โดยพบว่าแต่ละจังหวัดในภูมิภาคตะวันตกอันเป็นพื้นที่เป้าหมายของการศึกษาได้แก่ จังหวัดราชบุรี เพชรบุรี กาญจนบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ล้วนมีทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

จังหวัดราชบุรี

ปัจจุบันจังหวัดราชบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่กำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่นหรือคู่รัก เป็นเมืองโรแมนติก เนื่องจาก อ.สวนผึ้ง มีสภาพภูมิอากาศที่ดี ใกล้ชิดธรรมชาติมีลำธาร มีภูเขา นั่นก็นำมาความเป็นธรรมชาติเป็นจุดขาย แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจะเป็นกลุ่มวัยรุ่น คู่รัก เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ถูกเผยแพร่ออกไปส่วนมากจะเป็นภาพลักษณ์ที่มีความโรแมนติกเหมาะสำหรับคู่รักหรือวัยรุ่นที่ต้องการดื่มด่ำกับธรรมชาติที่สวยงามโรแมนติก ถ่ายรูป โพสต์ลง Social Network เป็นต้น

ทั้งนี้จากผลการศึกษายังพบว่า จังหวัดราชบุรีไม่ได้เป็นจังหวัดเป้าหมายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ เนื่องจากว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อให้สอดคล้องกับธรรมชาติเพื่อตอบโจทย์นักท่องเที่ยวชาวไทย ด้วยการเลียนแบบธรรมชาติของโซนยุโรป ซึ่งชาวต่างชาติโซนยุโรปเห็นว่าในประเทศของเขาเองก็มี และเป็นสถานที่ที่เป็นต้นตำหรับอยู่แล้ว จังหวัดราชบุรีจึงไม่ใช่จังหวัดเป้าหมายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในอาเซียนนั้นมีบ้าง เพราะสภาพบ้านเมืองของเขาคล้ายๆ กับประเทศไทยอีกทั้งนักท่องเที่ยวในอาเซียน เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวค่อนข้างใกล้เคียงกับชาวไทย

จังหวัดเพชรบุรี

จังหวัดเพชรบุรีเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของคนไทยมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันการที่เพชรบุรียังคงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอยู่ได้นั้นเนื่องจากเพชรบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย แบ่งออกเป็น 2 ฝั่งก่อนเบื้องต้น คือ ฝั่งทะเลและฝั่งน้ำจืด ฝั่งน้ำจืด เช่น เขื่อนแก่งกระจาน ท่ามาย เขาวังพระราชวังเวศน์มฤคทายวันและโครงการหลวงต่างๆ สำหรับฝั่งทะเล เช่น ชายหาดชะอำ ชายหาดปึกเตียน ชายหาดเจ้าสำราญอีกทั้งในปัจจุบันได้มีสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับคนรุ่นใหม่เกิดขึ้นหลายแห่ง เช่น ซานโตรีนีพาร์คสวิสซีพาร์มและคาเมล รีพลับริค เป็นต้น รวมถึงเป็นจังหวัดที่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก เพียง 123 กิโลเมตร สามารถไปเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับได้ ทำให้นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียงนิยมไปท่องเที่ยวที่จังหวัดเพชรบุรีอย่างมาก

จังหวัดกาญจนบุรี

หากกล่าวถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จะต้องนึกถึงจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากจังหวัดกาญจนบุรีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นลำดับต้นๆ ของประเทศไทย จึงทำให้จังหวัดกาญจนบุรีมีความพร้อมในเรื่อง

ของการท่องเที่ยวที่ครบวงจร ทั้งเรื่องของธรรมชาติ การผจญภัย วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ จังหวัดกาญจนบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย เช่น เขาช้างเผือก เขื่อนศรีนครินทร์ วนอุทยานถ้ำเขาวงกต สะพานข้ามแม่น้ำแคว สะพานมอญ ซึ่งมีจุดเด่นที่เป็นธรรมชาติ การผจญภัย ประวัติศาสตร์ และยังมี วัฒนธรรม มีชาวพื้นเมืองต่างๆ หลงเหลืออยู่ ทั้งกระเหรี่ยง มอญ กร่าง หลายเชื้อชาติ อีกทั้งยังมีเขต ชายแดนที่ติดกับประเทศพม่า และมีประวัติศาสตร์ที่มีความเชื่อมโยงระหว่างประเทศหลายๆ ประเทศ อีกด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติจะชอบการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อยู่แล้ว สิ่งนี้จึงกลายเป็น จุดขายของจังหวัดกาญจนบุรี

จากข้อมูลในการวิจัย พบว่า จังหวัดกาญจนบุรีเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ ไม่ค่อยมีผู้สูงอายุเท่าไร จะเน้นไปทางกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยกว่า 60 ปี โดยส่วนมาก นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวที่กาญจนบุรีจะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยมากกว่านักท่องเที่ยวแบบ ผู้สูงอายุ แต่ถ้าเป็นผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียที่มารำลึกถึงการเกิด สงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากเป็นลูกหลานที่มีอายุและอยู่มาจนถึงทุกวันนี้ แต่ในความเป็นจริงจังหวัด กาญจนบุรีมีความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอยู่มาก ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเช่นกัน อีกทั้งยังมีศูนย์ใหญ่ของตำรวจ ท่องเที่ยว คอยควบคุมดูแลความปลอดภัยอีกด้วย รวมถึงมีการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทั้งในรูปแบบ วิชาชีพเกษตร และเกษตรเพื่อสุขภาพ เช่น ผักไร้สารพิษ เป็นการท่องเที่ยวเกษตรเพื่อ สุขภาพ เป็นต้น แต่จังหวัดกาญจนบุรียังคงมีสิ่งที่จะต้องปรับปรุงเพื่อที่จะรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ นั่นก็คือ ในโรงแรมที่ไม่ใช่โรงแรม 4 - 5 ดาว ยังมีปัญหาในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ และโครงสร้างที่ไม่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เช่น เป็นพื้นต่างระดับเยอะ ไม่ค่อยมีทางสโลป ไม่มีราว จับ ไม่มีพนักงานที่ไม่มีความชำนาญในการดูแลผู้สูงอายุ จึงควรที่จะพัฒนาสิ่งเหล่านี้ให้ผู้สูงอายุ สามารถมาท่องเที่ยวได้แบบมีความสุข สะดวกสบาย และสามารถมาท่องเที่ยวเองได้โดยไม่ต้องพึ่ง ลูกหลาน

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประจวบคีรีขันธ์ เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง ทั้งใน ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ และการผจญภัย เช่น วัดเขาช่องกระจก ตำหนักกรมหลวง ชุมพรเขตอุดมศักดิ์ วัดห้วยมงคล ทะเลหัวหิน น้ำตกป่าละอู ป่ากุยบุรี เขาสามร้อยยอด เป็นต้น จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกปี ไม่ว่าจะเป็นชาว ไทยหรือชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียง ไม่ห่างไกลจากกรุงเทพฯ มาก นัก และยังมีความพร้อมในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การคมนาคม สถานพยาบาล ร้านอาหาร ที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะมาท่องเที่ยวที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มาก ขึ้นทุกปี

ประจวบคีรีขันธ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่จะ มาพักผ่อนโดยเฉพาะ จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็น อย่างยิ่ง เพราะหัวหินมันเป็นเมืองตากอากาศที่ความสมดุลทุกอย่างพร้อม มีสนามบินทำให้การ เดินทางสะดวกยิ่งขึ้น รวมถึงโรงแรม รีสอร์ท มีให้เลือกมากมาย อุปกรณ์หรือว่าสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกที่ช่วยเหลือผู้สูงอายุมีเยอะ นอกจากนั้นสิ่งแรกๆ ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุคำนึงถึง คือความสะดวกสบายและเรื่องของความปลอดภัยเป็นหลักเพราะว่าผู้สูงอายุจะสามารถช่วยเหลือตัวเองได้น้อย แต่หัวหินความปลอดภัยสูงไม่ค่อยมีข่าวอาชญากรรม ไม่มีภัยธรรมชาติ อีกทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาที่หัวหินค่อนข้างมีระดับ

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility)

จังหวัดที่เป็นพื้นที่เป้าหมายของการศึกษาในภูมิภาคตะวันตกทั้ง 4 จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดราชบุรี จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นั้นพบว่า มีเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นการเดินทางทางบก โดยสามารถติดต่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้ด้วยความสะดวกสบาย โดยทั้ง 4 จังหวัดนั้น พบว่ามี 1 จังหวัดที่มีความโดดเด่น คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีเส้นทางเดินทางทางอากาศซึ่งมีสนามบินในการอำนวยความสะดวกการเดินทางทางอากาศให้แก่นักท่องเที่ยว

1.3 ทรัพยากรต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

จากการศึกษาข้อมูลด้วยการศึกษาหลักฐานจากเอกสารและการลงพื้นที่สำรวจข้อมูล พบว่า ทั้ง 4 จังหวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไปยังตัวจังหวัดด้วยรถไฟ รถประจำทาง หรือการเดินทางทางอากาศโดยเครื่องบิน แต่การเดินทางโดยเครื่องบินมีให้บริการเฉพาะจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เนื่องจากเป็นจังหวัดเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยยังพบว่าทางจังหวัดทั้ง 4 จังหวัดต้องมีการแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วนก็คือ ป้ายบอกทาง หรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่จะนำพาให้นักท่องเที่ยวไปสู่จุดหมายได้ด้วยตนเอง เพราะเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นชาวยุโรปนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งนักท่องเที่ยวพบปัญหาในด้านของป้ายบอกทางไม่มีความต่อเนื่อง และไม่มีความเป็นสากล โดยสามารถพิจารณารายละเอียดของสิ่งอำนวยความสะดวกในการคมนาคมเส้นทางท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดได้ดังนี้

จังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 100 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่จังหวัดราชบุรีได้อย่างสะดวกหลายวิธี ทั้งโดยรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ

การเดินทางโดยรถไฟ

จังหวัดราชบุรีมีทางรถไฟตัดผ่านที่อำเภอบ้านโป่ง อำเภอโพธาราม อำเภอเมืองราชบุรี และอำเภอปากท่อ การรถไฟแห่งประเทศไทยมีบริการรถไฟออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) และสถานีรถไฟธนบุรี ไปยังจังหวัดราชบุรีทุกวัน ทั้งรถธรรมดา รถเร็ว รถด่วน และรถด่วนพิเศษ จากสถานีรถไฟกรุงเทพถึงอำเภอเมืองราชบุรีใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามข้อมูลการเดินทางและราคาตั๋วโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทยได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 1690 ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง หรือทางเว็บไซต์ www.railway.co.th และ

จองตั๋วรถไฟก่อนวันเดินทางไม่น้อยกว่า 3 วัน ได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 0-2220-4444 ทุกวัน เวลา 08.30-16.30 น.

การเดินทางโดยรถยนต์

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 4 (เพชรเกษม) ผ่านบางแค อ้อมน้อย อ้อมใหญ่ นครชัยศรี นครปฐม จนถึงราชบุรี หรือทางหลวงหมายเลข 338 จากกรุงเทพฯ ผ่านพุทธมณฑล ไปพบกับถนนเพชรเกษม บริเวณอำเภอ นครชัยศรี ก่อนถึงตัวเมืองนครปฐมประมาณ 16 กิโลเมตร จากนั้นใช้ถนนเพชรเกษมต่อไปยังตัวเมืองราชบุรี

การเดินทางโดยรถประจำทาง

การเดินทางจากกรุงเทพฯ มีรถประจำทางปรับอากาศสายกรุงเทพฯ-ราชบุรี และสายกรุงเทพฯ-กาญจนบุรี (ผ่านอำเภอบ้านโป่ง) ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี ทุกวัน วันละหลายเที่ยว สอบถามรายละเอียดได้ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร.1490 www.transport.co.th และปัจจุบันบริษัท ขนส่ง จำกัด ได้เปิดให้บริการจองตั๋วรถโดยสารออนไลน์แล้ว ติดต่อได้ที่ www.thaiticketmajor.com

การเดินทางภายในจังหวัดราชบุรี

สำหรับในตัวจังหวัดราชบุรีมีรถชนิดต่างๆ ให้บริการ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการยานพาหนะต่างๆ ได้หลายรูปแบบตามความเหมาะสม โดยรถสองแถว มีวิ่งบริการจากสถานีขนส่งไปยังที่ต่างๆ ในตัวเมือง นักท่องเที่ยวอาจเหมารถสองแถวไปเที่ยวได้ทั้งในเมืองและต่างอำเภอ คิดราคาวันละ 1,000-2,000 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทางและการต่อรถ สำหรับรถสามล้อเครื่องและมอเตอร์ไซค์รับจ้าง จอดอยู่ตามจุดต่างๆ ในจังหวัด เช่น หน้าตลาดเทศบาล หน้าสถานีขนส่ง และหน้าสถานีรถไฟ ค่าบริการมีทั้งแบบตกลงกันตามแต่ระยะทางและแบบเหมาจ่าย ทั้งนี้สามารถพิจารณาระยะทางจากอำเภอเมืองราชบุรีไปยังอำเภอต่างๆ ได้ดังนี้

1. อำเภอวัดเพลง 15 กิโลเมตร
2. อำเภอบางแพ 22 กิโลเมตร
3. อำเภอปากท่อ 22 กิโลเมตร
4. อำเภอโพธาราม 26 กิโลเมตร
5. อำเภอจอมบึง 30 กิโลเมตร
6. อำเภอบ้านโป่ง 42 กิโลเมตร
7. อำเภอดำเนินสะดวก 50 กิโลเมตร
8. อำเภอบ้านคา 57 กิโลเมตร
9. อำเภอสวนผึ้ง 60 กิโลเมตร

จังหวัดกาญจนบุรี

กาญจนบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 129 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่จังหวัดกาญจนบุรีได้หลายวิธี ทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ

การเดินทางโดยรถไฟ

จังหวัดกาญจนบุรีมีรถไฟออกจากสถานีบางกอกน้อย ทุกวัน วันละ 2 เที่ยว สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่สถานีรถไฟบางกอกน้อย โทร. 0-2411-3102 ส่วนวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ การรถไฟแห่งประเทศไทยจัดเส้นทางท่องเที่ยวสายน้ำตกกาญจนบุรี สอบถามรายละเอียดได้ที่การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร 1690 หรือ www.railway.co.th

การเดินทางโดยรถยนต์

การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปตามถนนบรมราชชนนี แล้วใช้ทางหลวงหมายเลข 4 ผ่านนครชัยศรี นครปฐม จากนั้นใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 323 ผ่านบ้านโป่ง ท่ามะกา ท่าม่วง ถึงกาญจนบุรี ระยะทางประมาณ 129 กิโลเมตร

การเดินทางโดยรถประจำทาง

การเดินทางมีรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศของบริษัท ขนส่ง จำกัด และของเอกชน สายกรุงเทพฯ-กาญจนบุรี กรุงเทพฯ-ด่านเจดีย์สามองค์ ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี ทุกวัน วันละหลายเที่ยว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง ทั้งนี้สามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร.1490 www.transport.co.th กาญจนบุรี โทร. 0 2435 5012 และในปัจจุบันบริษัท ขนส่ง จำกัด ได้เปิดให้บริการจองตั๋วรถโดยสารออนไลน์แล้ว ติดต่อได้ที่ www.thaiticketmajor.com

การเดินทางภายใน กาญจนบุรี

สำหรับการเดินทางในตัวเมืองกาญจนบุรีมีรถโดยสารประจำทางไปยังอำเภอต่างๆ ได้อย่างสะดวก นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการยานพาหนะได้หลายรูปแบบตามอัธยาศัย สอบถามรายละเอียดได้ที่สถานีขนส่งกาญจนบุรี โทร. 0 3451 1172 นอกจากนี้ยังมีรถสองแถวไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สะพานข้ามแม่น้ำแคว น้ำตกไทรโยค ช่องเขาขาด ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว คิวรถจะอยู่ในสถานีขนส่ง

ทั้งนี้สามารถพิจารณาระยะทางจากอำเภอเมืองกาญจนบุรีไปยังอำเภอต่างๆ ได้ดังนี้

1. อำเภอท่าม่วง 12 กิโลเมตร
2. อำเภอพนมทวน 24 กิโลเมตร
3. อำเภอท่ามะกา 30 กิโลเมตร
4. อำเภอด่านมะขามเตี้ย 30 กิโลเมตร
5. อำเภอบ่อพลอย 40 กิโลเมตร
6. อำเภอไทรโยค 50 กิโลเมตร
7. อำเภอห้วยกระเจา 64 กิโลเมตร
8. อำเภอหนองปรือ 75 กิโลเมตร
9. อำเภอเลาขวัญ 98 กิโลเมตร
10. อำเภอศรีสวัสดิ์ 102 กิโลเมตร
11. อำเภอทองผาภูมิ 145 กิโลเมตร
12. อำเภอสังขละบุรี 230 กิโลเมตร

จังหวัดเพชรบุรี

เพชรบุรีอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 160 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่จังหวัดเพชรบุรีได้อย่างสะดวกหลายวิธี ทั้งโดยรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ

การเดินทางโดยรถไฟ

การรถไฟแห่งประเทศไทยมีบริการรถไฟออกจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) และสถานีรถไฟธนบุรี ไปยังจังหวัดเพชรบุรีทุกวัน ทั้งรถธรรมดา รถเร็ว รถด่วน และรถด่วนพิเศษ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2.5-3 ชั่วโมง ทั้งนี้นักท่องเที่ยวสามารถสอบถามข้อมูลการเดินทางและราคาตั๋วโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทยได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 1690 ทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง หรือทางเว็บไซต์ www.railway.co.th และจองตั๋วรถไฟก่อนวันเดินทางไม่น้อยกว่า 3 วัน ได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 0-2220-4444 ทุกวัน เวลา 08.30-16.30 น.

การเดินทางโดยรถยนต์

จากกรุงเทพฯ ใช้ทางหลวงหมายเลข 35 (ถนนพระราม 2 หรือธนบุรี-ปากท่อ) ผ่านสมุทรสาคร สมุทรสงคราม อำเภopakท่อ แล้วแยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 4 ถึงจังหวัดเพชรบุรี รวมระยะทางประมาณ 123 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง หรือใช้ทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ผ่านนครปฐม ราชบุรี ไปยังเพชรบุรี รวมระยะทางประมาณ 166 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง

การเดินทางโดยรถประจำทาง

การเดินทางมีรถประจำทางปรับอากาศสายกรุงเทพฯ-เพชรบุรี ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี ทุกวัน วันละหลายเที่ยว สอบถามรายละเอียดได้ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร. 1490 www.transport.co.th และปัจจุบันบริษัท ขนส่ง จำกัด ได้เปิดให้บริการจองตั๋วรถโดยสารออนไลน์แล้ว ติดต่อได้ที่ www.thaiticketmajor.com

การเดินทางภายใน เพชรบุรี

สำหรับการเดินทางในตัวจังหวัดเพชรบุรีมีรถชนิดต่างๆ ให้บริการ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการยานพาหนะต่างๆ ได้หลายรูปแบบตามความเหมาะสม อีกทั้งยังมีรถสองแถว วิ่งบริการจากสถานีขนส่งไปยังที่ต่างๆ ในตัวเมือง นักท่องเที่ยวอาจเหมารถสองแถวไปเที่ยวได้ทั้งในเมืองและต่างอำเภอ คิดราคาวันละ 1,000-2,000 บาท ขึ้นอยู่กับระยะทางและการต่อรถ รวมถึงบริการรถสามล้อเครื่องและมอเตอร์ไซค์รับจ้าง จอดอยู่ตามจุดต่างๆ ในจังหวัด เช่น หน้าตลาดเทศบาล หน้าสถานีขนส่ง และสถานีรถไฟ ค่าบริการมีทั้งแบบตกลงกันตามแต่ระยะทางและแบบเหมาจ่าย

ทั้งนี้ สามารถพิจารณาระยะทางจากอำเภอเมืองเพชรบุรีไปยังอำเภอต่างๆ ได้ดังนี้

1. อำเภอบ้านลาด 8 กิโลเมตร
2. อำเภอบ้านแหลม 12 กิโลเมตร
3. อำเภอท่ายาง 18 กิโลเมตร
4. อำเภอเขาย้อย 23 กิโลเมตร
5. อำเภอหนองหญ้าปล้อง 34 กิโลเมตร
6. อำเภอชะอำ 45 กิโลเมตร
7. อำเภอแก่งกระจาน 57 กิโลเมตร

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประจวบคีรีขันธ์อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 280 กิโลเมตร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้หลายวิธี ทั้งทางรถยนต์ส่วนตัว รถประจำทาง และรถไฟ

การเดินทางโดยรถไฟ

มีรถไฟออกจากสถานีหัวลำโพงทุกวัน โดยรถไฟสายใต้ทุกขบวนต้องผ่านประจวบคีรีขันธ์ และในวันเสาร์ อาทิตย์ รวมถึงวันหยุดนักขัตฤกษ์ การรถไฟแห่งประเทศไทยจัดขบวนรถนำเที่ยวสายชายทะเลสวนสนประดิพัทธ์ แบบเข้าไปเย็นกลับ และจากสถานีรถไฟธนบุรี มีขบวนรถธนบุรี-หลังสวน ผ่านประจวบคีรีขันธ์ ทุกวัน โดยสามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่การรถไฟแห่งประเทศไทย โทร. 1690 www.railway.co.th

การเดินทางโดยรถยนต์

จากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางได้ 2 เส้นทาง คือ

1. ใช้ทางหลวงหมายเลข 35 (ธนบุรี-ปากท่อ) ผ่านจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 4 (เพชรเกษม) ผ่านจังหวัดเพชรบุรี เข้าสู่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมระยะทางประมาณ 280 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 3 ชั่วโมงครึ่ง

2. ใช้ทางหลวงหมายเลข 4 (เพชรเกษม) ผ่านพุทธมณฑล นครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี เข้าสู่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รวมระยะทางประมาณ 320 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง

การเดินทางโดยรถประจำทาง

มีรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศของบริษัท ขนส่ง จำกัด และของเอกชน สายกรุงเทพฯ-ประจวบคีรีขันธ์ ออกจากสถานีขนส่งสายใต้ ถนนบรมราชชนนี ทุกวัน วันละหลายเที่ยว ใช้เวลาเดินทางประมาณ 4 ชั่วโมง โดยสามารถสอบถามรายละเอียดได้ที่บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร.1490 www.transport.co.th บริษัทห้วยหิน-ปราณทิวส์ โทร. 0 2894 6057, 0 2884 6191-2 บริษัทพุดตานทิวส์ โทร. 0 2894 6046 บริษัทบางสะพานทิวส์ โทร. 08 1829 7752, 08 1829 8641 และในปัจจุบันบริษัท ขนส่ง จำกัด ได้เปิดให้บริการจองตั๋วรถโดยสารออนไลน์แล้ว ติดต่อได้ที่ www.thaiticketmajor.com

การเดินทางทางอากาศ

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีสนามบิน 2 แห่ง

1. สนามบินกองบิน 5 กองพลบินที่ 4 เป็นสนามบินของกองทัพอากาศ ตั้งอยู่ชายทะเล บริเวณเขาล้อมหมวก และอ่าวมะนาว อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์

2. ท่าอากาศยานหัวหิน (สนามบินบ่อฝ้ายเดิม) เป็นสนามบินพาณิชย์ ตั้งอยู่ในอำเภอหัวหิน มีเครื่องบินของบริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด ทำการบินระหว่างกรุงเทพฯ หัวหิน แต่สายการบินดังกล่าวได้หยุดทำการบินแล้ว เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2540 หลังจากเกิดสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำเมื่อกลางปี 2540

การเดินทางภายใน ประจวบคีรีขันธ์

สำหรับการเดินทางในตัวเมืองประจวบคีรีขันธ์มีรถโดยสารประจำทางไปยังอำเภอต่างๆ ได้อย่างสะดวก นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการยานพาหนะได้หลายรูปแบบตามอัธยาศัย ซึ่งส่วนใหญ่แล้ว คิวรถจะอยู่ในสถานีขนส่งและตลาดเทศบาล

ทั้งนี้สามารถพิจารณาระยะทางจากอำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ไปยังอำเภอต่างๆ ได้แก่ อำเภอกุยบุรี 30 กิโลเมตร อำเภอทับสะแก 34 กิโลเมตร อำเภอสามร้อยยอด 54 กิโลเมตร อำเภอปราณบุรี 71 กิโลเมตร อำเภอบางสะพาน 87 กิโลเมตร อำเภอหัวหิน 90 กิโลเมตร และ อำเภอบางสะพานน้อย 110 กิโลเมตร

องค์ประกอบที่ 2 ด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว

2.1 ขั้นตอนการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการเลือกตลาดท่องเที่ยวเป้าหมาย

ในขั้นตอนนี้เป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ทางตลาดท่องเที่ยวโดยการพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยสามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

สำหรับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน ของนักท่องเที่ยวจากอาเซียน นักท่องเที่ยวในอาเซียน และชาวไทยสามารถสรุปได้ว่ามีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวจากอาเซียน มีต้องการความเพลิดเพลินและการพักผ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงอากาศหนาว ในขณะที่นักท่องเที่ยวในอาเซียน และชาวไทยมีต้องการความเพลิดเพลินและการพักผ่อนเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ พบว่า นักท่องเที่ยวจากอาเซียน นักท่องเที่ยวในอาเซียน และชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในอาเซียนส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุชาวไทย ที่ชอบไปท่องเที่ยวพร้อมกับการทำบุญตามวัดต่างๆ ตามความเชื่อของผู้สูงอายุ โดยสามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ

วัตถุประสงค์	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว นอก อาเซียน	นักท่องเที่ยว ในอาเซียน	ชาว ไทย
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	แหล่งท่องเที่ยวเชิง เกษตรนิเวศ	โครงการพระราชดำริใน จังหวัดเพชรบุรี	N/A	✓	✓
การท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ	แหล่งบริการสปา ฟีก โยคะ	เทวาศรม หัวหิน รีสอร์ท จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	✓	N/A	N/A
การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา	สนามกอล์ฟ	สนามกอล์ฟในจังหวัด กาญจนบุรี	N/A	✓	N/A
การท่องเที่ยวเชิง ศิลปวัฒนธรรม	วัด โบราณสถาน	วัดห้วยมงคล จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ พระนครคีรี (เขาวัง) วัด พุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) จังหวัดเพชรบุรี	✓	✓	✓
การท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์	แหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์	สะพานข้ามแม่น้ำแคว ทาง รถไฟสายมรณะ สุสานดอน รัก	✓	✓	✓

สรุปลักษณะของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ลักษณะของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกเป็น 3 ประเภท คือ ท่องเที่ยวแบบคู่ชีวิต ท่องเที่ยวแบบครอบครัว ท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ โดยพบว่านักท่องเที่ยวนอกอาเซียนจะมาท่องเที่ยวแบบคู่ชีวิต ศึกษาหาข้อมูลมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง สำหรับนักท่องเที่ยวในอาเซียน นิยมมาท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยจะนิยมท่องเที่ยวแบบครอบครัว

ตารางที่ 4 สรุป Product สำหรับการตลาดการท่องเที่ยว 4 จังหวัด (ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก)

รูปแบบการตลาดท่องเที่ยว	ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	จังหวัดเพชรบุรี	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	จังหวัดกาญจนบุรี	จังหวัดราชบุรี	นักท่องเที่ยวนอกอาเซียน	นักท่องเที่ยวในอาเซียน	ชาวไทย
การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน								
ต้องการหลีกเลี่ยงที่นรก	แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มนุษย์สร้างขึ้น	คาเมล รีพับบลิก ซานโตรินี	เพลินวาน สวนน้ำวานานาวา		ตลาดน้ำ Veneto บ้านหอมเทียน และ The Scenery farm		✓	✓
หลีกเลี่ยงที่อากาศหนาว	ชายทะเล (sun and see)	ชายทะเลชะอำ	ชายทะเลหัวหิน			✓		
การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ								
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ	โครงการพระราชดำรินิเวศ จังหวัดเพชรบุรี					✓	✓
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	แหล่งบริการสปา ผักโยคะ		เทวศรม หัวหิน รีสอร์ท จังหวัดประจวบคีรีขันธ์			✓		
การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา	สนามกอล์ฟ			สนามกอล์ฟในจังหวัดกาญจนบุรี			✓	
การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม	วัด โบราณสถาน	พระนครคีรี (เขาวัง) วัดพุทธไสยาสน์ (วัดพระนอน) จังหวัดเพชรบุรี	วัดห้วยมงคล จังหวัดประจวบคีรีขันธ์			✓	✓	✓
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์			สะพานข้ามแม่น้ำแคว ทางรถไฟสายมรณะ สุสานดอนรัก		✓	✓	

2.2 ขั้นพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาดท่องเที่ยว

เป้าหมาย

ในขั้นพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 4 ส่วนประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการ

ท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว แต่ในการศึกษานี้ คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาเพียง 2 ด้าน ได้แก่ ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเท่านั้น โดยสามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

2.2.1 ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว

สำหรับในส่วนนี้คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 รูปแบบดังนี้

2.2.1.1 รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวในอาเซียน

จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวในอาเซียนมีความนิยมท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเชิงนิเวศ คณะผู้วิจัยจึงได้จัดรูปแบบการตลาดท่องเที่ยวแบบเจาะจงซึ่งหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวในอาเซียน โดยนำจุดเด่นของ 3 จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกมาเสนอ โดยเริ่มที่จังหวัดกาญจนบุรี ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ รำลึกประวัติศาสตร์สงครามโลกครั้งที่ 2 ที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว จากนั้นก็ต่อยอดด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยขึ้นชมศิลปะวัฒนธรรม ที่จังหวัดเพชรบุรี และสุดท้ายพักผ่อนกับธรรมชาติด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยคณะผู้วิจัยได้มีสโลแกนของการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวในอาเซียน ดังนี้

“ระลึกความหลังที่กาญจนบุรี สร้างความดีที่เมืองเพชร เต็มพลังชีวิตที่ประจวบคีรีขันธ์”

2.2.1.2 รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในอาเซียน

จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในอาเซียนมีพฤติกรรมและความนิยมในการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และการใช้ชีวิตท่องเที่ยวแบบไร้เร่งรีบ คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยเริ่มจากท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ทั้งทางด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยแหล่งเรียนรู้โครงการชั่งหัวมัน จากนั้นก็ท่องเที่ยวโดยใช้ชีวิตใกล้ธรรมชาติที่อำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรี โดยคณะผู้วิจัยได้มีสโลแกนของการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในอาเซียน ดังนี้

“เที่ยวเมืองเพชร 3 สไตล์ สโลว์ไลฟ์ใกล้ธรรมชาติเมืองราชบุรี”

2.2.2 การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวใน 2 ด้านได้แก่ การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก โดยสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

2.2.2.1 การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก ในรูปแบบจุดจุ่มซึ่งหน้า ซึ่งเป็นวิธีที่สอดคล้องกับบริบทของการวิจัยการท่องเที่ยวนี้ ที่ได้มีการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก และสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว จากนั้นจึงได้นำเสนอเส้นทางทางการท่องเที่ยว โดยจำแนกออกตามพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

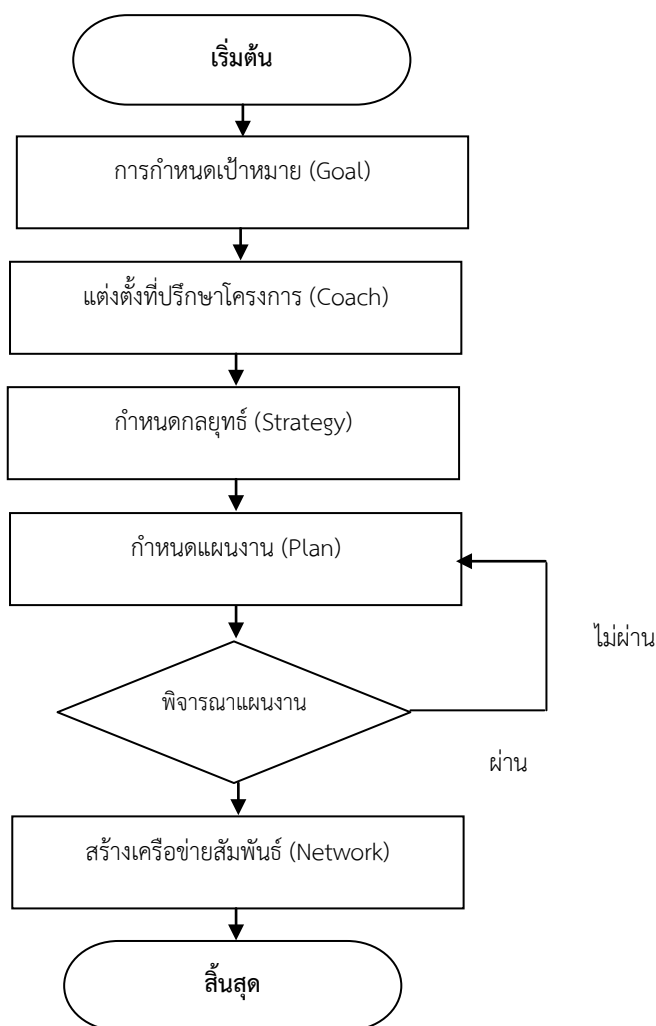
2.2.2.2 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุเชิงรุก

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก พบว่า การประชาสัมพันธ์แบบ High Technology มีข้อดีที่สามารถกระจายข้อมูลได้กว้างขวางในครั้งเดียว และมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำ แต่มีข้อควรระวัง คือ ปัจจุบันเทคโนโลยีเหล่านี้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ทำให้สถานประกอบการเกือบทุกแห่งมีความเท่าเทียมกันในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีนี้ ผู้ประกอบการต้องปรับเปลี่ยนวิธีการในการประชาสัมพันธ์ โดยใช้เทคนิคการกำหนดกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้วยวิธี Differentiation คือ การสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยวในด้านของ Product Service และ Image เข้ามาช่วยส่งเสริม

และอีกหนึ่งวิธีการประชาสัมพันธ์ที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี คือ กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบ Creativity คือ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีบทบาทในการแก้ไขวิกฤตให้เป็นโอกาส ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการใน อ.สวนผึ้งได้นำวิธีการนี้ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ โดยได้ทำการรวมกลุ่มกัน เช่น กลุ่ม I love สวนผึ้ง เป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการใน อ.สวนผึ้ง ร่วมกันคิดโครงการต่างๆ ที่จะจัดในช่วงเทศกาลหรือฤดูกาลต่างๆ อีกทั้งยังมีการเปิดศูนย์ซึ่งรวบรวมข้อมูลต่างๆ ของจังหวัดราชบุรี เช่น เบอร์โทรศัพท์ของแต่ละรีสอร์ท รีสอร์ทแต่ละแห่งราคาเท่าไร ช่วงไหนมีจัดงานอะไร ข้อมูลร้านอาหารต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับ กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบ Database คือ การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัวในการเรียกใช้ เป็นอีกกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างมากในงานด้านประชาสัมพันธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวและสถานประกอบการทุกแห่งใน อ.สวนผึ้งสามารถดึงข้อมูลข่าวสารจากแหล่งเดียวกัน ทำให้เกิดความแม่นยำและรวดเร็ว อีกทั้งสามารถเก็บข้อมูลไว้ใช้ในการจัดการความรู้ หรือใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดทิศทางการบริหารงานการสื่อสารองค์กรในวาระต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ สิ่งที่ภาคการท่องเที่ยวในภาคตะวันตกควรปรับปรุง คือ ป้ายและสัญลักษณ์บอกทางไปสถานที่ท่องเที่ยวให้มืออย่างทั่วถึง หรือจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดไว้ในจุดต่างๆ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์เพิ่มขึ้นซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบ International PR คือ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล เพราะนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้มีเพียงคนไทยเท่านั้น แต่มีชาวต่างชาติอีกหลายชาติที่เข้ามา ทำให้การดำเนินงานจำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับหลักสากลที่ข้อมูลข่าวสารต้องถูกเผยแพร่ไปสู่ระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นภาษา เนื้อหา ภาพต่างๆ เป็นต้น โดยการยึดหลักของการเป็นสากลได้นั้นจะต้องมีการทำป้ายสัญลักษณ์ที่เป็นสากลเข้ามาใช้ อีกทั้งจากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลการประชาสัมพันธ์อีกทั้งจุดที่

ไม่ควรมองข้ามคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสถานีตำรวจ เนื่องด้วยสถานีตำรวจคือที่พึ่งของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาติในการสอบถามข้อมูล จากการศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุเชิงรุก คณะผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลมาวางแผนสำหรับเป็นแนวทางในการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุเชิงรุก ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แนวทางในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุเชิงรุก

2.3 ชั้นการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านสังคมสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

จากผลการศึกษาใน 2 ขั้นตอนดังที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวได้มุ่งตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นจะต้องเสริมสร้างความพึงพอใจด้านสังคมด้วย โดยการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมุ่งตอบสนองในระยะยาวมิใช่ตอบสนองในระยะสั้นเพียงอย่างเดียว ซึ่งการตอบสนองในระยะยาวมีวัตถุประสงค์หลัก 6 ประการดังนี้

2.3.1 ตอบสนองความพอใจของนักท่องเที่ยว

2.3.2 สร้างผลกำไรแก่ธุรกิจท่องเที่ยว

- 2.3.3 สร้างสรรค์คุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น
- 2.3.4 สร้างสรรค์สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว
- 2.3.5 ใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างประหยัด
- 2.3.6 ตอบสนองความพอใจของชุมชนท้องถิ่น

จากความจำเป็นที่จะต้องตอบสนองการท่องเที่ยวในระยะยาวที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น นั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญให้กับการศึกษาต่อไปในอนาคตที่จะต้องศึกษาเจาะลึกลงไปถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านสังคมสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อก่อให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพในด้านของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่ 3 ด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว

3.1 ธุรกิจท่องเที่ยว

สำหรับเนื้อหาของการศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวนั้น คณะผู้วิจัยเน้นศึกษาเฉพาะธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งเป็นธุรกิจการให้บริการจำหน่ายสินค้าประเภทที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน นับเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีชีวิตชีวาเมื่อได้จับจ่ายใช้สอยซื้อของที่ระลึก โดยของที่ระลึกที่นำเสนอนี้เป็นของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม โดยเป็นผลิตภัณฑ์จากตาลซึ่งเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายในภูมิภาคตะวันตก

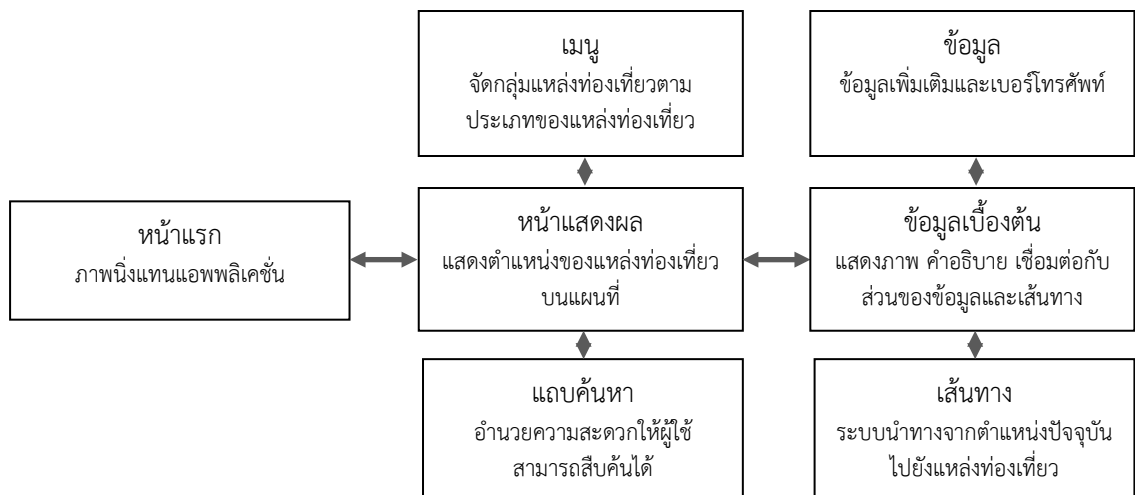
โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากตาลเป็นการศึกษาเป็นการนำวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และยังเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ตกทอดกันมารุ่นต่อรุ่น ซึ่งภูมิปัญญาชาวบ้านดังกล่าวปัจจุบันได้มีการนำมาคิด วิเคราะห์ พัฒนาเพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมผลงานชิ้นใหม่ๆ และยังได้มีการประดิษฐ์คิดค้น ออกแบบผลิตภัณฑ์จากใบตาลให้มีความแปลกใหม่ ทันยุคทันสมัย โดยมีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากใบตาลอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาเป็นทั้งของชำร่วย ของฝาก และเครื่องประดับ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน และยังเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการอยากมีงานทำ ไม่ว่าจะเป็นอาชีพหลัก หรืออาชีพเสริม เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากตาลโตนด เป็นการนำวัสดุที่เหลือจากการทำตาลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน โดยนำวัสดุที่เป็นส่วนประกอบของตาล เช่น ใบตาล ลูกตาลแก่ที่ไม่ใช้แล้ว นำมาประดิษฐ์เป็นของเล่น ของที่ระลึก หรือของฝาก

3.2 ปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน

สำหรับเนื้อหาของการศึกษาปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะด้านของเทคโนโลยี เนื่องจากเป็นสิ่งที่ช่วยปฏิรูปการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากความต้องการด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้กลายเป็นความท้าทายอันดับต้นๆ ของธุรกิจท่องเที่ยว โดยการศึกษาครั้งนี้ได้มุ่งเน้นการพัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ที่สามารถใช้กับสมาร์ตโฟนแอนดรอยด์ได้

และด้วยความนิยมของสมาร์ทโฟนแอนดรอยด์และคุณลักษณะของหน้าจอที่มีขนาดใหญ่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุตาม คณะผู้วิจัยจึงพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบในครั้งนี้นับระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และออกแบบโดยยึดหลัก กระชับ-ง่าย-สบายตา องค์ประกอบหลักดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 องค์ประกอบหลักของแอปพลิเคชัน

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นที่จะต้องมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้นมีได้หมายถึงของที่ระลึกเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงทรัพยากรท่องเที่ยวด้วย ซึ่งก็คือ สิ่งแวดล้อมทั้งที่เกิดจากธรรมชาติหรือสิ่งที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นจึงส่งผลให้การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ซึ่งก็หมายความว่าหากมีสิ่งใดมากระทบการท่องเที่ยวก็จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน โดยการอนุรักษ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

สำหรับการท่องเที่ยวนั้น จะมุ่งหวังผลทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว โดยไม่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมคงไม่ได้ และหากพิจารณาถึงการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความยั่งยืนให้แก่การท่องเที่ยว เพื่อสร้างความสมดุลให้เกิดขึ้นระหว่างกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวกับกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งนี้การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ท้องถิ่น และสร้างความพอใจให้แก่ประชาชนเจ้าของท้องถิ่น แต่ในขณะเดียวกันจะต้องสามารถรักษาวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน

2. การรักษาสภาพแวดล้อมให้สมบูรณ์

การรักษาสภาพแวดล้อมให้สมบูรณ์นั้น จะต้องมีการรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว ปลูกต้นไม้และดอกไม้เพื่อสร้างความสวยงามของภูมิทัศน์ ทั้งนี้จะต้องมีการตกแต่งแหล่งท่องเที่ยวให้มีความคงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย

3. การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาในเบื้องต้นพบว่าองค์ประกอบต่างๆ ของการท่องเที่ยวจะไม่ถูกพัฒนาขึ้นหากไม่ได้รับการพัฒนาโดยมนุษย์ จึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งหากบุคลากรทางการท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ด้วยการจัดบุคลากรไปฝึกอบรมด้านการพัฒนาแบบยั่งยืน ย่อมส่งผลให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วย

4. มาตรการทางกฎหมาย

หากกล่าวถึงมาตรการทางกฎหมายย่อมรู้โดยทั่วกันว่าเป็นวิธีการควบคุมความเสียหายของสิ่งแวดล้อม แต่ด้วยการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้นั้นจะต้องประกอบไปด้วยมาตรการควบคุม 3 ด้าน คือ มาตรการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากธุรกิจท่องเที่ยว มาตรการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากนักท่องเที่ยว และมาตรการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากประชาชนท้องถิ่น

5. การให้ความรู้และประชาสัมพันธ์

การให้ความรู้และประชาสัมพันธ์นี้หมายถึงการให้ความรู้เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ห่วงแหนและเกิดความต้องการที่จะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ทุกคนมีความเข้าใจที่ตรงกันทั้งในด้านของบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไปได้เข้าใจถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม

6. การสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ

การสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบนี้ เป็นการสนับสนุนให้เกิดงานประเพณีเทศกาล ด้วยการรักษามรดกทางศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาสู่ท้องถิ่น พร้อมทั้งกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

7. การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การประสานความร่วมมือนี้ หมายถึงการประสานความร่วมมือให้ทุกหน่วยงานมีความรับผิดชอบในการป้องกันมิให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งร่วมมือกันระดมความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วยความจริงจัง

8. การประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

การประเมินผลกระทบนี้เป็นการพิจารณาถึงความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นก่อนการดำเนินโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่าส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือมีความรุนแรงต่อสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวเพียงใด

องค์ประกอบที่ 5 ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชน

การพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนนี้ เป็นการให้โอกาสแก่สมาชิกของชุมชนในการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน โดยถือเป็นกระบวนการที่จะกระตุ้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะเข้าหน้าที่หรือพนักงาน โดยจากการสังเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องจึงนำเสนอกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วม 5 ขั้นตอน

จากภาพที่ 4.1 การพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชน สามารถอธิบายได้ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557)

ขั้นตอนที่ 1 การให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยวและสาเหตุแห่งปัญหาที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 การให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนด้วยการร่วมกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อให้ได้แผนงานที่สามารถแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนพร้อมทั้งตอบสนองความต้องการของชุมชนท้องถิ่นด้วย

ขั้นตอนที่ 3 การให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 4 การให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการในการปฏิบัติงานตามแผนงานที่วางไว้ พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการปรับปรุงระบบการบริหารงานด้วย

ขั้นตอนที่ 5 การให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการควบคุม ติดตาม ประเมินผล แผนงานหรือโครงการที่ได้ร่วมจัดทำขึ้น

องค์ประกอบที่ 6 ด้านการสร้างจิตสำนึก

จากการสนทนากลุ่มทำให้คณะผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะในด้านของการสร้างจิตสำนึกโดยจิตสำนึกในที่นี้คือจิตสำนึกของผู้ประกอบการ โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์แนวทางการสร้างจิตสำนึกของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้ดังนี้

6.1 ส่วนของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

1. เสริมสร้างให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจและทักษะในการร่วมปฏิบัติกิจกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้เรียนรู้การปฏิบัติงานร่วมกัน

2. เสริมสร้างให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจ ทักษะและทัศนคติจากโครงการศึกษาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เช่น การฝึกอบรม การประชุมสัมมนา เป็นต้น เพื่อให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำความรู้ความเข้าใจ ทักษะและการทัศนคติเหล่านี้ไปพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้เจริญยิ่งขึ้น

3. เสริมสร้าง ให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจและทัศนคติใหม่ๆ จากการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนภายนอก เช่น นักวิชาการท่องเที่ยว หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น

เป็นต้น เพื่อให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวสามารถดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ผลบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

6.2 ส่วนของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว

1. เสริมสร้างให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวได้รับความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำความรู้นี้ไปถ่ายทอดแก่ผู้ร่วมงานทุกระดับให้เข้าใจถึงคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมโดยรวม อันจะเป็นการช่วยพัฒนาจิตสำนึกให้ผู้ร่วมงานทุกระดับช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

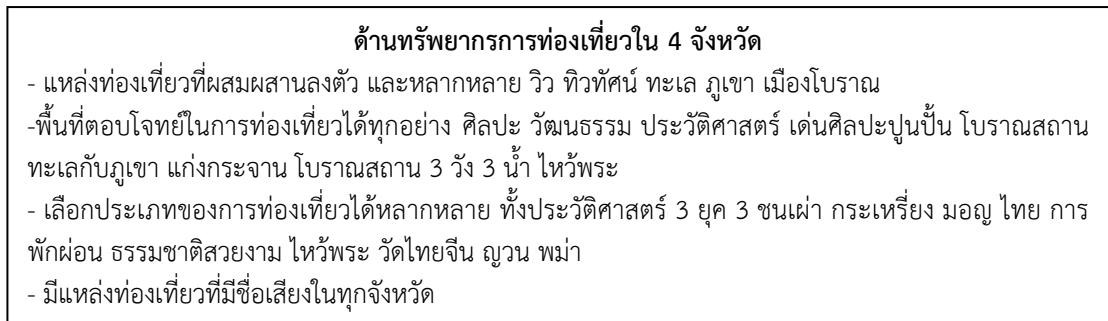
2. เสริมสร้างให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่เป็นอันตรายต่อโลกมนุษย์ เช่น ปฏิกริยาเรือนกระจก โอโซนลดลง สารเคมีอันตรายมลพิษที่เกิดจากน้ำและอากาศ เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวนำความรู้ไปถ่ายทอดแก่ผู้ร่วมงานทุกระดับให้เข้าใจ จะได้ช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโลก

3. เสริมสร้างให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประกาศเป็นนโยบายของธุรกิจในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างนิสัยแก่ผู้ร่วมงานทุกระดับให้มีสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยให้ลงมือปฏิบัติตามนโยบายเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมที่ธุรกิจได้กำหนดไว้

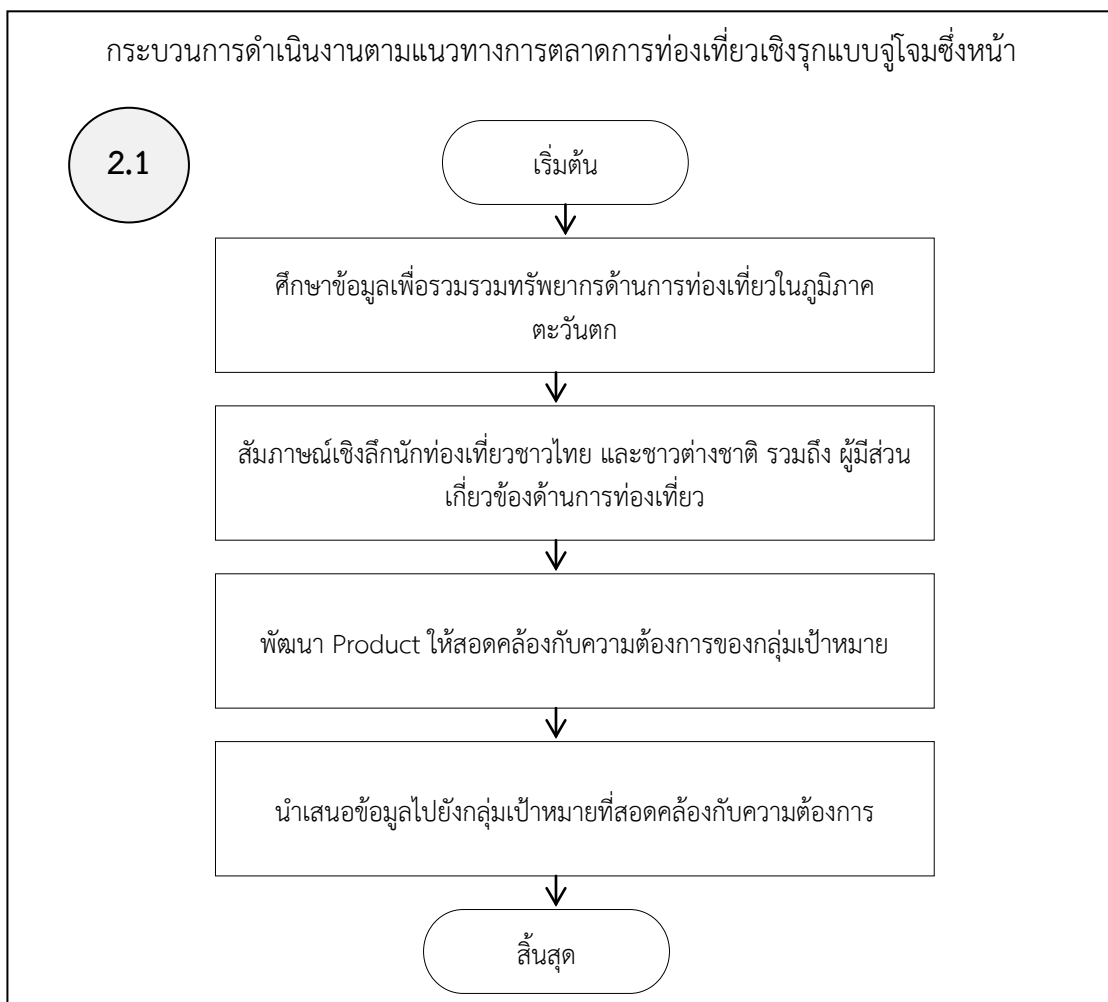
4. เสริมสร้างให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวมีโครงการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมขึ้นในธุรกิจของตนเองอย่างสม่ำเสมอ และมีการตรวจสอบความคืบหน้าของโครงการเหล่านั้นเป็นอย่างดี เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

จากการสังเคราะห์ข้อมูลข้างต้นสามารถแสดงเป็นแผนภาพการเชื่อมโยงได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว



องค์ประกอบที่ 2 ด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว

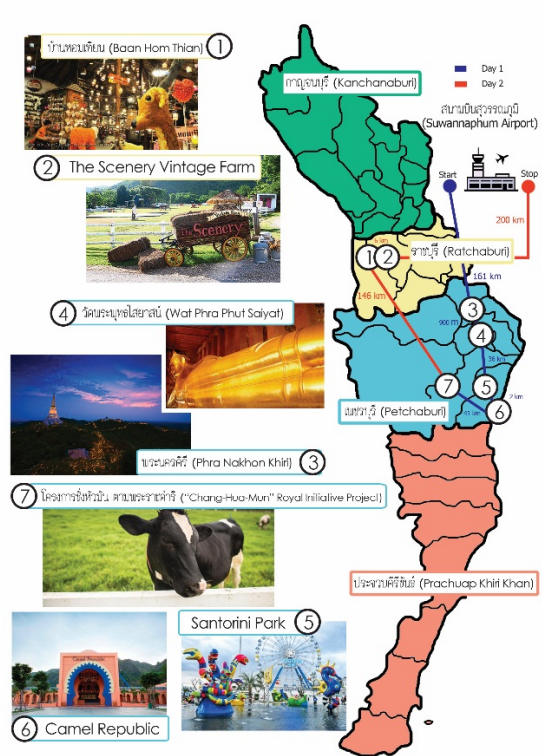


องค์ประกอบที่ 2 ด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว (ต่อ)

2.2

1. รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจากอาเซียน

“ระลึกความหลังที่กาญจนบุรี สร้างความดีที่เมืองเพชร เติมพลังชีวิตที่ประจวบคีรีขันธ์”



2. รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในอาเซียน

“เที่ยวเมืองเพชร 3 สไตล์ สโลว์ไลฟ์ใกล้ธรรมชาติเมืองราชบุรี”

2.3

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุเชิงรุก

ที่	รูปแบบกลยุทธ์	วิธีการ
1	Differentiation	พัฒนาคุณภาพการบริการด้วยการมียามัคคุดเทศคอยให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว
2	Creativity	รวมตัวกันเพื่อสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการ
3	High Technology	บริการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อโซเชียล เช่น ไลน์ เฟซบุ๊ก
4	Database	เปิดศูนย์ซึ่งรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
5	International PR	จัดทำป้ายสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสื่อสารให้เป็นสัญลักษณ์สากล

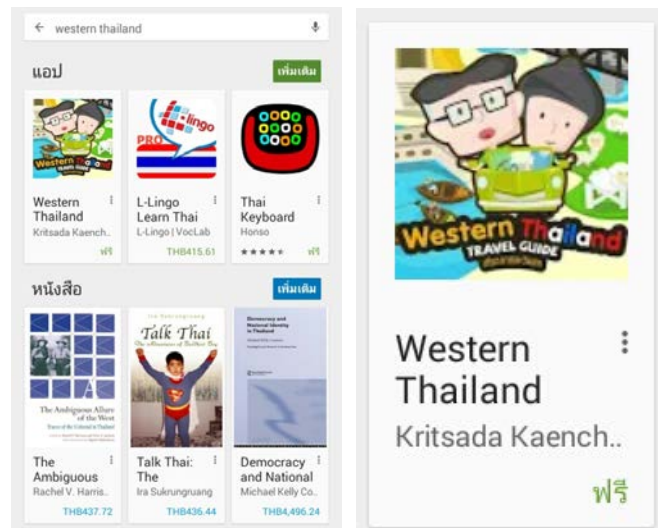
องค์ประกอบที่ 3 ด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในมุมมองของการพัฒนาของที่ระลึก

3.1 ธุรกิจท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากตาลโตนด เป็นการนำวัสดุที่เหลือจากการทำตาล มาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน โดยนำวัสดุที่เป็นส่วนประกอบของตาล เช่น ใบตาล ลูกตาลแก่ที่ไม่ใช้แล้ว นำมาประดิษฐ์เป็นของเล่น ของของที่ระลึก หรือของฝาก



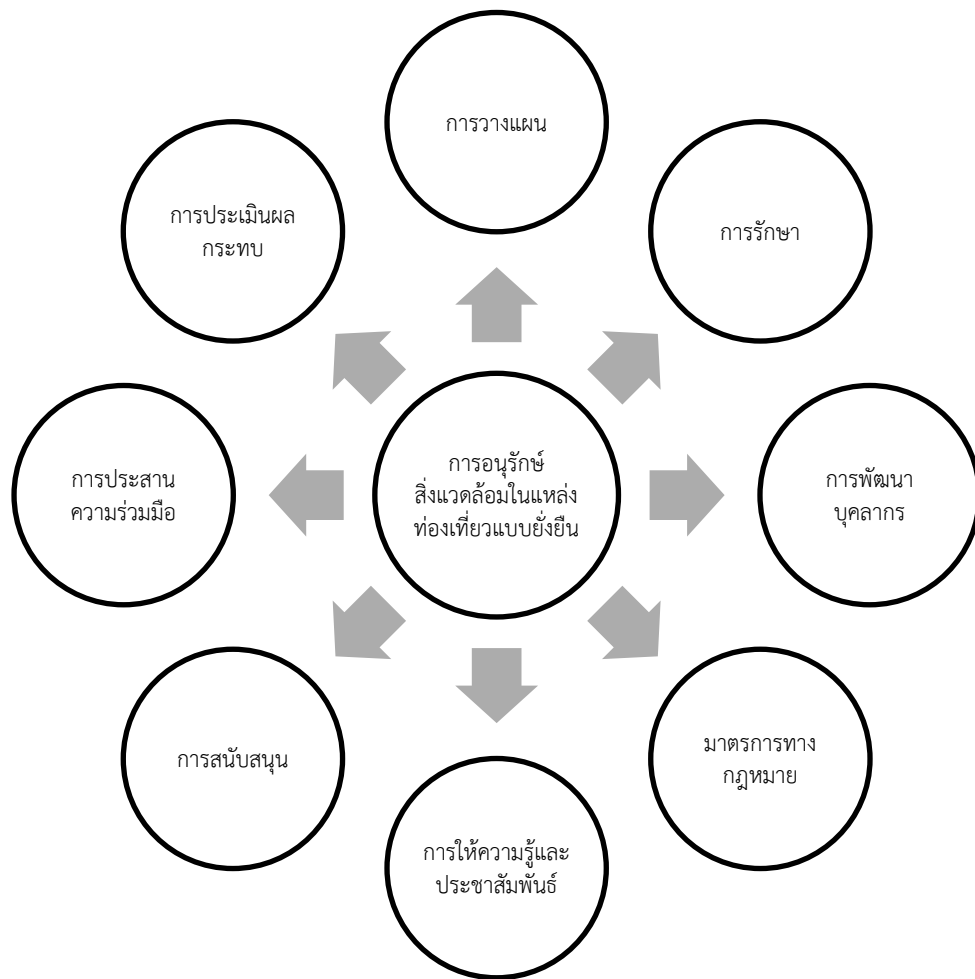
3.2 ปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน



➔ Continue 4

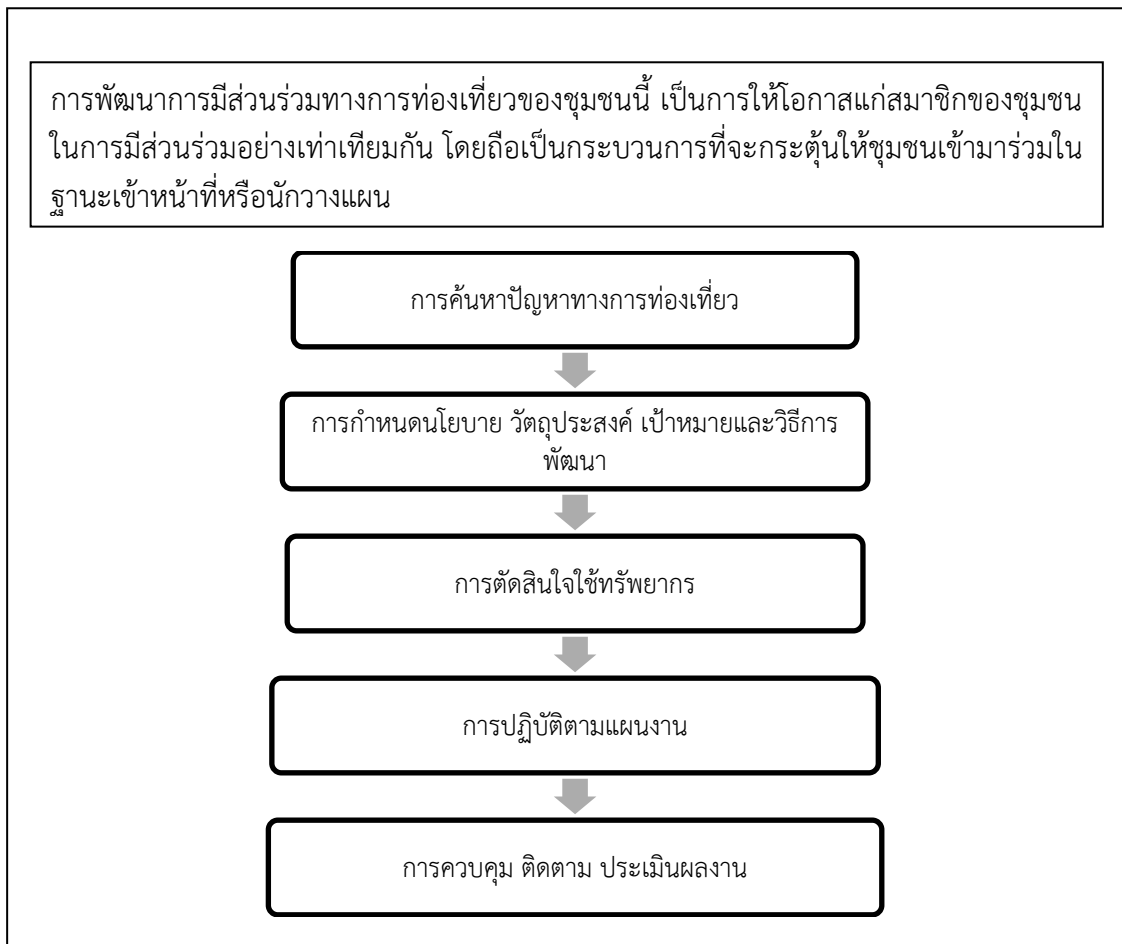
องค์ประกอบที่ 4 ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นที่จะต้องมีส่วนช่วยให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้นไม่ได้หมายถึงของที่ระลึกเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงทรัพยากรท่องเที่ยวด้วย ซึ่งก็คือ สิ่งแวดล้อมทั้งที่เกิดจากธรรมชาติหรือสิ่งที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นจึงส่งผลให้การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ซึ่งก็หมายความว่าหากมีสิ่งใดมากระทบการท่องเที่ยวก็จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน โดยการอนุรักษ์รักษาสีงแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

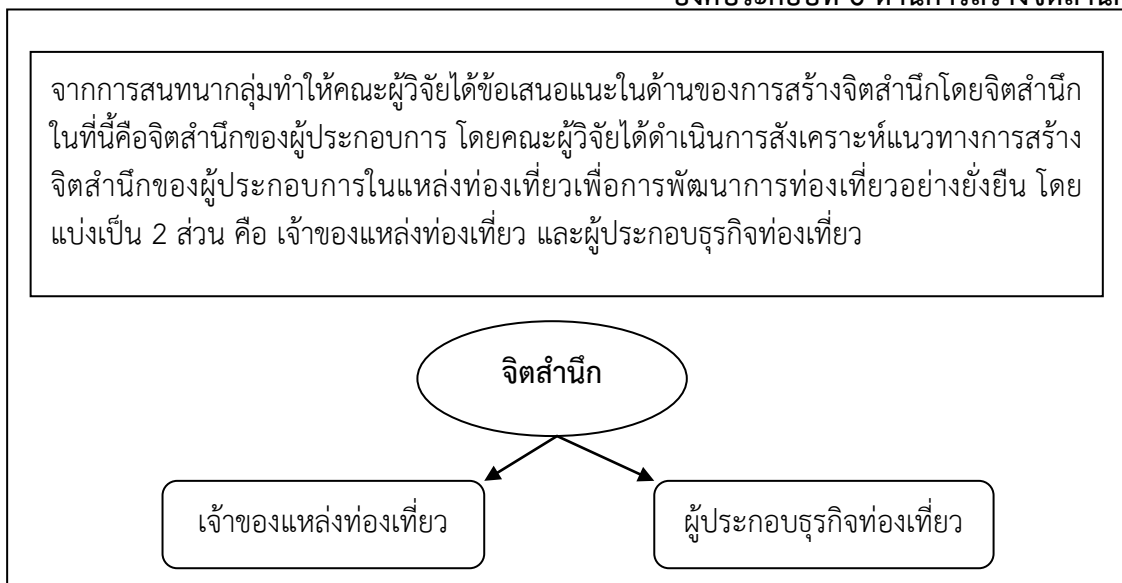


➔ Continue 5

องค์ประกอบที่ 5 ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชน



องค์ประกอบที่ 6 ด้านการสร้างจิตสำนึก



ภาพที่ 7 แผนภาพการเชื่อมโยงสังเคราะห์ข้อมูล

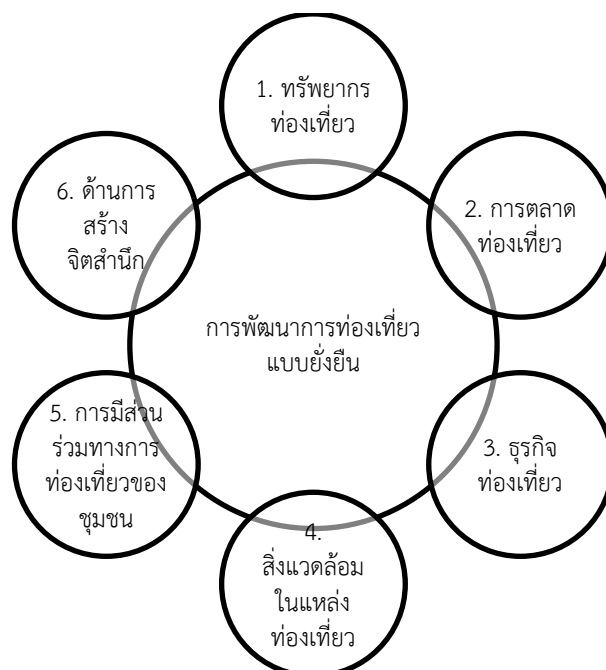
บทที่ 3

สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาในโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ และการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยคณะผู้วิจัยได้สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุป

จากการดำเนินโครงการย่อย 4 โครงการ สามารถนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางทฤษฎี (theory) ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้แนวคิดในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญใน 6 องค์ประกอบ มาเป็นแนวทางในการเรียบเรียงข้อมูล โดยจากการศึกษาข้อมูลจากโครงการย่อยทั้ง 4 โครงการ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ 3 ประเด็น ได้แก่ ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว และธุรกิจท่องเที่ยว สำหรับที่เหลือ 3 ประเด็น คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดมาจากเอกสารตำราที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก โดยสามารถสรุปผลการศึกษาดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 แสดงรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

จากภาพที่ 8 แสดงรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชน และการสร้างจิตสำนึก

องค์ประกอบที่ 1 ด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้น คณะผู้วิจัยได้ยึดหลัก 3 A's ซึ่งได้มีนักวิชาการสรุปไว้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ทรัพยากรต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) และ ทรัพยากรต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โดยจากผลการศึกษาสามารถสรุปทรัพยากรการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกได้ดังนี้

1.1 ทรัพยากรต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

จากผลการศึกษาสามารถสรุปทรัพยากรที่มีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ในภูมิภาคตะวันตก โดยพบว่าแต่ละจังหวัดในภูมิภาคตะวันตกอันเป็นพื้นที่เป้าหมายของการศึกษาได้แก่ จังหวัดราชบุรี เพชรบุรี กาญจนบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ล้วนมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป โดยจังหวัดเพชรบุรีมีศิลปะและวัฒนธรรมที่งดงาม จังหวัดราชบุรีมีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ จังหวัดกาญจนบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีระบบนิเวศทางทะเลที่งดงาม

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility)

จังหวัดที่เป็นพื้นที่เป้าหมายของการศึกษาในภูมิภาคตะวันตกทั้ง 4 จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดราชบุรี จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นั้นพบว่า มีเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นการเดินทางทางบก โดยสามารถติดต่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้ด้วยความสะดวกสบาย โดยทั้ง 4 จังหวัดนั้น พบว่ามี 1 จังหวัดที่มีความโดดเด่น คือ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่มีเส้นทางเดินทางทางอากาศซึ่งมีสนามบินในการอำนวยความสะดวกการเดินทางทางอากาศให้นักท่องเที่ยว

1.3 ทรัพยากรต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

จากการศึกษาข้อมูลด้วยการศึกษาหลักฐานจากเอกสารและการลงพื้นที่สำรวจข้อมูล พบว่า ทั้ง 4 จังหวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้นักท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไปยังตัวจังหวัดด้วยรถไฟ รถประจำทาง หรือการเดินทางทางอากาศโดยเครื่องบิน แต่การเดินทางโดยเครื่องบินมีให้บริการเฉพาะจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เนื่องจากเป็นจังหวัดเป้าหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยยังพบว่าทางจังหวัดทั้ง 4 จังหวัดต้องมีการแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วนก็คือ ป้ายบอกทาง หรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่จะนำพาให้นักท่องเที่ยวไปสู่จุดหมายได้ด้วยตนเอง เพราะเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นชาวยุโรปนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งนักท่องเที่ยวพบปัญหาในด้านของป้ายบอกทางไม่มีความต่อเนื่อง และไม่มีความเป็นสากล

องค์ประกอบที่ 2 ด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว

ในองค์ประกอบนี้ประกอบด้วยขั้นการพัฒนาย่อยๆ 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการเลือกตลาดท่องเที่ยวเป้าหมาย ขั้นพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาดท่องเที่ยวเป้าหมาย และขั้นการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านสังคมสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ขั้นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการเลือกตลาดท่องเที่ยวเป้าหมาย

ในขั้นตอนนี้เป็นการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวโดยการพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยพบว่าวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อนที่แตกต่างกัน ชาวยุโรปมีความต้องการความเพลิดเพลินและการพักผ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงอากาศหนาว ในขณะที่ชาวเอเชียและชาวไทยมีความต้องการความเพลิดเพลินและการพักผ่อนเพื่อต้องการหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน สำหรับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ พบว่านักท่องเที่ยวจากอาเซียน นักท่องเที่ยวในอาเซียน และชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน คือ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในอาเซียนส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุชาวไทย ที่ชอบไปท่องเที่ยวพร้อมกับการทำบุญตามวัดต่างๆ ตามความเชื่อของผู้สูงอายุ ในขณะที่ชาวยุโรปนั้นนิยมท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมเพื่อศึกษา หาความรู้แปลกใหม่

2.2 ขั้นพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับตลาดท่องเที่ยวเป้าหมาย

ในขั้นพัฒนาส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 4 ส่วนประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว แต่ในการศึกษานี้ คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาเพียง 2 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเท่านั้น

ด้านการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 รูปแบบดังนี้

1. รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจากอาเซียน

จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากอาเซียนมีความนิยมท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเชิงนิเวศ คณะผู้วิจัยจึงได้จัดรูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวแบบเจาะจงซึ่งหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวจากอาเซียน โดยนำจุดเด่นของ 3 จังหวัดในภูมิภาคตะวันตกมานำเสนอ โดยเริ่มที่จังหวัดกาญจนบุรี ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ไร่สักประวัติศาสตร์สงครามโลกครั้งที่ 2 ที่สะพานข้ามแม่น้ำแคว จากนั้นก็ต่อยอดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ที่จังหวัดเพชรบุรี และสุดท้ายพักผ่อนกับธรรมชาติด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยคณะผู้วิจัยได้มีสโลแกนของการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวจากอาเซียน ดังนี้

2. รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวในอาเซียน

จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในอาเซียนมีพฤติกรรมและความนิยมในการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และการใช้ชีวิตท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยเริ่มจากท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี ทั้งทางด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยแหล่งเรียนรู้โครงการชั่งหัวมัน จากนั้นก็ท่องเที่ยวโดยใช้ชีวิตใกล้ธรรมชาติที่อำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรี โดยคณะผู้วิจัยได้มีสโลแกนของการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในอาเซียน

ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวใน 2 ด้านได้แก่ การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก โดยสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก ในรูปแบบจุดจูงใจซึ่งหน้า ซึ่งเป็นวิธีที่สอดคล้องกับบริบทของการวิจัยการท่องเที่ยวนี้ ที่ได้มีการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก และสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว จากนั้นจึงได้นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยว โดยจำแนกออกตามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

2. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุเชิงรุก ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่าง การใช้ความคิดสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ในงานด้านการประชาสัมพันธ์ การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัวในการเรียกใช้ และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล

2.3 ชั้นการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านสังคมสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

จากผลการศึกษาใน 2 ขั้นตอนดังที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวได้มุ่งตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้นจะต้องเสริมสร้างความพึงพอใจด้านสังคมด้วย โดยการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนต้องมุ่งตอบสนองในระยะยาวมิใช่ตอบสนองในระยะสั้นเพียงอย่างเดียว ซึ่งการตอบสนองในระยะยาวมีวัตถุประสงค์หลัก 6 ประการ ได้แก่ การตอบสนองความพอใจของนักท่องเที่ยว การสร้างผลกำไรแก่ธุรกิจท่องเที่ยว การสร้างสรรค์คุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น การสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างประหยัด และการตอบสนองความพอใจของชุมชนท้องถิ่น

องค์ประกอบที่ 3 ด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว

ในองค์ประกอบนี้ประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่ ธุรกิจท่องเที่ยว และปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน โดยสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

3.1 ธุรกิจท่องเที่ยว

สำหรับเนื้อหาของการศึกษาธุรกิจท่องเที่ยวนี้ คณะผู้วิจัยเน้นศึกษาเฉพาะธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งเป็นธุรกิจการให้บริการจำหน่ายสินค้าประเภทที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อ

นำกลับไปยังภูมิภาคของตน นับเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีชีวิตชีวาเมื่อได้จับจ่ายใช้สอยซื้อของที่ระลึก โดยของที่ระลึกที่นำเสนอนี้เป็นของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม โดยเป็นผลิตภัณฑ์จากตาลซึ่งเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายในภูมิภาคตะวันตก

โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากตาลเป็นการศึกษาเป็นการนำวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และยังเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่ตกทอดกันมารุ่นต่อรุ่น ซึ่งภูมิปัญญาชาวบ้านดังกล่าวปัจจุบันได้มีการนำมาคิด วิเคราะห์ พัฒนาเพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมผลงานชิ้นใหม่ๆ และยังได้มีการประดิษฐ์คิดค้น ออกแบบผลิตภัณฑ์จากใบตาลให้มีความแปลกใหม่ ทันยุคทันสมัย โดยมีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากใบตาลอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาเป็นทั้งของชำร่วย ของฝาก และเครื่องประดับ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน และยังเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ที่ต้องการอยากมีงานทำ ไม่ว่าจะเป็นอาชีพหลัก หรืออาชีพเสริม เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว สำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากตาลโตนด เป็นการนำวัสดุที่เหลือจากการทำตาลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน โดยนำวัสดุที่เป็นส่วนประกอบของตาล เช่น ใบตาล ลูกตาลแก่ที่ไม่ใช้แล้ว นำมาประดิษฐ์เป็นของเล่น ของที่ระลึก หรือของฝาก

3.2 ปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน

สำหรับเนื้อหาของการศึกษาปัจจัยในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนนี้ คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะด้านของเทคโนโลยี เนื่องจากเป็นสิ่งที่ช่วยปฏิรูปการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากความต้องการด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้กลายเป็นความท้าทายอันดับต้นๆ ของธุรกิจท่องเที่ยว โดยการศึกษาได้มุ่งเน้นการพัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตก ที่สามารถใช้กับสมาร์ตโฟนระบบแอนดรอยด์ได้ และด้วยความนิยมของสมาร์ตโฟนระบบแอนดรอยด์และคุณลักษณะของหน้าจอที่มีขนาดใหญ่เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุ คณะผู้วิจัยจึงพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบในครั้งนี้นับระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์และออกแบบโดยยึดหลัก กระชับ-ง่าย-สบายตา แต่ทั้งนี้เมื่อมีการพัฒนาระบบนี้ขึ้น ก็จะต้องมีการติดตามประเมินผลการใช้ระบบดังกล่าว เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสมกับสภาพการใช้งาน ทั้งจะต้องอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเป็นระยะๆ

องค์ประกอบที่ 4 ด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นที่จะต้องมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวซึ่งสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้นมีได้หมายถึงของที่ระลึกเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงทรัพยากรท่องเที่ยวด้วย ซึ่งก็คือ สิ่งแวดล้อมทั้งที่เกิดจากธรรมชาติหรือสิ่งที่เกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นจึงส่งผลให้การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ซึ่งก็หมายความว่าหากมีสิ่งใดมากระทบการท่องเที่ยวก็จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวทั้ง 2 ชนิด คือ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อยกฐานะความเป็นอยู่ของประชาชนให้สูงขึ้นและลดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมให้น้อยลง ด้วยการออกมาตรการ ระเบียบ หรือวิธีปฏิบัติ โดยทำป้ายประชาสัมพันธ์ให้

นักท่องเที่ยวได้รับทราบ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและใช้ทรัพยากรในการท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่ามากที่สุด

องค์ประกอบที่ 5 ด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชน

การพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนนี้ เป็นการให้โอกาสแก่สมาชิกของชุมชนในการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกัน โดยถือเป็นกระบวนการที่จะกระตุ้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะเจ้าหน้าทีหรือนักวางแผน โดยจากการสังเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องจึงนำเสนอกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วม 6 ขั้นตอน ได้แก่ การค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยว การกำหนดนโยบายวัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการพัฒนา การตัดสินใจใช้ทรัพยากร การปฏิบัติตามแผนงาน การควบคุม ติดตาม ประเมินผลงาน

องค์ประกอบที่ 6 ด้านการสร้างจิตสำนึก

จากการสนทนากลุ่มทำให้คณะผู้วิจัยได้ข้อเสนอแนะในด้านของการสร้างจิตสำนึกโดยจิตสำนึกในที่นี้คือจิตสำนึกของผู้ประกอบการ โดยคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์แนวทางการสร้างจิตสำนึกของผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อทุกคนมีจิตสำนึกที่ดีย่อมส่งผลให้ผลทรัพยากรธรรมชาติไม่เสื่อมโทรมก็จะส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในที่สุด โดยที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องไม่ค้ำกำไรเกินควร มีระบบรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ฉกฉวยโอกาสในการขึ้นราคาในช่วงเทศกาลเพื่อหารายได้ เป็นต้น

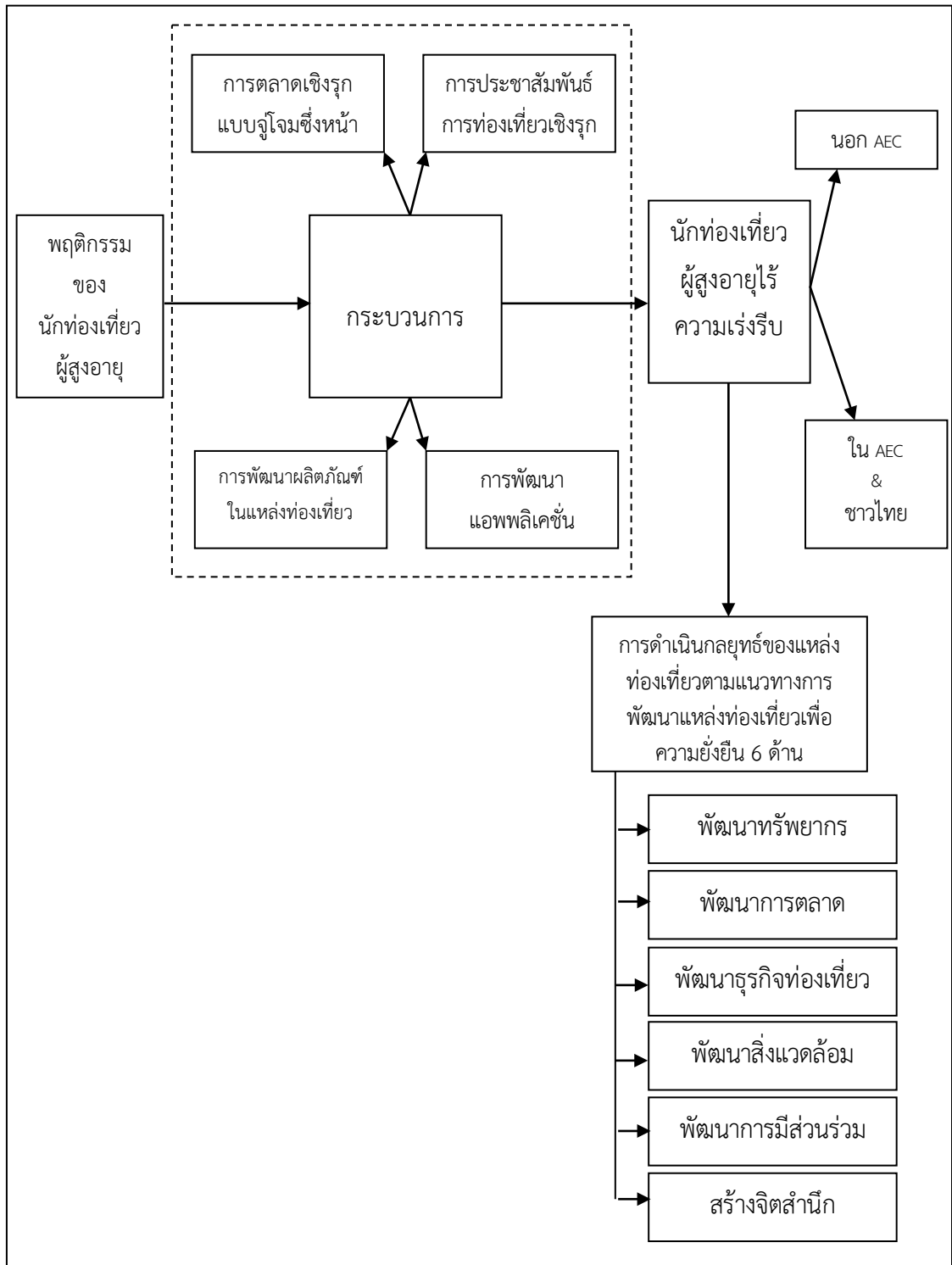
สรุปภาพรวมของการวิจัยการวิจัยเรื่อง การยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เป็นแผนงานวิจัยที่ประกอบด้วยโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ โดยวิธีการดำเนินการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการวิจัยใน 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย การสรุปประเด็นผลการวิจัยย่อย 4 โครงการ การประชุมข้อเสนอเชิงนโยบายกับที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตก จำนวน 30 คน และการสังเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาทั้ง 4 โครงการ โดยการสร้างข้อสรุปจากการดำเนินโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการนำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลทางทฤษฎี (theory) ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้แนวคิดในเรื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) เป็นแนวทางในการเรียบเรียงข้อมูล โดยบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา (2557) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเป็นหลักการจัดการที่เอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวให้น้อยที่สุด

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ้มค่า ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดเชิงรุกจึงใช้กลยุทธ์การจูงใจซึ่งหน้า ซึ่งเป็นการนำจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวมาผสมผสานเข้ากับคามนิยมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ออกมาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ลงตัว 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวแบบจูงใจซึ่งหน้าสำหรับนักท่องเที่ยวนอกอาเซียน ซึ่งมีความนิยมท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และเชิงนิเวศ คณะผู้วิจัยจึงได้จัดรูปแบบการ

ท่องเที่ยว ที่นำจุดเด่นของ 3 จังหวัดในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามสโลแกน “ระลึกความหลังที่กาญจนบุรี สร้างความดีที่เมืองเพชร เต็มพลังชีวิตที่ประจวบคีรีขันธ์” และรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวในอาเซียน พบว่า มีพฤติกรรมและความนิยมที่คล้ายคลึงกัน โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ และการใช้ชีวิตท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ คณะผู้วิจัยจึงได้นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวตามสโลแกน “เที่ยวเมืองเพชร 3 สไตล์ สโลว์ไลฟ์ใกล้ธรรมชาติเมืองราชบุรี” โดยรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก เลือกใช้ 5 รูปแบบ 1) High Technology เป็นรูปแบบที่สามารถกระจายข้อมูลได้กว้างขวางในครั้งเดียว 2) Differentiation เป็นการสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยว 3) Creativity เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ 4) International PR กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล และ 5) Database การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัว และนอกจากเสริมสร้างการรับรู้ด้วยการทำการตลาดแล้ว ในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการสร้างเอกลักษณะและสิ่งที่จะสร้างเอกลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวได้คือ ของที่ระลึกอันจะทำให้นักท่องเที่ยวเห็นและระลึกถึงแหล่งท่องเที่ยวนี้เสมอ สำหรับของที่ระลึกที่ทำให้นึกถึงภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเป็นวัสดุที่หาได้ง่ายคือ ของที่ระลึกที่ทำจากตาลโตนด เป็นการนำวัสดุที่เหลือจากการทำตาลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน และนอกจากนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ตลอดจนคำนึงถึงความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งนี้เพื่อขยายการรับรู้ในวงกว้างคณะผู้วิจัยได้พัฒนาฐานข้อมูลบนแอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบสำหรับผู้สูงอายุในภูมิภาคตะวันตกเพื่อให้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุใช้สามารถสืบค้นข้อมูลเบื้องต้นก่อนการเดินทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lorda, S., Després, C., Ramadier, T. (2012) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่พบว่าผู้สูงอายุมักมีความต้องการในการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยในการอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวของพวกเขาให้มากที่สุด

และเพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมีความยั่งยืน คณะผู้วิจัยได้เสนอกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตามใน 6 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยยึดหลัก 3 A's ได้แก่ ทรัพยากรต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) และทรัพยากรต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 2) พัฒนาการตลาดท่องเที่ยวด้วยการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการเลือกตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายที่เหมาะสม 3) พัฒนารูขี้อย่างยั่งยืน ด้วยธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งเป็นของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม และใช้วัสดุที่สื่อให้ผู้พบเห็นระลึกถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) พัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม โดยออกกฎระเบียบ มาตรการในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตาม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและใช้ทรัพยากรในการท่องเที่ยวให้มากที่สุด 5) พัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน ด้วยการค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยว การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการพัฒนา และการตัดสินใจใช้ทรัพยากรร่วมกัน และ 6) สร้างจิตสำนึกในที่นี่คือ จิตสำนึกของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยว ต้องไม่ค้ำกำไรเกินควร มีระบบรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ฉกฉวยโอกาสในการขึ้นราคาในช่วงเทศกาลเพื่อหารายได้ อันจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพที่ยั่งยืน

จากข้อมูลสามารถนำมาจัดทำเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ โดยเป็นต้นแบบเชิงกระบวนการที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืนได้ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 ต้นแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ

จากภาพที่ 5-1 แสดงให้เห็นถึงต้นแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ อันเป็นต้นแบบเชิงกระบวนการที่เหมาะสมสำหรับผู้ประกอบการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืนนั้น คณะผู้วิจัยได้นำเสนอให้เห็นถึงข้อมูลที่ได้จากโครงการวิจัยย่อย 4 โครงการ โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สำหรับนำมาพัฒนาเป็นการตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุก และการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ตลอดจนการสร้างสีสันให้กับการท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อกลับบ้าน และเพื่อแพร่ขยายการรับรู้ จึงได้นำเสนอการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งนี้จากการดำเนินงานดังกล่าวคณะผู้วิจัยได้นำเสนอกลยุทธ์ของแหล่งท่องเที่ยวตามแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน 6 ด้าน ด้วยการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว การตลาดธุรกิจท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วม และสร้างจิตสำนึก เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนตลอดไป

สรุปผลการศึกษาจากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย

จากการประชุมข้อเสนอเชิงนโยบาย ในการยกระดับการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพในภูมิภาคตะวันตกของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โรงแรมลองบีช ชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ได้รับคำแนะนำจากผู้เข้าร่วมประชุมว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์จะต้องทำให้ลูกหลานมีความต้องการมาท่องเที่ยวร่วมด้วย เนื่องจากลูกหลานจะเป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจพาผู้สูงอายุมาท่องเที่ยว ทั้งนี้ในเรื่องของการดูแลผู้สูงอายุจะต้องมีการจัดให้มีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ในเรื่องของจิตวิทยาผู้สูงอายุด้วย ทั้งนี้ในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงการออกแบบสถานที่ให้เอื้อต่อการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ สำหรับในเรื่องของการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ประชุมเห็นว่าควรเพิ่มแหล่งท่องเที่ยวและโรงแรมที่พักที่ให้บริการเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ เช่น เพชรริมน้ำริสอร์ท ร้านอาหารเบญจยิ้ม เป็นต้น นอกจากนี้ยังเสนอให้เพิ่มเสียงบรรยายข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวสูงอายุซึ่งอาจมีปัญหาทางด้านสายตา ทำให้การอ่านข้อความแบบบรรยายในแอปพลิเคชันอาจยังไม่เพียงพอ รวมทั้งได้มีข้อเสนอแนะจากรองผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ว่าควรมีเกร็ด ตำนาน หรือเรื่องที่เป็นความเชื่อของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวด้วยซึ่งการแนวทางการเพิ่มเสียงบรรยายในแอปพลิเคชันจะเป็นอีกแนวทางที่ดีที่จะอำนวยความสะดวกให้เพิ่มรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น

นอกจากนี้ผู้ร่วมประชุมยังแสดงความกังวลในการอัปเดตข้อมูลและดูแลจัดการแอปพลิเคชันระยะยาวเมื่อสิ้นสุดโครงการวิจัยแล้ว แอปพลิเคชันจำเป็นต้องได้รับการดูแลและพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุเกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวทั้งกลุ่มผู้สูงอายุและนักท่องเที่ยวทั่วไป แนวทางการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุอาเซียนที่นับถือพระพุทธศาสนาคือการนำเสนอเส้นทางไหว้พระและสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามคติความเชื่อของผู้สูงอายุเพิ่มเติมใน Western Thailand โดยนำเสนอเส้นทางในพื้นที่ 4 จังหวัดที่มีข้อมูลของวัดต่างๆที่สำคัญ ซึ่งอาจรวมทั้งวัดที่อยู่ในเส้นทางที่ใกล้เคียงกันด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น นอกจากจะตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแล้วยังจะต้องเสริมสร้างความพึงพอใจด้านสังคม ด้วยการสร้างสรรค์คุณภาพชีวิตที่ดีของชุมชนท้องถิ่น สร้างสรรค์สภาพแวดล้อมที่ดีในแหล่งท่องเที่ยว ใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างประหยัด และตอบสนองความพอใจของชุมชนในท้องถิ่น

2. จากผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยที่สิ่งแวดล้อมนั้นรวมถึงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งหากมีสิ่งใดที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไม่ว่าจะด้านบวกหรือลบย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน จึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการอนุรักษ์รักษาสภาพสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยใช้กลไกการมีส่วนร่วมจากคนในชุมชนและหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว เพื่อยกฐานะความเป็นอยู่ของประชาชนให้สูงขึ้นและลดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมให้น้อยลง

3. จากผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ตั้งอยู่ในชุมชน ดังนั้นกระบวนการที่จะกระตุ้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะเจ้าหน้าที่ยหรือนักวางแผน เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยคณะผู้วิจัยได้เสนอกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วม 6 ขั้นตอน ได้แก่ การค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยว การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมายและวิธีการพัฒนา การตัดสินใจใช้ทรัพยากร การปฏิบัติตามแผนงาน การควบคุม ติดตาม ประเมินผลงาน เพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและเกิดความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวของตนเองให้มากขึ้น

4. จากผลการศึกษาที่พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวจะพัฒนาเพียงแค่วัตถุคงไม่เกิดความยั่งยืน ดังนั้น อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญจะต้องพัฒนาควบคู่ไปกันด้วย คือ จิตสำนึก โดยในที่นี้คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการสร้างจิตสำนึกในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ด้วยการจัดฝึกอบรมให้ความรู้อันจะส่งผลให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีจิตสำนึกที่ดีในการช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อทุกคนมีจิตสำนึกที่ดีย่อมส่งผลให้ผลทรัพยากรธรรมชาติไม่เสื่อมโทรมก็จะส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในที่สุด

5. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวควรปฏิบัติตามใน 6 แนวทาง คือ 1) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยยึดหลัก 3 A's ได้แก่ ทรัพยากรต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility) และทรัพยากรต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 2) พัฒนาการตลาดท่องเที่ยวด้วยการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และการเลือกตลาดท่องเที่ยวเป้าหมายที่เหมาะสม 3) พัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว ด้วยธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ซึ่งเป็นของที่ระลึกประเภทหัตถกรรม และใช้วัสดุที่สื่อให้ผู้พบเห็นระลึกถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) พัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวด้วยการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อลดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม โดยออกกฎระเบียบ มาตรการในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตาม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและใช้ทรัพยากรในการท่องเที่ยวให้มากที่สุด 5) พัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน ด้วยการค้นหาปัญหาทางการท่องเที่ยว การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการพัฒนา และการตัดสินใจใช้ทรัพยากรร่วมกัน และ 6) สร้างจิตสำนึกในที่นี้คือ จิตสำนึกของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

และผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ต้องไม่ค้ำกำไรเกินควร มีระบบรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ฉกฉวยโอกาสในการขึ้นราคาในช่วงเทศกาลเพื่อหารายได้

6. ด้านการประชาสัมพันธ์ผู้ประกอบการควรเลือกใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก รูปแบบ ได้แก่ 1) High Technology เป็นรูปแบบที่สามารถกระจายข้อมูลได้กว้างขวางในครั้งเดียว 2) Differentiation เป็นการสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยว 3) Creativity เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ 4) International PR กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ยึดหลักความเป็นสากล และ 5) Database การมีฐานข้อมูลที่ทันสมัยและคล่องตัว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการจัดประชุมเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว พบข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1. การพัฒนาแหล่งเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ สิ่งที่สำคัญคือบุคลากรผู้อำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเห็นว่าบุคลากรเหล่านี้ควรมีการเสริมสร้างความรู้ในเรื่องของจิตวิทยาผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุมีความต้องการการดูแลที่พิเศษกว่าบุคคลอื่นๆ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษาที่มีการจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวควรมีการสอดแทรกรายวิชาเกี่ยวกับจิตวิทยาผู้สูงอายุไว้ในการจัดการเรียนการสอน

2. การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้น สิ่งที่ต้องระมัดระวังที่สุดก็คือความปลอดภัย เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นวัยที่ต้องได้รับการดูแลเป็นพิเศษ ดังนั้น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีสาขาอยู่ในแต่ละจังหวัดควรมีการเข้าไปชี้แนะและให้ความรู้แก่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวให้มีการเสริมสร้างหรือจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมสำหรับผู้สูงอายุ

3. จากผลการศึกษาที่พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวไทยและนักท่องเที่ยวในอาเซียน (จีน เกาหลี ญี่ปุ่น) จะมีลักษณะที่ใกล้เคียงกัน โดยมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวที่ต้องการความผ่อนคลายหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวัน และท่องเที่ยวในระยะเวลาสั้นๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงควรนำข้อมูลในส่วนนี้ไปต่อยอดเพื่อพัฒนาเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงลึกและขยายขอบเขตการท่องเที่ยวที่มีการศึกษาทั่วทั้งประเทศ

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับผู้สูงอายุสำหรับเป็นแนวทางให้แก่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้นำไปปรับใช้ อันจะเป็นการเสริมสร้างให้แหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกเพศทุกวัย

บรรณานุกรม

- กนกกานต์ วีระกุล และคณะ. (2556). การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร
กรมการท่องเที่ยว (2556). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว มกราคม-มีนาคม 2556. กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2555). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา พ.ศ. 2555 –
2559. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2556). รายงานการท่องเที่ยว ปี 2555. กรุงเทพฯ : กรมการท่องเที่ยว
กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา. (2555). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559[ระบบ
ออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=4147 (10 ตุลาคม
2555).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). รายงานการวิจัยการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศ ทางทะเลส่วนที่ 1. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544ข). แผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: การ
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2544).คำศัพท์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่ง
ประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสำนักงานสถิติแห่งชาติ.(2556). การสำรวจพฤติกรรมการเดินทาง
ท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2556. กรุงเทพฯ : บริษัท เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัลส์ พับลิเคชั่น จำกัด.
กิดานันท์มลิทอง. (2539). เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม. (พิมพ์ครั้งที่1).กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- กิตติ ภัคฉวีฒนะกุลและจำลอง ครูอุตสาหะ. (2542). คัมภีร์ระบบฐานข้อมูล. กรุงเทพฯ: บริษัทเคพีคอมพ์
แอนด์คอนซัลท์จำกัด.
- ครรชิต มาลัยวงศ์. (2538). เทคโนโลยีการศึกษา : ปรัชญาและหลักการ, วารสารการศึกษาแห่งชาติ,ปีที่
29, ฉบับที่ 5, มิ.ย.-ก.ค., หน้า 41-59.
- จรณิต แก้วกั้งวาล. (2536). โครงสร้างไฟล์ข้อมูล อัลกอริทึมและการจัดการไฟล์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด
ยูเคชั่น.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2544). การวางแผนและพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. (2556). แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อข้อจำกัดของการ
ใช้เวลาวางเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดต่อเนื่อง. ปรินญาณิพนธ์ ปร.ด. (การกีฬ
นันทนาการและการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชุดิมา สุวรรณเพิ่ม. (2539). ทิศทางภาษาไทย.สถาบันภาษาไทย. 3(1): 76.

- दन्य जन्तर्जाया. (2549). Mice กัการทอองเทียวเชิงคุณภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2556 จาก http://www.marketeer.co.th/inside_detail.php?inside_id=5142
- ดุงใจเรื่อเวหา , วาโยเกียรตีกนกและพัชรวิภาสุขประเสริฐ. (2550).ระบบฐานข้อมูล (Database System). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://cptd.chandra.ac.th/selfstud/it4life/sub%20data3.htm> (23 พฤศจิกายน 2548).
- ไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ. (2548). มาตรฐานขั้นต่ำสำหรับที่พักอาศัย และสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ทวีศักดิ์ ทิพยมหงษ์. (2544). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดชลบุรีและจังหวัดฉะเชิงเทรา. ฉะเชิงเทรา : คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏราชนครินทร์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2547). ยุทธศาสตร์การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- นรินทร์ สังข์รักษา.(2555 ข). ตำราการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา. นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นริศา คำแก่น พรณี สวนเพลงและเบญจพร ดามาพงศ์. (2555). รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์การสังเคราะห์งานวิจัยการท่องเที่ยวและทิศทางการวิจัยในอนาคต กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, (2557) .การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน .กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสาร,
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1 บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา . (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตาย. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิษณุโลก : วิทยาลัยพิษณุโลก.
- บุญเลิศจิตตั้งวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พงศ์ศานต์ พิทักษ์มหาเกตุ. (2538). ชาวบ้านกับช่องทางประกอบธุรกิจท่องเที่ยว แนวคิดใน การจัดตั้งสหกรณ์บริการนำเที่ยวแนวอนุรักษ์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิมพ์รำไพ เปรมสมิทธิ์ . (2538). การบริหารโครงการ : กระบวนการและการวางแผน. (บรรณาธิการ). บรรณารักษ์ 40 (. 107-121). : ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- พิชญ์ จงสถิตย์วัฒนา. (2548). การบริหารการตลาด: การวิเคราะห์ กลยุทธ์และการตัดสินใจ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไพฑูริย์ พงศบุตร. (2550). ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ 27
- โพสต์ทูเดย์. (2556). ลักษณะเที่ยววัยเกษียณ สะดวกปลอดภัยไม่ธรรมดา www.posttoday.com ดาร์วินโหลด เมื่อ 8 กันยายน 2556
- ภราดร ปรีดาศักดิ์. (2549). พจนานุกรมเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มธุรส ปราปไพรี, มลทิชา แจ่มจันทร์ และณัฐวดี สุวรรณช่าง (2550) การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย : กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มัทนา พนานิรามัย. (2551). รายงานฉบับสมบูรณ์ผลกระทบของการประกันการว่างงานในรอบ 2 ปี กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ยีน ภู่วรรณ และสมชาย นำประเสริฐชัย. (2546). ไอซีทีเพื่อการศึกษาไทย. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- รวีทัต ภู่อล่า. (2554) . คู่มือเขียน iPhone Apps .พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพฯ : โปริวิช
- ราณี อีสัชกุล และคณะ. (2554). การท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2544).ม.ป.ป. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (อัดสำเนา)
- เลิศพร ภาระสกุล. (2555). พฤติกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วนารัตน์ กรอิสรานุกุล และคณะ. (2553). แนวทางการพัฒนาน้ำพุร้อนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับสากลด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาน้ำพุร้อนพระร่วงจังหวัดกำแพงเพชร. ชุดโครงการวาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วรรณมา วงษ์วานิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันพร ปั้นแก้วและธนาวรรณ จันทร์ตันไพบูลย์. (2538). คอมพิวเตอร์และการพัฒนาระบบสารสนเทศ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีญา วรากุลวิทย์. (2551). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:เฟื่องฟ้าพรินติ้ง.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2544). สวัสดิการผู้สูงอายุ.กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2551). ระเบียบวิธีวิจัยทางสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เทพปัญญา
- ศิริวรรณ ศิริบุญ. (2553). ทบทวนองค์ความรู้ด้านบทบาทของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.) และมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.

- ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ท้อป.
- ศูนย์วิจัยพัฒนาอิเล็กทรอนิกส์.(2543). อีคอมเมิร์ซไทย: สถิติและบทวิเคราะห์รายสาขาธุรกิจ e-commerce Thailand: Statistics & Analysis. ปทุมธานี: ศูนย์วิจัยพัฒนาอิเล็กทรอนิกส์
- สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. (2552). ท่องเที่ยวแนวใหม่ ที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล.สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2556, เข้าถึงได้จาก <http://www.hsri.or.th/th/whatnews/detail.php?id=181&key=activity>.
- สมชาย วรรณญาณุโกร. (2545). การค้นหาสารสนเทศบนเวปไซด์ไวด์เว็บ. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์คณะมนุษยศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมยศ วัฒนกมลชัยและเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน. (2555). (ม.ป.ป.). นักท่องเที่ยวสูงอายุ : กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจท่องเที่ยว. ในวารสารปัญญาภิวัฒน์ : 95-103.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข.(2551). ขบวนการประชาสังคมกับการพัฒนาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประเทศไทย. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สัมพันธ์ มีสิทธิ. (2540). การพัฒนาที่ยั่งยืน. เอกสารประกอบการสัมมนา สถานภาพทรัพยากรหลักกับทิศทางการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย วันที่ 15 ตุลาคม 2540 กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2550. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2556, จาก <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/pocketBook/older-pb50.pdf>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2556).การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2556. กรุงเทพฯ : บริษัทเท็กซ์แอนด์เจอร์นัล พับลิเคชั่น จำกัด.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด ภาคกลางตอนล่าง1 จังหวัดกาญจนบุรี.(2554). แนวทางการพัฒนาแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว จังหวัดกาญจนบุรี. กาญจนบุรี : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี.
- สุชาติ รสikovรรณ. (2551). การพัฒนาการจัดทำแผนปฏิบัติการของเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- สุรกุล เจนอบรม. (2541). วิสัยทัศน์ผู้สูงอายุและการศึกษานอกระบบสำหรับผู้สูงอายุไทย.กรุงเทพฯ : ภาควิชาการศึกษาออกโรงเรียน คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรวิรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2544) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ.(2554).การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อินทนิล.
- อัญชลี พิษญาญกูร. (2550). รายงานการวิจัยของบริษัทโอทิลวีแอนด์เมเธอร์ประเทศไทย. อ้างถึงใน Sasinand. (2550). ประเทศไทยได้กลายเป็นสังคมผู้สูงอายุไปแล้ว. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2556, จาก <http://gotoknow.org/blog/goodliving/133071?page=3>.

- อุตร วงษ์ทับทิม; และคณะ. (2545). โครงการชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และวัฒนธรรม ตำบลแม่ฮี้. อำเภอป่าาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. ชุดโครงการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- อุบลรัตน์ เฟื่องสถิตย์. (2546). จิตวิทยาผู้สูงอายุ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Apple เผย App Store มียอดดาวน์โหลดทะลุ 25,000 ล้านครั้งแล้ว. (2555). [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.flashfly.net/wp/?p=21931> (12 เมษายน 2555)
- Ananth, M., DeMicco, F. J., Moreo, P. J., & Howey, R. M. (1992). Marketplace lodging needs of mature travelers. [doi: DOI:10.1016/0010-8804(92)90005-P]. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*,33(4) :12-24.
- Anderson, B., & Langmeyer, L. (1982). The under-50 and over-50 traveler: A profile of similarities and differences. *Journal of Travel Research*, 20(4) :.20-24.
- Ashenfelter, J. P. (1999). Database Design for Education and Academe. *WebNet Journal*, 1999 July-September.
- Backman, K., Backman, S., & Silverberg, K.(1999). Investigation into the psychographics of senior nature-based travelers. *Tourism Recreation Research*, 24(1), : 13-22.
- Bai, B., Jang, S. S., Cai, L. A., & O'leary, J. T. (2001). Determinants of travel mode choice of senior travelers to the United States. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3) : 147-168.
- Batra, A. (2009). Senior pleasure tourists: Examination of their demography, Travel Experience, and Travel Behavior Upon Visiting the Bangkok Metropolis. *International. Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(3) : 197-212.
- Benjamin, Jane and Chen, Yin-Lan E. (2003). A Cross-Cultural Study of Motivation of Students Learning a Second Language. *The American Educational Research Association Annual Conference*,Chicago.
- Blazey, M. A. (1987). The differences between participants and non-participants in a senior travel program. *Journal of Travel Research*, 26(1) : 7-12.
- Collier, A. & Harraway, S. (1997). *Principle of Tourism*. 4 th ed. Auckland: Longman Pual, Ltd.
- Cooper C.F. and Others. (2005). *Tourism principles and practice* 3rd ed. Harlow : Pearson Education Limited.
- Dardis, R., Soberon-Ferrer, H., & Patro, D. (1994).Analysis of leisure expenditures in the United States. *Journal of Leisure Research*,26(4) : 309-321

- Dickman, C.R. (1996). Overview of the Impacts of Feral Cats on Australian Native Fauna. Australian Nature Conservation Agency, Canberra.
- Dissanayakea, D., Kurauchib, S., Ohashid, S. (2012). Inter-regional and inter-temporal analysis of travel behavior for Asian metropolitan cities: Case studies of Bangkok, Kuala Lumpur, Manila, and Nagoya. *Transport Policy* Volume 19, Issue 1, January 2012, Pages 36–46
- East, Harry. (1986). *Designing & Marketing Databases*. Boston Spa: the British Library Board.
- Fleischer, A., & Pizam, A. (2002). Tourism constraints among Israeli seniors. [doi: DOI: 10.1016/S0160-7383(01)00026-3]. *Annals of Tourism Research*, 29(1), : 106-123.
- Gee, Chuck Y., Dexter J. L. Choy and James C. Makens. (1989). *The travel industry*. Westport Connecticut : AVI Publishing.
- Goeldner, C. R. and Ritchies, B. J. (2006). *Tourism: Principles, practices and philosophies* (10th Ed.). New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Gunton, Tony. (1993). *The Penguin Dictionary of Information Technology*. London: Penguin Books.
- Hassan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*. 38(3). February: 239-245.
- Holloway, C.J. (1983). *The Business of Tourism*. UK: Macdonald & Evans, Limited.
- Holloway, J. C. and Robinson, Chris. (1995). *Marketing for Tourism*, 3rd edition, Longman, Essex.
- Hong, G., Kim, S.Y., and Lee, J. (1999). ,Travel Expenditure Patterns of Elderly Households in the US[†], *Tourism Recreation Research*, 24 (1), p. 43-52.
- Hong, G.-S., Morrison, A. M., & Cai, L. A. (1996). Household Expenditure Patterns for Tourism Products and Services. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 4(4), 15-40.
- Hsu, C. H. C., (2001). ,Importance and Dimensionality of Senior Motorcoach Traveler Choice Attributes[†], *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8 (3/4), p. 51-70.
- Jamie E.L. S., Darren M. S., Newbold K. B. (2009). Transport mobility benefits and quality of life: A time-use perspective of elderly Canadians. *Transport Policy*. Volume 16, Issue 1. Pages 1–11.

- Jang, SooCheong and Chi-Mei Emily Wu. (2006). ,Senior Travel Motivation and the Influential Factors: An Examination of Taiwanese Seniors', *Tourism Management*,27, p 306-316
- Javalgi, R. G., Thomas, E. G., and Rao S. R. (1992). Consumer behavior in the U.S. pleasure travel marketplace : An analysis of senior and nonsenior travelers, *Journal of Travel Research*, Vol. 31(2), p. 14-20
- Kotler, P.; Bowen, J.T.; & Makens, J.C. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*.4thed.New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Larson, Ray; & Davis, Marc. (2005). *Introduction to Databases and Database Design*. SIMS 202: Information Organization and Retrieval. University of California, Berkeley, School of Information Management and Systems. Retrieved October 3, 2005, from http://www2.sims.berkeley.edu/courses/is202/f00/lectures/ Lecture27_202.ppt#324,5, Files and Databases.
- Lee, S. H. and Tideswell, C. (2005). Understanding attitudes towards leisure travel and the constraints faced by senior Koreans.*Journal of Vacations Marketing*, Vol. 11, No. 3, pp. 249-263, ISSN: 1479-1870.
- Lieux, E. M., Weaver, P. A., & McCleary, K. W. (1994). Lodging preferences of the senior tourism market. [doi: DOI: 10.1016/0160- 7383(94)90079-5]. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 712-728.
- Lorda, S., Desprs, C., Ramadier, T. (2012). When mobility makes sense: A qualitative and longitudinal study of the daily mobility of the elderly. *Journal of Environmental Psychology*. Volume 31, Issue 1, 52–61.
- McGuire, F. A. (1984). A factor analytic study of leisure constraints in advanced adulthood. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 6(3), 313-326.
- McIntosh R.W. & Goeldner, C.R. (1986). *Tourism: Principles, practices, philosophies*. 5th edition. New York: Wiley.
- Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41-55.
- Middleton, V.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. London: Routledge
- Middleton, V.T.C.; Fyall, A.; & Morgan, M. (2010). *Marketing in Travel and Tourism*.4h ed. Slovenia: Butterworth-Heinemann.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis (2nd ed.)*. London: Sage Ltd.

- Mill R.C., (1990). *Tourism: The international business*. New York: Prentice: Hall International, Inc.
- Murphy, P.E. (2000). *Tourism: A Community Approach*. New York: Methuen.
- Nimrod, G. (2008). Retirement and tourism Themes in retirees' narratives. [doi: DOI: 10.1016/j.annals.2008.06.001]. *Annals of Tourism Research*, 35(4), 859-878
- Pearce D., Markandya, A. & Barbier, E.B. (1998). *Blueprint for a Green Economy*. London: Earthscan
- Pizam A & Mansfield Y. (1996). *Tourism, crime, and international security issues*. Chichester UK: Wiley
- Pond, K. (1993). *The Professional Guide: Dynamics of Tour Guiding*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Robert, C. M, & Alastair, M. M. (1985). *The tourism system: an introductory text*. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall International.
- Romsa, G. and Blenman, N. (1989). 'Vacation Patterns of the Elderly German', *Annals of Tourism Research*, 16, p. 178-188.
- Rothwell W. J. & Lindholm J.E. & Wallick W.G. (2002). *What CEOs Expect From Corporate Training*. New Yor:American Management Association.
- Shoemaker, S. (1989). Segmentation Of The Senior Pleasure Travel Market. *Journal of Travel Research*, 27(3), 14-21.
- Smith, V. L. (1989). *Host and Guests: Anthropology of Tourism*, Publisher: University of Pennsylvania Press, Philadelphia
- The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report (2012), World Economic Forum.
- The Travel and Tourism competitiveness Report. (2012). *Tourism Highlight 2012 Edition*.World Tourism Organization.
- Tongren, H. N. (1980). Travel Plans of the Over- 65 Market Pre and Postretirement. *Journal of Travel Research*, 19(2), 7-11.
- UNWTO.(2012). *Tourism Highlights Edition*.World Tourism Organization.
- Wang, Charles B. (1997). *Techno Vision II*. New york: McGraw Hill.
- Westbrook, R. A. (1987). Product/consumptionbased affective responses and postpurchase processes. *Journal of Marketing Research*, 24, 258-270.
- Zimmer, Z., Brayley, R., & Searle, M. (1995). Whether to go and where to go: Identification of important influences on seniors' decisions to travel. *Journal of Travel Research*, 33(3), 3-10.

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้ร่วมประชุมเชิงนโยบาย

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	สถานที่ทำงาน
1	คุณวสันต์ กิตติกุล	นายกสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี	โรงแรมลองบีช ชะอำ
2	คุณวันดี โมกขहरราชกุล	ผอ. ฝ่ายการตลาด	โรงแรมลองบีช
3	คุณพรเนตร ปฐมดินันท์	กรรมการสมาคมโรงแรม	โรงแรมMorning Glory Resort
4	ผอ. อิศระพงษ์ แทนศิริ	ผอ. ททท. กาญจนบุรี	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาจังหวัดกาญจนบุรี
5	ผอ. อัครวิชัย เทพาสิต	ผอ. ททท. เพชรบุรี	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาจังหวัดเพชรบุรี
6	ผอ.อรสา อาวุธคม	ผอ. ททท. ประจวบคีรีขันธ์	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
7	รอง ผอ.สรียา บุญมาก	รอง ผอ. ททท. ประจวบคีรีขันธ์	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสาขาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
8	คุณพระระวี สีเหลืองสวัสดิ์	ตัวแทนผู้ประกอบการ	ร.ร.อนันตรักษ์การบริบาล
9	คุณวรวิทย์ บัววัฒนา	ตัวแทนผู้ประกอบการ	
11	อาจารย์ปรีดิ์ ชินโชติ	นักวิชาการและอาจารย์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร
12	อาจารย์ ดร. อัญญา นิลนพคุณ	นักวิชาการและอาจารย์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร
13	ผศ.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	นักวิชาการและอาจารย์มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยศิลปากร
14	อาจารย์ลัดดา ชูใจ	คณะอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
15	ครูเอื้อมพร โตภาณุรักษกุล	โรงเรียน ชะอำคุณหญิงเนื่องบุรี	พิพิธภัณฑสถานระนอง จ. เพชรบุรี

ที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	สถานที่ทำงาน
16	คุณพิทักษ์ ไปเร็ว	นักสื่อสารมวลชน TV	
17	คุณพิทักษ์ วราฤทธิชัย	ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม	
18	คุณมัชฌิมา อุดมศิลป์	อาจารย์พิเศษ สาขาการ ท่องเที่ยว	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
19	คุณอารมณห์ เฟื่องฟู	อดีตรอง ผอ ร.พ. พระจอม เกล้าฯ	รองประธานชมรมผู้สูงอายุ จ. เพชรบุรี
20	คุณ อีรศานต์ สหัสส พาศน์	คณะกรรมการรัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
21	คุณสีหชัย ขอเสงี่ยม	อดีตรองนายแพทย์สาธารณสุข จังหวัดราชบุรี	จ. ราชบุรี
22	คุณถนอม คงยิ้มละม้าย	พิพิธภัณฑสถานถนอม	จ. เพชรบุรี
23	คุณนุชชา จำปาทอง	พิพิธภัณฑสถานถนอม	จ. เพชรบุรี
24	คุณนลินรัตน์ คำ ปู้ยพันธ์ธร	34 หมู่ 1 ต. มาบปลาเค้า	อ. ท่ายาง จ. เพชรบุรี
25	ดร.กฤษณ์ สุทธารมณ	เจ้าของโรงแรมไดมอนต์ สโมสรรโรคารีเพชรบุรี ภาค 3330	โรงแรมไดมอนต์ เพชรบุรี
26	คุณสุวิมล วรรณวิทย์	ผู้ประกอบการเครื่องตีและที่ ปัก	ชะอำ จ. เพชรบุรี
27	คุณนรินรัตน์ คำปุชรรม	กลุ่มไทยทรงดำ	34 หมู่ที่ 1 ต.มากกลาง อ.ท่า ยาง
28	คุณศจี แสงทอง	ประธานกลุ่ม	กลุ่มหัตถกรรมจากตาล เพชรบุรี
29	คุณดวงกมล คนดี	รองประธาน	กลุ่มหัตถกรรมจากตาล เพชรบุรี
30	คุณสุพัตรา ดนตรี	สมาชิก	กลุ่มหัตถกรรมจากตาล เพชรบุรี

ภาคผนวก ข

ข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงนโยบาย

ข้อมูลที่ได้จากการประชุมเชิงนโยบาย

รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุจริงๆ แล้วส่วนใหญ่ 1. ผู้สูงอายุจะไปเที่ยวกับครอบครัว 2. ผู้สูงอายุจะเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน เพราะฉะนั้นจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์ เชิงการตลาดการท่องเที่ยว ทำให้ลูกหลานอยากเที่ยว เพราะว่าอยากเที่ยวตามลูกหลาน สมมติว่าช่วงปิดเทอมเค้าก็จะคิด เด็กๆอยากเที่ยวอะไร เที่ยวอะไรที่ให้ผู้สูงอายุไปได้ แต่ถ้าไปเที่ยวในกลุ่มเพื่อนกันเอง ส่วนใหญ่จากการวิจัยพบว่าก็จะไปเที่ยวสถานที่ใกล้ๆ หรือจัดตั้งเป็นชมรมไปเที่ยว แต่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ที่เป็นคนไทยก็จะท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับเป็นส่วนใหญ่หรือไม่ก็ค้างสักหนึ่งคืนเต็มที เพราะว่าเค้าบอกว่าไม่อยากออกจากบ้านนานๆ เพราะเป็นห่วงบ้าน พอมีว่างเป็น 2 ประเด็น เราก็มาวางกลยุทธ์อย่างที่ยกไปใกล้ช่วงปิดเทอม จะทำยังไงให้เด็กหรือผู้ปกครองกับผู้สูงอายุอยากที่จะออกไปเที่ยว ซึ่งไม่เหมือนผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ชอบจะออกไปเที่ยว

อย่างที่อาจารย์รินทร์บอก แนวโน้มอนาคตในปี 60 ผู้สูงอายุจะเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และเป็นกลุ่มที่น่าจับตามอง ที่นี้พอมองต่อว่าถ้าเป็นเรื่องของกลยุทธ์เราจะทำอะไรต่อดี เพราะฉะนั้นคนที่เกี่ยวข้องกับผู้อาวุโสโดยตรงเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวแพ็คเกจทัวร์ทั้งในและต่างประเทศ เราไม่เคยมีมีคเคเทศก์หรือผู้ประกอบการจะมีในเรื่องของจิตวิทยาผู้สูงอายุจะดูแลผู้สูงอายุอย่างไร ซึ่งผู้สูงอายุก็ต้องการการดูแลที่พิเศษกว่าคนทั่วไป และจากการได้ทำงานวิจัยเบื้องต้นที่ได้บอกไป ในเรื่องของดูแลผู้สูงอายุที่มีคุณภาพ ความต้องการในเรื่องเรื่องต่างๆ เช่น โรงแรมหรือรีสอร์ทอยากจะพักชั้นล่างเพราะสะดวกต่อการเคลื่อนไหว ไม่ชอบพักที่สูงๆ คือเราต้องดูแลคล้ายๆกับผู้พิการ เพราะเค้าต้องการอะไรที่คล้ายคลึงกัน และเราก็พูดกันตลอดเกี่ยวกับการบริการที่มีคุณภาพ แต่ผู้ให้บริการต้องจำแนกด้วยว่าเราบริการใคร เพราะผู้รับบริการต้องการไม่เหมือนกัน และในเรื่องของความพร้อมในแหล่งท่องเที่ยว ในญี่ปุ่นเราไปเที่ยวสะดวกเพราะมีสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ในไทยเราไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้สูงอายุ แหล่งท่องเที่ยวไม่เอื้อต่อผู้สูงอายุและคนพิการ กิจกรรมเรามีอะไรที่จะเหมาะกับผู้สูงอายุ มีแต่กิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพียงกลุ่มเดียวและก็ในเรื่องความปลอดภัย เราเคยทำวิจัยเรื่องนี้แต่พอเอาเข้าจริงก็ไม่มีใครทำในเรื่องนี้ทั้งโรงแรมและรีสอร์ทหรือแม้กระทั่งทางลาดและมุมสำหรับผู้สูงอายุในโรงแรมก็ไม่มี สิ่งหนึ่งที่ผู้สูงอายุต้องการคือความเชื่อถือได้ของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะโรงแรมหรือรีสอร์ท ประกอบการอันนี้จึงเป็นกลยุทธ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

คนที่ 2 : ในส่วนของราชบุรีและเพชรบุรี อยากฟังเสียงท่านว่า ท่านมองในเชิงนโยบายในการให้บริการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคท้องถิ่น ภาคองค์กร และลำดับต่อไปท่านประสานและท่าน ผอ. กาญจนบุรี

คนที่ 3 : ผู้สูงอายุในวัย 66 ปี การท่องเที่ยวศึกษาจากตัวเองและกลุ่มเพื่อน จะพบว่าผู้สูงอายุ 60 -65 ปี เที่ยวกับกลุ่มเพื่อนเที่ยวต่างประเทศกับข้าราชการบำนาญ พอ 65 ขึ้นไปถึง 75 ปี

เกี่ยวกับกลุ่มเพื่อนเที่ยวในประเทศ เริ่มมองเพชรบุรีสวยงาม หัวหินสวยงาม แล้วก็อย่างที่อาจารย์บอก พอไปเที่ยวมาแล้วประทับใจ เพชรริมน้ำ รีสอร์ทมันเป็นชั้นเดียว แล้วก็จัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ เข้าตื่นนอนออกกำลัง ทำสมาธิ ออบขาวน่าในลักษณะของผู้สูงอายุ แต่ค่าบริการค่อนข้างจะแพง สำหรับประชาชนทั่วไป และกลุ่มผู้สูงอายุ 65 ขึ้นไปถึง 75 ปี ก็จะเกี่ยวกับกลุ่ม เช่น อบต.พาไป อบจ. ให้เงินพาไป ประทานก็ต้องสนิทกับอบจ.หน่อย พออายุ 75 ปีขึ้นไปก็จะท่องเที่ยวกับครอบครัวเพราะ ต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิดและดูจากแม่ของตัวเองอายุ 88 ปี จะเที่ยวไปเข้าเย็นกลับและชอบที่เป็นธรรมชาติ เช่น พาไปน้ำพุร้อนที่แก่งกระจานก็ใกล้ดีไม่ต้องไปถึงระนอง ไปอาบน้ำร้อนแก้ปวดเมื่อยมี ลูกหลานพาไปด้วยมันก็สุขใจ พอจะลงรถมีลูกหลานพาลงรถ กินอาหารแปลกๆเป็นอาหารเชิง สมุนไพร พออายุมากก็ชอบการท่องเที่ยวแบบไม่ค้าง และจำเป็นอย่างมากคือเรื่องของความสะดวก เชิงคุณภาพที่เราต้องการ คือ 1.ความปลอดภัย อันนี้เคยไปเที่ยวทัวร์กับต่างประเทศและเอาแม่ไปด้วย ปรากฏว่าทัวร์ที่เราไปด้วยจะมีทีมที่ของเค้าที่คอยดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะแต่ราคาก็จะแพงกว่าคนอื่น แต่เราก็รู้สึกว่ามีความปลอดภัย อันนี้คือเรื่องของความปลอดภัยและบริการต้องทำด้วยความจริงใจ คนแก่ก็ขึ้นใจ และผู้บริการต้องมีมากพอต่อผู้สูงอายุ ห้องน้ำก็จำเป็น มีทัวร์ของจังหวัดเพชรบุรี ชื่อหมูใหญ่ ทัวร์เค้าจะจอดทุกบั้ง เพราะเค้าเห็นว่าคนแก่ต้องเข้าห้องน้ำบ่อย อันนี้ก็สำคัญ เพราะไม่แน่ใจอาจจะเกิดการติดเชื้อของทางเดินปัสสาวะอันนี้จึงจำเป็น และเมื่อไปห้องน้ำต้องเพียงพอ เพราะเวลาไปในบั้งของยังป็นนั่งยอง และมีของผู้พิการผู้สูงอายุเพียงห้องเดียวแล้วประตูก็ปิดไม่ได้ แทบทุกบั้ง แล้วก็ทางเดิน ก็ยังไม่เห็นมีที่ไหนที่ท้าวให้ผู้สูงอายุเดิน ที่พระรูป ร.4 ที่หน้าเขาวังก็มีราวให้จับและมีทางเดินสำหรับคนตาบอดด้วย เรื่องอาหารผู้สูงอายุ ถ้าจะจัดเราก็ต้องศึกษาว่าเป็นอาหารประเภทไหน มันจะทำให้เราได้ใจลูกค้า

คนที่ 3 : ผมเป็นตัวแทนจากจังหวัดราชบุรี จุดประสงค์การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุโดยทางของราชบุรี จริงๆแล้วเรื่องนี้ความชัดเจนก็ไม่ค่อยมีอธิบายมา แหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่จะเอื้อต่อผู้สูงอายุก็ต้องมีการปรับปรุง ถ้าห้องน้ำทุกห้องมีราวจับก็ไม่เสียหาย และมีความปลอดภัยทุกห้องและก็อีกอย่างที่อยากเสนอก็คือในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสาธารณะ ราชบุรีที่เป็นน้ำตกเก้าชั้น หรือแหล่งชุมชนชาวมอญ วัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆซึ่งราชบุรีที่อนุรักษ์สืบต่อกันมาอย่างเข้มแข็งคือชนเผ่าชนเผ่าแต่ก่อนเริ่มจริงๆก็จะเงียบไป ก็จะทิ้งไททรงดำ ชาวมอญ คนจีน มีกะเหรี่ยง ซึ่งกระจายกันอยู่ตามตำบลต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวจะมีคนที่สูงอายุเค้าก็มีกำลังอยู่ ให้มันเป็นแบบมีไกด์เป็นคนในท้องถิ่นออกมาดูแล การพูดจากับผู้สูงอายุ ในญี่ปุ่นยังมีออกมาสวัสดิ โค้งค่านับ ยิ้มแย้มแจ่มใส ผู้สูงอายุของเราที่เจออยู่แต่ในบ้านยังอยู่ในชุมชน ถ้าออกมาก็จะมีบทบาท และที่สำคัญจริงๆแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุยังน้อยมาก เพราะฉะนั้น ราวจับทางเดินทางลาดที่จะเข็นรถขึ้นไปได้ก็สำคัญ คนหนุ่มเที่ยวได้คนแก่ก็ต้องเที่ยวได้ แล้วก็ลูกหลานพาเที่ยวก็จะเยอะกว่า ถ้ากรุ๊ปทัวร์ก็บริการต้อง แต่ว่าท้องถิ่นแหล่งบริการเรายังขาดตรงนี้พอสมควรเพราะว่าผู้สูงอายุไป เค้าก็อยากได้ความสะดวก

ตรงนี้เรื่องที่อยู่อาศัยจะเสนอไว้ก็คือเรื่องของสถานที่ต้องเอื้อต่อผู้สูงอายุ ถ้าเอื้อต่อผู้สูงอายุทุกคนก็จะสะดวกสบาย และเรื่องความปลอดภัยต่างๆ และเรื่องของผู้สูงอายุในท้องถิ่นออกมาทำงานจะได้มีความหมายมีคุณค่าต่อตนเองและมีส่วนร่วมในท้องถิ่น

คนที่ 5 : ในฐานะของตัวแทนผู้ประกอบการ สถานที่พักที่เป็นสมาชิกของเรา เรามีโรงแรมที่เป็นสำหรับผู้สูงอายุ โรงแรมผู้สูงอายุแต่เป็นต่างประเทศแถบสแกนดิเนเวีย แต่ส่วนมากเค้ามาเป็นกรุปเป็นบริษัททัวร์ สถานที่พักไม่ใช่พักชั้นล่างอย่างเดียว มีชั้น 2-3 บางที่ก็ขึ้นไปชั้น 7-8 แต่มีลิฟต์ให้ มีที่อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ บริษัททัวร์ก็จะจัดแจงให้ กลุ่มสแกนผู้สูงอายุของเค้าก็มาพักผ่อนจริงๆ แล้วก็มาทำกิจกรรมส่วนรวมหมุนเวียนกันเดินรำ แต่อีกกลุ่มทุกวันยกเว้นวันหยุดเค้าจะไปเค้าจะไปตลาดนัด อันนั้นฝรั่งไปมาก ทีนี้สำหรับผู้สูงอายุเมืองไทยส่วนมากมากกับลูกหลานเค้าดูแล ถ้ามาเป็นกรุปก็มีบริษัททัวร์ดูแลเค้าจะถามเลยว่ามีผู้สูงอายุที่เดินไม่ได้หรือต้องใช้ไม้เท้าอยู่เค้ามีสิทธิ์อำนวยความสะดวกมั๊ย เกือบทุกโรงแรมมีการเตรียมพร้อมเพียงแต่ว่าการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เรายังเสนอให้ดูแลตั้งแต่พนักงานต้อนรับ เค้าจะบอกต่อลูกหลานของเค้าว่าโรงแรมที่เค้าพักเป็นอย่างไร บริษัททัวร์ที่เค้าใช้มีที่ไหนบ้าง ดูจนกระทั่งรถบัส และห้องน้ำ ถ้าเป็นบิ๊ม ปตท.บิ๊มใหญ่หน่อยก็จะมีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุหรือบิ๊มบางจากที่ทันสมัย ส่วนด้านอาหารผู้ประกอบการท่องเที่ยวก็จะบอกเลยว่าต้องการอาหารประเภทไหน แม้กระทั่งที่จอดรถเราก็เตรียมให้ ถ้าทางเพชรบุรี ประจวบ ของผู้สูงอายุเราจะดูแลเป็นพิเศษ คาดว่าในอนาคตก็จะมามากทั้งคนในและนอกประเทศ และขอขอบคุณสำหรับคำแนะนำดีๆ

คนที่ 6 : ทั้งหมดทั้งหลายทั้งปวงมาจากนโยบาย มันมีเรื่องที่อยู่แล้วเป็นเรื่องที่ปกติธรรมดา ราบไต่ที่ผู้ประกอบการไม่มีจิตสำนึกและไม่นึกถึงว่าวันหนึ่งคุณก็เป็นผู้สูงอายุ ยกตัวอย่าง เช่น ห้องน้ำที่บิ๊มน้ำมันมีห้องเดียว ทั้งคนพิการและผู้สูงอายุ แค่คนลงไปรดคันเดียวห้องน้ำก็ไม่พอนโยบายรัฐบาลก็ชัดเจน บิ๊มเมืองไทยเป็นบิ๊มที่ดีที่สุดในโลก ทุกอย่างแม้กระทั่งที่พักน้ำร้อนน้ำเย็นมี เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการหรือแม้กระทั่งตัวผมเอง วันหนึ่งก็อยู่ในกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะฉะนั้นนโยบายหรืออะไรก็ตามผู้ประกอบการก็ต้องคิดว่าวันหนึ่งต้องเป็นแบบนี้ คิดรูปแบบอะไรต่างๆ และอีกอย่างหนึ่งก็คือสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสม ทุกวันเราอยู่กับแบบนี้โลดโผนยังไงก็ได้ แต่วันหนึ่งถ้าเรา อายุ 65 ขึ้นเราจะไปเล่นโลดโผนก็ไม่ได้ผู้ประกอบการจะไปดูแลอำนวยความสะดวกอย่างนั้นก็ได้ แต่ห้องพักโรงแรมก็ใช้ว่าผู้สูงอายุอยากจะอยู่แต่ข้างล่าง ผู้สูงอายุก็อยากจะชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม แต่บางที่ก็จะมีลิฟต์มีทางลาดมีการเตรียมวีลแชร์ไว้อย่างดี เพราะฉะนั้นผมมองว่าปัญหาต่างๆเหล่านี้เรานั่งคิดนั่งวิเคราะห์ เราแก้ได้หมด เราเองผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนช่วยทุกอย่างแหล่งท่องเที่ยวก็เหมือนกัน เช่นอุทยาน ถ้าสมมุติว่า อบจ.เข้าไปทำสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุก็เอาแค่คิดแค่นั้น พื้นที่อุทยานเป็นยิ่งกว่าแหล่งทองคำ แผ่นดินข้าใครอย่าแตะ อุทยานคนไทยทุกคนคือเจ้าของ ถ้าไม่อนุญาตให้ทำก็เข้าไปทำไม่ได้ เห็นมั๊ยว่ามันมีข้อจำกัดมันมีอะไรหลายๆ

อย่างที่เราไม่สามารถทำได้ หรือที่ส่งที่เราคิดจะทำมันก็ติดข้อกฎหมายทุกสิ่งทุกอย่าง แต่พอ 60-65 ไปเที่ยวต่างประเทศกลุ่มคนพวกนี้ยังมีแข็งแรง กลุ่มผู้สูงวัย 60-70 ยังพอมีแรงขึ้นเครื่องบินไปไหนๆ ได้ ผมเคยไปที่จีนเค้าซื้อทัวร์ไป มีกลุ่มคนอายุ 70 เค้าก็ค่อยๆ เดินกันไปเรื่อยๆ เค้าแนะนำอย่างไรเราก็นำไปปฏิบัติตาม ตอนนั้นผมอายุ 50 เศษๆ เพราะด้วยความที่โลดโผนเค้าจึงบอกทำอะไรให้ทำช้าๆ และการดูแลสุขภาพของตัวเองก็เป็นสิ่งสำคัญ อาจมีองค์ประกอบหลายๆ อย่าง เช่น เมืองไทยมันมีเอม ซึ่งหลายๆ อย่าง

คนที่ 7 : จริงๆ แล้ว ส่วนตัวผมเรียกวัยอิสระ เพราะสามารถท่องเที่ยวและทำกิจกรรมอะไรได้อย่างหลากหลาย การเจาะลึก ทาง ททท. ก็มีการเก็บข้อมูลการทำวิจัยข้อมูลการตลาดออกมา กลุ่มวัยอิสระก็จะมีกลุ่มโสด กลุ่มศักยภาพ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีทีมงานในเรื่องการพัฒนาการตลาดอย่างชัดเจน ถามว่าถ้าจะให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาทำให้เกิดการสัมฤทธิ์ผลสูงสุด จะให้ทำอยู่หน่วยงานเดียวคงไม่สำเร็จ เพราะฉะนั้นต้องการบูรณาการร่วมกันทำร่วมกัน คิดไปพร้อมกันจึงจะประสบความสำเร็จแต่ก็เป็นความหวังของเราทุกคนที่จะทำให้มันเกิดให้ได้ ทีนี้ผมขอเสริมว่าผมกลัวเรื่องเดียวที่จะติดกลุ่มวัยสูงอายุ ผมเห็นว่ามีส่วนที่จะไปโรมท์กลุ่มวัยผู้สูงอายุ เราต้องไปขายให้กับลูกหลานซึ่งพาทัวร์ผมว่ามันอาจจะไม่ใช่ ผมว่าถ้าเราเอาไปขายไปทำโปรโมชันให้ลูกหลานเราก็ต้องรอวันหยุด จริงๆ แล้วคุณยายคุณย่าก็อยากไปกับครอบครัวอยู่แล้วแต่เรามีมติที่อยากไปกับเพื่อนในวัยเดียวกันที่อยากจะไปเที่ยวเหมือนกัน อันนี้คือกลุ่มที่เราต้องเชิญเค้ามาเที่ยวให้ได้โดยเฉพาะวันธรรมดา อันนี้เป็นนโยบายหลักที่เราทำ แต่ถ้าเราต้องขายให้กลุ่มลูกหลานที่ทำงานแล้วจะพากันกลุ่มผู้สูงอายุไปเที่ยวอันนั้นเป็นแค่ส่วนเล็กๆ เราต้องคิดว่าจะทำอย่างไร กลุ่มวัยอิสระจะได้ชวนเพื่อนๆ มาเที่ยว

คนที่ 8 : ประธานท่องเที่ยวธุรกิจ อ.สวนผึ้ง ในมุมมองของทางธุรกิจผู้ประกอบการที่ผมได้คลุกคลีอยู่ มุมมองการรองรับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทางสวนผึ้งเองเริ่มมีจากบันไดกลายเป็นทางลาดเพื่อที่จะให้สามารถเดินได้ง่ายสะดวกมากขึ้น ห้องน้ำมากขึ้นต่างๆ เหล่านี้เพื่อที่จะให้สอดคล้องกันไป และเรื่องของกลุ่มผู้สูงอายุอยากจะให้มองในเรื่องพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป จริงๆ แล้วผู้ประกอบการเอง ปัจจุบันนี้คนที่อายุ 30 แต่งงานกันเยอะ แต่ของครอบครัวเริ่มเปลี่ยนแปลงไปบางคนก็ไม่มีบุตร บางคนก็มีบุตรช้า แต่เค้าก็เริ่มมีอายุที่สูงมากขึ้น ส่วนใหญ่ก็จะเริ่มเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวใกล้เคียงกับชาวต่างชาติมากขึ้น ปัจจุบันนี้เริ่มมีการไปเที่ยวเป็นกลุ่มเองมากขึ้นได้ พฤติกรรมก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป เราจึงต้องไปมองถึงอนาคตด้วยว่าถ้าเราจะทำแผนอย่างไรเพื่อให้สอดคล้องกับอนาคตด้วย สถานพยาบาลก็ต้องเข้าไปถึงสถานที่ต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ตอนที่ศึกษาการท่องเที่ยวของคนญี่ปุ่น ส่วนที่คนญี่ปุ่นมองว่าสำคัญที่สุดคือเรื่องของสถานพยาบาล เค้าจะมองว่าคนที่อายุขนาดนี้แล้วจะมีคนช่วยเค้าได้มากขนาดไหน แล้วก็การทำกิจกรรมสอดคล้องเราสามารถทำได้หลายหลายรูปแบบ อย่างทางราชบุรีเราอาจจะเอาภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ในการทำกิจกรรมเวิร์คช็อปต่างๆ เพื่อที่จะให้

ผู้สูงอายุและคนทั่วไปสามารถร่วมกิจกับภูมิปัญญาพื้นบ้าน ชาวกะเหรี่ยงชาวมอญมาผนวกกันเป็นกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนของมาตรฐานในแหล่งท่องเที่ยวจะขอแบ่งเป็น สถานที่ท่องเที่ยวที่รัฐดูแล สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกชนดูแลในส่วนของภาครัฐเราจะดำเนินการอย่างไรให้สอดคล้องกันไปได้บ้าง ส่วนภาคเอกชนเองเค้าก็ว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญ และต้องคิดด้วยว่าสำคัญแล้วและมีปริมาณมากขนาดไหน เค้าต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม

คนที่ 9 : สิ่งที่สำคัญของนักท่องเที่ยวที่สูงอายุทุกวันนี้คือเค้าจะกังวลเรื่องการเดินทาง แต่ก่อนอื่นที่จะกังวลเรื่องการเดินทาง ก็จะมีกลุ่มผู้สูงอายุเข้ามาในรูปแบบกรู๊ปเค้าก็จะมีค่าใช้จ่ายที่ไว้เฉพาะที่ซึ่งทำให้การกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนน้อยมาก ตอนนี้องค์กรทรวงการท่องเที่ยวได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้นมา การจะของบไปทำเรื่องอื่นๆก็จะได้ยากขึ้น โดยที่แผนการท่องเที่ยวฉบับนี้ก็มีที่เฉพาะเจาะจงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สูงอายุเอาไว้ด้วย กรู๊ปทัวร์กลุ่มแรกเข้ามาแล้วเป็นครั้งแรก และจะทำยังที่กรู๊ปอีกกลุ่มจะเข้ามาเป็นครั้งที่สอง กลุ่มนักท่องเที่ยวเราจะมีรูปแบบในการคิด เรื่องการประชาสัมพันธ์จากตัวงานที่ทำมา เรายังมีแนวคิดว่าจะสื่อสารให้ตรงกลุ่มผู้สูงอายุ การเอาโบว์ชาร์ไปยื่นให้ถึงมือสามารถทำได้ ตอนนี้อยู่ใหญ่ก็จะเล่นไลน์ ก็มีกรู๊ปไลน์ที่เรียนตั้งแต่สมัยมัธยม ประถม มหาวิทยาลัยเป็นการรวมญาติ ททท.อาจจะทำรูปภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความอยาก เมื่อเราสร้างความอยากได้แล้วนั้นสิ่งที่ต้องคำนึงต่อมาก็คือเรื่องการเดินทาง เพื่อที่เค้ามาแล้วเค้าจะรู้สึกประทับใจ ปัญหาสำคัญคือเรื่องห้องน้ำ พอเห็นว่าเป็นห้องน้ำของภาครัฐ ประชาชนก็ใช้เป็นแบบสองเดือนพัง ซึ่งทางท้องถิ่นก็ต้องช่วยกันดูแลในส่วนนี้ด้วย พอมาถึงสถานที่ท่องเที่ยวผู้ใหญ่จะไม่มีเวลามาอ่านป้าย ดังนั้นเราควรจัดมัคคุเทศก์มาไว้ในจุดนั้นๆ หรือมีการใช้เทคโนโลยีมีการภาคเสียงอธิบายสถานที่นั้นๆ และเรื่องของที่ระลึกถ้าเราทำให้มันตอบโจทย์มันก็จะมียอดค่าพร้อมขึ้น

คนที่ 10 : เรื่องที่ผู้สูงอายุจะมีภูมิด้านทานน้อยกว่าหนุ่มสาว ควรจะเน้นในทุกๆด้าน เรื่องความสะอาด ในเรื่องของอาหาร เครื่องดื่ม ห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนในเรื่องความปลอดภัยนั้นทางราชบุรีพูดในเรื่องของสถานพยาบาล ในบางที่อาจจะไม่สามารถมีสถานพยาบาลได้ ทางผู้ประกอบการ ต้องมีข้อมูลที่จะสามารถให้บริการได้ อีกประเด็นหนึ่งจะมีผลในแง่ของประเด็นทางการตลาดก็คือว่าแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการเองสามารถเจาะนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมายว่ามีความชอบและมีพฤติกรรมอย่างไรบ้างก็จะสามารถเลือกกลุ่มได้ และจะมีผลต่อว่าเมื่อแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดประชาสัมพันธ์ก็จะชัดเจนยิ่งขึ้นและพร้อมสำหรับผู้สูงอายุในประเทศใดบ้าง และระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวในบางจังหวัดซึ่งมีระยะไกล ส่วนในเรื่องอื่นนั้นเรื่องที่ ผอ.ทั้งสองได้ให้ข้อมูลแล้วนั้นก็ตรงประเด็นและมีประโยชน์

คนที่ 11 : คนแก่ที่ไปเที่ยวบ้านครูหนอง คำก็จะชื่นชมเรา หนุ่มสาวก็จะรำคาญ เมื่อไม่นานมานี้ก็มีนักศึกษาภาคพิเศษมองเราอย่างชื่นชม แต่บางคนที่มาเที่ยวที่บ้านแต่ก็ไม่ลงรถอีกหลายคนเราก็เสียใจ เราก็ต้อนรับอย่างดี นี่คือพิพิธภัณฑสถานปรมาณอม

คนที่ 12 : อยากให้มองสองมุม อย่าไปไล่ตามมาก เพราะความต้องการของมนุษย์ไม่มีที่สิ้นสุด ความพอดีมันมีค่ะ เพราะวิ่งไล่ตามความโลภคงวิ่งไม่ทัน พอมาถึงเรื่องการท่องเที่ยวที่ไปอิโรชิ มากันมา เราก็ประทับใจกับลุงที่เล่าเรื่องให้เราฟัง เราก็ประทับใจและมีความสุข แต่พอเรามาเพชรบุรี ก็ประทับใจและมีความสุขเพราะเราเป็นคนเมืองเพชร แต่พอไปวัดใหญ่สุวรรณาราม เสาร์อาทิตย์คนพาพ่อแม่มาเที่ยวเต็มเลย คือคนไทยเป็นคนกตัญญู เพราะความกตัญญูเป็นเครื่องหมายของคนดี พอพาพ่อแม่ไปเที่ยวก็ได้บุญ พอพ่อแม่ทำบุญลูกก็ได้บุญไปด้วย พอพาไปก็พาลูกหลานไปด้วย ลูกหลานจะเห็นว่าพ่อแม่ทำกับปู่ย่ายังไง ก็จะเกิดความประทับใจ ทีนี้เราเที่ยวช้า หนูเคยลองแล้ว 9 วัดกลับมาเหนื่อยเป็นลม แต่ทีนี้พอเราไปไหนเราก็พยายายไปด้วยเราก็สนุกเยอะ แต่เมื่อไม่นานมานี้มีเศรษฐกิจอินเดียอยากมาอยู่เพชรบุรีมาก เพราะเป็นเมืองตากอากาศอยากมามากก็มีการจ้างคนเกิดการจ้างงาน แต่พอเราพูดถึงเรื่องอุปสงค์อุปทานก็ต้องมากที่สุด หรือบางคนอยากไปกินส้มที่ญี่ปุ่นก็ไปแบบซ้าๆไป 7 วัน ไม่ใช่ไปแบบชะโงกทัวร์ และอีกอันหนึ่งที่ยากเห็นมาก คือ อยากให้วัดใหญ่สุวรรณารามสะอาดและทางขึ้นต้องเป็นทางลาด อยากพาผู้สูงอายุไปแต่ต้องปีนบันไดขึ้นไปก็แทบจะเป็นลม ไปวัดพระนอน อาม่าหนูอยากไปกราบพระนอนก็ขึ้นไม่ได้เพราะเป็นบันได เราจะทำยังไงให้เป็นทุนมนุษย์ เพราะคุณภาพของคนอยู่ทำงานบริการ อย่างถ้าจะลงทะเลทางลงวิลแชร์อยู่ตรงไหน แต่ถ้าไปดูคอนโดแถวนี้วิลแชร์ถึงสระว่ายน้ำแล้วค่ะ

คนที่ 13 : ดิฉันเป็นสาวสายเลือดไทพวนของอำเภอท่ายาง จากการที่ได้มานั่งฟัง ตัวเองนี้ยังอยู่กึ่งๆ ตอนนั้นก็เริ่มหากลุ่มที่เป็นผู้สูงอายุแล้ว สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆที่ทุกท่านพูดมาก็ได้รับรู้ทั้งข้อดีและข้อเสียและก็ข้อที่ได้อยู่แล้วหรือควรปรับปรุงจะไม่ขอพูดถึง แต่ตัวดิฉันเองทำงานทางด้านวัฒนธรรมจะขอเก็บเกี่ยวจากที่ๆ เมื่อว่าวันหนึ่งที่เป็นผู้สูงอายุแล้ว ดิฉันจะได้เปิดเรือนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวต้องทำอะไรบ้าง ดิฉันขอเป็นจุดๆหนึ่งของผู้สูงอายุโดยเฉพาะสุขภาพสตรีมาเที่ยว มาดูผ้าชิ้นของเพชรบุรี ทางด้านวัฒนธรรมดิฉันได้เดินทางไปลาวมาสามรอบ แล้วก็ไปกับ สว. อายุ 60 ปีขึ้นไป ดิฉันเป็นสาวไทพวนอายุน้อยที่สุดที่เดินทางกับทัวร์วัฒนธรรม อยากจะบอกกับทุกท่านว่าอย่างไรเราไปญี่ปุ่นที่มีความเจริญทางด้านวัตถุ คำพร้อมและญี่ปุ่นมีวินัย แต่ดิฉันไปลาวถามว่าเราจะไปเอาความต้องการจัดการแบบญี่ปุ่นจากลาวได้มั๊ยก็ไม่ได้ แต่เราจัดการอย่างไรเราจัดการกับตัวเราเองควรพึงพอใจกับลาว ลาวไม่มีเซเล่น แต่ถ้าเพชรบุรีมีทุกปีมี ห้องน้ำหฺรู แต่เมื่อเราไปลาวเราเรียกร้องตรงนี้ไม่ได้เพราะว่าเค้าไม่มี สำหรับบ้านเราดิฉันก็ขอฝากกับท่านว่าเราก็เจอกันคนละครั้งทาง

คนที่ 14 : ดิฉันทำงานทางด้านวัฒนธรรมและสัมผัสกับผู้สูงอายุเยอะมาก และสิ่งที่เราสัมผัสเยอะมากคือเวลาที่เราไปไหนลูกหลานจะไม่มีเวลาให้กับผู้สูงอายุ บางทีลูกจะทำงานในตำแหน่งดีๆ

เยอะมากแต่เวลาที่ผู้สูงอายุมีน้อย แต่เวลาเราไปเที่ยวสิ่งที่เราเห็นผู้สูงอายุอยากได้คือ แคะอยากได้ ทางด้านจิตใจ บางทีไปถึงแม้จะมีเครื่องอำนวยความสะดวก แต่สิ่งที่สำคัญคือการดูแลการให้ความรัก ให้อะไรหลายอย่างกับผู้สูงอายุ เมื่อมีคนดูแล มีมีคนคุยเทศก์เวลาไปเที่ยวเราก็รู้สึกประทับใจเมื่อมีคนพาเที่ยว หลายจุดของเพชรบุรีมีเสน่ห์มากแต่จะทำยังไงให้มีความมีเสน่ห์ของเพชรบุรีตรงต่อความรู้สึกขอคนที่ไปเยือน เหมือนบางที่ที่เราไปประเทศลาว เราบอกว่าเราได้ความเชื่อของเค้า สัมผัสได้ในเรื่องของจิตใจ เวลาเค้าไปในสิ่งเหล่านี้เค้าจะซึมซับในสิ่งเหล่านี้ อยากจะฝากเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างมองแค่มูลค่าอย่างเดียว อยากให้มองเห็นคุณค่าไปด้วยกัน ก็จะเจริญไปได้เลย

คนที่ 15 : ที่เขานี้ก็เข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในอนาคต ซึ่งใน 5-10 ปีก็เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ดังนั้นการวิจัยตัวนี้น่าจะเตรียมความพร้อม ในลักษณะของสังคมผู้สูงอายุ ดังนั้นการท่องเที่ยวก็เป็นจุดหนึ่ง ถ้าเราพูดว่าแหล่งท่องเที่ยวควรมีคุณค่าอย่างไร ทั้งคนไทยและต่างประเทศก็อยากรู้อย่างไร อะไรมันสะท้อนของแหล่งท่องเที่ยว เหมือนไปญี่ปุ่น เราไปฟังเค้าบรรยาย ไปฟังเค้านำเสนอข้อมูลต่างชาติมาเมืองไทยไปวัด ก็อยากรู้อย่างไรว่าวัดนี้มีความเป็นมาอย่างไร เพราะฉะนั้นประวัติความเป็นมาถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่เราสร้างกลไกให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องของความรู้ เช่นคนที่ไปเที่ยวพิพิธภัณฑ์ ถ้าเค้าไปด้วยใจเค้าก็อยากรู้อย่างไร และต้องมีการส่งเสริมการเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งสังคมไทยขาดการเรียนรู้ในเรื่องของวัฒนธรรมที่ยั่งยืน จุดที่สำคัญในฐานะที่ผมจบทางด้านศาสนา ผมอยากบอกว่าในหลายๆโรงแรมเริ่มมีการต่อบาตรตอนเช้าเป็นกิจกรรมหนึ่ง กับอีกหลายๆโรงแรมที่รองรับผู้สูงอายุ คือมีการจัดโต๊ะวิปัสสนา การจัดพระไปสอนให้ความรู้ นั่นก็เป็นจุดหนึ่งไม่ใช่เฉพาะคนไทยก็มีคนต่างชาติก็มาทำวิปัสสนา

คนที่ 16 : จริงๆผู้สูงอายุจะเหมารวมกลุ่มเดียวไม่ได้ กลุ่มที่มีกำลังยังมีแรงอยู่สามารถเที่ยวได้ กลุ่มคือต้องใช้ไม้เท้าท่องเที่ยว กิจกรรมก็จะมีสูดอากาศบริสุทธิ์ ทานอาหารที่เหมาะสม ออกกำลังกายที่เหมาะสมกับคนสูงอายุ ออกกำลังกายเช่นการนั่งสมาธิ และนโยบายว่าจะทำอย่างไรให้สิ่งที่ท่านพูดมาประสบความสำเร็จได้ให้เกิดขึ้นได้จริง การเริ่มนโยบายแต่ปัญหาที่ไม่ต้องพูดถึงเพราะมันมีเยอะ แต่การประสานความร่วมมือทำได้ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่พัก ร้านอาหาร รถเช่าสิ่งเหล่านี้เรามาจัดกลุ่มมาตรฐาน จัดร้านอาหารนี้ต่อผู้สูงอายุ ปีมานี้มันทำให้ผู้สูง รถเช่ามีที่ขึ้นวีลแชร์สำหรับผู้สูงอายุ สิ่งเหล่านี้ก็ทำได้ไม่ยาก ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่พอ ต้องมีข้อมูลสถานที่บริการด้วย และมีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการว่ายังไงบ้าง มีการอบรมดูแลผู้สูงอายุ มีเจ้าหน้าที่ที่มีมาตรฐานมาดูแล อันนี้ก็ น่าจะทำให้เห็นผลในเวลาไม่นานนัก

คนที่ 17 : ก็เป็นประเด็นที่น่าสนใจ การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุต้องเน้นถึงระยะยาวด้วย กลุ่มในพื้นที่นี้ เป็นจังหวัดที่ต้องดูแลผู้สูงอายุด้วย ที่มุ่งเน้นเรื่องของคุณค่า คุณภาพที่ดี แต่ที่ต้องให้ความสำคัญคือคุณค่าของทุนมนุษย์ที่มากขึ้น และกลุ่มผู้บริการต้องดูแลต้องถึงความสำคัญ ถ้ามอง

ทางด้านการศึกษาดูต้องมองเชิงรุกถึงการให้การดูแลผู้สูงอายุ การจัดอบรมจิตวิทยาการให้บริการผู้สูงอายุ เมื่อการท่องเที่ยวเข้ามาเราก็ต้องมีการรองรับการท่องเที่ยวที่ดี

รองคณบดี : ต้องกราบขอขอบคุณท่านที่เข้าร่วมงานในวันนี้ทุกท่าน ที่คณะวิทยาการจัดการได้รับการไว้วางใจจาก วช. ให้วิจัยเรื่องนี้ กระทบขอกราบขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าเพื่อพัฒนางานวิจัย ซึ่งท่านจะแสดงความคิดเห็นในเชิงวิชาการ ประสบการณ์ และกระทบขอรับไว้ทั้งหมด



ภาพที่ 1 การสนทนากลุ่ม