



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 1

“การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ”

Interconnectivity of Tourism Supply Chains in the Upper North of
Thailand for Supporting Senior Tourists

โดย

กรวรรณ สังขกร และคณะ

มีนาคม 2558

สัญญาเลขที่ RDG5650032

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อย 1 “การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ”

คณะผู้วิจัย

สังกัด

1. นางกรวรรณ สังขกร
2. ดร.ไพรัช พิบุลย์รุ่งโรจน์
3. นางสุรีย์ บุญญานุพงศ์
4. ดร.อาชว์बारมี มณีตระกูลทอง
5. นางสาวจิราวิทย์ ญาณจินดา

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

แผนงาน “การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ”

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

แบบสรุปผู้บริหาร [Executive Summary]

1. รายละเอียดเกี่ยวกับแผนงานวิจัย

- 1.1 ชื่อโครงการวิจัย การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
Interconnectivity of Tourism Supply Chains in the Upper North of Thailand for Supporting Senior Tourists
- ภายใต้แผนงานวิจัย การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

1.2 ชื่อคณะผู้วิจัย

- | | |
|---|-------------------------|
| 1) นางกรวรรณ สังขกร ¹ | หัวหน้าโครงการย่อยที่ 1 |
| 2) นางสุรีย์ บุญญานุพงศ์ ¹ | นักวิจัย |
| 3) อ.ดร.ไพรัช พิบุลย์รุ่งโรจน์ ² | นักวิจัย |
| 4) ดร.อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง ¹ | นักวิจัย |
| 5) อ.จิราวิทย์ ญาณจินดา ³ | นักวิจัย |

1.3 งบประมาณและระยะเวลาทำวิจัย

ได้รับงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 จำนวนเงิน 878,500 บาท
ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี เริ่มทำการวิจัยเมื่อ 1 สิงหาคม 2556 ถึง 31 กรกฎาคม 2557

2. สรุปโครงการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ซึ่งมีทรัพยากรและบริการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จึงทำการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สถานการณ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อยกระดับศักยภาพและความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

โครงการนี้ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเป็น 2 ส่วน คือ

- 1) สำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากการเก็บแบบสอบถามชาวไทยและต่างชาติ จำนวน 648 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นชาวไทย 403 คนและชาวต่างชาติ 245 คน

¹ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ โทรศัพท์ 0 5394 2571 โทรสาร 0 5389 2649

² คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สังเกตการณ์การจัดทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และทดลองจัดทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

- 2) สำนวจการดำเนินงานของผู้ให้บริการท่องเที่ยวในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ด้วย SCAAN[®] Model และศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อวางโครงสร้างฐานข้อมูลตามเส้นทางการท่องเที่ยว 9themes และ 7Re

ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยชอบท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ 81.4) มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย/จิตใจ (ร้อยละ 58.6) ชอบท่องเที่ยวช่วงเทศกาลประเพณี (ร้อยละ 41.9) ส่วนใหญ่ไปเที่ยวกับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว (ร้อยละ 72.2) ชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ/สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงาม (ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุ ทะเล ชมพืชพรรณไม้ฯ (ร้อยละ 79.9) ลูกหลาน/ญาติ/คนในครอบครัวหาข้อมูลเป็นผู้จัดการวางแผนในการท่องเที่ยว (ร้อยละ 55.3) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดบริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 55.3) ขณะที่โปรแกรมการท่องเที่ยวควรเน้นการพักผ่อน เช่น เที่ยวครึ่งวัน (ร้อยละ 46.9) ในขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม (ร้อยละ 62.0) มีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 8-15 วัน (ร้อยละ 33.1) นักท่องเที่ยวต่างชาติชอบเที่ยวช่วงเทศกาลประเพณี (ร้อยละ 53.1) ส่วนใหญ่ไปเที่ยวกับคู่สมรส (ร้อยละ 51.4) ชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ/สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงาม (ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุ ทะเล ชมพืชพรรณไม้ฯ (ร้อยละ 82.0) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวและคู่สมรสเป็นผู้จัดการในการหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยว (ร้อยละ 66.1) โดยอาศัยการค้นหาหรือติดต่อข้อมูลจากเว็บไซต์ท่องเที่ยว (ร้อยละ 58.8) ให้ความสำคัญกับการจัดบริการร้านอาหารท้องถิ่น (ร้อยละ 53.9) อีกทั้งเห็นว่าโปรแกรมการท่องเที่ยว ควรเน้นการพักผ่อน เช่น เที่ยวครึ่งวัน (ร้อยละ 40.4) เป็นต้น

ส่วนการศึกษาห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อวางโครงสร้างฐานข้อมูลตามเส้นทางการท่องเที่ยว พบว่า ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนสามารถสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน ได้ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว โดย แบ่งออกเป็น 9 ด้าน คือ ด้านเกษตร (Chilling @ ล้านนา: ชม ชิม ช้อบ) ด้านประวัติศาสตร์ (ย้อนประวัติศาสตร์ มาตรการล้านนา สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น) ด้านธรรมชาติ (ม่วนกาย สบายใจ สโลว์ล้านนา) ด้านสุขภาพ (เที่ยวสนุก สุขภาพดี ที่ล้านนา) ด้านผจญภัย (ลุยสุดมันส์ พันธุ์เก๋าเก๋า @ ล้านนา) ด้านธรรมชาติ (ล้านนาเขียว เที่ยวไม่เบื่อ) ด้านกีฬา บันเทิง นันทนาการ (แอ่วล้านนา กีฬามันส์) ด้านเรียนรู้สิ่งใหม่ (เปิดโลกใหม่ สโลว์ล้านนา) วัฒนธรรม (ท่องเที่ยวมนต์ตรา ล้านนาไทย)

ส่วนปัจจัยหลักในการสร้างความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้น จำเป็นที่จะต้องวางแนวทางในการประเมินการดำเนินงาน โดยมีแนวทางในการประเมินห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งหมด 7 ด้าน คือ (1) สวย (2) สะอาด (3) สะดวก (4) สงบ (5) สบาย (6) สนุก (7) สุขใจ

ชื่อโครงการวิจัย	การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ Interconnectivity of Tourism Supply Chains in The Upper North of Thailand for Supporting Senior Tourists
ภายใต้แผนงานวิจัย	การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ Tourism Management and Administration in the Upper North of Thailand for Supporting Senior Tourists
ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2556	จำนวน 878,500 บาท
ระยะทำการวิจัย	1 ปี เริ่มทำวิจัยเมื่อเดือน สิงหาคม 2556 ถึง กรกฎาคม 2557
ผู้ดำเนินการวิจัย	นายกรวรรณ สังขกร ¹ , นางสุรีย์ บุญญานุพงศ์ ¹ , ดร.ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ ² ดร.อาชว์बारมี มณีตระกูลทอง ¹ , นางสาวจิราวิทย์ ญาณจินดา ³ , นางสาวกาญจนา จิรัตน์ ¹

บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน โครงการนี้ ทำการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สถานการณ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อยกระดับศักยภาพและความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยดำเนินการศึกษาวิจัยเป็น 2 ส่วน คือสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเก็บแบบสอบถามชาวไทยและต่างชาติ จำนวน 648 ตัวอย่าง สังเกตการณ์การจัดทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และทดลองจัดทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และสำรวจห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ด้วย SCAAN[®] Model เพื่อวางโครงสร้างฐานข้อมูลตามเส้นทางการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ มีพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านการท่องเที่ยวในประเทศ และต่างประเทศ วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว ผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวด้วย การจัดวางแผนการเดินทาง การหาข้อมูลการท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนการศึกษาห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนสามารถสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน ได้ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่ง

¹ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โทร: 0 5394 2571

² คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ออกเป็น 9 ด้าน คือ ด้านเกษตร ด้านประวัติศาสตร์ ด้านธรรมะ ด้านสุขภาพ ด้านผจญภัย ด้าน
ธรรมชาติ ด้านกีฬา บันเทิง นันทนาการ และด้านเรียนรู้สิ่งใหม่และวัฒนธรรม

Subject: Interconnectivity of Tourism Supply Chains in The Upper North of Thailand for Supporting Senior Tourists

Project: Tourism Management and Administration in the Upper North of Thailand for Supporting Senior Tourists

Research Fund for the year of 2013: 878,500 Baht

Research Period: 1 year – From August 2013 to July 2014

Researchers: Korawan Sangkakorn, Suree Boomyanupong, Pairach Piboonrungraj
Archabaramee Maneetrakunthong, Jirawit Yanchinda and
Karnjana Jeerat

ABSTRACT

The behavior of senior tourists and supply chain are important for senior tourism management and development, in particular the northern areas. This project surveyed the senior tourists, related tourism sectors, the current situation of supply chain management for senior tourists which optimize performance and readiness of supporting for senior tourists. The research were conducted via two surveys : firstly using questionnaire to collect 648 examples of Thai and foreign senior tourists, observing the trip for elderly, and demonstrating the trip of senior tourism. Secondly, we explored the tourism supply chain for seniors using SCAAN® Model in order to develop a database structure of tourist routes.

The study of senior tourists' behaviors found that Thai and foreign senior tourists expressed the differences in travel behavior, both inbound and outbound marketing, the purpose of the trip, an accompany person, a travel plan and relevant trip information, etc. Moreover, the study of supply chain supporting for the senior and the link between supply chain and senior tourism sector found that there should be a further cooperation among the supply chain in the northern Thailand according to the interest of tourists which were divided into nine areas; Agriculture, History, Dharma, Health, Adventures, Nature, Sports, Entertainment and Recreation, and lastly Newly Learn and Culture.

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อ	ค
Abstract	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญรูป	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 นิยามศัพท์	3
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย	5
1.7 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	6
บทที่ 2 แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎี สมมติฐาน และ / หรือกรอบแนวความคิดของการวิจัย	7
2.2 การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง	15
2.3 สถิตินักท่องเที่ยว	32
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	40
3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา	40
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย	41
3.3 สถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล	48
3.4 ระยะเวลาในการทำวิจัย	48
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
4.1 ผลการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	49
4.2 สรรวจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	89

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
4.3 ความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ในภาคเหนือตอนบน	95
4.4 แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว	97
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	105
5.1 สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	105
5.2 แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว	108
5.3 ข้อเสนอแนะ	110
บรรณานุกรม	111
ภาคผนวก ก: สถิตินักท่องเที่ยว	117
ภาคผนวก ข: SCAAN Model	129
ภาคผนวก ค: ฐานข้อมูลการสำรวจบริการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน	136
ภาคผนวก ง: แบบสอบถามภาษาไทย	142
ภาคผนวก จ: แบบสอบถามภาษาอังกฤษ	148
ภาคผนวก ฉ: แบบสอบถามภาษาจีน	153
ภาคผนวก ช: แบบสอบถามภาษาญี่ปุ่น	157

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1: แผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย	5
2.1: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เข้ามาในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 – 2555	32
2.2: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกเป็นประเทศใน Asia และไม่ใช่ประเทศใน Asia	34
2.3: การจัดอันดับ 10 ประเทศแรกที่มีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ.2541 – 2555	35
2.4: สถิตินักท่องเที่ยว 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ปี พ.ศ. 2552 – 2556	38
2.5: 10 ประเทศแรกที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2553-2555	39
3.1: เครื่องมือการศึกษา วัตถุประสงค์ กิจกรรม และผลลัพธ์ของห่วงโซ่อุปทาน	43
3.2: วิธีการประเมินห่วงโซ่อุปทานแบบ One-day SCAAN®	46
4.1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	50
4.2: ปัญหาด้านสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	55
4.3: พฤติกรรมการท่องเที่ยว	57
4.4: วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	58
4.5: ความชอบในท่องเที่ยวในประเทศ หรือต่างประเทศ	60
4.6: ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง	60
4.7: ชอบเที่ยวช่วงเวลาไหนมากที่สุด	61
4.8: ฤดูไหนที่ชอบเที่ยวมากที่สุด	61
4.9: ส่วนใหญ่เที่ยวกับใคร	62
4.10: กิจกรรมที่ชื่นชอบหรือต้องจัดให้มีในรายการท่องเที่ยว	64
4.11: การท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใครเป็นผู้จัดการและวางแผนให้	65
4.12: การวางแผนท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการทราบข้อมูล	66
4.13: การค้นหาหรือติดต่อข้อมูลจาก	67
4.14: การจัดบริการการจัดการท่องเที่ยวให้ผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับเรื่อง	69
4.15: รูปแบบการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตที่ต้องการ	72
4.16: นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอยากให้เว็บไซต์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุสื่อสาร/ โต้ตอบ/ ตอบสนองอย่างไร	73
4.17: จำนวนสถานที่พักแรม 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2557	90
4.18: จำนวนภัตตาคารและร้านอาหารใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2557	91
4.19: จำนวนธุรกิจนันทนาการใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2557	91
4.20: ธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึกใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับ	94
4.21: สรุปเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน (ล้านนา)	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.22: รายชื่อนิตยสารสำหรับผู้สูงอายุที่ได้รับความนิยม	97
4.23: นิตยสารที่ให้ข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย	98
4.24: แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ตามความสนใจ	99
4.25: แนวทางการประเมินการจัดการและความร่วมมือในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ	101
4.26: ตัวอย่างการประเมินแนวทางการพัฒนาการเชื่อมโยง: The 7x7 Tourism Supply Chain Matrix (7Re x 7ส)	102
4.27: แสดงสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทาน	103
4.28: แนวทางการวางแผนธุรกิจ	104
5.1: แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ตามความสนใจ (9Theme 7Re และ Club 55)	109

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1.1: จำนวนนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ.2541-2555	1
1.2: ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	6
2.1: ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทั่วไป	13
2.2: กรอบแนวคิดโครงการวิจัย	14
2.3: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 – 2555	33
2.4: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติแยกรายโซน ปี พ.ศ. 2541 – 2555	35
2.5: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติ 10 อันดับ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ. 2541 – 2555	38
2.6: สถิตินักท่องเที่ยว 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ปีพ.ศ. 2552 – 2556	39
3.1: กรอบการศึกษาความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ	43
4.1: ภาพตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวตามโปรแกรม	77
4.2: จำนวนธุรกิจนำเที่ยวในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน จำแนกตามประเภท ปี พ.ศ. 2556	92
4.3: สัดส่วนธุรกิจนำเที่ยวในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน	92
4.4: จำนวนธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึกในแต่ละจังหวัดในภาคเหนือตอนบน ปี พ.ศ.2556 แยกตามประเภท	93
4.5: ประเภทร้านขายของที่ระลึก	95
4.6: แบบจำลองความเชื่อมโยงภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ	96
4.7: โครงสร้างแนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวตามความสนใจ ทั้ง 9 ด้าน	100

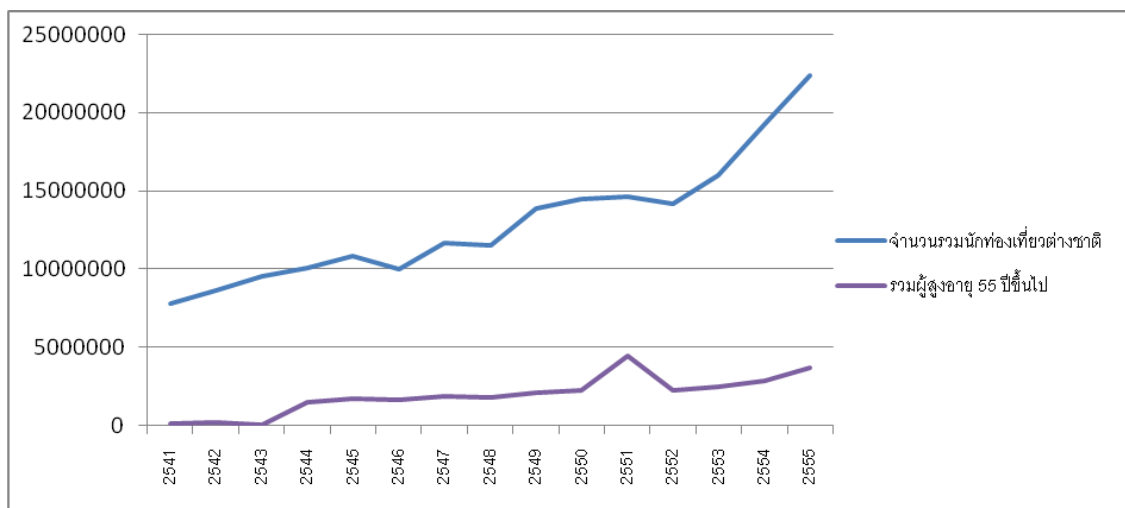
บทที่ 1

บทนำ

1.1. ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของไทย การรักษาทลาดการท่องเที่ยวของไทยจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้น ประเทศไทยจึงมีนโยบายเน้นทำการตลาดการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มกระแสหลัก ที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) สปา และการท่องเที่ยวเพื่ออายุวัฒนะ (Spa and Wellness Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อคนพิการ (Disabled Tourism) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ (Senior Tourism) ซึ่งที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปีในประเทศ

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ควรให้ความสนใจอย่างยิ่ง ทั้งนี้จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยวที่รายงานว่าในปี พ.ศ.2555 มีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (อายุ 55 ปีขึ้นไป) เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยกว่า 3.7 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 16.45 ของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุ และมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี (รูปที่ 1.1) ประเทศไทยจึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้มากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เป็นต้น



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541 – 2549), กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2550–2555)

รูปที่ 1.1: จำนวนนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย
ระหว่างปี พ.ศ.2541-2555

ภาคเหนือตอนบนมีความได้เปรียบทางด้านภูมิประเทศที่สวยงาม ภูมิอากาศเย็นสบาย มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย มีประเพณี วัฒนธรรมอันดีงาม มีความแตกต่างทางชาติพันธุ์ รวมถึงมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน จึงทำให้ภาคเหนือตอนบนมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน และถูกกำหนดไว้ในแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมล้ำค่า งามผืนป่าธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม ผลจากการศึกษาเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (สถาบันวิจัยสังคม, 2555) ซึ่งพบว่า ถึงแม้ว่าในภาคเหนือตอนบนจะมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลากหลายประเภท ทั้งการท่องเที่ยว ประเภทศาสนา ประเภทธรรมชาติ ประเภทโบราณคดี ประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม และวิถีชุมชน ประเพณี วัฒนธรรม แต่การบริหารจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน ยังไม่ได้มีการจัดการใดๆ เป็นพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เนื่องจากยังขาดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยเฉพาะ

เมื่อพิจารณาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลักและอุตสาหกรรม ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ที่ส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อที่จะให้การบริการต่างๆ ส่งไปถึงยังนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในลักษณะการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ตั้งแต่การเคลื่อนย้ายผู้โดยสาร บริการการเดินทาง การให้บริการด้านความบันเทิง บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนโรงแรม ที่พัก นอกจากนี้ในส่วนของการบริการนำเที่ยว บริษัทนำเที่ยว หรือตัวแทนจากบริษัททัวร์ (มัคคุเทศก์) ซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ก็พบว่าจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการและจัดการบริการที่เป็นพิเศษ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

การศึกษาของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและการเทียบเคียงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จึงมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำการสำรวจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ศึกษาสถานการณ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุของแต่ละจังหวัดในภาคเหนือตอนบน เพื่อที่จะสามารถเทียบเคียงและเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดในภาคเหนือตอนบน เพื่อยกระดับศักยภาพและความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อสำรวจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 2) เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยผลักดันในการพัฒนาของแต่ละจังหวัดในภาคเหนือตอนบน
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

1.3 นิยามศัพท์

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

โซ่อุปทาน หรือ ห่วงโซ่อุปทาน หรือ เครือข่ายโลจิสติกส์ คือ การใช้ระบบของหน่วยงาน คน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากร มาประยุกต์เข้าด้วยกัน เพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ จากผู้จัดหาไปยังลูกค้า กิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานจะแปรสภาพทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบและวัสดุอื่นๆ ให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จ แล้วส่งไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้าย (ผู้บริโภค หรือ End Customer)

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) นั้นเป็นการวางแผนและการจัดการทุกกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาวัตถุดิบและปัจจัยนำเข้าต่างๆ ทั้งในการผลิตและการดำเนินการต่างๆ การจัดซื้อจัดหาการแปรรูปและเปลี่ยนรูปวัตถุดิบเหล่านั้นให้เป็นสินค้า และกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้งหมด

ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)

ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย 16 องค์ประกอบได้แก่ การเดินทางเข้าออก แหล่งท่องเที่ยว การขนส่งทางบก การดำเนินงานทางบก แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมทางวัฒนธรรม สังคม และกีฬา เฟอร์นิเจอร์ เครื่องแกะสลัก สาธารณูปโภค บริการ และทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว พลังงานและแหล่งน้ำ การจัดการขยะ การผลิตอาหาร การชกกรีต การปรุงอาหารและเครื่องดื่ม ที่พักอาศัย การนำเที่ยว การตลาดและการขาย และลูกค้า

อย่างไรก็ตามเนื่องจากเครือข่ายการท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแต่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น จึงมีการพัฒนาภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นจุดเริ่มต้นของกรอบตั้งแต่การจองบริการการท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนเดินทาง การรับบริการ ช่วงระหว่างการเดินทาง และบริการหลังการเดินทางด้วย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายประเภท จึงมีองค์ประกอบ 5 ส่วน คือ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การพิจารณาองค์ประกอบแต่ละส่วน จะทำให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ (Senior Tourism)

การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ (Senior Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญและสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ เน้นการดูแลในด้านการเดินทาง และอาหารเป็นพิเศษ มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะกับผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน ทางลาด ที่นั่งพัก

ในแง่การตลาด การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเป็นการขยายโอกาสและเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีรายได้ในระดับหนึ่ง และมีเวลาหลังเกษียณอายุ จึงไม่กังวลกับการท่องเที่ยวตามฤดูกาล และสามารถใช้เวลาท่องเที่ยวอยู่ได้นานกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Senior Tourists)

กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่เริ่มเกษียณจากวัยทำงาน มีเงิน มีเวลามากขึ้น นิยมท่องเที่ยว โดยใช้ชีวิตบั้นปลายแสวงหากำไรชีวิตโดยการเดินทางไปท่องเที่ยว แต่อาจจะมีปัญหาทางด้านสุขภาพ และต้องการการดูแลและบริการเป็นพิเศษมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตพื้นที่ เลือกศึกษาจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบน และเป็นจังหวัดที่เป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดน่าน

ขอบเขตเนื้อหา

- 1) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ
- 2) ศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 3) ศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 4) ศึกษาแนวทางพัฒนาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ได้ฐานข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 2) ได้ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 3) ได้ทราบห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- 4) สามารถสร้างความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน
- 5) เกิดการแลกเปลี่ยนและพัฒนาความรู้ด้านการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ระหว่างผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ ผู้บริหารท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว
- 6) กระบวนการศึกษาวิจัยมีการสัมภาษณ์ สอบถาม และจัดประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่และนักท่องเที่ยว จะเป็นการเปิดโอกาสให้ภาคีทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการศึกษาวิจัยและร่วมวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
- 7) สามารถนำผลการศึกษา ไปจัดทำเป็นระบบข้อมูลสารสนเทศและความรู้เพื่อการบริหารและการจัดการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (โครงการย่อยที่ 2) และนำไปสู่การวางแผนการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว การบริหารและการจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในชุมชนท่องเที่ยว (โครงการย่อยที่ 3) ของภาคเหนือตอนบนต่อไป

1.6 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

ระยะเวลาดำเนินการ 12 เดือน

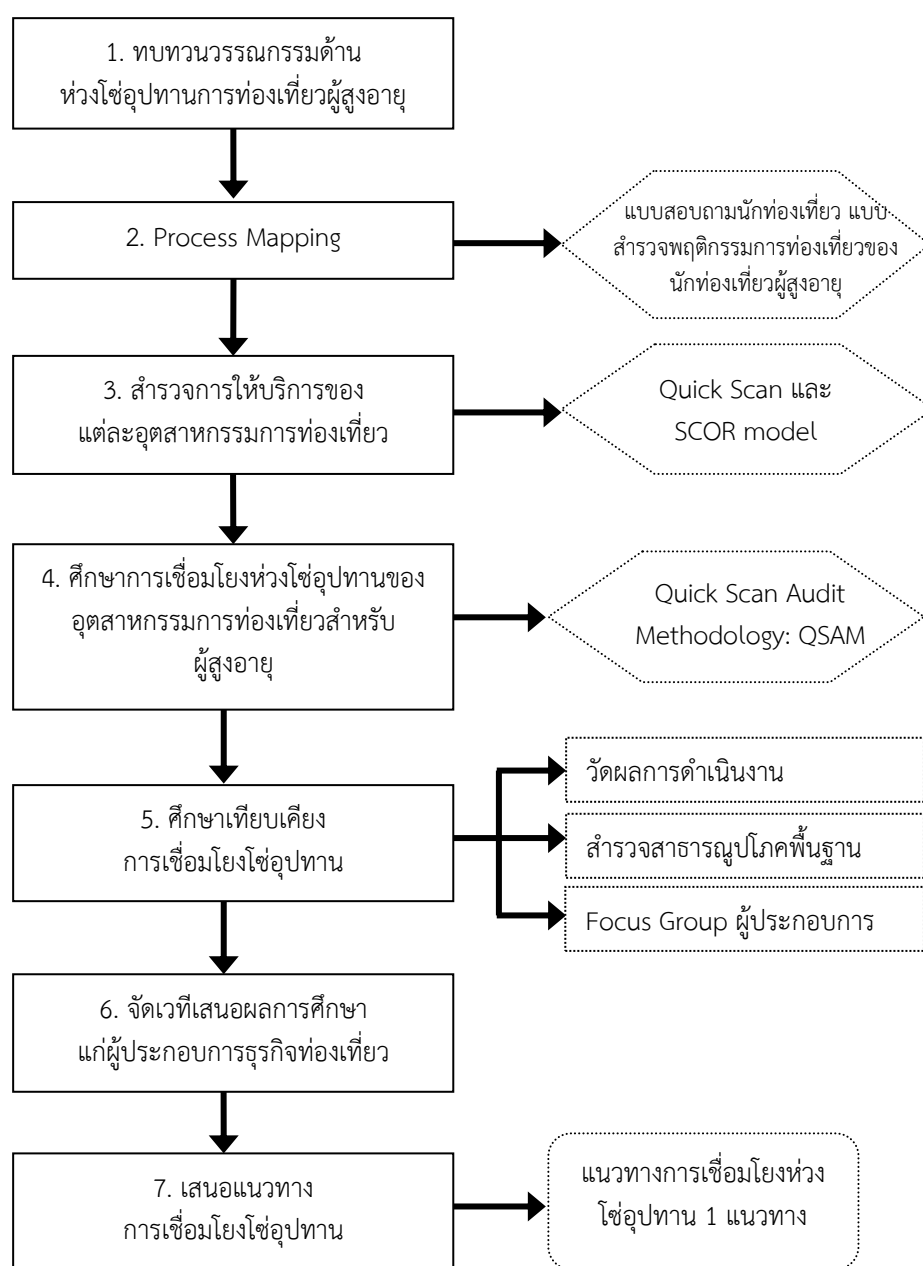
ตารางที่ 1.1: แผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

แผนการดำเนินงาน	เดือนที่											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. ทบทวนผลการศึกษาและกำหนดแผนการสำรวจข้อมูล	→											
2. สำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ศึกษา		→										
3. จัดทำเครื่องมือสำรวจอุตสาหกรรมท่องเที่ยว			→									
4. ศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ						→						
5. ศึกษาเทียบเคียงการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของแต่ละจังหวัดในภาคเหนือตอนบน								→				

ตารางที่ 1.1: (ต่อ) แผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย

แผนการดำเนินงาน	เดือนที่											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
6. จัดประชุมนำเสนอผลงานวิจัย											☐	
8. จัดทำรายงานผลการศึกษา												☐
9. จัดประชุมเผยแพร่ผลการศึกษา												☐

1.7 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



รูปที่ 1.2: ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎี สมมติฐาน และกรอบแนวความคิดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน” อาศัยแนวคิดที่สำคัญในการศึกษาได้แก่ (1) แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (2) แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (3) แนวคิดด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยทั้งสามแนวคิดนั้นจะเป็นพื้นฐานหลักในการออกแบบงานวิจัยต่อไป ดังนั้นในส่วนนี้จะนำเสนอทฤษฎีและกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ออกเป็นสามด้านดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

2.1.1 แนวคิดที่เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (A concept of supply chains & supply chain management)

การศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานนั้น ถือได้ว่าเป็นศาสตร์แขนงใหม่ที่มีการศึกษาไม่นานมานี้ ดังนั้นจึงยังไม่มีทฤษฎีที่เป็นของศาสตร์ที่ว่าด้วยห่วงโซ่อุปทานโดยตรง อย่างไรก็ตามงานวิจัยด้านห่วงโซ่อุปทานได้นำแนวคิดจากหลายๆ ศาสตร์มาประยุกต์ใช้ เช่น สังคมศาสตร์ การบริหารธุรกิจ วิศวกรรมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์

ตั้งแต่ช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 1980 การจัดการโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Logistics Management & Supply Chain Management) ได้รับความสนใจอย่างมากทั้งจากวงการวิชาการ และภาคธุรกิจ (Stock et al., 2010) เนื่องจากความต้องการที่จะลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นต่างๆ เช่น การขนส่ง การจัดเก็บสินค้า และต้นทุนการส่งสินค้ารวมทั้งเพื่อตอบสนองความต้องการที่สูงขึ้นของผู้บริโภคในด้านความรวดเร็วจากการส่งและการส่งสินค้า รวมทั้งคุณภาพของสินค้า (Christopher, 2011) ตลอดกว่า 30 ปีที่ผ่านมา ได้มีหลักฐานต่างๆ ทั้งงานวิชาการและความสำเร็จของภาคเอกชนที่ยืนยันถึงประโยชน์ที่ภาคธุรกิจและลูกค้าได้รับจากการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน (ไพรัช พิบุลรุ่งโรจน์, 2555) ทำให้องค์ความรู้ด้านนี้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ (Benavides & de Eskinazis, 2012)

สำหรับประเทศไทยนั้น การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานนั้นได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง เมื่อรัฐบาลได้กำหนดให้โลจิสติกส์เป็นวาระแห่งชาติและกำหนดยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในปี พ.ศ. 2547 และจัดทำร่างแผนแม่บทฯ ในปี พ.ศ. 2549 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) ส่งผลให้ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคการศึกษาต่างก็ให้ความสำคัญกับโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน สำหรับภาครัฐแล้วแต่ละ

หน่วยงานได้มีแผนการพัฒนาโลจิสติกส์ออกมาอย่างต่อเนื่อง ภาคเอกชนก็มีการจัดฝึกอบรมภายในเกี่ยวกับองค์ความรู้ในการจัดการโลจิสติกส์ขององค์กรในส่วนของภาคการศึกษา มหาวิทยาลัยหลายแห่งเริ่มเปิดสอนวิชาโลจิสติกส์และโซ่อุปทานทั้งระดับปริญญาตรี โท และเอก รวมทั้งการสนับสนุนให้คณาจารย์ศึกษาต่อในด้านนี้ทั้งในและต่างประเทศอีกด้วย

แม้จะมีการค้นพบว่าการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานมีประโยชน์มากเพียงใด นิยามของการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานก็ยังไม่มีความชัดเจน (Mentzer et al., 2001) อาจเป็นเพราะการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานนั้นมีขอบเขตที่กว้างขวางและมีที่มาหลากหลายมีการพัฒนามาจากสาขาวิชาที่แตกต่างกัน เช่น การจัดการ การดำเนินการ การขนส่ง การจัดซื้อ วิศวกรรมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์

อย่างไรก็ตามได้มีความพยายามที่จะให้คำนิยามการจัดการโซ่อุปทานอย่างหลากหลาย โดยเฉพาะจากนักวิชาการ ได้แก่ Stevens (1989), Ellram (1991), Towill et al. (1992), Cooper et al. (1997), Harland (1996), Christopher (2011) ทว่ากลับยังไม่มีนิยามใดที่ได้รับการยอมรับอย่างเอกฉันท์ ทั้งนี้จากนิยามของสมาวิชาชีพชั้นสูงด้านการจัดการโซ่อุปทาน (Council of Supply Chain Management Professional) ซึ่งมีพื้นฐานจากงานการศึกษาของ Mentzer et al. (2001) สามารถสรุปได้ว่า จัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) นั้นเป็นการวางแผนและการจัดการทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาวัตถุดิบและปัจจัยนำเข้าต่างๆ ทั้งในการผลิตและการดำเนินการต่างๆ การจัดซื้อจัดหาการแปรรูปและเปลี่ยนรูปวัตถุดิบเหล่านั้นให้เป็นสินค้าและกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้งหมด (CSCMP, 2010) ดังนั้นนิยามของ CSCMP จึงรวมการจัดการโลจิสติกส์ให้อยู่ในขอบเขตของการจัดการ โซ่อุปทาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการวางแผนและการนำแผนไปปฏิบัติรวมทั้งการควบคุมการไหลและการจัดเก็บสินค้า บริการ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นของโซ่อุปทาน (วัตถุดิบ) และปลายทางสู่ผู้บริโภค โดยรวมถึงการไหลกลับจากฝั่งผู้บริโภค (Reverse logistics) ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วย

2.1.2 ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว Tourism Supply Chain

การท่องเที่ยวเป็นระบบที่มีความซับซ้อนสูง (Jafari, 1974; Smith, 1994; McKercher, 1999; Véronneau & Roy, 2009) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จจึงจำเป็นต้องเข้าใจระบบของห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเสียก่อน (Véronneau & Roy, 2009; Zhang et al., 2009)

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืน (Schwartz et al., 2008) โดยผ่านการประสานงาน เชื่อมโยงของหน่วยงานและองค์กรต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทาน (Lemmetynen, 2010) โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ย่อมจะส่งผลถึงการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี (Spasić, 2012)

จากความซับซ้อนของการท่องเที่ยวนี้เองทำให้กรอบแนวคิดของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนไปด้วยเช่นกัน (Zhang et al., 2009) อย่างไรก็ตามนิยามของห่วงโซ่อุปทานนั้นได้รับอิทธิพลจากสามงานหลักๆ ได้แก่ Tapper and Font (2004), Zhang et al. (2009) และ

Piboonrungrroj and Disney (2009) โดย Tapper and Font (2004) ได้เสนอกรอบแนวคิดความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย 16 องค์ประกอบได้แก่

- 1) การเดินทางเข้าออกแหล่งท่องเที่ยว
- 2) การขนส่งทางบก
- 3) การดำเนินงานทางบก
- 4) แหล่งท่องเที่ยว
- 5) กิจกรรมทางวัฒนธรรม สังคม และกีฬา
- 6) เพอร์นิเจอร์ เครื่องแกะสลัก
- 7) สาธารณูปโภค บริการ และทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว
- 8) พลังงานและแหล่งน้ำ
- 9) การจัดการขยะ
- 10) การผลิตอาหาร
- 11) การชักรีด
- 12) การปรุงอาหารและเครื่องดื่ม
- 13) ที่พักอาศัย
- 14) การนำเที่ยว
- 15) การตลาดและการขาย
- 16) ลูกค้า

โดยโยงเส้นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 16 ด้านเท่านั้น ต่อมา Zhang et al. (2009) ได้พัฒนาโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวให้เป็นภาพชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะห่วงโซ่อุปทานภายในแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น มีการเชื่อมโยงระหว่างซัพพลายเออร์ชั้นที่สอง (ผู้ผลิตต่างๆ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม) ซัพพลายเออร์ชั้นแรก (ผู้ให้บริการด้านต่างๆ เช่น ที่พัก การเดินทาง และอาหาร) ผู้นำเที่ยว นายหน้าขายทัวร์ และนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามเนื่องจากเครือข่ายการท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแต่ภายในแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น Piboonrungrroj and Disney จึงได้พัฒนาภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยมีนักท่องเที่ยวเป็นจุดเริ่มต้นของกรอบตั้งแต่การจองบริการการท่องเที่ยวต่างๆ ก่อนเดินทาง การรับบริการ ช่วงระหว่างการเดินทาง และบริการหลังการเดินทาง จึงถึงได้ว่าเป็นภาพรวมของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้นก็ประกอบด้วยหลายองค์กร เช่น ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น โดยองค์กรเหล่านี้ล้วนมีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น การตรวจสอบผลการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวนั้นจึงมีความยากลำบากและใช้เวลานาน จากการศึกษางานวิจัยในอดีตพบว่า วิธีการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มักจะใช้วิธีการสำรวจ (Survey) หรือกรณีศึกษา (Case study) อย่างไรก็ตามทั้งสองวิธีนี้ต่างก็มีข้อดีและข้อเสีย โดยการสำรวจนั้นจะได้

กลุ่มตัวอย่างมาโดยแลกกับความลึกและละเอียดของข้อมูลที่สำรวจ ในขณะที่เดียวกันการใช้วิธีแบบกรณีศึกษานั้นจะได้ความละเอียดและความลึกของข้อมูลที่มากกว่า ทว่าจะสามารถศึกษาได้ในกลุ่มตัวอย่างที่น้อยกว่าการสำรวจมาก เนื่องจากใช้เวลาในการเก็บข้อมูลที่นานกว่ามากนั่นเอง (Piboonrunroj, 2008)

อย่างไรก็ตามการศึกษาห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นที่ต้องใช้ข้อมูลที่ลึกและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ค่อนข้างมาก ตัวเลือกระหว่างการสำรวจและกรณีศึกษาจึงเป็นสิ่งที่น่าหนักใจสำหรับนักวิจัยด้านห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้น Quick Scan Audit Methodology (QSAM) จึงถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อเป็นทางเลือกระหว่างการสำรวจและกรณีศึกษา โดย QSAM จะสามารถเก็บข้อมูลได้ลึกและละเอียดกว่า (Naim et al., 2002; Banomyong et al., 2005, Piboonrunroj, 2008) นอกจากนี้การใช้ QSAM ยังสามารถทำให้การเก็บข้อมูลเพื่อทำงานวิจัยเชิงห่วงโซ่อุปทานนั้นมีประสิทธิภาพอีกด้วย (Childerhouse and Towill, 2011) แม้ว่า Quick Scan นั้นจะถูกพัฒนามาเพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรม และต่อมาในห่วงโซ่อุปทานการค้าปลีก (Naim et al., 2002) แต่ก็ได้รับการพัฒนาจาก Piboonrunroj (2008) เพื่อนำมาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อวัดผลการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนา

ทั้งนี้ QSAM ยังมีข้อจำกัดในเรื่องของกรอบการวิเคราะห์ที่เน้นไปที่ระดับองค์กรมากกว่าระดับห่วงโซ่อุปทานตามวัตถุประสงค์ของโครงการนี้ อีกทั้งยังอยู่ในกรอบการวิเคราะห์ที่เหมาะสมกับภาคอุตสาหกรรมมากกว่าการท่องเที่ยว ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงได้ใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานที่เรียกว่า Supply Chain Audit and Analytical Neuron หรือ SCAAN Model (Piboonrunroj, 2014) ซึ่งนำเอาแนวทางและเทคนิคการเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจาก QSAM ผสมกับกรอบการวิเคราะห์จาก SCOR Model (Supply Chain Council, 2012) และกรอบแนวคิด Value Chain (Porter, 2000) และผสมเอาแนวทางการวิเคราะห์คุณค่าสำหรับลูกค้า (Customer Value Matrix) ของ Johansson et al. (2001) ประกอบกับแนวคิด Order Winner และ Market Qualifier ของ Terry Hill (2000) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์โครงสร้างและการออกแบบห่วงโซ่อุปทานสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้อย่างครบวงจร

2.1.3 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายประเภทจึงมีองค์ประกอบ 5 ส่วน คือนักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การพิจารณาองค์ประกอบแต่ละส่วนจะทำให้สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ (tourismatbuu, มปป.)

นักท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (United Nation: UN) ให้ความหมายของ “นักท่องเที่ยว” ไว้ดังนี้

ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามที่มิใช่ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ดังนั้นผู้มาเยือน จึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1) **นักท่องเที่ยว (Tourist)** คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือนไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

2) **นักทัศนาจร (Excursionist)** คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดว่า “นักท่องเที่ยว” หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้นิยามศัพท์ทางนักท่องเที่ยวเพื่อใช้ในงานสถิติ ดังนี้

1) **นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor)** คือ บุคคลที่มีถิ่นที่พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทยเดินทางเข้ามาเพื่อประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย

2) **นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor)** คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีถิ่นที่พำนักถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีถิ่นที่อยู่ประจำเพื่อประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นๆ จากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวไปสู่จุดหมายปลายทาง ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้โดยแบ่งออกเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวส่วนที่เป็นธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวกระจายอยู่ในทุกภาคของประเทศ การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในอันที่จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความยั่งยืน

ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากและมีความหลากหลาย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

1) **ส่วนที่เป็นธรรมชาติ** ทรัพยากรการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวในส่วนที่เป็นธรรมชาติ แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ (1) อุทยานแห่งชาติ (National park) (2) วนอุทยาน (Forest park) (3) เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า (Wildlife sanctuary) (4) เขตห้ามล่าสัตว์ป่า (Non hunting area) (5) สวนพฤกษศาสตร์ (Botanical garden) (6) สวนรุกขชาติ (Arboretum)

2) **ส่วนที่มนุษย์สร้างขึ้น** มีทั้งที่เป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ ศาสนสถาน โบราณวัตถุ โบราณสถาน กำแพงเมือง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต/ความเป็นอยู่ ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าและ หัตถกรรมพื้นเมือง เป็นต้น

ส่วน Collier and Harraway (1997 ใน X.Zhang et al., 2009 อ้างใน สิริยุพา เลิศกาญจนพร, 2554) ระบุว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วนได้แก่

1) การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงยัง แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากต่อ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การขนส่งมีหลายรูปแบบ เช่น การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

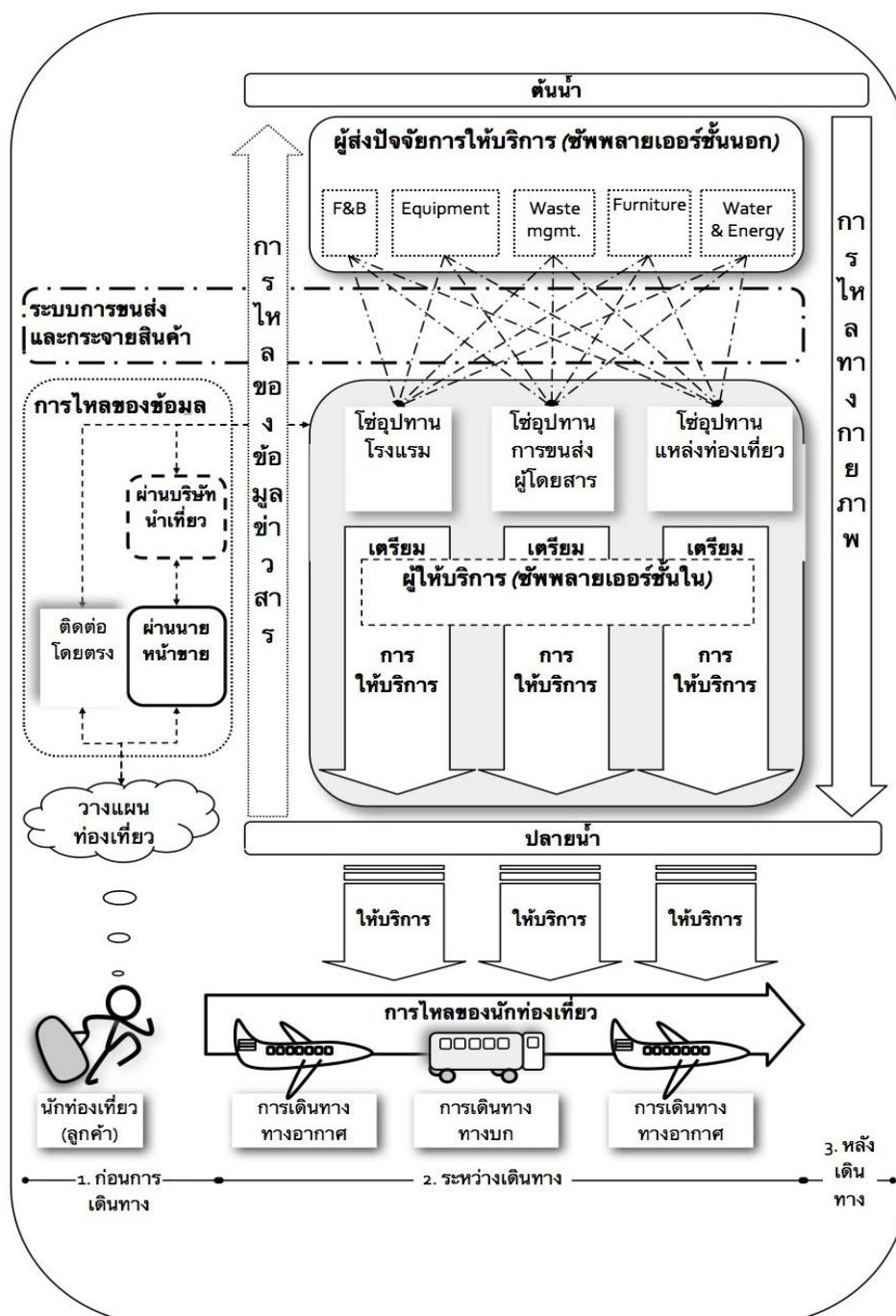
2) ที่พัก (Accommodation) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท อพาร์ทเมนต์ เกสต์เฮาส์ การให้บริการ ด้านที่พักอาจแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภคและ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3) สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่างๆ (Attractions Activities and Ancillary Services) วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือต้องการได้รับความเพลิดเพลินสนุกสนานและประสบการณ์แปลกใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่ (Sites) หรือ เหตุการณ์ (Events) ซึ่งเกิดได้ตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การอำนวยความสะดวกในด้านการเดินทางเข้าออกประเทศ ด้านสาธารณสุข และสาธารณสุขการ

4) การขาย (Sales) เป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายบริการด้านการท่องเที่ยวจากผู้ให้บริการ ไปยังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย เช่น ผู้ขายส่ง บริการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (Travel Agents) ตัวแทน จำหน่ายและเฉพาะทาง (Specially Chandlers)

ทั้งนี้ ยังมีองค์ประกอบที่สนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว (องค์ประกอบเสริม) ดังนี้

- (1) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
- (2) ธุรกิจ MICE
- (3) การบริการข่าวสารข้อมูล
- (4) การอำนวยความสะดวกทางด้านความปลอดภัย

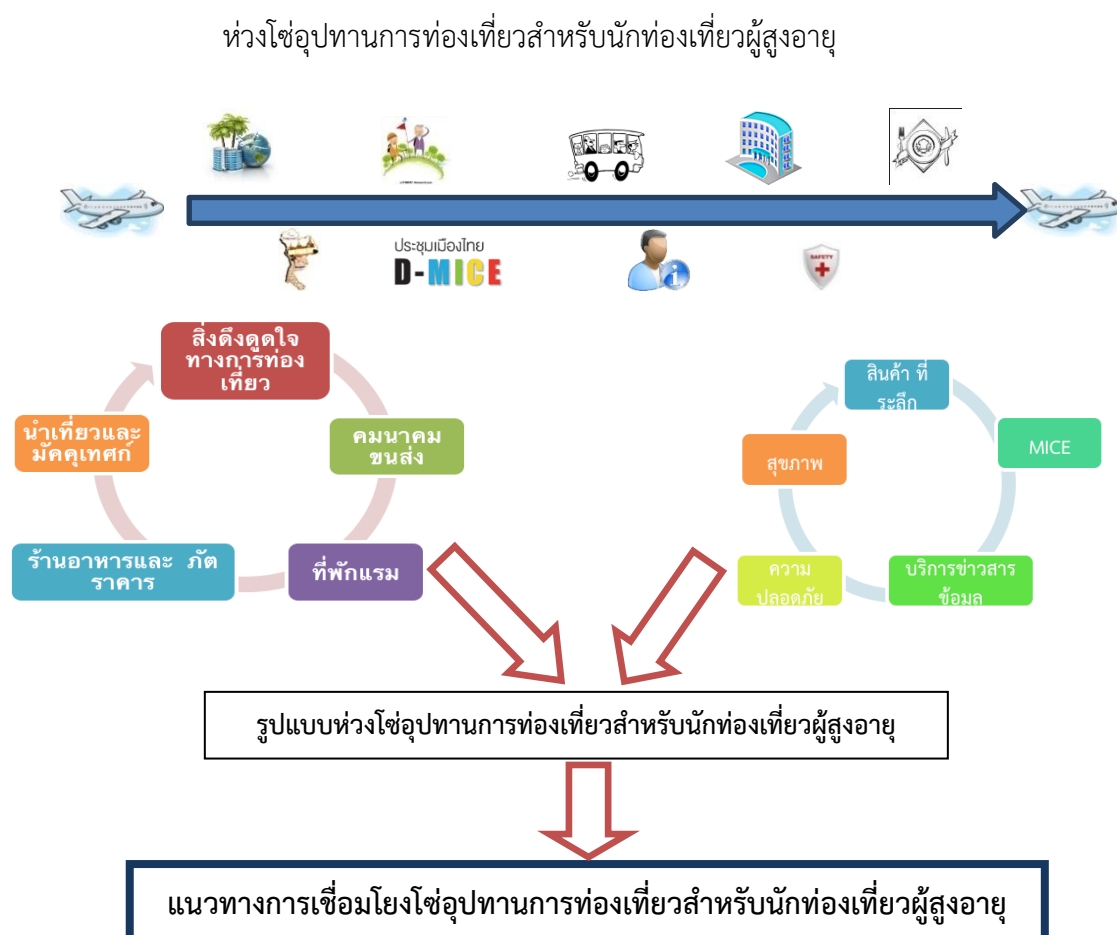


ที่มา: ปรับปรุงจาก Piboomrungroj and Disney (2009)

รูปที่ 2.1: ห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยวทั่วไป

2.1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่องการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มีกรอบแนวคิดดังนี้



รูปที่ 2.2: กรอบแนวคิดโครงการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในรูปที่ 2.2 จะทำการศึกษาลำดับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตั้งแต่ต้นน้ำ (นักท่องเที่ยวมาถึงแหล่งท่องเที่ยว) จนถึงปลายน้ำ (นักท่องเที่ยวกลับออกจากแหล่งท่องเที่ยว) ว่าจะได้พบกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งอุตสาหกรรมหลัก (การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจนำเที่ยวและมััคคุเทศก์ และสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว) และอุตสาหกรรมสนับสนุน (สินค้า ของที่ระลึก อุตสาหกรรม MICE บริการข่าวสารข้อมูล และบริการด้านสุขภาพ) ด้านใดบ้าง และทำการศึกษาความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุแต่ละจังหวัด

2.2 การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)

จากห่วงโซ่อุปทาน จะเห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะเป็นการเชื่อมโยงกันของธุรกิจที่ส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อที่จะให้การบริการต่างๆ นั้นไปถึงมือผู้บริโภค หรือลูกค้า เพื่อวัตถุประสงค์ที่จะให้ผู้บริโภคนั้นได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการได้รับการบริการ ตั้งแต่การเคลื่อนย้ายผู้โดยสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง การให้บริการด้านความบันเทิง บริการอาหารการกิน ร้านอาหาร บริการการเดินทาง ตลอดจนโรงแรม ที่พัก นอกจากนี้ในส่วนของการนำเที่ยว โดยมีบริษัทนำเที่ยว หรือตัวแทนจากบริษัท ซึ่งก็คือไกด์นำเที่ยวพาเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ

นอกจากนี้การที่ลูกค้าจะติดต่อกับธุรกิจบริการต่างๆ เช่น ติดต่อห้องพัก โรงแรม สถานบันเทิง ตลอดจนการขนส่ง หรือหาพาหนะเดินทาง ผู้บริโภคหรือลูกค้าสามารถติดต่อผ่านเอเยนต์ตัวแทน หรือบริการทัวร์ แม้กระทั่งสามารถหาข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ได้

ธุรกิจใ้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรง ในระบบเศรษฐกิจคำว่า การท่องเที่ยว หมายถึงภาคเศรษฐกิจที่รวมธุรกิจทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

การประกอบธุรกิจการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารและสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งด้วยพาหนะขนส่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยว แบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบใหญ่ๆ คือ

- ธุรกิจขนส่งทางบก (Land transportation) การเดินทางโดยรถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล รถเช่า รถตู้เพื่อขนานทางการ รถโดยสารเพื่อการเดินทางท่องเที่ยว
- ธุรกิจขนส่งทางน้ำ (Water transportation) เรือเดินทะเล เรือล่องแม่น้ำ เรือข้ามฟาก
- ธุรกิจขนส่งทางอากาศ (Air transportation) การบินที่เป็นลักษณะเที่ยวบินประจำ ลักษณะเที่ยวบินไม่ประจำ และการบินแบบเช่าเหมาลำ
- นิยมใช้หลายๆ แบบปะปนกัน

คำจำกัดความของประเภทที่พักแรม

โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำ (Commercial or Transient Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีมากกว่าประเภทอื่นๆ ทำเลที่ตั้งอยู่ในเมือง ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ แขกซึ่งพักในโรงแรมดังกล่าวแล้ว เป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์พักชั่วคราวเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือการท่องเที่ยว มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าพักเป็นประจำสำหรับการประกอบธุรกิจ หรือที่อยู่อาศัย โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำดังกล่าวแล้ว จะจัดบริการความสะดวกสบายต่างๆ แก่แขกอย่างพร้อมเพรียง เช่น ห้องอาหาร สถานที่บริการด้านธุรกิจ เช่น การส่งจดหมาย โทรเลข หรือระบบการสื่อสารอื่นๆ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจและการออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ฯลฯ องค์กรประกอบดังกล่าวแล้วต้องจัดบริการให้แขกเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการติดต่อธุรกิจ และการพักผ่อนอย่างพอเพียง เพื่อให้การบริการเกิดความประทับใจ

1) ธุรกิจด้านที่พักแรม

ธุรกิจที่พักแรม หมายถึง ธุรกิจที่บริการด้านที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยวซึ่งใช้พักระหว่างเดินทาง รวมทั้งบริการอาหารและเครื่องดื่มตามความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยคิดค่าตอบแทนเพื่อผลกำไรของธุรกิจนั้นๆ มีหลายประเภท เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ บังกะโล รีสอร์ท (ก๋อพงษ์ บุญยการ, 2550)

- 1) โรงแรม คือ ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะแบ่งเป็นห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทาง และเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง
- 2) เกสต์เฮาส์ คือ บ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักแรมและมีการเก็บค่าเช่า
- 3) บังกะโล คือ ที่พักแรมที่กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยว มีการเก็บค่าเช่า
- 4) รีสอร์ท คือ ที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลังๆ มีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติ

ธุรกิจที่พักแรมหรือธุรกิจโรงแรม (Accommodation or Hotel Business) ของกุลวรา สุวรรณพิมล (2548) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งบริการอาหารและเครื่องดื่มตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคิดค่าตอบแทนเพื่อผลกำไรของธุรกิจนั้นๆ ปัจจุบันนิยมใช้คำว่า ธุรกิจโรงแรมมากกว่า ธุรกิจที่พักแรม

ที่พักแรม (accommodation) (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, ม.ป.ป) หมายถึงการประกอบธุรกิจการขายบริการที่พักเพื่อคนเดินทางที่ต้องการพักค้าง ซึ่งอาจมีบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วย ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวแบ่งออกได้หลายประเภท ซึ่งความแตกต่างของแต่ละประเภทอาจไม่ชัดเจน ที่สำคัญคือความแตกต่างกันในภาพลักษณ์ของธุรกิจ เช่น อินน์ (inn) ให้ความรู้สึกอบอุ่นและเป็นกันเอง โมเต็ล (motel) เน้นความสะดวกสบายและผู้มาพักมีที่จอดรถของตนเอง โรงแรม (hotel) ที่เน้นประสิทธิภาพและบริการความสะดวกสบายต่างๆ เป็นต้น

โรงแรมรีสอร์ท (Resorts Hotel) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น ชายทะเล หรือบริเวณภูเขา ทั้งนี้เพื่อให้แขกได้พักผ่อน สามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้อย่างแท้จริง โรงแรมต้องจัดบริการต่างๆ เช่น ห้องอาหาร การช้อปปิ้ง การติดต่อสื่อสาร หรือบริการอื่นๆ เหมือนโรงแรมทั่วไป แต่ต้องเน้นบริการทางด้านการกีฬา และนันทนาการแก่แขกให้มากกว่าโรงแรมทั่วไป ดังนั้นโรงแรมรีสอร์ท ต้องจัดสร้างสระว่ายน้ำ สนามเทนนิส สนามขี่ม้า ตลอดจนกิจกรรมในการบันเทิงอื่นๆ ให้กับแขกผู้มาพัก ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการพักผ่อนเป็นหลัก ในปัจจุบันโรงแรมรีสอร์ทนอกจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว การตอบสนองลูกค้าเพื่อการประชุม สัมมนา การจัดนำเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Tour) เพิ่มปริมาณมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้สถานที่ดังกล่าวแล้วนอกฤดูการท่องเที่ยว เพราะสามารถลดค่าบริการได้ต่ำกว่าฤดูการท่องเที่ยว

โรงแรม (hotel) โรงแรมเป็นสถานที่พักแรมที่รู้จักกันดีในหมู่นักเดินทางท่องเที่ยว และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ พระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศ

อังกฤษ (Hotel Proprietor Act 1956) ให้ความหมายโรงแรมว่า คือสถานที่ประกอบการที่จะต้องมีการบริการอาหาร เครื่องดื่มและที่พักไว้บริการคนเดินทางที่จ่ายค่าบริการนั้น และพระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย พ.ศ. 2478 ให้คำจำกัดความว่า โรงแรมหมายถึงสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว (มาตรา 3) และจะต้องมีการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้เข้าพักหรือผู้ใช้บริการด้วย (มาตรา 25)

ประเภทของโรงแรม การจำแนกประเภทของโรงแรมอาจทำได้หลายวิธี โดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่แตกต่างกันได้ 8 เกณฑ์ ดังนี้

- การจำแนกตามสถานที่ตั้ง (location)
- การจำแนกตามพาหนะของการขนส่ง (means of transport)
- การจำแนกตามจุดประสงค์ของการเยี่ยมชม (purpose of visit)
- การจำแนกตามระยะเวลาที่พำนัก (duration of stay)
- การจำแนกตามขนาด (size)
- การจำแนกตามราคา (price)
- การจำแนกตามระดับหรือเกรด (classification and grading system)
- การจำแนกตามการเป็นเจ้าของหรือการบริหาร (ownership and management)

ประเภทที่พักแรม (ที่พักแรม, 2556) มีดังนี้

โรงแรมประเภทธุรกิจ (Commercial Hotels) จะตั้งอยู่ในตัวเมืองหรือในย่านธุรกิจการค้า ซึ่งเป็นบริเวณที่สะดวกต่อการติดต่อกับงานของแขกที่มักเป็นนักธุรกิจ มุ่งขายห้องพักแก่นักธุรกิจเป็นหลักทางโรงแรมได้จัดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ไว้พร้อม เช่น บริการอาหาร บริการซัก-รีด ร้านขายของที่ระลึก คลินิก สระว่ายน้ำ ศูนย์สุขภาพ สถานที่จำหน่ายบัตรโดยสารต่างๆ สามารถไปไหนมาไหนได้สะดวกเพราะอยู่ในย่านชุมชนธุรกิจที่มีการคมนาคมสะดวก

โรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport Hotels) ตั้งอยู่ใกล้กับท่าอากาศยาน โดยเฉพาะท่าอากาศยานนานาชาติ ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจ หรือเป็นผู้โดยสารเครื่องบินที่จำเป็นต้องพักค้างคืนเนื่องจากเที่ยวบินได้รับการยกเลิก หรือเครื่องบินมีปัญหาติดขัดต้องเลื่อนกำหนดการเดินทางออกไป โรงแรมนี้เหมาะสำหรับแขกที่ไม่ต้องการเสียเวลาในการเดินทางเข้าเมือง

โรงแรมประเภทห้องชุด (Suite Hotels) เป็นโรงแรมประเภทที่เพิ่งได้รับการพัฒนาขึ้นมาล่าสุด และกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก โรงแรมประเภทนี้จะมีห้องพักเป็นห้องชุดล้วนๆ คือ จะมีห้องรับแขกแยกออกจากห้องนอน บางแห่งก็อาจจะมีห้องครัวเล็กๆ ให้โดยมีตู้เย็นและเครื่องต้มน้ำต่างๆ จัดให้พร้อมอยู่ภายในห้องพักนั้น กลุ่มคนที่ต้องเดินทางบ่อยๆ ก็ชอบโรงแรมประเภทนี้เพราะให้ความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน โรงแรมในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นโรงแรมประเภทใดมักนิยมมีห้องชุดนี้ไว้บริการ

โรงแรมประเภทพักอาศัย (Residential Hotels) เป็นธุรกิจโรงแรมที่ผู้พักมักเช่าอยู่เป็นระยะเวลานานๆ จึงต้องมีสัญญาเช่าระหว่างกัน ส่วนใหญ่แขกจะพักคนเดียว โรงแรมประเภทนี้ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา

โรงแรมเพื่อการพักผ่อน (Resort Hotels) บุคคลที่ต้องการพักผ่อน หรือใช้เวลาช่วงวันหยุดพักผ่อนประจำปี จะเลือกพักยังโรงแรมประเภทนี้ ซึ่งโดยมากโรงแรมจะตั้งอยู่ใกล้ธรรมชาติหรือเป็นทำเลซึ่งอยู่ห่างไกลจากชุมชน มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเพื่อสัมผัสธรรมชาติอย่างแท้จริง การบริการต่างๆ ของโรงแรมจะเน้นกิจกรรมการบันเทิงด้านการท่องเที่ยวเสริมเข้าไปมากเป็นพิเศษ เช่น เล่นกอล์ฟ เทนนิส ขี่ม้า เดินป่า สกี โดยเน้นให้มีบรรยากาศแบบสบายๆ เข้ากับธรรมชาตินั้นๆ ให้แขกเกิดติดใจกับกิจกรรมที่สนุกสนานต่างๆ เพื่อจะได้กลับมาพักอีก

โรงแรมประเภทให้ที่พักกับอาหารเช้า (Bed and Breakfast Hotels) ที่พักประเภทนี้ได้แก่ บ้าน ที่พักอาศัย หรืออาคารขนาดเล็กที่มีไม่กี่ห้องนำมาดัดแปลงเป็นที่พักค้างคืนให้บริการแก่ผู้เดินทาง ซึ่งเจ้าของสถานที่จะพักอยู่ในโรงแรมนั่นเองและจะเป็นผู้จัดการด้านอาหารเช้าให้แก่แขกด้วยตนเอง ราคาห้องพักจึงค่อนข้างจะย่อมเยากว่าโรงแรมทั่วไป

โรงแรมประเภทแบ่งเวลา (Time-Share Hotel) มีลักษณะเป็นการซื้อความเป็นเจ้าของห้องพักเป็นระยะเวลาหนึ่ง คนที่เป็นเจ้าของจะมีสิทธิครอบครองห้องพักของตน ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นห้องพักในคอนโดมิเนียม โดยเจ้าของห้องอาจจะนำห้องพักของตนไปให้คนอื่นเช่าก็ได้ โดยผ่านการบริหารจากทางโรงแรมนั้น

โรงแรมแบบคอนโดมิเนียม (Condominium Hotels) คล้ายคลึงกับประเภทแบ่งเวลาจะต่างกันก็ตรงสภาพความเป็นเจ้าของห้อง คือ แบบคอนโดมิเนียมแต่ละห้องจะมีเจ้าของคนเดียวเป็นผู้ครอบครองจะมีสิทธิอย่างเด็ดขาด

โรงแรมกาสิโน (Casino Hotels) เป็นโรงแรมที่มีบริการด้านการพนัน สิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมประเภทนี้จะค่อนข้างหรูหรา กิจกรรมด้านการพนันของโรงแรมเปิดวันละ 24 ชั่วโมง โรงแรมประเภทนี้ในประเทศไทยยังไม่มี เนื่องจากกฎหมายยังไม่เอื้ออำนวย

ศูนย์การประชุม (Conference Center) เป็นธุรกิจของศูนย์การประชุมมุ่งเน้นที่จะจัดการประชุมกลุ่มใหญ่ๆ จะมีบริการด้านที่พัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในการประชุม มักจะตั้งอยู่นอกตัวเมือง จะมีบริการด้านความบันเทิง และการพักผ่อนต่างๆ ให้ด้วย ค่าบริการก็มักจะคิดราคาแบบเหมารวมทุกอย่าง เป็นโรงแรมที่มุ่งสนองความต้องการของผู้จัดประชุม

โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotel) จะมีขนาดใหญ่กว่าโรงแรมทั่วไป คืออาจจะมีจำนวนห้องพักมากเป็นพันๆ ห้อง เพื่อมีบริการอย่างเพียงพอสำหรับการประชุมขนาดใหญ่ โรงแรมประเภทนี้จะมีห้องนิทรรศการ ห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ (Ballrooms) สามารถแบ่งซอยเป็นห้องประชุมขนาดกลางและเล็กได้อีกจำนวนมาก ลูกค้านำมาประชุมสัมมนาจะเป็นกลุ่มสมาคม สโมสร หน่วยงานราชการ บริษัทต่างๆ

ที่พักประเภทอื่นๆ ที่เป็นที่พักแรมที่เกิดจากการเรียกร้องของนักท่องเที่ยว แต่อาจไม่ได้เรียกว่าโรงแรม เนื่องจากมีการบริการไม่สมบูรณ์แบบเท่าโรงแรม ราคาต่ำเช่าถูก

ที่พักเยาวชน (Youth Hotel) เกิดขึ้นในเยอรมันนี่เป็นครั้งแรก เป็นการบริการแก่คนหนุ่มสาวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและพบปะสังสรรค์ซึ่งกันและกัน ห้องพักเป็นแบบห้องรวม มีอยู่เป็นจำนวนมากในประเทศทางยุโรปตะวันตก

บังกะโล (Bungalow) เป็นที่พักลักษณะก่อสร้างเป็นหลังๆ ราคาเช่าที่พักจะไม่รวมอาหารเช้า มักตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีจัดไว้ตามอัธยาศัย

โมเต็ล (Motel) เป็นธุรกิจที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะ ตั้งอยู่ริมถนนตามชานเมือง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ขับรถไปเองสามารถเข้าจอดถึงหน้าห้องพัก

เกสต์เฮาส์ (Guest House, Pension, Boarding House) เป็นธุรกิจที่พักแรมที่นำเอาบ้านพักมาดัดแปลง เพื่อแบ่งเป็นห้องให้นักท่องเที่ยวเข้าพักแรม โดยเก็บค่าเช่า มักอยู่ในย่านชุมชนในเมืองใหญ่ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อัตราค่าที่พักค่อนข้างต่ำ

บ้านพักในหมู่บ้าน หรือบ้านพักในฟาร์ม (Home Stay, Farm Stay)

โรงแรมประเภทที่พักและอาหาร (เกสต์เฮาส์) โรงแรมชนิดนี้จะเป็นโรงแรมที่มีเพียงห้องพักและอาหารเช้าเท่านั้น ไม่มีการบริการอะไรมากนัก เหมาะกับนักเดินทางที่มีงบที่จำกัด ราคาห้องพักย่อมเยา แยกส่วนหนึ่งก็ชอบเพราะมีความเป็นกันเองดี

โรงแรมบังกะโล โรงแรมชนิดนี้จะมีเพียงที่พักให้เช่าในราคาประหยัดมาก แต่ไม่มีอาหารบริการให้ นักท่องเที่ยวต้องเตรียมมาเอง ในบางโรงแรมประเภทนี้จะมีพื้นที่เตรียมให้ทำอาหารไว้ให้

2. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม, 2553) หมายถึง การประกอบกิจการให้การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแก่คนเดินทาง นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไป โดยจัดเตรียมที่นั่งให้ผู้บริโภคได้รับประทานภายในสถานที่ให้บริการ หรืออาจให้บริการบรรจอาหารเพื่อให้ผู้บริโภคนำรับประทานที่อื่นได้

ประเภทของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

1) ธุรกิจอาหารจานด่วน (Fast-Food Restaurants)

เน้นความสะดวก รวดเร็ว ราคาต่ำไม่บริการเครื่องดื่มประเภทแอลกอฮอล์เปิดบริการทุกวัน ไม่จำเพาะเจาะจงแต่ร้านที่ดำเนินการแบบการรับรองสิทธิ (Franchising) แต่หมายรวมถึงอาหารตามเชิ้อชาติอื่นๆ ที่บริการในรูปอาหารจานเดียว

2) ธุรกิจอาหารสำเร็จรูป (Deli Shops)

เป็นการบริการอาหารสำเร็จรูปที่แช่แข็ง เนย แซนวิช สลัด และอื่นๆ ที่นั่งในร้านมีจำกัดและระยะเวลาเปิดไม่ยาวนานนัก มักตั้งอยู่ในทำเลที่ผู้คนหนาแน่น

3) ธุรกิจอาหารบุฟเฟต์ (Buffets)

เป็นธุรกิจที่ให้ลูกค้าบริการตนเอง ลูกค้าสามารถตักอาหารได้ทุกประเภท ในปริมาณที่ไม่จำกัด “All you can eat” ในราคาเดียว/หัว ยกเว้นแต่เครื่องดื่มที่จะบริการให้ที่โต๊ะ ธุรกิจประเภทนี้ได้รับความนิยมในโรงแรม โดยเฉพาะการจัดบริการอาหารในมือเที่ยงและค่ำ สำหรับลูกค้าภายในและภายนอก

4) ธุรกิจประเภทคอฟฟี่ช็อป (Coffee Shops)

เน้นการบริการที่รวดเร็ว การให้บริการอาหารจะอยู่ที่เคาน์เตอร์บริการ ราคาไม่แพงมาก มักจะตั้งอยู่ในสถานที่ชุมชน อาคารสำนักงาน หรือศูนย์การค้า ที่มีคนผ่านไปมาจำนวนมาก

5) ธุรกิจอาหารเฉพาะกลุ่มเชื้อชาติ (Ethnic Restaurants)

เน้นการให้บริการอาหารประจำท้องถิ่น หรือประจำชาติ พนักงาน การตกแต่งร้านก็มีลักษณะเน้นจุดเด่นลักษณะประจำชาติเช่นเดียวกัน

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, ม.ป.ป) หมายถึง การประกอบธุรกิจในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับคนเดินทาง นักท่องเที่ยว หรือประชาชนทั่วไป โดยจัดเตรียมที่นั่งให้ผู้บริโภคสามารถรับประทานอาหารภายในสถานที่ที่ให้บริการ หรืออาจให้บริการบรรจุอาหารให้ผู้บริโภคสามารถนำไปรับประทานที่อื่นได้ ธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มอาจจำแนกประเภทได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ

1) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเชิงพาณิชย์ (Commercial Food & Beverage) ได้แก่ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีจุดมุ่งหมายในการขายบริการเพื่อแสวงหากำไร โดยเปิดบริการแก่ลูกค้าทุกคน เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหารจานด่วน คอฟฟะชอป คาเฟ่ที่เรีย บริการอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมและสถานประกอบการอื่นๆ เช่น สโมสร ห้างสรรพสินค้า รวมทั้งการจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างการเดินทาง อาทิ อาหารในเครื่องบิน รถไฟ รถทัวร์

2) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสถาบัน (Institutional Food & Beverage) ได้แก่ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มซึ่งจัดขึ้นเพื่อบริการแก่กลุ่มลูกค้าเฉพาะในสถาบันแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นการดำเนินการในรูปแบบของสวัสดิการไม่เน้นผลกำไร แต่เน้นการควบคุมค่าใช้จ่ายให้เหมาะสม เช่น บริการอาหารและเครื่องดื่มในโรงพยาบาล โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ฐานทัพ โรงงาน หออาหารพนักงาน เป็นต้น

ประเภทของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเชิงพาณิชย์

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเชิงพาณิชย์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทย่อย ดังนี้

- ภัตตาคาร หรือร้านอาหารเดี่ยวหรืออาหารเฉพาะอย่าง
- ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม
- ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสถานประกอบการอื่น
- ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างการเดินทาง

(1) ภัตตาคาร หรือร้านอาหารเดี่ยว (stand – alone restaurant) เป็นธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นที่รู้จักกันดีและมีจำนวนมาก ได้แก่ ภัตตาคารหรือร้านอาหาร โดยทั่วไปซึ่งมีหลายขนาดและหลายลักษณะของการให้บริการ สามารถสรุปได้ดังนี้

(1.1) ภัตตาคารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (full – service restaurant) ภัตตาคารประเภทนี้จะมีการจัดพนักงานที่ได้รับการอบรมเป็นอย่างดีมาบริการลูกค้า และมีเมนูอาหารให้เลือกหลายประเภท ภัตตาคารประเภทนี้ส่วนใหญ่มักดำเนินการโดยบุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการเอง หรือหุ้นส่วน ภัตตาคารบริการเต็มรูปแบบยังสามารถแบ่งประเภทย่อยได้อีก ขึ้นอยู่กับราคาอาหาร บรรยากาศ และการตกแต่งห้องอาหาร รายการอาหาร และระดับของความหรูหราหรือความเป้นพิธีการ ดังนี้

1) ภัตตาคารเกอร์เมตหรือชั้นดี (gourmet/classical restaurant) จัดเป็นภัตตาคารชั้นดีที่ตกแต่งสวยงามหรือมีต้นแบบมาจากต่างประเทศ มีการบริการพิเศษและบรรยากาศ

หรรษา และมีอาหารให้เลือกหลายอย่าง มีพ็อคครัวที่มีฝีมือในการปรุงอาหาร ราคาอาหารมักค่อนข้างสูง ซึ่งเหมาะสำหรับลูกค้าที่ต้องการบริการที่สูงกว่ามาตรฐานและพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการตามที่กำหนด ภัตตาคารประเภทนี้มักให้บริการมีค้ำซึ่งลูกค้าควรจองโต๊ะล่วงหน้าและแต่งกายแบบพิธีการ ภัตตาคารประเภทนี้อาจมีอยู่ในโรงแรมขนาดใหญ่ด้วย

2) ภัตตาคารเฉพาะเชื้อชาติ (ethnic restaurant) ให้บริการเฉพาะรายการอาหารประจำชาติหรือท้องถิ่น โดยเป็นลักษณะประจำชาติ ตั้งแต่การตกแต่งร้านรายการอาหาร เครื่องแบบของพนักงานและการฝึกอบรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งพ็อคครัวต้องมีความรู้เรื่องอาหารประจำชาติเป็นอย่างดี ธุรกิจภัตตาคารประเภทนี้อาจดำเนินการโดยครอบครัวของชนชาติต่างๆ หรืออาจบริการโดยเครือข่าย ราคาอาหารมักมีหลายระดับตั้งแต่ราคาถูก ปานกลาง จนถึงราคาแพง ขึ้นอยู่กับระดับของการให้บริการ เช่น ภัตตาคารอาหารจีน อิตาลี ฝรั่งเศสตะวันออกกลาง ญี่ปุ่น เป็นต้น ความสำเร็จของภัตตาคารประเภทนี้อาศัยอาหารที่ให้บริการซึ่งต้องเป็นอาหารประจำชาติหรือท้องถิ่นที่แท้จริง

3) ภัตตาคารชำนาญพิเศษ (specialty restaurant) จำกัดประเภทอาหารหรือมีลักษณะเฉพาะรายการอาหารพิเศษที่เป็นจุดเน้นของแต่ละภัตตาคาร เช่น ภัตตาคารซีฟู้ด สเต็ก เฮาส์ การออกแบบและตกแต่งสถานที่จะสอดคล้องกับจุดเน้นของภัตตาคาร ภัตตาคารอาจเป็นของเจ้าของคนเดียว หรือกลุ่มเครือข่าย และราคาอาหารอยู่ในระดับไม่แพงจนเกินไปนัก เช่น เรดลอบสเตอร์ (Red Lobster) ในสหรัฐอเมริกา โซซันสเต็กเฮาส์ ในประเทศไทย

4) ภัตตาคารแบบครอบครัว (family restaurant) จัดเป็นภัตตาคารที่ให้บริการแบบกันเอง ด้วยบรรยากาศและการตกแต่งแบบสดใสหรือสบายตา รายการอาหารแบบธรรมดาแต่เน้นคุณภาพ มักให้บริการตั้งแต่อาหารเช้า อาหารกลางวัน และอาหารค่ำ โดยมีราคาอาหารไม่แพงจนเกินไป การตกแต่งร้านมักประกอบด้วย เคานเตอร์ โต๊ะ และที่นั่งแบบบูธ (Booths) ภัตตาคารแบบครอบครัวมักตั้งอยู่ใกล้ถนนหลักหรือย่านที่อยู่อาศัยรวมทั้งมีที่จอดรถให้เพราะลูกค้าจะมาเป็นครอบครัว

5) ภัตตาคารที่มีรูปแบบเฉพาะ (theme restaurant) เป็นภัตตาคารที่ออกแบบตามกรอบแนวคิดที่คิดค้นโดยเจ้าของกิจการ ซึ่งอาจเป็นการปรับปรุงอาคารโรงงานเก่าแก่ เช่น โรงสี โรงงาน สถานีดับเพลิง หรือกังหันลม หรือเป็นแนวคิดที่เน้นช่วงเวลาที่สำคัญในประวัติศาสตร์ ภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียง นักร้อง ตัวละครหรือนักกีฬาที่ได้รับความนิยม ภัตตาคารประเภทนี้จะมีการออกแบบและตกแต่งสถานที่ รายการอาหาร และลักษณะการให้บริการที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น เช่น ภัตตาคารฮาร์ดร็อกคาเฟ่ (Hardrock Café) เป็นบรรยากาศของเพลงในยุค ค.ศ. 1960 ภัตตาคารแพลนเน็ต ฮอลลีวูด (Planet Hollywood) ที่ตกแต่งบรรยากาศเหมือนเมืองฮอลลีวูดที่เต็มไปด้วยนักแสดงภาพยนตร์ และราคาภัตตาคารที่ตกแต่งแบบบรรยากาศในยุคโรมัน ยุคกลาง และเสิร์ฟอาหารแบบโบราณ ภัตตาคารที่จีไอ ฟูรายเดย์ (TGI Friday's) เป็นต้น ภัตตาคารที่มีรูปแบบเฉพาะมักดำเนินการโดยกลุ่มเครือข่าย (chain) ระดับราคาอาหารปานกลางและลูกค้ามักเป็นกลุ่มเฉพาะที่เริ่มมีครอบครัวหรืออยู่ในวัยเริ่มทำงานซึ่งต้องการบรรยากาศแปลกๆ และพบปะผู้คนที่มีความชอบเหมือนกัน

6) ภัตตาคารทั่วไป จัดบริการอาหารหลายชนิดตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า มีขนาดตั้งแต่เล็กจนถึงใหญ่ และมีทำเลที่ตั้งอยู่ทั่วไปในเมือง ใกล้สำนักงาน หรือแหล่งการค้า ภัตตาคารแต่ละแห่งมีลักษณะเฉพาะตัวโดยมีรายการอาหารที่พ่อครัวมีความถนัดเป็นพิเศษ เช่น ภัตตาคารอาหารไทย อาหารจีน เป็นต้น

(1.2) ภัตตาคารให้บริการกึ่งรูปแบบ (semi-service restaurant) เป็นธุรกิจที่มีการจัดพนักงานไว้ให้บริการเฉพาะบางส่วนและส่วนไม่มีพนักงานบริการลูกค้าต้องบริการตัวเอง ภัตตาคารให้บริการกึ่งรูปแบบที่พบเห็น ได้แก่

1) ภัตตาคารแบบบุฟเฟต์ (buffet restaurant) จะจัดบริการอาหารที่ปรุงเรียบ ร้อยแล้วหลากหลายชนิดไวบนโต๊ะอาหารสำหรับลูกค้าไปตักอาหารด้วยตนเอง ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกอาหารได้ตามความชอบ และในปริมาณที่ไม่จำกัด หรือที่เรียกว่า “All you can eat.” โดยจ่ายค่าอาหารเป็นรายหัวตามที่กำหนดไว้สำหรับเครื่องดื่มนักมีพนักงานมาบริการเสิร์ฟให้ที่โต๊ะ ภัตตาคารแบบบุฟเฟต์มักเป็นภัตตาคารขนาดใหญ่ โดยเฉพาะภัตตาคารทั่วไปที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว หรืออาจเป็นภัตตาคารในโรงแรมก็ได้ ภัตตาคารแบบนี้มักได้รับความนิยมในวันอาทิตย์ที่เป็นมื้อเช้า-กลางวันรวมกัน (brunch)

2) คอฟฟชอป (coffee shop) เป็นร้านอาหารที่ขายอาหารและเครื่องดื่มประเภทปรุงง่าย สามารถบริการได้รวดเร็วและราคาอาหารไม่แพงเกินไป มักตั้งอยู่ในบริเวณอาคารสำนักงาน ศูนย์การค้า โดยเน้นการขายอาหารมื้อกลางวัน และอาหารว่างแก่ผู้ทำงาน รูปแบบดั้งเดิมลูกค้ามักบริการตนเอง หรือมีพนักงานให้บริการเพียงบางอย่าง เช่น การรินน้ำดื่มให้ แต่ปัจจุบันเรื่องจากการแข่งขันสูงทำให้คอฟฟชอปพยายามเพิ่มบริการมากขึ้นจนลูกค้าอาจไม่ต้องบริการตัวเองก็ได้

3) ภัตตาคารอาหารจานด่วนหรือฟาสตฟู้ดที่ให้บริการกึ่งรูปแบบ (Fast Food restaurant) ภัตตาคารอาหารจานด่วนมีการจัดสถานที่ไว้สองส่วน ส่วนหนึ่งสำหรับให้ลูกค้ารับประทานในลักษณะบริการตนเอง และอีกส่วนหนึ่งมีพนักงานบริการ เช่น ร่ายขายพิซซ่า ร้านขายสลัด เป็นต้น

(1.3) ภัตตาคารที่ลูกค้าบริการตนเอง (self-service restaurant) จำหน่ายอาหารที่มีการจัดเตรียมไว้ล่วงหน้า หรือสามารถบริการแก่ลูกค้าได้รวดเร็วทันที ที่เรียกว่าอาหารจานด่วนเหมาะสำหรับลูกค้าที่เร่งรีบ หรือมีเวลาในการบริโภคน้อย ไม่มีบริการพนักงานเสิร์ฟ ลูกค้าต้องบริการตนเอง ภัตตาคารประเภทนี้มีหลายรูปแบบได้แก่

1) คาเฟ่ทีเรีย (cafeteria) เป็นห้องอาหารสำหรับผู้เร่งรีบ โดยมีอาหารปรุงสำเร็จแล้วไว้บริการ ซึ่งมักใส่ถาดวางไว้ในตู้กระจกใสที่ลูกค้าสามารถหยิบได้ด้วยตนเอง หรืออาจมีพนักงานจะคอยตักอาหารใส่จานให้ โดยลูกค้านำอาหารไปจ่ายเงินที่พนักงานเก็บเงินปลายทาง และยกอาหารมารับประทานที่โต๊ะด้วยตนเอง อาหารส่วนใหญ่เป็นอาหารพื้นๆ เช่น ซุป อาหารร้อน อาหารเย็น ของหวานและเครื่องดื่ม ซึ่งราคาค่อนข้างถูก และมักตั้งอยู่ศูนย์การค้าหรือศูนย์อาหารในย่านชุมชน นอกจากนี้คาเฟ่ทีเรียพบเห็นได้ในสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงาน เป็นการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มเชิงสวัสดิการที่ไม่หากำไร

2) เดลี ชอป (deil shop) เป็นร้านขายอาหารที่ขายอาหารสำเร็จรูปที่ทำจากเนื้อ เนยแข็ง ประกอบ เป็นแซนวิชหรือสลัดที่ลูกค้ามักจะซื้อกลับบ้านหรือไปรับประทานที่อื่น ร้านเดลีชอปจึงมักมีที่นั่งจำนวนน้อย และมีต้นทุนในการดำเนินการไม่สูงนัก รวมทั้งพนักงานจำนวนน้อย เพราะลูกค้าต้องบริการตนเอง ร้านเดลีชอปมีตั้งอยู่ในบริเวณศูนย์การค้าและอาหารสำนักงาน โดยเปิดบริการตั้งแต่ 9.00 น. ถึง 17.00 น. หรือ 21.00 น.

3) ภัตตาคารจานด่วนหรือฟาสตฟูดแบบบริการตนเอง (fast food restaurant) ภัตตาคารฟาสตฟูด เป็นการจัดสถานที่สำหรับลูกค้านั่งรับประทานอาหารในลักษณะของการบริการตนเอง อาหารที่บริการเป็น อาหารที่ปรุงได้อย่างรวดเร็วและมักเป็นอาหารแบบตะวันตก มีรายการอาหารจำกัดและราคาถูก อาหารฟาสตฟูด แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ อาหารอิ่มท้อง (full meal) เช่น แฮมเบอร์เกอร์ ไก่ทอด พิซซ่า และอาหารว่าง (snack) เช่น โดนัท คุกกี้ โยเกิร์ต ไอศกรีม เป็นต้น ลูกค้าจะต้องบริการตนเองในการสั่งซื้ออาหารและจ่ายเงินพนักงานของร้านจะทำหน้าที่เตรียมอาหารเก็บเงินที่เคาน์เตอร์บริการ และบริการทำความสะอาดโต๊ะที่นั่งให้ลูกค้าสามารถนั่งรับประทานอาหารตามโต๊ะที่จัดเตรียมไว้ หรือส่งกลับไปรับประทานที่บ้านหรือนอกร้านได้ (take away/to go) ภัตตาคารจานด่วนกำลังได้รับความนิยมมากและคาดว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต ในปัจจุบันส่วนใหญ่มีการบริหารโดยระบบแฟรนไชส์ (franchise) คือบริษัทแม่หรือผู้เป็นเจ้าของสิทธิ์ให้สิทธิ์แก่ตัวแทนในการประกอบธุรกิจในขณะที่บริษัทแม่หรือผู้ให้สิทธิ์กำหนดไว้ เช่น การใช้ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของบริษัทแม่ รวมทั้งการนำสูตรและเทคนิคการปรุงอาหาร การตลาด หรือวิธีการดำเนินธุรกิจของบริษัทแม่มาใช้ในกิจการของตน ตัวอย่างภัตตาคารจานด่วนแบบแฟรนไชส์ ที่พบเห็นจำนวนมาก ได้แก่ แมคโดนัลด์ (McDonald) เคนดักกี้ ฟรายชิกเกนส์ (Kentucky Fried Chicken) เบอร์เกอร์คิง (Burger King) ดังกิ้น โดนัท (Dunkin Donut) เป็นต้น

4) ศูนย์อาหาร (food center/court) เป็นสถานที่บริการอาหารและเครื่องดื่มที่รวมเอาอาหารหลายชนิดเข้าไว้ในสถานที่เดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามห้างสรรพสินค้าที่นิยมจัดศูนย์อาหารไว้บริการแก่ผู้มาซื้อสินค้าในห้างโดยลูกค้าสามารถเลือกซื้ออาหารตามชอบในราคาประหยัด การจ่ายเงินหักจ่ายเป็นคูปอง

2.2 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม ธุรกิจการบริการอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมอาจครอบคลุมตั้งแต่ ตู้อาหารอัตโนมัติ (vending machine) จนถึงภัตตาคารประเภทต่างๆ ที่ให้บริการภายในโรงแรม ภัตตาคารในโรงแรมให้บริการอาหารในรูปแบบและราคาที่แตกต่างกัน โดยมักขึ้นอยู่กับระดับของโรงแรม กล่าวคือ โรงแรมที่มีระดับมาตรฐานสูง มักให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่พิเศษและราคาแพง รูปแบบการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มภายในโรงแรมที่ควรกล่าวถึง คือ

(2.1) ห้องอาหาร (dining room) ภายในโรงแรมอาจมีลักษณะตั้งแต่ภัตตาคารแบบครองครวจนถึงภัตตาคารชั้นดีหรือภัตตาคารเกอร์เมต โดยประเภทของภัตตาคารมักมีความสัมพันธ์กับขนาดและระดับของโรงแรมโรงแรมหรูหรามักจะมีห้องอาหารที่เป็นภัตตาคารชั้นดี ห้องอาหารนานาชาติ ห้องอาหารแบบบุฟเฟต ตลอดจนห้องภัตตาคารและร้านอาหารเดี่ยวทั่วไป เพราะ

โรงแรมมักลงทุนสูงในเรื่องการตกแต่งอย่างหรูหรา โออา มีการบริการที่ประทับใจ และมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ

(2.2) บริการอาหารในห้องพัก (room service) โรงแรมขนาดใหญ่ที่ให้บริการครบวงจรมักมีบริการอาหารส่งถึงห้องพักตลอด 24 ชั่วโมง โดยจัดวางรายการอาหารไว้ในห้องพัก ซึ่งประกอบด้วย อาหารเช้า อาหารกลางวัน และอาหารค่ำ ราคาอาหารมักจะสูงกว่าปกติ เพราะคิดรวมค่าบริการส่งถึงที่โรงแรมขนาดกลางอาจให้บริการอาหารในห้องพักเป็นเพียงช่วงเวลาเพื่อลดค่าใช้จ่าย

(2.3) เลานจ์และบาร์ (Lounge / Bar) โรงแรมขนาดใหญ่นอกจากมีพื้นที่บริเวณล็อบบี้เป็นที่นั่งพักสำหรับบุคคลทั่วไปแล้ว ยังมีพื้นที่เป็นเลานจ์ไว้ให้บริการอาหารเบา ของหวาน เครื่องดื่ม ตลอดจนชาและกาแฟให้แก่แขกผู้มาพักและประชาชนทั่วไป หรือจัดบริเวณหนึ่งในโรงแรมเป็นบาร์ที่ให้บริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์หลากชนิด ทั้งเลานจ์และบาร์มักจัดให้มีดนตรีหรือเสียงเพลงประกอบบรรยากาศด้วย

(2.4) บริการจัดเลี้ยงหรือจัดอาหาร (banquet and catering) โรงแรมทั่วไปมักมีฝ่ายจัดตั้งเลี้ยงดูและรับผิดชอบการจัดงานหรือจัดเลี้ยงในห้องโถงหรือห้องจัดเลี้ยงทั้งภายในและภายนอกโรงแรม การจัดเลี้ยงอาจเป็นเพียงการจัดอาหารวางสำหรับผู้มาร่วมประชุมจนถึงการจัดเลี้ยงขนาดใหญ่แบบมีพิธีการ เช่น การจัดงานแต่งงาน การจัดประชุม การจัดงานแนะนำสินค้า เป็นต้น

2.3 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสถานประกอบการเชิงพาณิชย์อื่นๆ ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มจัดเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกของธุรกิจอื่นๆ ที่จำเป็นต้องจัดบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้ให้แก่ ลูกค้า เช่น อาหารและเครื่องดื่มในศูนย์การค้า หรือห้างสรรพสินค้าเพื่อลูกค้าระหว่างการซื้อสินค้าโดยไม่ต้องออกไปจากห้องหรือศูนย์การค้าเพื่อรับประทานอาหารช่วยอำนวยความสะดวกแก่สถานี่ขนส่ง สถานีรถไฟ สนามบิน และรวมทั้งบริการอาหารและเครื่องดื่มตามสโมสรต่างๆ ที่สมาชิกหรือแขกเขาไปใช้บริการที่เพื่อสังสรรค์หรือออกกำลังกาย เช่น ราชมังคลาภิเษกสโมสรเรือใบ เป็นต้น

2.4 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างการเดินทาง เป็นการให้บริการแก่ผู้โดยสารบิน เครื่องบิน รถไฟ รถทัวร์และเรือ ที่ผู้จัดเตรียมอาหาร (caterer) ต้องให้บริการตรงเวลา และจัดส่งอาหารไปที่พาหนะที่ใช้เดินทางอย่างเป็นระบบ และมีความเชี่ยวชาญในการจัดเตรียมอาหารในภาชนะที่สามารถให้บริการเป็นรายคนได้สะดวก เนื่องจากพาหนะในการเดินทางมีเนื้อที่และเวลาที่จำกัดในการให้บริการ

3.ธุรกิจด้านการนำเที่ยว

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 มาตรา 3 นิยามคำว่า “ธุรกิจนำเที่ยว” หมายความว่า “การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือให้บริการ หรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหาร ทิศนาจร และหรือมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว”

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ปี 2551 มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของธุรกิจนำเที่ยวไว้ว่า “ธุรกิจนำเที่ยว” หมายความว่า ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยว

หรือเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ธุรกิจนำเที่ยว (tour operator) หรืออาจเรียกว่าการจัดนำเที่ยว (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, ม.ป.ป) หมายถึง การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่มทัศนอาหร หรือการให้บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวอาจขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงได้ หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว (travel agent) ก็ได้และอาจดำเนินการโดยการนำเอาบริการอำนวยความสะดวกด้านยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และทัศนอาหรมารวมกันและขายในลักษณะเหมารวมที่เรียกว่าทัวร์เหมารวม (package tour) ก็ได้

การนำเที่ยวแบบเหมารวมเป็นการท่องเที่ยวแบบประหยัด เนื่องจากนำเอาบริการอำนวยความสะดวกต่างๆ มารวมกันแทนที่จะแยกขายบริการ จึงทำให้ราคาโดยรวมถูกลงช่วยให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ระยะทางไกลมากขึ้นและขยายเวลาท่องเที่ยวได้มากขึ้นตลอดจนเกิดความมั่นใจและปลอดภัยระหว่างการเดินทาง เพราะมีผู้คอยช่วยเหลือแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้ร่วมเดินทาง การนำเที่ยวแบบเหมารวม สามารถจัดได้หลากหลายตามความต้องการไม่ว่าจะเป็นเรื่องของระยะเวลา จุดประสงค์ของการท่องเที่ยวตลอดจนราคา

อาจกล่าวได้ว่าธุรกิจนำเที่ยวดำเนินบทบาทที่แตกต่างจากธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากการซื้อบริการอื่นๆ มาประกอบกันเป็นการนำเที่ยวแบบเหมารวม ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวเปรียบเสมือนเป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิต (suppliers) หรือคู่สัญญา เช่น โรงแรม บริษัทเดินรถ ภัตตาคาร กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว

ประเภทของธุรกิจนำเที่ยว (ปิยะนุช มีเหว่าพันธ์, ม.ป.ป.) มีดังนี้

1) Travel Agent บุคคลหรือบริษัทที่มีความสามารถจัดการนำเที่ยว การขนส่ง ที่พัก อาหาร การรับ-ส่งทั้งขาไปและขากลับ การนำสถานที่และงานอื่นๆ ของการเดินทางซึ่งเป็นการบริการให้แก่สาธารณชน เช่น บริษัท นำเที่ยว จำกัด มีความชำนาญเบ็ดเสร็จทุกอย่าง สามารถดำเนินการเองได้

2) Tour Operator บริษัทมีความชำนาญในการจัดและดำเนินการเกี่ยวกับการตลาดทางด้านการจัดการเดินทางไปพักผ่อน แบบ Inclusive Tour โดยเก็บเงินล่วงหน้าแล้วมอบให้ Travel Agent เป็นผู้ขาย แต่บางครั้งก็ลงมือขายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เช่น บริษัทหรือกลุ่มคนในพื้นที่ที่มีอุปกรณ์เกี่ยวกับการดำเนิน และเรือพร้อมในจังหวัดพังงา นำเที่ยวดำเนินาดูปะการังที่หมู่เกาะสิมิลัน-หมู่เกาะสุรินทร์ ก็ติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวจำกัด เป็นผู้ขายบัตรเพราะมีลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวแพร่หลายอยู่แล้ว ส่วนตนก็เป็นผู้จัดรายการรับทัวร์ชุดนี้ต่ออยู่ที่พังงา

3) Wholesaler บริษัทมีความชำนาญงานในงานเดินทาง คิดและเสนอโปรแกรมที่ จัดไว้แบบเหมาหรือจัดขึ้นตามแต่จะรับคำสั่งมาจากลูกค้าแล้วมอบให้ Travel Agent รับไปขายต่อ Wholesaler ต่างกับ Tour Operator คือ Wholesaler มักไม่เสนอรายการเดินทางต่อบริษัทนำเที่ยวบ่อยๆ แต่ Tour Operator จะเสนอขายให้แก่ Retailer ด้วย เช่น เป็นบริษัทหรือกลุ่มคนที่ชอบ

การผจญภัยชุด บุกเบิก ไปเที่ยวน้ำตกทีลอแล (น้ำตกที่เลยน้ำตกทีลอซูเข้าไปในเขตพม่ามาแทน

ประเภทของใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวแบ่งเป็น 3 ประเภท (ความรู้เกี่ยวกับ มัคคุเทศก์, 2552) คือ

1) เฉพาะพื้นที่ ได้แก่ การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่ใดในจังหวัดหนึ่งจังหวัดใด ที่สำนักงานตั้งอยู่และจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดนั้น

2) ในประเทศ ได้แก่ การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดภายในราชอาณาจักร (DOMESTIC)

3) ต่างประเทศ ได้แก่ การประกอบธุรกิจนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดในต่างประเทศ (OUTBOUND) หรือนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ (INBOUND) และรวมถึงการนำเที่ยวไปยังสถานที่หนึ่งสถานที่ใดในราชอาณาจักร (DOMESTIC)

ฉันทิช วรรณนอม (2546: 113) ได้อธิบายประเภทของบริษัทนำเที่ยวเพิ่มเติมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไว้ดังนี้ คือ

1) บริษัทนำเที่ยวที่เน้นบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package tour) เป็นบริษัทที่มักมีบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการรับจองที่พัก ร้านอาหาร ตัวเครื่องบิน สถานที่เข้าชม ยานพาหนะ ฯลฯ บริษัทนำเที่ยวเหมาจ่ายจะนำบริการเหล่านี้มาคิดรวมเป็นราคาเบ็ดเสร็จเพื่อเสนอขาย

2) บริษัทนำเที่ยวที่มีความชำนาญพิเศษเฉพาะด้าน จะมีขอบเขตการจัดนำเที่ยวแคบกว่าประเภทแรก โดยมากจะจัดนำเที่ยวในประเทศ และอาจจัดนำเที่ยวเป็นครั้งคราวหรือตามความต้องการของลูกค้า เช่น การจัดทัวร์แบบผจญภัยในรูปแบบต่างๆ เช่น การล่องแก่ง การเดินป่า การดำน้ำลึก การปีนหน้าผา เป็นต้น ในบางกรณีอาจจัดนำเที่ยวไปยังต่างประเทศ เช่น การจัดนำเที่ยวไปชมการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ที่เกาหลีใต้ ฯลฯ

3) บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศ จะดำเนินการจัดนำเที่ยว ไปในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศ โดยการขายบริการนำเที่ยวจะเป็นการขายตรง หรืออาจเป็นการขายผ่านบริษัทตัวแทนก็ได้

4) บริษัทนำเที่ยวที่เน้นบริการเฉพาะชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว บริษัทเหล่านี้มักอาศัยตัวแทนนำเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาแล้วจะทำหน้าที่รับช่วงต่อในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวระหว่างพักอยู่ในประเทศ โดยมาเป็นบริษัทที่มีที่ตั้งสำนักงานสาขาในประเทศต่างๆ หรือเป็นบริษัทใหญ่ๆ ในประเทศไทยที่ดำเนินการรับช่วงต่อโดยรับดำเนินการบริการนักท่องเที่ยวจากหลายๆ บริษัททัวร์ใหญ่ในต่างประเทศที่มีการทำสัญญากัน

ด้านหน้าที่ความรับผิดชอบของบริษัทนำเที่ยว พวงบุหงา ภูมิพานิช (2539: 11) กล่าวว่า บริษัทนำเที่ยวมีหน้าที่ความรับผิดชอบสรุปดังนี้

1) จัดโปรแกรมนำเที่ยวโดยขายตรงให้กับลูกค้าทั่วไป หน่วยงานต่างๆ ซึ่งการจัดโปรแกรมนำเที่ยวโดยตรงนี้บริษัทนำเที่ยวมีหน้าที่ต้องดำเนินงานทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการตลาด การขาย การติดต่อธุรกิจบริการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการนำเที่ยว

2) จัดโปรแกรมนำเที่ยวโดยขายผ่านตัวแทนนำเที่ยวโดยจัดโปรแกรมนำเที่ยวที่หลากหลาย

ทั้งระยะสั้นและระยะยาว เพื่อส่งให้บริษัทตัวแทนท่องเที่ยวขายให้กับลูกค้าทั่วไปหรือองค์กรต่างๆ โดยบริษัทนำเที่ยวจะสนับสนุน ช่วยเหลือและให้ความร่วมมือในการส่งเสริมการขาย

3) จัดโปรแกรมนำเที่ยวผ่านทางบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ โดยให้บริษัทนำเที่ยวที่อยู่ต่างประเทศซึ่งเป็นตัวแทน (Agent) เป็นผู้จัดรายการนำเที่ยวภาคพื้นดิน(Land Arrangement) ให้และบริษัทนำเที่ยวนำมาขายให้กับลูกค้าทั่วไปหรือองค์กรต่างๆ

4) จัดนำเที่ยวตามความต้องการของหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ โอกาสไม่ได้เดินทางมีน้อย บริษัทนำเที่ยวจะตัดปัญหาเรื่องการประชาสัมพันธ์ และการขายหน้าร้าน มีหน้าที่จัดโปรแกรมนำเที่ยวให้เป็นที่พักใจของลูกค้า ซึ่งเป็นองค์กรต่างๆ เพื่อต้องการให้กลับมาใช้บริการอีกในโอกาสต่อไป

5) จัดโปรแกรมการศึกษาภาษาต่างประเทศ ภาคฤดูร้อน ณ ต่างประเทศ เป็นการจัดหลักสูตรระยะสั้นให้กับนักเรียน นิสิต นักศึกษาพร้อมทั้งจัดนำเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ของประเทศ จุดหมายปลายทาง ซึ่งทำให้ได้ทั้งความรู้และได้ท่องเที่ยวในเวลาเดียวกัน

4.ธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึก

ความหมายของสินค้าที่ระลึก (Souvenir) กุลวรา สุวรรณพิมล (2548) ให้ความหมายว่า หมายถึง สิ่งของต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของเมืองของประเทศต่างๆ และมีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ในการซื้อ และนำผลิผลนั้นๆ กลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ อาจจะเป็นของที่ระลึก เพื่อเป็นของฝากหรือเพื่อใช้สอย ลักษณะของสินค้าที่ระลึก ดังนี้

- (1) เป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น
- (2) เป็นสินค้าหายาก ราคาแพง มีการผลิตและมีวัตถุดิบในท้องถิ่นนั้น
- (3) เป็นสินคาราคาถูก
- (4) มีความดึงดูดใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์การตกแต่งลวดลายสีสันท
- (5) เป็นสินค้าที่ทำซื้อได้ง่ายสะดวกซื้อ มีวางขายตามจุดต่างๆ อย่างเหมาะสม
- (6) มีรูปร่างและน้ำหนักไม่อุปสรรคต่อการขนส่ง
- (7) เป็นสินค้าที่ใช้วัสดุแรงงานในท้องถิ่นนั้น
- (8) มีการแสดงขั้นตอนวิธีการทำให้นักท่องเที่ยวได้ชมหรือได้ทดลองทำเป็นการสร้างความประทับใจและเห็นคุณค่าของสินค้านั้นๆ

ธุรกิจสินค้าที่ระลึก (souvenirs) (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี, ม.ป.ป) หมายถึงการ ประกอบธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อเป็นของที่ระลึก ของฝาก หรือแม่แต่เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน สินค้าที่ระลึกมักถูกพัฒนาขึ้นมาจากศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่น ที่แสดงเอกลักษณ์ ความเป็นอยู่ของท้องถิ่น โดยใช้วัสดุที่หาได้ภายในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบในการผลิต และใช้แรงงานฝีมือคนท้องถิ่น เช่น วัสดุทำจากไม้หรือหินจากอัฟริกา ผาปก ผาไหมจากจีน เป็นต้น

2.2.2 ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

จากการตระหนักถึงประโยชน์และความจำเป็นในการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวตามที่ได้กล่าวมาในข้างต้นนั้นปัจจุบันจึงมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดย Piboonrungraj และ Disney ได้พบว่าแนวโน้มของงานวิจัยในด้านนี้ตั้งแต่ปี ค.ศ.2005 ซึ่งเป็นปีหลังจาก งานของ Xavier และ Font (2004) ทำให้ประเด็นวิจัยนี้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก

จากการที่งานวิจัยด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวนี้เป็นงานวิจัยที่ค่อนข้างใหม่ ดังนั้นเพื่อให้ได้ภาพรวมของงานวิจัยด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว จึงได้ค้นคว้าวิเคราะห์วรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Literature Search and Review) โดยเป็นการพัฒนาจากงานของ Piboonrungraj and Disney (2009) ซึ่งทำการค้นคว้างานวิจัยในฐานข้อมูลวิจัยหลักที่เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ได้แก่ Scopus, ABI/INFORM Global (Pro-quest), ScienceDirect and EBSCO รวมถึง Google Scholar เพื่อให้สามารถครอบคลุมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ได้มากที่สุด โดยคำสำคัญที่ใช้ในการค้นคว้าได้แก่ “tourism supply chain”, “travel supply chain” และ “hospitality supply chain” และได้ติดตามอ่านงานวิจัยนั้น เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และสืบค้นงานวิจัยที่ถูกอ้างอิงเพื่อนำไปสู่งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ด้วย

จากการวิเคราะห์งานวิจัยที่ค้นพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทาน การท่องเที่ยว นั้น มักจะเป็นงานวิจัยที่เป็นการนำเสนอกรอบแนวคิดและการใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์เช่น ทฤษฎีเกมส์มา วิเคราะห์ (Zhang et al., 2009) ทำให้ยังขาดงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ใช้ข้อมูลจริงในการวิเคราะห์ โดยงานวิจัยที่ใช้ข้อมูลจริงสำหรับศึกษาห่วงโซ่อุปทานโดยเฉพาะห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว นั้นมีความจำเป็นและเป็นที่ต้องการอย่างมากทั้งในวงการวิชาการ ภาครัฐ หรือภาคเอกชน เนื่องจากห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว นั้นมีความซับซ้อนและมีปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างหลากหลาย (Véronneau & Roy 2009) กรอบแนวคิดและผลงานวิจัย ที่เกิดจากการวิเคราะห์ทางคณิตศาสตร์จึงจำเป็นที่จะต้องได้รับการพิสูจน์และอธิบายด้วยงานวิจัยเชิงประจักษ์

2.2.3 การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2552) ทำการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย โดยศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย วิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป และวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกประกอบทางการท่องเที่ยว รวมทั้งวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปโดยการวัดความพึงพอใจในการได้รับการบริการทั้ง 5 ด้าน โดยการศึกษาใช้วิธีการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และการสัมภาษณ์หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของไทยทั้งภาครัฐและเอกชน ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 41.40 ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก และร้อยละ 31.86 เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่า 4 ครั้ง ด้านจำนวนวันเฉลี่ยที่ท่องเที่ยวและพำนักร้อยละ

ประเทศไทยร้อยละ 58.37 มากกว่า 15 วัน ส่วนจังหวัด 3 อันดับแรกที่อยู่ในแผนการเดินทางท่องเที่ยว คือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ต โดยเหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ คนไทยมีความเป็นมิตร ธรรมชาติที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อาหารและเครื่องดื่ม และความคุ้มค่าของราคา ทั้งนี้ ร้อยละ 47.67 ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเลือกพักโรงแรมชั้นหนึ่งระดับ 4 ดาว ด้านแรงจูงใจและความต้องการในการท่องเที่ยวพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการพักผ่อนและคลายเครียด ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และต้องการเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ทั้งนี้องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปมีความพึงพอใจต่อการบริการของประเทศไทย คือ ความปลอดภัย ที่ตั้งของที่พัก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณี กิจกรรมเรียนรู้ เช่น การฝึกทำอาหารไทย

วรัชต์ มัธยมบุรุษ (2554) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถซึมซับความรู้สึกลึกได้ยาวนาน เป็นการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Tourism) ไม่เร่งรีบ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพราะไม่สามารถเดินทางได้รวดเร็วเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการความช่วยเหลือและการดูแลมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านร่างกายของนักท่องเที่ยว ด้านความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางชมสถานที่ท่องเที่ยวทั้งโดยทางเท้าและทางรถยนต์ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดด้านสภาพร่างกายและผู้สูงอายุต้องการบริการที่ดีหรือบริการในระดับสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น โดยยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังต้องการได้รับข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ละเอียดและข้อมูลเชิงลึกกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปเนื่องจากส่วนหนึ่งเคยมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้มาก่อนแล้ว ดังนั้น ผู้ให้บริการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ควรมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างละเอียด สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการให้มีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม เช่น มีป้ายบอกทางและป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่มีตัวอักษรขนาดใหญ่และแสดงรายละเอียดที่สำคัญอย่างชัดเจน ระยะเวลาเที่ยวชมไม่ควรเกินครึ่งชั่วโมงต่อรอบเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายของผู้สูงอายุ ทางเดินควรมีความลาดชันน้อย เรียบ และสามารถใช้รถเข็นได้ นอกจากนี้ ควรมีห้องพยาบาลหรือจุดบริการด้านสุขภาพเพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านสุขภาพ ควรมีสถานที่ที่สามารถใช้สังสรรค์และจัดงานเลี้ยงระหว่างผู้สูงอายุด้วยกัน ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถและเส้นทางการเดินไปยังห้องพักให้เหมาะสมกับการเดินทางของผู้สูงอายุและควรมีสถานที่เพียงพอ

แผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2555) ได้ทำการศึกษา 2 โครงการย่อย คือ

การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และการประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยแผนงานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พร้อมทั้งประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการตลาดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism ที่สามารถจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

การศึกษาการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ได้จัดลำดับแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ที่มีศักยภาพสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รายจังหวัดและตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้ผู้ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้ประเมิน วางแผนปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความรับผิดชอบให้มีศักยภาพยิ่งขึ้นไปได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการนำเที่ยวสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการวางแผนจัดรายการทัวร์ เพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ และผลการศึกษาด้านตลาดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (โครงการย่อยที่ 2) พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเพณี และวัฒนธรรมคล้ายกัน แต่จะแตกต่างกันในเรื่องของปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการตัดสินใจไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากคนไทยมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ก่อนแล้ว จึงทำให้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการตัดสินใจไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ ปัจจัยรองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว สิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมที่มีในแหล่งท่องเที่ยว และลำดับสุดท้ายที่ให้ความสำคัญ คือ สิ่งบริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับแรกเช่นเดียวกัน รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว สิ่งบริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง และลำดับสุดท้ายที่ให้ความสำคัญคือสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมที่มีในแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้การวางแผนการตลาดสำหรับหน่วยงานของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว

โดยข้อเสนอแนะจากโครงการ ระบุว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการตลาดการท่องเที่ยว โครงการนี้ จึงเสนอให้ให้ความสำคัญของการเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับแรก เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างให้ความสำคัญในเรื่องคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด พร้อมนี้ควรกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวคือ “ภาคเหนือตอนบนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ด้วยธรรมชาติที่งดงามและแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่หลากหลาย” โดยมุ่งเน้นที่จุดขายหลักในด้านความงามของธรรมชาติ และความหลากหลายของวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

สำหรับงานวิจัยที่เน้นการศึกษาความต้องการเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ Javalgi และคณะ (1992) พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมใช้บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว และมีความอ่อนไหวต่อราคาเดินทาง สำหรับ Hsu (2001) ชี้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุจะให้ความสนใจซื้อเสียง

ของธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นผู้จัดรายการนำเที่ยว Romsa และ Blenman (1989) พบว่า ผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับประเภทของพาหนะ และการจัดกิจกรรมที่สนุกสนาน และไม่พบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวสูงอายุกับนักท่องเที่ยวอื่น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hong และคณะ (1999) ที่พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุมักใช้จ่ายในหมวดค่าพาหนะมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าอาหาร ค่าที่พัก และค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานบันเทิงต่างๆ สำหรับ Ananth, DeMicco, Moreo และ Howey (1992) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ จากทางโรงแรมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า ในส่วนของการเลือกร้านอาหาร Sun และ Morrison (2007) พบว่า ผู้สูงอายุนิยมเลือกร้านอาหารโดยพิจารณาจากปัจจัยหลัก 3 ประการได้แก่

- (1) การบริการและบรรยากาศภายในร้าน
- (2) ประเภทของอาหารและราคา
- (3) ส่วนลดที่ทางร้านจัดให้

ไตรรัตน์ จารุทัศน์, จิราพร เกศพิชญวัฒนา, กิตติอร ชาลปติ และศรัณยา หล่อมนีนพรัตน์ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, มปป.) พบว่า ผู้สูงอายุนิยมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบครัน รวมทั้งรายละเอียดปลีกย่อยของวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ความสูงของลูกตั้งบันได ความชันของทางลาด ความสูงของสวิตช์ไฟฟ้าและราวจับ ลักษณะของลูกบิด กลอนประตู และก๊อกน้ำ

สำหรับการศึกษาถึง “ข้อจำกัด” ที่ทำให้ผู้สูงอายุไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ Nimrod (2008) พบว่า มีข้อจำกัด 4 ข้อที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางของผู้สูงอายุ ได้แก่

- (1) รายได้หลังเกษียณที่มีจำกัด
- (2) สุขภาพไม่สมบูรณ์แข็งแรง
- (3) มีภาระต้องดูแลผู้อื่น
- (4) ขาดเพื่อนร่วมเดินทาง

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ McGuire (1984) ที่พบ 5 ปัจจัยซึ่งส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ได้แก่

- (1) ปัจจัยแวดล้อมภายนอก

เช่น ขาดข้อมูล ขาดทุนทรัพย์ ต้องเตรียมการมากเกินไป ไม่มีอุปกรณ์เครื่องใช้ในการเดินทางที่เหมาะสม และขาดพาหนะในการเดินทาง

- (2) ปัจจัยเรื่องเวลา

เช่น มีภาระงานที่ต้องทำ

- (3) ปัจจัยด้านการไม่ได้รับความเห็นชอบจากบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อน

เช่น ไม่สนับสนุนให้เดินทาง หรือไม่เห็นด้วยกับสถานที่ที่เลือกไปท่องเที่ยว

- (4) ปัจจัยด้านสังคม

เช่น คู่สมรสไม่ชอบเดินทางท่องเที่ยว และไม่มีเพื่อนร่วมเดินทาง

- (5) ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกาย

เช่น มีโรคประจำตัว กลัวการเดินทางด้วยการขนส่งบางประเภท และขาดความคล่องตัวในการเดินทางเนื่องจากอายุมาก

ส่วนงานวิจัยของ Hong และคณะ (1999) พบว่า ปัจจัยเดียวที่เป็นข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ คือ รายได้ เหตุเพราะผู้สูงอายุช่วงต้นจะมีเงินออมมากพอที่จะเดินทางได้ตามที่ต้องการ ต่างกับผู้สูงอายุในช่วงปลายที่เงินออมหรือรายได้ลดลง สำหรับ Fleischer และ Pizam (Fleischer & Pizam, 2002) ให้ข้อสรุปในเรื่องของข้อจำกัดของผู้สูงอายุในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวซึ่งจะขึ้นอยู่กับช่วงอายุ ระดับของรายได้ และสุขภาพ Fleischer และ Pizam จึงเสนอว่า ธุรกิจนำเที่ยวควรมุ่งดึงดูดลูกค้าในกลุ่มอายุ 60-70 ปี เพราะเป็นผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยที่พร้อมที่สุด เนื่องด้วยปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการ

2.3 สถิตินักท่องเที่ยว

2.3.1 สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากสถิตินักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่จัดเก็บโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2541 – 2550) และกรมการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป) พบว่า ในภาพรวมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ถึง พ.ศ. 2555 มีสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จะมีช่วงระหว่างปี พ.ศ.2541 ถึง พ.ศ.2552 มีการเพิ่มขึ้นและลดลงของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติอยู่ในระดับที่ไม่มากนัก ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 2 - 6 แสนคน โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 มีสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นปีละกว่า 3 ล้านคน หากมองในภาพรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มของผู้สูงอายุจะพบว่ามีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นทุกปี และจะมีจำนวนที่ค่อนข้างสูงมากในปี พ.ศ. 2544 และสูงสุดในปี พ.ศ.2551 คือ 4,478,062 คน (ร้อยละ 30.71 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติอายุระหว่าง 55-64 ปี มาเที่ยวประเทศไทย ประมาณร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ส่วนอายุ 65 ปีขึ้นไป มีอัตราการมาเที่ยวประเทศไทย ประมาณร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังตารางที่ 2.1 และรูปที่ 2.3

ตารางที่ 2.1: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เข้ามาในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 - 2555

จำนวน (คน)

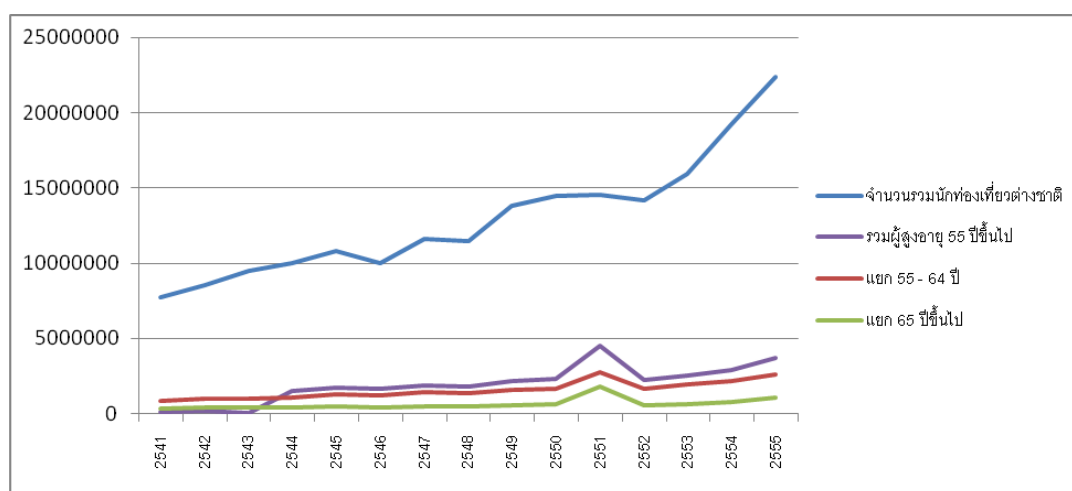
ปี พ.ศ.	จำนวนรวม นักท่องเที่ยว ต่างชาติ ทั้งหมด	แยก 55 - 64 ปี		แยก 65 ปีขึ้นไป		รวม ผู้สูงอายุ 55 ปีขึ้นไป	ร้อยละของ นักท่องเที่ยว ทั้งหมด
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
2541	7,764,930	826,902	70.63	343,930	29.37	1,170,903	15.08
2542	8,580,329	945,459	70.18	401,698	29.82	1,347,227	15.70

ตารางที่ 2.1: (ต่อ) จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เข้ามาในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 - 2555

จำนวน (คน)

ปี พ.ศ.	จำนวนรวม นักท่องเที่ยว ต่างชาติ ทั้งหมด	แยก 55 - 64 ปี		แยก 65 ปีขึ้นไป		รวม ผู้สูงอายุ 55 ปีขึ้นไป	ร้อยละของ นักท่องเที่ยว ทั้งหมด
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
2543	9,508,623	996,057	70.02	426,439	29.98	1,422,566	14.96
2544	10,061,950	1,060,440	70.55	442,756	29.45	1,503,267	14.94
2545	10,799,067	1,228,238	71.78	482,890	28.22	1,711,128	15.85
2546	10,004,453	1,178,155	73.18	431,718	26.82	1,609,946	16.09
2547	11,650,703	1,373,279	74.64	466,599	25.36	1,839,953	15.79
2548	11,516,936	1,348,016	74.83	453,326	25.17	1,801,417	15.64
2549	13,821,802	1,583,504	74.71	536,171	25.29	2,119,750	15.34
2550	14,464,228	1,663,221	73.62	595,940	26.38	2,259,235	15.62
2551	14,584,220	2,718,785	60.71	1,759,277	39.29	4,478,123	30.71
2552	14,149,841	1,634,889	74.02	573,901	25.98	2,208,864	15.61
2553	15,936,400	1,893,874	75.47	615,645	24.53	2,509,594	15.75
2554	19,230,470	2,119,860	73.95	746,943	26.05	2,866,877	14.91
2555	22,353,903	2,604,599	70.83	1,072,504	29.17	3,677,174	16.45

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545 - 2550 และ กรมการท่องเที่ยว, 2551 - 2555



รูปที่ 2.3: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย
ปี พ.ศ. 2541 - 2555

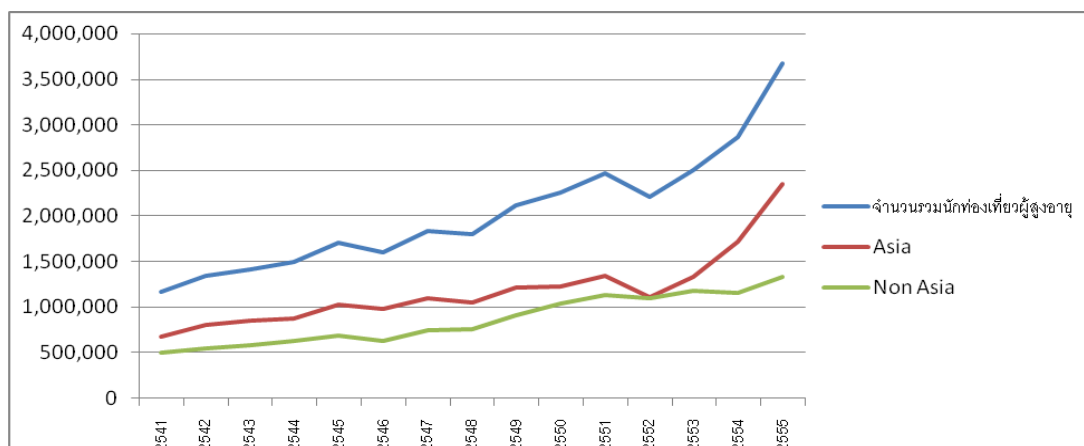
2.3.2 สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย แยกเป็นประเทศในเอเชียและไม่ใช่ประเทศในเอเชีย

เมื่อจำแนกสถิตินักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เป็นประเทศในเอเชีย และไม่ใช่ประเทศในเอเชีย พบว่า สถิตินักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่อยู่ในโซนเอเชียตั้งแต่ปี พ.ศ.2541-2551 มีจำนวนสูงกว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโซนอื่นๆ ประมาณร้อยละ 60 และ ประมาณร้อยละ 40 แต่ในปี พ.ศ.2552 จำนวนนักท่องเที่ยวที่อยู่ในโซนเอเชียลดลง สาเหตุจากปัญหาทางด้านการเมือง ซึ่งมีผลกระทบชัดเจน ทำให้มีจำนวนใกล้เคียงกันกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในโซนอื่น และภาพรวมของจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจึงลดลงตามไปด้วย แต่ในปี พ.ศ. 2554-2555 จำนวนนักท่องเที่ยวโซนเอเชียสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน ในขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโซนอื่นๆ มีอัตราการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทุกปี ดังตารางที่ 2.2 และรูปที่ 2.4

ตารางที่ 2.2: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกเป็นประเทศในAsia และไม่ใช่ประเทศใน Asia

ปี พ.ศ.	จำนวนรวม	Asia		Non Asia	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2541	1,170,832	677,187	57.84	493,645	42.16
2542	1,347,157	806,871	59.89	540,286	40.11
2543	1,422,496	846,798	59.53	575,698	40.47
2544	1,503,196	877,369	58.37	625,827	41.63
2545	1,711,128	1,030,766	60.24	680,362	39.76
2546	1,609,873	985,180	61.20	624,693	38.80
2547	1,839,878	1,097,476	59.65	742,402	40.35
2548	1,801,342	1,051,741	58.39	749,601	41.61
2549	2,119,675	1,219,109	57.51	900,566	42.49
2550	2,259,161	1,222,579	54.12	1,036,582	45.88
2551	2,476,440	1,342,538	54.21	1,133,902	45.79
2552	2,208,790	1,108,642	50.19	1,100,148	49.81
2553	2,509,519	1,326,329	52.85	1,183,190	47.15
2554	2,866,803	1,716,747	59.88	1,150,056	40.12
2555	3,677,103	2,346,203	63.81	1,330,900	36.19

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545 - 2550 และ กรมการท่องเที่ยว, 2551 - 2555



รูปที่ 2.4: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติแยกรายโซน
ปี พ.ศ. 2541 – 2555

2.3.3 จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ 10 อันดับแรก

จากการศึกษา วิเคราะห์จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ 10 อันดับ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ. 2541 – 2555 พบว่าเป็นชาวญี่ปุ่น มาเลเซีย อเมริกัน จีน เยอรมัน สิงคโปร์ อังกฤษ ไต้หวัน ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส และเกาหลี นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเป็นชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอันดับแรกๆ มาตลอด ส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยวแบบพำนักรูปแบบระยะยาว (Long stay Tourism) จนถึงปี พ.ศ. 2550 ที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเข้ามาท่องเที่ยวไทยเป็นอันดับ 1 แทนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวมาเลเซียส่วนหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาทางชายแดน (Border Tourism) จึงทำให้มีอัตราสูงมาก และกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากจีน เป็นกลุ่มที่น่าจับตามอง เนื่องจากมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในปี พ.ศ. 2555 ดังตารางที่ 2.3 และรูปที่ 2.5

ตารางที่ 2.3: การจัดอันดับ 10 ประเทศแรกที่มีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ.2541 – 2555

ลำดับ	2541		2542		2543	
	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน
1	Japan	189,051	Japan	207,022	Japan	232,776
2	Malaysia	139,935	Malaysia	166,464	Malaysia	160,277
3	China	94,340	China	130,382	U.S.A.	111,686
4	U.S.A.	74,412	U.S.A.	93,702	China	105,672
5	Germany	71,813	Germany	78,248	Taiwan	90,972
6	Singapore	71,317	UK.	74,289	Singapore	80,089
7	UK.	62,730	Taiwan	73,260	Germany	75,980
8	Taiwan	58,988	Singapore	71,776	UK.	72,592

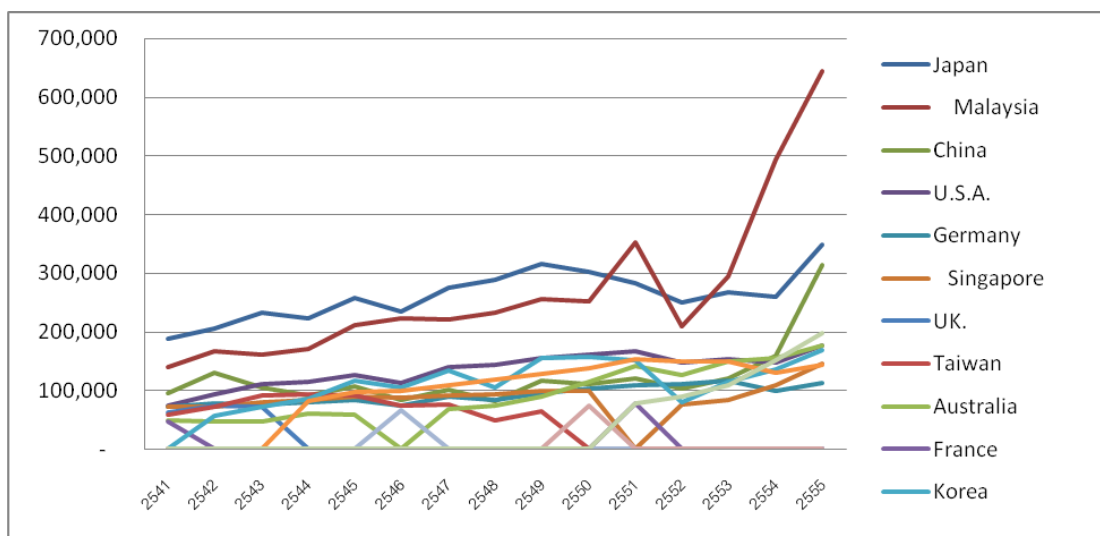
ตารางที่ 2.3 (ต่อ) การจัดอันดับ 10 ประเทศแรกที่มีนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ.2541 – 2555

ลำดับ	2541		2542		2543	
	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน
9	Australia	48,660	Korea	56,457	Korea	70,532
10	France	46,824	Australia	46,485	Australia	46,628
ลำดับ	2544		2545		2546	
	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน
1	Japan	223,331	Japan	259,051	Japan	234,655
2	Malaysia	170,774	Malaysia	211,965	Malaysia	223,182
3	USA	115,750	USA	125,532	USA	113,220
4	Taiwan	93,776	Korea	115,994	Korea	103,606
5	China	91,306	China	106,035	UK.	98,936
6	Korea	85,527	United Kingdom	96,775	Singapore	87,720
7	Singapore	83,915	Taiwan	90,992	China	84,111
8	United Kingdom	81,190	Singapore	90,257	Germany	74,635
9	Germany	79,341	Germany	83,310	Taiwan	74,375
10	Australia	60,609	Australia	59,193	Hong Kong	65,619
ลำดับ	2547		2548		2549	
	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน
1	Japan	274,551	Japan	288,001	Japan	315,965
2	Malaysia	220,495	Malaysia	232,494	Malaysia	256,441
3	USA	139,811	USA	144,565	USA	156,250
4	Korea	134,203	UK.	118,608	Korea	155,303
5	UK.	109,918	Korea	105,295	UK.	129,120
6	China	100,247	Singapore	92,604	China	116,363
7	Singapore	90,992	Germany	83,925	Singapore	98,582
8	Germany	89,408	China	81,390	Germany	94,904
9	Taiwan	77,045	Australia	73,697	Australia	89,892
10	Australia	68,369	Taiwan	48,635	Taiwan	64,494

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) การจัดอันดับ 10 ประเทศแรกที่มีนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ.2541 – 2555

ลำดับ	2550		2551		2552	
	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน
1	Japan	302,688	Malaysia	352,836	Japan	250,366
2	Malaysia	250,869	Japan	282,788	Malaysia	209,902
3	USA	160,942	U.S.A.	166,213	United Kingdom	150,829
4	Korea	156,229	UK.	154,241	U.S.A.	147,238
5	UK.	139,371	Korea	150,192	Australia	127,355
6	Australia	114,045	Australia	142,623	Germany	111,853
7	China	110,024	China	120,825	China	102,059
8	Germany	104,413	Germany	109,148	Laos	88,882
9	Singapore	99,495	France	77,940	Korea	79,208
10	Sweden	75,089	Laos	77,790	Singapore	74,871
ลำดับ	2553		2554		2555	
	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน
1	Malaysia	294,261	Malaysia	492,863	Malaysia	643,305
2	Japan	268,664	Japan	260,268	Japan	348,471
3	U.S.A.	154,008	China	159,332	China	314,752
4	UK.	150,476	Australia	155,617	Laos	197,417
5	Australia	149,341	Laos	151,493	Australia	176,999
6	China	120,054	U.S.A.	148,185	U.S.A.	176,503
7	Germany	117,262	Korea	135,320	Korea	168,100
8	Korea	114,902	UK.	130,584	Singapore	145,642
9	Laos	108,041	Singapore	108,069	UK.	143,732
10	Singapore	82,783	Germany	98,674	Germany	112,815

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 2555



รูปที่ 2.5: จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติ 10 อันดับ
ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ. 2541 - 2555

2.3.4 จำนวนนักท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน

ตารางที่ 2.4: สถิตินักท่องเที่ยว 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ปี พ.ศ. 2552 – 2556

จังหวัด / ปี	2552	2553	2554	2555	2556	รวม (คน)
เชียงใหม่	3,479,363	3,944,415	4,377,739	5,138,371	5,590,080	22,529,968
เชียงราย	1,441,961	1,996,374	2,007,591	2,401,776	2,549,554	10,397,256
พะเยา	69,589	88,783	130,759	232,827	252,709	774,667
ลำพูน	84,208	126,185	142,120	241,921	274,694	869,128
ลำปาง	297,957	275,146	302,992	439,831	456,901	1,772,827
แพร่	183,439	250,528	213,569	297,380	320,333	1,265,249
น่าน	185,987	228,127	240,267	406,586	495,295	1,556,262
แม่ฮ่องสอน	478,034	441,011	423,723	505,352	447,747	2,295,867
รวมทั้งหมด (คน)						41,461,224

ที่มา: ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด TOURISMTHAILAND.ORG/MARKETINGDATABASE

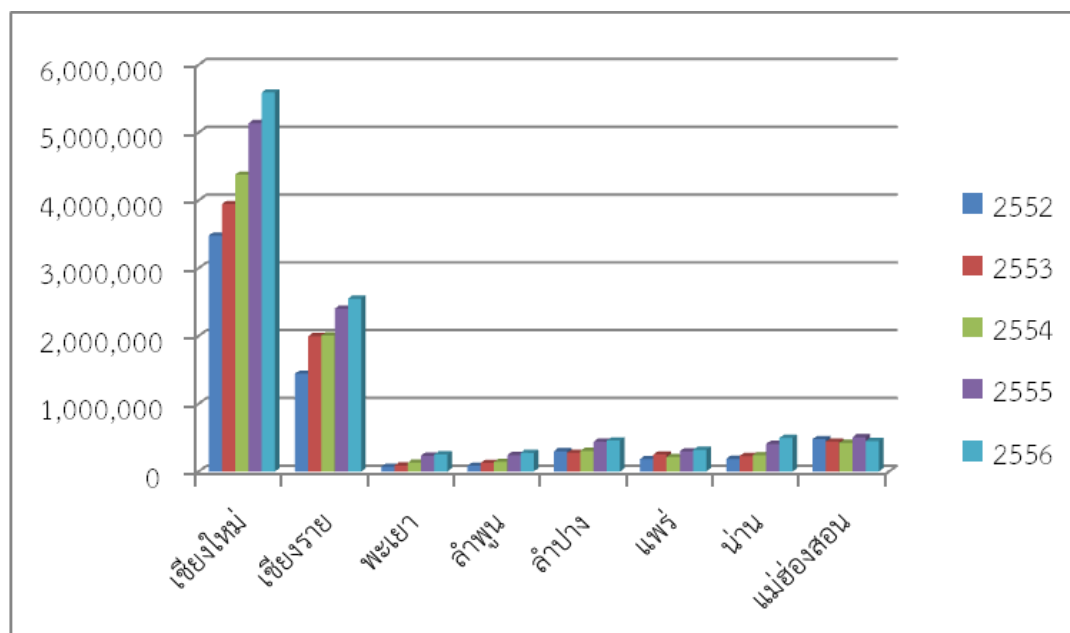
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- ข้อมูลตั้งแต่ปี 2551 เป็นข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

- ข้อมูลตั้งแต่ปี 2550 ย้อนหลังเป็นข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สำนักงานสถิติแห่งชาติ

กรมการท่องเที่ยว



รูปที่ 2.6: สถิตินักท่องเที่ยว 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน ปีพ.ศ. 2552 - 2556

2.3.5 จำนวนนักท่องเที่ยว 10 แรกที่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 2.5: 10 ประเทศแรกที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ. 2553-2555

ลำดับ	2553		2554		2555	
	ประเทศ	จำนวน (คน)	ประเทศ	จำนวน (คน)	ประเทศ	จำนวน (คน)
1	ไทย	1,659,438	ไทย	2,004,999	ไทย	2,630,043
2	สหรัฐอเมริกา	141,859	สหรัฐอเมริกา	223,457	สหรัฐอเมริกา	219,608
3	ญี่ปุ่น	116,430	ฝรั่งเศส	150,499	ฝรั่งเศส	172,412
4	ประเทศอื่นๆ	99,259	ญี่ปุ่น	144,905	ประเทศอื่นๆ	167,780
5	ฝรั่งเศส	85,548	สหราชอาณาจักร	140,413	ออสเตรเลีย	126,858
6	ออสเตรเลีย	80,881	ประเทศอื่นๆ	131,135	สหราชอาณาจักร	110,196
7	สหราชอาณาจักร	74,022	ออสเตรเลีย	130,492	เยอรมนี	100,218
8	มาเลเซีย	62,476	เยอรมนี	96,713	เกาหลี	77,799
9	เยอรมนี	58,165	เนเธอร์แลนด์	67,174	เนเธอร์แลนด์	69,837
10	อิสราเอล	54,573	สิงคโปร์	65,807	สิงคโปร์	65,807

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเชียงใหม่, 2557.

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาโครงการ “การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ” เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied research) โดยเริ่มจากการทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่สำคัญที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวการจัดการห่วงโซ่อุปทาน แนวคิดเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว กรอบแนวคิดด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พร้อมทั้งการเก็บข้อมูลเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้แบบสอบถาม การสังเกตการณ์ทัวร์ผู้สูงอายุ ทดลองจัดทัวร์ผู้สูงอายุ การสัมภาษณ์ การประชุมกลุ่มย่อย การพัฒนาเครื่องมือ Quick SCAAN ภายใต้กรอบ SCAAN[©] Model เพื่อสำรวจ และจัดทำฐานข้อมูลห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และประชาสัมพันธ์ผ่าน Website

ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวนั้น (Supply chains) นั้นมีความซับซ้อนสูง ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้นก็ประกอบด้วยหลายองค์กร เช่น ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น โดยองค์กรเหล่านี้ล้วนมีความสัมพันธ์กันทั้งสิ้น การตรวจสอบผลการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวนั้นจึงมีความยากลำบากและใช้เวลานาน จากการศึกษาวิจัยในอดีตพบว่า วิธีการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของบริษัทในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มักจะใช้วิธีการสำรวจ (Survey) หรือ กรณีศึกษา (Case study) อย่างไรก็ตามทั้งสองวิธีนั้นต่างก็มีข้อดีและข้อเสีย โดยการสำรวจนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างมากโดยแลกกับความลึกและละเอียดของข้อมูลที่สำรวจ ในขณะที่เดียวกันการใช้วิธีแบบกรณีศึกษานั้นจะได้ความละเอียดและความลึกของข้อมูลที่มากกว่า ทว่าจะสามารถศึกษาได้ในกลุ่มตัวอย่างที่น้อยกว่าการสำรวจมาก เนื่องจากใช้เวลาในการเก็บข้อมูลที่นานกว่ามากนั่นเอง (Piboonrungsroj, 2008) ซึ่งระเบียบวิธีวิจัยของโครงการฯ มีดังต่อไปนี้

3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

3.1.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย และชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน
2) แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตามช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็น 5 กลุ่ม เพื่อสะดวกในการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละกลุ่ม คือ

- (1) ช่วงอายุ 55 - 59 ปี
- (2) ช่วงอายุ 60 - 64 ปี
- (3) ช่วงอายุ 65 - 69 ปี
- (4) ช่วงอายุ 70 - 74 ปี
- (5) ช่วงอายุ 75 ปีขึ้นไป

3.1.2 กลุ่มผู้ประกอบการ

เลือกผู้ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแต่ละ Sector โดยใช้การเลือกตามทฤษฎี (Theoretical Sampling) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา โดยการเลือกผู้ประกอบการจะคำนึงถึงความหลากหลายของลักษณะให้ครอบคลุมทั้งการให้บริการด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก นำเที่ยว อาหาร การรักษาและจำหน่ายของที่ระลึก และขนาดของผู้ประกอบการ เช่น ขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ โดยเลือกศึกษา 8 แห่ง คือ 1) Care Centre Chiang Mai 2) สถาบันแมคเคน จังหวัดเชียงใหม่ 3) โฮมสเตย์ดอยแม่สะลอง จังหวัดเชียงราย 4) วัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน 5) ร้านโกลีฟาร์ม จังหวัดเชียงใหม่ 6) แสตนด์การ์ดทัวร์ จังหวัดเชียงใหม่ 7) เวียงกุมกาม จังหวัดเชียงใหม่ และ 8) คำณารีสอร์ต จังหวัดเชียงราย

3.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

3.2.1 ทบทวนวรรณกรรม ในด้านแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจด้านที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจด้านการนำเที่ยว ธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศไทย สถิตินักท่องเที่ยวในเอเชียและไม่ใช่เอเชียในประเทศไทย สถิตินักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และสถิตินักท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน จากเอกสาร รายงานการวิจัย และเว็บไซต์

3.2.2 สำนวณพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาพรวม

1) สำนวณโดยใช้แบบสอบถาม

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เก็บแบบสอบถามจำนวน 648 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นชาวไทย 403 คนและชาวต่างชาติ 245 คน ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีน 70 คน ชาวญี่ปุ่น 33 คนและชาวต่างชาติอื่นๆ อีก 142 คน

โดยมีกรอบประเด็นในการสอบถาม 5 ประเด็นหลัก ดังนี้

- (1) พฤติกรรมการท่องเที่ยว
- (2) การวางแผนการท่องเที่ยว
- (3) ข้อมูลข่าวสาร
- (4) การจัดบริการการท่องเที่ยว
- (5) การใช้อินเทอร์เน็ต

ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ (แบบสอบถาม) จัดทำเป็น 4 ภาษา คือ ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น

วิธีการเก็บข้อมูล ใช้วิธีเก็บแบบสอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยว (Face to Face) จากแหล่งท่องเที่ยว แหล่งที่พัก ร้านอาหาร กรุ๊ปทัวร์ 600 ชุด ในอัตราส่วน 92.60 นอกจากนี้ยังใช้การเก็บแบบสอบถามออนไลน์ผ่านโปรแกรม Google Form (URL=<http://pairach.com/seniorq/>) และส่งผ่าน Social Network ให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตอบ 48 ชุด ในอัตราส่วนร้อยละ 7.40

ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ค่าเฉลี่ยร้อยละ หาความสัมพันธ์ของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในช่วงอายุที่

แตกต่างกัน และนำผลการวิเคราะห์ส่งไปยังโครงการย่อยที่ 2 และโครงการย่อยที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ และเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

2) สังเกตการณ์ทัวร์ผู้สูงอายุ

นักวิจัยได้ร่วมสังเกตการณ์ทัวร์ผู้สูงอายุชาวไทย ซึ่งเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ณ เชียงราย-เชียงใหม่-แม่สาย-เชียงตุง ระยะเวลา 4 คืน 5 วัน ระหว่างวันที่ 24-28 มกราคม 2556

โดยมีประเด็นที่สังเกตการณ์ ดังต่อไปนี้

- (1) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
- (2) การขายทัวร์สำหรับผู้สูงอายุ
- (3) การบริการระหว่างเดินทาง
- (4) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ
 - ด้านการเลือกที่นั่ง
 - ด้านอาหารและเครื่องดื่ม
 - ด้านที่พัก
- (5) ปัญหา อุปสรรค

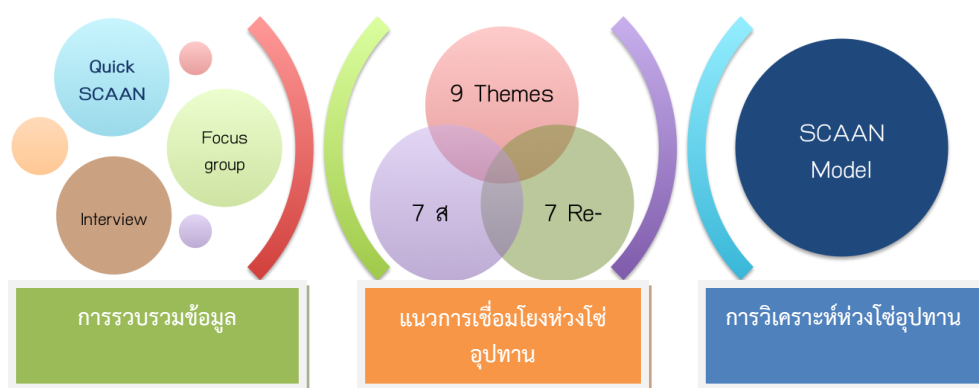
3) ทดลองจัดทัวร์ผู้สูงอายุ

แผนงานฯ ได้ทดลองจัดทัวร์ผู้สูงอายุสำหรับผู้สูงอายุชาวไทยตามโปรแกรมการท่องเที่ยว โครงการนำร่องการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ” ระหว่างวันที่ 4 – 5 เมษายน 2557 ณ จังหวัดน่าน

3.2.3 สสำรวจห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

- 1) กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบนมีขั้นตอนในการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ (1) การรวบรวมข้อมูล (2) การวิเคราะห์ตามแนวทาง SCAN Model รวมทั้ง (3) การนำเสนอแนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน ดังรูปที่ 3.1



รูปที่ 3.1: กรอบการศึกษาความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ตารางที่ 3.1: เครื่องมือการศึกษา วัตถุประสงค์ กิจกรรม และผลลัพธ์ของห่วงโซ่อุปทาน

ที่	การศึกษา	วัตถุประสงค์	กิจกรรม	ผลลัพธ์
1	สัมภาษณ์ผู้รู้ (interview with the export)	ร่างกรอบโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ	สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน	กรอบโครงสร้างและผู้เล่นหลัก
2	เก็บข้อมูลโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน (Collecting supply chain structure using Quick SCAAN process)	ระบุกิจกรรมและสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานตามขั้นตอน Quick SCAAN	เก็บข้อมูลเชิงลึกรายธุรกิจ	ข้อมูลโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน
3	การประชุมกลุ่มย่อย (Focus group discussions)	ปรับปรุงผลที่ได้รับจาก SCAAN Model	ประชุมกลุ่มย่อยและให้ถกประเด็นสำคัญ	พัฒนาปรับปรุงกรอบโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน
4	SCAAN Model	กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน	ลงพื้นที่แบบเจาะลึกรายละเอียดในบทที่ 3	รูปแบบของการเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน
5	ประเภทสินค้าท่องเที่ยว 9 ด้าน ตามอุปทาน (9 Themes-supply based)	เพื่อระบุสินค้าท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ	วิเคราะห์ข้อมูลด้านอุปสงค์ (Survey) เทียบเคียงกับข้อมูลอุปทาน SCAAN Model	ประเภทสินค้า 9 รูปแบบ และตัวอย่างกิจกรรมและพื้นที่ที่มีศักยภาพ

ตารางที่ 3.1: (ต่อ) เครื่องมือการศึกษา วัตถุประสงค์ กิจกรรม และผลลัพธ์ของห่วงโซ่อุปทาน

ที่	การศึกษา	วัตถุประสงค์	กิจกรรม	ผลลัพธ์
6	7 รูปแบบ การตลาดตาม วัตถุประสงค์ (7 Re-Routes-demand based)	เพื่อระบุรูปแบบเป้าหมาย การเดินทางหลัก	วิเคราะห์โดยเน้นความ ต้องการด้านอุปสงค์	7 แนวทางการทำ การตลาดนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุในภาคเหนือ ตอนบน
7	แนวทางการประเมินผล 7 ด้าน (7ส)	เพื่อกำหนดดัชนีชี้วัดการ ดำเนินการของห่วงโซ่ อุปทานความต้องการของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	เทียบเคียงกรอบการ วัดผลห่วงโซ่อุปทาน (supply chain performance) กับ บริบทของการ ท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	แนวทางการประเมินผล ดำเนินงานของการ เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน แยกตามกลุ่มการ ท่องเที่ยวประเภทต่างๆ

ในส่วนของการสร้างความเชื่อมโยงให้กับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใน ส่วนของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโครงการย่อยที่ 1 บทบาทในส่วนงานศึกษาเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานการ ท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มีหน้าที่เปรียบเสมือนตัวเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลที่ศึกษามาเพื่อร้อยเรียงส่งต่อไปยัง โครงการย่อยที่ 2 และโครงการย่อยที่ 3 ซึ่งเป็นส่วนการพัฒนาข้อมูลด้านสารสนเทศ และด้านชุมชน ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

วิธีการศึกษาและรูปแบบการดำเนินงานอาศัยแนวคิดตามหลักของรูปแบบการเดินทาง และเข้าไปดูในส่วนของผู้ให้บริการต่างๆ โดยขอบเขตการศึกษาแท้จริงประเด็นเรื่อง Supply Chain นั้นมีอยู่หลายด้าน แต่ส่วนโครงการย่อยที่ 1 ศึกษาในโครงการนี้ โจทย์คือจะสามารถเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุและ Supply Chain อย่างไร ซึ่งในส่วนของทีมโครงการย่อย ที่ 1 มีการออกแบบธีมและเส้นทางการท่องเที่ยวที่จะสามารถเชื่อมโยงไปได้ โดยนำแนวคิดจากการลง พื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สังเกตและเข้าไปศึกษาในพื้นที่ที่น่าจะมีศักยภาพในการพัฒนาต่อไป

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาด้านห่วงโซ่อุปทานอาศัยเครื่องมือทางด้าน โลจิสติกส์และ Supply Chain ที่เรียกว่า SCAAN MODEL โดยผลที่ได้ออกมาแสดงในรูปแบบข้อมูล เชิงผสมทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นตัวเลขบางส่วนจะถูกนำมาต่อยอด การศึกษาโดยวิธีการทำ Focus Group การดำเนินการของโครงการย่อยที่ 1 บางแห่งได้ดำเนิน ร่วมกับโครงการย่อยที่ 3 โดยลงพื้นที่ในชุมชนทั้งหมด 8 พื้นที่กรณีศึกษา เพื่อดูพื้นที่ว่ามีส่วนไหนที่จะ สามารถพัฒนาต่อยอดได้ ในการลงพื้นที่เข้าไปศึกษาตัวอย่าง เน้นดูในส่วนในพื้นที่ในภาพรวม เช่น วัดภูมินทร์ เวียงกุมกาม ดูแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างไรและมีความเหมาะสมมากเพียง ไหนแล้วหาจุดเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยพิจารณาถึงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์และความเชื่อมโยง ทางด้านสินค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านประวัติศาสตร์และการพัฒนาอื่นๆ

นอกจากนี้ในการเก็บข้อมูลด้านโลจิสติกส์ และ Supply Chain ทำการเก็บรวบรวม ข้อมูลการศึกษาเส้นทางการเดินทางจะมีส่วนของเทคนิคที่เรียกว่า SWIMLANE ของนักท่องเที่ยว

ผู้สูงอายุ ซึ่งผลการศึกษารูปแบบการเดินทางจะมีผู้เล่นหลักอยู่ 3 ส่วน คือ นักท่องเที่ยว นักเทศก์ และผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเครื่องมือ SWIMLANE จะสะท้อนให้เห็นทั้ง 3 ความสัมพันธ์ว่ามีความสัมพันธ์อย่างไร และมีการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ทั้งนี้ในส่วนของการยังมีการปรับปรุงแบบฟอร์มเป็นกึ่งนวัตกรรม มีการวิเคราะห์ตัวอย่าง ซึ่งมองว่าในการท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ เป็นการแยกความแตกต่างในพื้นที่ สิ่งที่จะต้องพัฒนาต่อไปคือ ไม่สามารถบอกเป็นตัวเลขได้ จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์เพิ่มมากขึ้น โดยพัฒนาในเรื่องของงบการเงินประกอบ

องค์ประกอบของโลจิสติกส์และ Supply Chain มีหลากหลายต้องเลือกพัฒนาประเด็นที่สำคัญ อาทิ Order Winner เช่น ในธุรกิจสายการบิน Order Winner ของโลคอร์สแอร์ไลน์ คือราคา แข่งขันกันที่ราคา ซึ่งไม่ได้หมายความว่าบริการจะต้องแย่ แต่จุดสนใจอยู่ที่ราคาเป็นหลัก กลับกันเช่นสายการบินไทยกับสิงคโปร์แอร์ไลน์แข่งกันที่บริการ ดังนั้นการระบุไปว่าแต่ละธุรกิจการท่องเที่ยวจะมีตัวที่ชนะหรือตัวหลักที่จะสามารถทำให้ชนะแพคเกจนั้นเข้าไปอยู่ที่ตลาดได้มีอะไรบ้าง ตัวที่เป็นดาวคือตัวที่เป็นศักยภาพที่สามารถสร้างความแตกต่างได้ ส่วนใหญ่ภาคเหนือตอนบนจะเป็นประเภทของที่ระลึก ผวนกับการประยุกต์เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถ้ามีการพัฒนาต่อเนื่องได้จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้

สรุปภาคเหนือตอนบนมีศักยภาพรอบด้านในการพัฒนาเรื่องการท่องเที่ยวในทุกด้าน โดยจุดเด่นจะเป็นเรื่องของวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยเฉพาะภาคเหนือตอนบนเป็นภูมิภาคที่ค่อนข้างเย็นสบาย ที่สำคัญคือมีความคุ้มค่า (Value for Money) เมื่อเปรียบเทียบกับภาคอื่นๆ เพราะผู้สูงอายุส่วนใหญ่อยู่ค่อนข้างนาน การมาพักที่ภาคเหนือตอนบนมีความสามารถในการแข่งขันในด้านราคาค่อนข้างสูง แต่ปัญหาที่พบ คือการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนยังขาดการบูรณาการออกมาเป็นแพคเกจ โครงการย่อย 1 ได้ส่งต่อข้อมูลให้โครงการย่อยที่ 2 และ 3 เพื่อนำเสนอต่อยอด ออกมาเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อน และที่สำคัญพบว่าขาดองค์ความรู้ในการบูรณาการข้ามสาขา เพราะการดูแลผู้สูงอายุจะต้องมีการใช้ศาสตร์อยู่หลายด้าน ประเด็นสำคัญคือ สุขภาพกับการท่องเที่ยวจะมีการบูรณาการร่วมกันอย่างไร ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าเอกชนที่เกี่ยวกับด้านสุขภาพยังขาดข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เช่นที่โรงพยาบาลแมคเคน ต้องการทำเรื่องท่องเที่ยวแต่ยังมีข้อจำกัด สิ่งเหล่านี้ยังเป็นปัญหาอยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากการศึกษาได้มีการนำเสนอ 9 Themes โดยมี 7Re ที่มีตัวชี้วัดง่ายๆ 7ส มีเมทริกซ์ที่ช่วยให้ภาครัฐ เอกชน สามารถออกแบบโมเดลธุรกิจต่างๆ ได้

2) สำรวจการดำเนินงานของผู้ให้บริการท่องเที่ยวในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ด้วย SCAAN[®] Model (Piboonrungraj, 2014) ซึ่งมีวิธีการเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพที่เรียกว่า One-day SCAAN[®] หรือ

One-day SCAAN[®] เป็นกรอบการประเมินผลการจัดการห่วงโซ่อุปทานของสถานประกอบการ โดยมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยพัฒนามาจาก Quick Scan Audit Methodology (QSAM) โดยภาพรวมแล้ว One-day SCAAN[®] มีวิธีการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 4 รูปแบบ คือ การวาดแผนที่กระบวนการ (Process Mapping) แบบสอบถาม (Questionnaires) การสัมภาษณ์ (Interviews) และการรวบรวมเอกสารสำคัญ (Archival

documents) (Piboonrungrroj, 2014) One-day SCAAN นั้นประกอบไปด้วยขั้นตอนการศึกษาที่เป็นระบบตั้งแต่การกำหนดรูปแบบของห่วงโซ่อุปทานที่เหมาะสม การนำเสนอแนวทางการประเมินและการออกแบบการศึกษาเฉพาะกรณี ตลอดจนการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย และการวิเคราะห์ปัญหาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งนำเสนอแนวทางการปรับปรุงที่มีประสิทธิภาพอีกด้วย นอกจากนี้ One-day SCAAN ยังเป็นการศึกษาโดยอาศัยทีมวิจัยที่มีความชำนาญที่หลากหลายอีกด้วย โดยขั้นตอนการทำ One-day SCAAN นั้นสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2: วิธีการประเมินห่วงโซ่อุปทานแบบ One-day SCAAN®

ขั้นที่	เวลา	กิจกรรม	ระยะเวลา	เครื่องมือ
1	นอกสถานที่	ร่างโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานขององค์กรที่จะเข้าไปประเมิน	Off-site	Value stream mapping, Process mapping, Seeing the whole map
2	นอกสถานที่	จัดตั้งทีม One-day SCAAN	Off-site	ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ 1. โลจิสติกส์ 2. ซัพพลายเชน 3. การท่องเที่ยว
3	9:00-9:45 น.	นำเสนอวิธีการ One-day SCAAN	1 ชั่วโมง	
		3.1 นำเสนอวิธีการ One-day SCAAN	30 นาที	สไลด์ (ppt, pdf) และ/หรือ บอร์ด
		3.2 ถาม ตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับ One-day SCAAN	15 นาที	
4	10:00-12:00 น.	จัดทำแผนภาพกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน 4.1 ระบุบทบาทในห่วงโซ่อุปทาน	2 ชั่วโมง	แบ่ง 3 ทีม เพื่อเก็บข้อมูลโครงสร้าง supply chain ก) ทีม “Post it” (2 คน)
		4.2 ระบุสินค้าและบริการหลัก 2 ประเภทสำหรับแต่ละสินค้าและบริการหลัก - ระบุวัตถุดิบที่ใช้ และซัพพลายเออร์ - ระบุลูกค้าสำหรับสินค้าหลักนั้นๆ		ข) ทีม White Board (1 คน) ค) ทีมแบบฟอร์ม (1 คน)
	12:00 - 12:30 น.	----- พักร่าง -----		

ตารางที่ 3.2: (ต่อ) วิธีการประเมินห่วงโซ่อุปทานแบบ One-day SCAAN®

ขั้นที่	เวลา	กิจกรรม	ระยะเวลา	เครื่องมือ
5	12:30 - 13:30 น.	ทีม One-day SCAAN ประชุมร่วม สรุปล่วงเข้า	5	12:30 - 13:30 น.
6	13:30 - 15:30 น.	สำรวจกระบวนการทำงาน ณ สถานที่จริง 6.1 ระบุขั้นตอนการ ปฏิบัติงานหลัก 6.2 สังเกตระบบโลจิสติกส์ และการดำเนินการ	6	13:30 - 15:30 น.
		6.3 สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ระหว่างการสำรวจ กับพนักงานและ เจ้าหน้าที่ ณ สถานที่จริง		
	15:30 - 16:00 น.	พัก		
7	16:00 - 16:30 น.	สรุปผลลัพธ์ 7.1 แผนผังห่วงโซ่อุปทาน 7.2 กระบวนขั้นตอนการ ปฏิบัติงานภายใน 7.3สรุปปัญหาข้อเสนอแนะ	1 ชั่วโมง	ที่ปรึกษาแบ่งออกเป็น 2 ทีม ก) ทีม สรุปลงแผนผังซัพ พลายเชน ข) ทีม นำเสนอปัญหาและ ข้อเสนอแนะ
8	16:30 - 17:00 น.	นำเสนอผลการศึกษาแก่ ผู้ประกอบการ	30 นาที	รับฟังข้อเสนอแนะ ตอบ คำถาม
9	17:00 - 18:00 น. (หรือ นอกสถานที่)	ทีม One-day SCAAN ประชุมสรุปงาน	30 นาที	รวบรวมข้อมูลเพื่อเขียน รายงาน One-day SCAAN
10	นอกสถานที่	เขียนรายงาน สรุปลงข้อมูล		รายงานรูปเล่ม แฟ้มข้อมูล และ DVD
รวม			8 ชั่วโมง	

เนื่องจากการประเมินผลการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานนั้นจำเป็นที่จะต้องใช้ข้อมูลที่หลากหลายและเจาะลึก การเก็บข้อมูลในระดับนั้นมีต้นทุนสูงและใช้เวลาและกำลังคนมาก ระเบียบวิธีการเก็บข้อมูลแบบกรณีศึกษานั้นอาจจะทำให้ได้ข้อมูลดังกล่าวอย่างครบถ้วน ทว่าจะต้องใช้เวลาที่นานจนไม่สามารถศึกษาจำนวนห่วงโซ่อุปทานได้มากพอ ซึ่งทำให้ไม่เพียงพอในการทำงานวิจัยเพื่อให้เห็นภาพรวมการกลุ่มตัวอย่างต่างๆ ในทางตรงกันข้ามการใช้วิธีการสำรวจอาจจะทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มากขึ้น ทว่าข้อมูลที่ได้นั้นมักจะมีคุณภาพและละเอียดไม่เพียงพอที่จะวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของห่วงโซ่อุปทานได้ดีพอ One-day SCAAN จึงได้ถูกพัฒนาเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับงานวิจัย

เชิงห่วงโซ่อุปทานซึ่งจะสามารถทำให้การเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัยนั้นมีประสิทธิภาพทั้งด้านความละเอียดของข้อมูลและจำนวนตัวอย่างที่เพียงพอในการสรุปผลการศึกษา

3) ศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อวางโครงสร้างฐานข้อมูลตามเส้นทางการท่องเที่ยว 9 Themes และ 7Re ซึ่งแนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบนตามวัตถุประสงค์ Club55 Project: 7Re@Lanna

- | | |
|----------------|---|
| (1) Recall | ย้อนอดีต วันวานยังหวานอยู่ |
| (2) Refresh | สร้างความสดชื่นให้กับชีวิต |
| (3) Recreation | พักกายสบายใจ |
| (4) Recover | ฟื้นฟูสุขภาพ |
| (5) Retreat | สบายใจด้วยธรรมชาติ |
| (6) Retain | ร่วมอนุรักษ์ |
| (7) Re-learn | เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มความสดใสให้ชีวิต |

โดยมีเป้าหมายของการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ (7ส. For สว.) โดยให้คะแนนความสำคัญและการประเมินโดยทีมวิจัย (Likert 1-10) จาก 7 ประเด็น คือ 1) สะอาด 2) สะดวก 3) สงบ 4) สบาย 5) สนุก 6) สวย 7) สุขใจ

3.2.4 จัดเวทีเพื่อนำเสนอผลการศึกษาแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากที่ประชุม

3.2.5 เสนอแนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

3.3 สถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

ขอบเขตพื้นที่ดำเนินการเก็บข้อมูลในการศึกษาเบื้องต้นครั้งนี้ คือ พื้นที่ภาคเหนือตอนบน (8 จังหวัด) ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา และ จังหวัดแม่ฮ่องสอน และศึกษาเจาะลึกใน 3 จังหวัด คือ เชียงใหม่ เชียงราย และน่าน

3.4 ระยะเวลาในการทำวิจัย

12 เดือน (1 สิงหาคม 2556 - 31 ตุลาคม 2557)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยโครงการ “การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ” สามารถสรุปผลการศึกษาตามวิธีดำเนินการคือ

4.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

4.1.1 สอบการเก็บแบบสอบถาม

ผลการศึกษานักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและต่างชาติ จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 648 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นชาวไทย 403 คนและชาวต่างชาติ 245 คน ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวจีน 70 คน ชาวญี่ปุ่น 33 คนและชาวต่างชาติอื่นๆ อีก 142 คน

ผลการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งเป็น

- 1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและต่างชาติ และ
- 2) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและต่างชาติ

ซึ่งจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม สามารถสรุปลักษณะข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและต่างชาติได้ ดังนี้ (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ										
1.1) ชาย	156	38.7	134	54.7	30	42.9	22	66.7	82	57.7
1.2) หญิง	247	61.3	111	45.3	40	57.1	11	33.3	60	42.3
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0
2. อายุ										
2.1) อายุ 55 – 59 ปี	157	39.0	86	35.1	33	47.1	7	21.2	46	32.4
2.2) อายุ 60 – 64 ปี	109	27.0	61	24.9	17	24.3	4	12.1	40	28.2
2.3) อายุ 65 – 69 ปี	53	13.2	53	21.6	7	100.0	16	48.5	30	21.1
2.4) อายุ 70 – 75 ปี	52	12.9	30	12.2	6	8.6	5	15.2	19	13.4
2.5) อายุ 75 ปีขึ้นไป	32	7.9	15	6.1	7	10.0	1	3.0	7	4.9
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0
3. ระดับการศึกษา										
3.1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	95	23.6	9	3.7	7	10.0	-	-	2	1.4
3.2) มัธยมศึกษา	59	14.6	52	21.2	12	17.1	6	18.2	34	23.9
3.3) ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา	37	9.2	25	10.2	8	11.4	2	6.1	15	10.6
3.4) ปริญญาตรี	127	31.5	120	49.0	34	48.6	24	72.7	62	43.7
3.5) สูงกว่าปริญญาตรี	76	18.9	34	13.9	7	10.0	1	3.0	26	18.3
3.6) อื่นๆ	9	2.2	5	2.0	2	2.9	-	-	3	2.1
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่เป็น**เพศหญิง**จำนวน 247 คน (ร้อยละ 61.3) และ**เพศชาย**จำนวน 156 คน (ร้อยละ 38.7) ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 134 คน (ร้อยละ 54.7) และเพศหญิงจำนวน 111 คน (ร้อยละ 45.3) ขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 55-59 ปี จำนวน 157 คน (ร้อยละ 39) รองลงมาคือ อายุระหว่าง 60-64 ปี จำนวน 109 คน (ร้อยละ 27) ขณะที่นักท่องเที่ยวที่อายุมากกว่า 75 ปีมีเพียง 32 คน (ร้อยละ 7.9) และพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 55-59 ปี เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย คิดเป็นร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 60-64 ปี จำนวน 61 คน (ร้อยละ 24.9) และนักท่องเที่ยวอายุ 75 ปีขึ้นไปเดินทางท่องเที่ยวอย่างน้อยที่สุด คือ เพียงร้อยละ 6.1 ซึ่งเมื่อจำแนกเป็นรายเชื้อชาติพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะมีอายุมากกว่า 64 ปีขึ้นไป แต่ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนและต่างชาติ (ภาษาอังกฤษ) ส่วนใหญ่จะน้อยกว่า 64 ปี เห็นได้ว่าคุณลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอาย่วย่อมเกี่ยวข้องเนื่องกับการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว สินค้าและบริการสำหรับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงกลยุทธ์ในการประกอบการด้านการท่องเที่ยว หรือการกำหนดนโยบายสำหรับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับการท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ ในการศึกษาครั้งนี้พบว่า หากต้องการมุ่งขยายตลาดส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุของไทยที่เป็นเพศหญิง การจัดโปรแกรมท่องเที่ยว การออกแบบผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการในการรองรับการท่องเที่ยวจึงควรกำหนดให้เหมาะสมกับความต้องการ ความชื่นชอบของผู้สูงอายุเพศหญิง แต่หากต้องการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนน้อย (เพศชาย) ให้มากขึ้น ย่อมต้องปรับกลยุทธ์ให้ความสำคัญคำนึงถึงลักษณะความต้องการไลฟ์สไตล์ของเพศชาย และกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุเพศชาย

จากการศึกษายังพบว่า **ระดับการศึกษา**ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 127 คน (ร้อยละ 31.5) รองลงมา คือ ต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 95 คน (ร้อยละ 23.6) ขณะที่เพียงร้อยละ 9.2 มีการศึกษาในระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา ขณะที่ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 49.0 ทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติชาวจีน ชาวญี่ปุ่นและชาวต่างชาติ (ภาษาอังกฤษ) ซึ่งรองลงมาคือ มัธยมศึกษา เช่นเดียวกันทั้ง 3 กลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ตารางที่ 4.1: (ต่อ) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. อาชีพปัจจุบัน										
6.1) เกษียณ	156	38.7	128	52.2	42	60.0	21	63.6	65	45.8
6.2) นักวิชาชีพ/ อาชีพอิสระ (แพทย์ หนายความ สถาปนิก วิศวกร ขายประกัน ขายตรง ฯลฯ)	29	7.2	41	16.7	21	30.0	1	3.0	19	13.4
6.3) ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย เจ้าของ ธุรกิจ เกษตรกรรม ฯลฯ)	102	25.3	32	13.1	5	7.1	2	6.1	25	17.6
6.4) รับจ้าง/ ลูกจ้าง	66	16.4	27	11.0	1	1.4	6	18.2	20	4.1
6.5) อื่นๆ	50	12.4	17	6.9	1	1.4	3	9.1	13	9.2
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0
7. มีรายได้จาก										
7.1) เงินบำนาญ	144	35.7	134	45.3	47	67.1	26	78.8	61	43.0
7.2) บัตรหลาน	140	34.7	13	5.3	9	12.9	-	-	4	2.8
7.3) ประกอบอาชีพหารายได้	217	53.8	82	33.5	13	18.6	5	15.2	64	45.1
7.4) ค่าเช่า/ ดอกเบี้ย	52	12.9	38	15.5	3	4.3	9	27.3	26	18.3
7.5) อื่นๆ	44	10.9	16	6.5	12	10.0	3	9.1	6	4.2

ตารางที่ 4.1: (ต่อ) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน										
8.1) น้อยกว่า 5,000 บาท	54	13.4	14	5.7	6	8.6	-	-	8	5.6
8.2) 5,001 – 10,000 บาท	84	20.8	33	13.5	15	21.4	1	3.0	17	12.0
8.3) 10,001 – 30,000 บาท	124	30.8	45	18.4	24	34.3	4	12.1	17	12.0
8.4) 30,001 – 50,000 บาท	71	17.6	120	49.0	15	21.4	6	18.2	99	69.7
8.5) มากกว่า 50,000 บาท	70	17.4	33	13.5	10	14.3	22	66.7	1	0.7
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เกษียณแล้ว โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นร้อยละ 38.7 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคิดเป็นร้อยละ 52.2 ซึ่งทั้งนักท่องเที่ยวชาวจีน ชาวญี่ปุ่นและต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษส่วนใหญ่ต่างเป็นผู้เกษียณอายุทั้ง 3 กลุ่ม ในขณะที่การประกอบธุรกิจส่วนตัวเป็นอาชีพรองลงมาสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ 25.3) และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ประกอบอาชีพพนักงานวิชาชีพ/อาชีพอิสระมีเพียงร้อยละ 7.2 (จำนวน 29 คน) เท่านั้น แต่ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประกอบอาชีพพนักงานวิชาชีพ/อาชีพอิสระในอัตราร้อยละ 16.7 เป็นอันดับที่สองรองจากผู้เกษียณอายุ

การสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้จากการประกอบอาชีพส่วนตัว คือ ร้อยละ 53.8 รองลงมาในอัตราส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ รายได้จากเงินบำนาญและบุตรหลานร้อยละ 35.7 และ 34.7 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีรายได้จากเงินบำนาญจำนวน 134 คน (ร้อยละ 45.3) รองลงมาเป็นเงินที่ได้จากการประกอบอาชีพหารายได้ส่วนตัวและค่าเช่า/ดอกเบี้ย ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มตัวอย่างต่างชาติ เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติชาวเอเชีย (จีนและญี่ปุ่น) จะมีรายได้หลักจากเงินบำนาญสูงถึง 67.1 และ 78.8 ตามลำดับ แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติ (ภาษาอังกฤษ) ส่วนใหญ่กลับมีรายได้หลักจากการประกอบอาชีพ (ร้อยละ 45.1) ขณะที่รายได้จากเงินบำนาญที่เป็นรายได้รองลงมา คือ ร้อยละ 43.0 ขณะที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนนั้น กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-30,000 บาท (ร้อยละ 30.8) แต่ชาวต่างชาติจะมีรายได้เฉลี่ยสูงกว่าคนไทย คือ 30,001-50,000 บาท ต่อเดือน โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเป็นกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย สูงสุดคือ มากกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความมั่นคงทางการเงินและมีศักยภาพที่จะก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ (ตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.2: ปัญหาด้านสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติ ภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัญหาด้านสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม										
- ไม่มีปัญหาสุขภาพ	204	50.6	177	72.2	48	68.6	19	57.6	110	77.5
- มีปัญหาสุขภาพ	199	49.4	36	27.8	22	31.4	14	42.4	32	22.5
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0
ปัญหาสุขภาพที่พบ										
- ความดันโลหิตสูง	103	25.6	36	14.7	12	17.1	7	21.2	17	12.0
- โรคหัวใจ	30	7.4	7	2.9	2	2.9	1	3.0	4	2.8
- ปัญหาเกี่ยวกับข้อและกระดูก	101	25.1	25	10.2	8	11.4	3	9.1	14	9.9
- ปัญหาเกี่ยวกับการได้ยิน	26	6.5	8	3.3	1	1.4	2	6.1	5	3.5
- ปัญหาเกี่ยวกับการมองเห็น	52	12.9	7	2.9	2	2.9	3	9.1	2	1.4
- อื่นๆ (เบาหวาน, เก๊าต์, ไขมันในเลือดสูง, มะเร็ง, ลมชัก)	50	12.4	7	2.9	5	7.1	-	-	-	-
ปัญหาสุขภาพที่เป็นอยู่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว										
- เป็นอุปสรรคทำให้ไม่อยากไปเที่ยว	29	7.2	13	5.3	3	4.3	-	-	10	7.0
- ไม่เป็นอุปสรรค เพราะมียา/ อุปกรณ์เครื่องช่วยไว้ ประจำตัว	188	46.7	72	29.4	29	41.4	8	24.2	35	24.6
- ไม่เป็นอุปสรรค	186	46.2	160	65.3	38	54.3	25	75.8	97	68.3
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0

การสอบถามเกี่ยวกับ**ปัญหาด้านสุขภาพ**ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สัดส่วนของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มีปัญหาสุขภาพและไม่มีปัญหาสุขภาพมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีปัญหาสุขภาพจำนวน 204 คน (ร้อยละ 50.6) รองลงมา มีปัญหาสุขภาพจำนวน 199 คน (ร้อยละ 49.4) หากพิจารณาถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาเรื่องสุขภาพ นั่นคือสูงถึงร้อยละ 72.2 (177 คน) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติอื่นๆ จะมีอัตราของการไม่มีปัญหาสุขภาพสูงถึงร้อยละ 77.7 อาจเป็นผลมาจากการพัฒนาและใส่ใจในนโยบายสาธารณสุขและสุขภาพของประเทศในแถบตะวันตกที่ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของประชากรดีกว่าประเทศไทยหรือประเทศในแถบเอเชีย อีกทั้งนักท่องเที่ยวสูงอายุที่สุขภาพร่างกายแข็งแรงย่อมสามารถท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีร่างกายอ่อนแอ

ขณะที่**ปัญหาสุขภาพ**ที่พบสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ส่วนใหญ่พบว่าเป็นโรคความดันโลหิตสูง จำนวน 103 คน (ร้อยละ 25.6) รองลงมา ปัญหาเกี่ยวกับข้อและกระดูกจำนวน 101 คน (ร้อยละ 25.1) ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่พบว่าเป็นโรคความดันโลหิตสูง คิดเป็นร้อยละ 14.7 รองลงมาร้อยละ 10.2 ประสบปัญหาเกี่ยวกับข้อและกระดูก โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 เห็นว่าปัญหาสุขภาพไม่เป็นอุปสรรคเพราะมี ยา/อุปกรณ์เครื่องช่วยไว้ประจำตัวในช่วงเดินทางท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่ทั้งจีน ญี่ปุ่น และชาวต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษแสดงทัศนคติเช่นเดียวว่า ปัญหาสุขภาพไม่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 54.3, 75.8 และ 68.3 ตามลำดับ (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.3: พฤติกรรมการท่องเที่ยว

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความชอบในการท่องเที่ยว										
- ไม่ชอบ	37	9.2	12	4.9	3	4.3	4	12.1	5	3.5
- ชอบ	366	90.8	233	95.1	67	95.7	29	87.9	137	96.5
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0
ความถี่ในการมาท่องเที่ยว										
- ไม่ค่อยได้ไปเที่ยว	64	15.9	6	2.4	6	8.6	-	-	-	-
- ปีละ 1 ครั้ง	68	16.9	112	45.7	22	31.4	6	18.2	84	59.2
- ปีละ 2 – 3 ครั้ง	131	32.5	89	36.3	42	60.0	17	51.5	30	21.1
- ปีละ 4 – 5 ครั้ง	75	18.6	21	8.6	-	-	8	24.2	13	9.2
- มากกว่า 5 ครั้งต่อปี หรือเกือบทุกเดือน	59	14.6	16	6.5	-	-	2	6.1	14	9.9
- อื่นๆ	6	1.5	1	0.4	-	-	-	-	1	0.7
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0

ตารางที่ 4.4: วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว										
- เป็นโอกาสที่ได้เข้าร่วมกับลูกหลาน ในบรรยากาศใหม่ๆ	224	55.6	46	18.8	8	11.4	2	6.1	22	15.5
- เป็นโอกาสที่ได้พูดคุยหรือ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ ในวัยเดียวกัน	199	49.4	20	8.2	8	11.4	5	15.2	7	4.9
- เพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพ ร่างกาย/ จิตใจ	236	58.6	123	50.2	22	31.4	8	24.2	93	65.5
- เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจวิถี ชีวิต/ วัฒนธรรม/ ความเชื่อของ ชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ	170	42.2	147	60.0	22	31.4	15	45.5	110	77.5
- เพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่ สวยงาม	233	57.8	152	62.0	38	54.3	29	87.9	85	59.9
- เพื่อแสวงหาช่องทางทำธุรกิจใหม่ หรือแสวงหาสินค้าใหม่ๆ	78	19.4	12	4.9	3	4.3	-	-	9	6.3
- อื่นๆ	16	4.0	26	10.6	4	5.7	5	15.2	17	12.0

ความชอบในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในการศึกษาค้นคว้า ชื่นชอบในการท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 90.8 และ 95.1 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย คือนักท่องเที่ยวชาวไทยญี่ปุ่นและจีนมีความถี่ของการเดินทางท่องเที่ยวปีละ 2-3 ครั้ง ในอัตราร้อยละ 32.5, 60.0 และ 51.5 ตามลำดับขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุต่างชาติภาษาอังกฤษนิยมเดินทางท่องเที่ยวปีละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมาปีละ 2-3 ครั้ง (ร้อยละ 45.7) (ตารางที่ 4.3) จากการศึกษาวิจัยยังพบอีกว่า**วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว**ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย 3 อันดับแรก คือ เพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย / จิตใจในอัตรา ร้อยละ 58.6 รองลงมาเพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงามคิดเป็นร้อยละ 57.8 และเป็นโอกาสที่ได้อยู่ร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ๆ ร้อยละ 55.6 ส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางเพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจวิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ความเชื่อของชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ และเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย/จิตใจ

โดยเมื่อพิจารณาในกลุ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติตะวันตกจะเห็นว่า กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ถึง 110 คน (ร้อยละ 77.5) เลือกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจวิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ความเชื่อของชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของชาวตะวันตกที่มักชื่นชอบการเดินทางไปยังที่ต่างๆ เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างจากถิ่นที่อยู่อาศัยของตนเอง (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.5: ความชอบในท่องเที่ยวในประเทศ หรือต่างประเทศ

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- ในประเทศ	328	81.4	84	34.3	34	48.6	2	6.1	48	33.8
- ต่างประเทศ	75	18.6	141	57.6	36	51.4	11	33.3	94	66.2
- ชอบทั้งในประเทศและต่างประเทศ	-	-	20	8.2	-	-	20	60.6	-	-
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0

ตารางที่ 4.6: ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- 1 – 3 วัน	212	52.6	29	11.8	2	2.9	4	12.1	23	16.2
- 4 – 7 วัน	157	39.0	49	20.0	23	32.9	5	15.2	21	14.8
- 8 – 15 วัน	29	7.2	81	33.1	34	48.6	13	39.4	34	23.9
- 16 – 30 วัน	4	1.0	49	20.0	9	12.9	6	18.2	34	23.9
- 30 วันขึ้นไป	1	0.2	37	15.1	2	2.9	5	15.2	30	21.1
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0

ตารางที่ 4.7: ชอบเที่ยวช่วงเวลาไหนมากที่สุด

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- วันธรรมดา	126	31.3	88	35.9	23	32.9	28	84.8	37	26.1
- วันเสาร์ – อาทิตย์/ วันหยุด นักชดถุภษ	108	26.8	27	11.0	10	14.3	-	-	17	12.0
- ช่วงเทศกาลประเพณี	169	41.9	130	53.1	37	52.9	5	15.2	88	62.0
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0

ตารางที่ 4.8: ฤดูไหนที่ชอบเที่ยวมากที่สุด

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- ฤดูร้อน	46	11.4	54	22.0	23	32.9	3	9.1	28	19.7
- ฤดูฝน	9	2.2	8	3.3	4	5.7	2	6.1	2	1.4
- ฤดูหนาว	167	41.4	91	37.1	17	24.3	10	30.3	64	45.1
- ทุกฤดู	181	44.9	92	37.6	26	37.1	18	54.5	78	33.8
รวม	403	100.0	245	100.0	70	100.0	33	100.0	142	100.0

ตารางที่ 4.9: ส่วนใหญ่เกี่ยวกับใคร

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- ไปคนเดียว	18	4.5	47	19.2	9	12.9	5	15.2	33	23.2
- ไปกับคู่สมรส	104	25.8	126	51.4	24	34.3	23	69.7	79	55.6
- ไปกับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/ คนในครอบครัว	291	72.2	63	25.7	33	47.1	3	9.1	27	19.0
- ไปกับเพื่อนสนิท	75	18.6	55	22.5	31	44.3	5	15.2	19	13.4
- อื่นๆ	14	3.5	4	1.6	-	-	-	-	4	2.8

ความชอบในการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของผู้สูงอายุชาวไทยชอบท่องเที่ยวในประเทศมากถึงร้อยละ 81.4 รองลงมาชอบท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 75 คน (ร้อยละ 18.6) ส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 141 คน (ร้อยละ 57.6) สอดคล้องกับข้อมูลที่แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุต่างชาติมีรายได้เฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีกำลังซื้อและความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศได้มากกว่าชาวไทย (ตารางที่ 4.5)

ระยะเวลาในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง จำนวน 1-3 วัน คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมาท่องเที่ยว 4-7 วัน คือ ร้อยละ 39.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง 8-15 วัน คิดเป็นร้อยละ 33.1 รองลงมา 4-7 วัน และ 16-30 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.0 (ตารางที่ 4.6) **สำหรับช่วงเวลาของการท่องเที่ยวนั้น** นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ แสดงความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน คือ ส่วนใหญ่ชอบเที่ยวช่วงเทศกาลประเพณี รองลงมาช่วงวันธรรมดา และวันเสาร์-อาทิตย์/วันหยุดนักขัตฤกษ์ในลำดับสุดท้าย (ตารางที่ 4.7)

เมื่อสำรวจเกี่ยวกับ**ฤดูกาลของการการท่องเที่ยว** ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่ชอบเที่ยวทุกฤดูจำนวน 181 คน (ร้อยละ 44.9) รองลงมาฤดูหนาวจำนวน 167 คน (ร้อยละ 41.4) ส่วนฤดูร้อนและฤดูฝนเพียงร้อยละ 11.4 และร้อยละ 2.2 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวในทุกฤดูกาลคิดเป็นร้อยละ 37.6 รองลงมาฤดูหนาวคือ ร้อยละ 37.1 และน้อยที่สุด คือ ฤดูฝนเพียงร้อยละ 3.3 จะเห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ (ชาวตะวันตก) เลือกเดินทางในฤดูหนาว อาจเป็นผลมาจากการหลีกเลี่ยงสภาวะอากาศเย็นในฤดูหนาวของประเทศตนเองนั่นเอง (ตารางที่ 4.8)

นอกจากนั้นการศึกษาในครั้งนี่ยังพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวจีนส่วนใหญ่จะเดินทาง**ท่องเที่ยวกับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว** ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นและชาวต่างชาติตะวันตกเลือกท่องเที่ยวกับคู่สมรสมากที่สุด เห็นได้ว่าชาวไทยและชาวจีนเป็นเชื้อชาติที่ให้ความสำคัญกับความใกล้ชิดสนิทสนมในครอบครัวซึ่งสอดคล้องกับการมีรูปแบบครอบครัวแบบขยายนั่นเอง (ตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.10: กิจกรรมที่ชื่นชอบหรือต้องจัดให้มีในรายการท่องเที่ยว

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติ ภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- ชมธรรมชาติ/ สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงาม (ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุ ทะเล ชมพืชพรรณไม้ฯ)	322	79.9	201	82.0	61	87.1	23	69.7	117	82.4
- ชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี อาคารหรือสถาปัตยกรรมดั้งเดิม	263	65.3	165	67.3	38	54.3	19	57.6	108	76.1
- ศึกษาวิถีชีวิตชุมชน (กิจกรรมในชีวิตประจำวัน บ้าน/ ที่อยู่อาศัย การเพาะปลูก ภาษา ประเพณีฯ)	147	36.5	149	60.8	34	48.6	14	42.4	101	71.1
- ชมการแสดงทางวัฒนธรรม	201	49.9	78	31.8	16	22.9	9	27.3	53	37.3
- พูดคุยกับคนในชุมชนเกี่ยวกับวิถีชีวิต	100	24.8	98	40.0	12	17.1	10	30.3	76	53.5
- ซื้อสินค้าพื้นเมือง/ หัตถกรรมท้องถิ่น	146	36.2	98	40.0	20	28.6	6	18.2	72	50.7
- ซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียง	80	19.9	36	14.7	13	18.6	3	9.1	20	14.1
- กินอาหารที่แนะนำว่าอร่อย และต้องไปชิม	58	14.4	82	33.5	19	27.1	15	45.5	48	33.8
- กินอาหารพื้นเมือง/ อาหารท้องถิ่น	120	29.8	139	56.7	40	57.1	7	21.2	92	64.8
- ฝึกเล่นกีฬา เช่น ขี่ม้า พายเรือ ปั่นหน้า ว่ายน้ำ	57	14.1	42	17.1	5	7.1	6	18.2	31	21.8
- สปา หรือนวดแผนไทย	71	17.6	93	38.0	21	30.0	8	24.2	64	45.1
- ฝึกทำอาหารพื้นเมือง	58	14.4	43	17.6	8	11.4	-	-	35	24.6
- ฝึกทำงานหัตถกรรมพื้นเมือง	51	12.7	12	4.9	1	1.4	2	6.1	9	6.3
- เยี่ยมชมศาสนสถาน ไหว้พระ หรือสุนทราภรณ์	183	45.4	71	2.9	18	25.7	1	3.0	52	36.6
- เรียนรู้หรือฝึกสมาธิ/ วิปัสสนา	87	21.6	21	8.6	6	8.6	-	-	15	10.6
- ร้องเพลงคาราโอเกะ	35	8.7	6	2.4	1	1.4	2	6.1	3	2.1
- อื่นๆ	7	1.7	19	7.8	2	2.9	1	3.0	16	11.3

ตารางที่ 4.11: การท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใครเป็นผู้จัดการและวางแผนให้

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติ ภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- ท่านหรือคู่สมรสหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยวเอง	151	37.5	162	66.1	25	35.7	31	93.9	106	74.6
- เพื่อนๆ ที่จะไปเที่ยวด้วยกันหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยว	127	31.5	23	9.4	12	17.1	3	9.1	8	5.6
- ลูกหลาน/ญาติ/คนในครอบครัวหาข้อมูล	223	55.3	46	18.8	35	50.0	5	15.2	6	4.2
- ติดต่อบริษัทนำเที่ยวและกำหนดรายการท่องเที่ยวร่วมกัน	76	18.9	8	3.3	2	2.9	-	-	6	4.2
- เลือกซื้อรายการท่องเที่ยวตามที่บริษัทนำเที่ยวเสนอขาย	60	14.9	11	4.5	-	-	3	9.1	8	5.6
- ไปตามรายการท่องเที่ยวที่ผู้สนับสนุน (อบต/เทศบาล/หน่วยงานฯ) จัดไว้บริการ	53	13.2	13	5.3	1	1.4	2	6.1	10	7.0
- อื่นๆ	7	1.7	8	3.3	1	1.4	-	-	7	4.9

ตารางที่ 4.12: การวางแผนท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ต้องการทราบข้อมูล

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติ ภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	298	73.9	156	63.7	51	72.9	23	69.7	82	57.7
- กิจกรรมและสิ่งที่น่าสนใจในสถานที่ท่องเที่ยว	185	45.9	92	37.6	21	30.0	11	33.3	60	42.3
- พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว	220	54.6	131	53.5	32	45.7	18	54.5	81	57.0
- สภาพถนนที่ไปสู่สถานที่ท่องเที่ยว	126	31.3	69	28.2	23	32.9	6	18.2	40	28.2
- ระยะเวลาการเดินทางถึงสถานที่ท่องเที่ยว	200	49.6	73	29.8	16	22.9	13	39.4	44	31.0
- สถานที่พักรแรม	204	50.6	134	54.7	33	47.1	17	51.5	84	59.2
- บริการรักษาพยาบาล กรณีที่อาจเกิดเหตุฉุกเฉิน	117	29.0	39	15.9	12	17.1	1	3.0	26	18.3
- สภาพอากาศ	185	26.7	86	35.1	19	27.1	9	27.3	58	40.8
- ชนิด/ ประเภทอาหารที่มีบริการ	102	45.9	61	24.9	19	27.1	4	12.1	38	26.8
- บริการนำเที่ยว/ โปรแกรมท่องเที่ยวที่มี	118	25.3	36	14.7	12	17.1	3	9.1	21	14.8
- สิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในสถานที่ท่องเที่ยว	100	29.3	80	32.7	12	17.1	3	9.1	65	45.8
- บริการด้านความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว	119	24.8	65	26.5	22	31.4	10	30.3	33	23.2
- เวลาเปิด-ปิด การเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	90	29.5	32	13.1	6	8.6	-	-	26	18.3
- ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว	97	22.3	51	20.8	13	18.6	-	-	38	26.8
- อื่นๆ	11	2.7	3	1.2	-	-	-	-	3	2.1

ตารางที่ 4.13: การค้นหาหรือติดต่อข้อมูลจาก

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติ ภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
- บุตรหลาน/ ญาติ	272	67.5	52	21.2	34	48.6	1	3.0	17	12.0
- เพื่อน/ คนรู้จัก	233	57.8	108	44.1	23	32.9	17	51.5	68	47.9
- วิทยุ โทรทัศน์	120	29.8	11	4.5	-	-	4	12.1	7	4.9
- แผ่นพับ/ ใบปลิว/ โปสเตอร์	109	27.0	25	10.2	6	8.6	2	6.1	17	12.0
- นิตยสาร/ นิตยสาร/ โกดิกส์	85	21.1	99	40.4	24	34.3	14	42.4	61	43.0
- บริษัทนำเข้า	78	19.4	35	14.3	10	14.3	11	33.3	14	9.9
- ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว	65	16.1	20	8.2	4	5.7	3	9.1	13	9.2
- เว็บไซต์ท่องเที่ยว	99	24.6	144	58.8	28	40.0	22	66.7	94	66.2
- แอปพลิเคชันมือถือ (Mobile Application)	16	4.0	33	13.5	9	12.9	4	12.1	20	14.1
- อื่นๆ	6	1.5	-	-	1	1.4	-	-	-	-

กิจกรรมที่ชื่นชอบหรือต้องจัดให้มีในรายการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 79.9 นิยมท่องเที่ยวชมธรรมชาติ/สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงาม (ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุ ทะเล ชมพืชพรรณไม้ฯ) รองลงมาชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์แหล่งประวัติศาสตร์ และโบราณคดี อาคารหรือสถาปัตยกรรมดั้งเดิมคิดเป็นร้อยละ 65 ส่วนกลุ่มตัวอย่างชาวต่างชาติส่วนใหญ่ ชื่นชอบการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ/สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงามเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยคิดเป็นร้อยละ 82.0 รองลงมาชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์แหล่งประวัติศาสตร์ และโบราณคดี อาคารหรือสถาปัตยกรรมดั้งเดิมจำนวน 165 คน (ร้อยละ 67.3) ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุต้องการการอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจอีกทั้งการเที่ยวชมประวัติศาสตร์ยังทำให้ผู้สูงอายุได้ค้นย้อนกลับไปยังความทรงจำหรือเรื่องราวในอดีต (ตารางที่ 4.10)

เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นช่วงสุดท้ายของชีวิตที่กำลังใจและกำลังกายถดถอย อีกทั้งต้องการการดูแลใส่ใจจากครอบครัวหรือบุตรหลาน จะเห็นได้ว่าผลการวิจัยพบว่า ในการวางแผนการท่องเที่ยวนี้ **ผู้จัดการและวางแผนให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวจีนส่วนใหญ่ ได้แก่** ลูกหลาน/ญาติ/คนในครอบครัวหาข้อมูลคิดเป็นร้อยละ 55.3 และ 50.0 ตามลำดับ ขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นและชาวต่างชาติอื่นๆ จะค้นคว้าหาข้อมูลด้วยตัวเองหรือกับคู่สมรส 93.6 และ 74.6 ตามลำดับ สิ่งเหล่านี้สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทยและจีนที่มีความคล้ายคลึงกันดังกล่าวข้างต้นว่า ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ในครอบครัวใกล้ชิดและลูกหลานจะคอยดูแลผู้สูงวัยเพื่อแสดงความกตัญญูรู้คุณ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นที่ชาวญี่ปุ่นและชาวต่างชาติตะวันตกจะเดินทางท่องเที่ยวไปกับคู่สมรส และผู้สูงอายุทั้ง 2 กลุ่มเป็นประเทศที่ผู้คนได้รับการศึกษาและพัฒนาให้มีการเรียนรู้ ปรับตัวและพึ่งตนเองในการใช้ชีวิตได้ดีกว่า (ตารางที่ 4.11)

ในขณะที่วัฒนธรรมชาวตะวันตกที่ความสัมพันธ์ในครอบครัวห่างเหินกว่าชาวเอเชีย จะอยู่แบบนิยมการพึ่งพาตนเอง ขณะที่การวางแผนท่องเที่ยวแต่ละครั้งต้องการทราบข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 298 คน (ร้อยละ 73.9) รองลงมาพาหนะที่ใช้เดินทางในการท่องเที่ยวจำนวน 220 คน (ร้อยละ 54.6) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 156 คน (ร้อยละ 63.7) รองลงมาสถานที่พักผ่อนจำนวน 134 คน (ร้อยละ 54.7) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.12)

การค้นหาค้นหาหรือติดต่อข้อมูล กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ส่วนใหญ่บุตรหลาน/ญาติ จำนวน 272 คน เป็นผู้ค้นหาหรือติดต่อให้ (ร้อยละ 67.5) รองลงมาจากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 233 คน (ร้อยละ 57.8) ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลและติดต่อจากเว็บไซต์ท่องเที่ยว จำนวน 144 คน (ร้อยละ 58.8) รองลงมาจากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 108 คน (ร้อยละ 44.1) ตามลำดับ (ตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.14: การจัดบริการการจัดการท่องเที่ยวให้ผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับเรื่อง

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติ ภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) อาหาร										
(1) อาหารเพื่อสุขภาพ	223	55.3	126	51.4	44	62.9	7	21.2	75	52.8
(2) อาหารธรรมดา	130	32.3	48	19.6	13	18.6	13	39.4	22	15.5
(3) อาหารท้องถิ่น	180	44.7	132	53.9	31	44.3	11	33.3	90	63.4
(4) อื่นๆ	7	1.7	10	4.1	-	-	2	6.3	8	5.6
2) โปรแกรมหรือรายการท่องเที่ยว										
(1) เน้นการพักผ่อน เช่น เที่ยวครึ่งวัน	189	46.9	99	40.4	35	50.0	8	24.2	56	39.4
(2) เน้นการจับจ่ายซื้อสินค้า	78	19.4	97	39.6	1	1.4	2	6.1	94	66.2
(3) เน้นเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต	226	226	59	24.1	26	37.1	21	63.6	12	8.5
(4) เน้นกิจกรรมเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ	117	29.0	37	15.1	20	28.6	3	9.1	14	9.9
(5) อื่นๆ	16	4.0	20	8.2	3	4.3	5	15.2	12	8.5
3) พาหนะเดินทาง										
(1) การขึ้นลงสะดวก (พื้นไม่สูง ประตู กว้างๆ)	272	67.5	113	46.1	41	58.6	22	66.7	50	35.2
(2) เบาะนั่งไม่แข็งกระด้าง	140	34.7	122	49.8	22	31.4	14	42.5	86	60.6
(3) มีเครื่องมือ/ อุปกรณ์ปฐมพยาบาลกรณีฉุกเฉิน	202	50.1	3	13.1	9	12.9	4	12.1	19	13.5
(4) มีเข็มฉีดยาทุกที่	155	38.5	81	33.1	15	21.4	5	15.2	61	43.0
(5) มีเครื่องมือ/ อุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ/ ไฟไหม้	112	27.8	46	18.8	22	31.4	2	6.1	22	15.5
(6) อื่นๆ	14	3.5	14	5.7	6	8.6	1	3.0	7	4.9

ตารางที่ 4.14: (ต่อ) การจัดบริการการจัดการท่องเที่ยวให้ผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับเรื่อง

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติ ภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4) ที่พักแรม										
(1) การขึ้นลงที่พักสะดวก (มีลิฟต์ อยู่ชั้นล่าง มีทางลาดฯ)	227	56.3	125	51.0	47	67.1	15	45.5	63	44.4
(2) ในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ	227	56.3	74	30.2	17	24.3	12	36.4	45	31.7
(3) มีห้องน้ำที่ออกแบบอย่างเหมาะสมกับผู้สูงอายุ	184	45.7	71	29.0	20	28.6	7	21.2	44	31.0
(4) ในบริเวณที่พักแรมมีสิ่งบริการที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ	169	41.9	44	18.0	12	17.1	2	6.1	30	21.1
(5) มีเครื่องมือ/ อุปกรณ์ปฐมพยาบาลกรณีฉุกเฉิน	134	33.3	52	21.2	11	15.7	2	6.1	39	27.5
(6) อื่นๆ	16	4.0	19	7.8	1	1.4	3	9.1	15	10.6
5) บริการด้านความปลอดภัย										
(1) เจ้าหน้าที่นำเที่ยวมีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล	274	68.0	127	51.8	48	68.6	16	48.5	63	44.4
(2) มีการประกันอุบัติเหตุการเดินทาง	224	55.6	121	49.4	31	44.3	13	39.4	77	54.2
(3) อื่นๆ	9	2.2	10	4.1	-	-	2	6.1	8	5.6

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 55.3 มีความคิดเห็นว่า การจัดบริการการจัดการท่องเที่ยวให้ผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ รองลงมาคืออาหารท้องถิ่นจำนวน 180 คน (ร้อยละ 44.7) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องอาหารท้องถิ่นจำนวน 132 คน (ร้อยละ 53.9) รองลงมาคืออาหารเพื่อสุขภาพจำนวน 126 คน (ร้อยละ 51.4) ตามลำดับ โดยการเลือกทานอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติย่อมเป็นการเลือกรับประทานอาหารและเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตนเอง

โปรแกรมหรือรายการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ส่วนใหญ่เน้นการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนและเน้นกิจกรรมเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 46.9 และร้อยละ 29.0 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างของผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่เลือกการท่องเที่ยวและเน้นการพักผ่อนเช่นเดียวกัน แต่ทว่ารองลงมาจะเลือกท่องเที่ยวเน้นการจับจ่ายซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 39.6 ซึ่งเป็นพฤติกรรมทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เมื่อเดินทางมาต่างถิ่นย่อมต้องการเลือกซื้อสินค้ากลับไปเป็นของฝากแก่ครอบครัวญาติสนิทมิตรสหาย

พาหนะเดินทาง กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ส่วนใหญ่ต้องการการขึ้นลงสะดวก (พื้นไม่สูง ประตู กว้างๆ) จำนวน 272 คน (ร้อยละ 67.5) รองลงมามีเครื่องมือ/อุปกรณ์ปฐมพยาบาลกรณีฉุกเฉิน จำนวน 202 คน (ร้อยละ 50.1) ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่ต้องการเบาะนั่งไม่แข็งกระด้าง จำนวน 122 คน (ร้อยละ 49.8) รองลงมาต้องการการขึ้นลงสะดวก (พื้นไม่สูง ประตู กว้างๆ) จำนวน 113 คน (ร้อยละ 46.1) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ที่พักแรม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่ต้องการการขึ้นลงที่พักสะดวก (มีลิฟต์อยู่ชั้นล่าง มีทางลาดฯ) รวมไปถึงในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 227 คน (ร้อยละ 56.3) รองลงมามีห้องน้ำที่ออกแบบอย่างเหมาะสมกับผู้สูงอายุ จำนวน 184 คน (ร้อยละ 45.7) ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ต้องการการขึ้นลงที่พักสะดวก (มีลิฟต์อยู่ชั้นล่าง มีทางลาดฯ) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 74 คน (ร้อยละ 30.2) และมีห้องน้ำที่ออกแบบอย่างเหมาะสมกับผู้สูงอายุ จำนวน 71 คน (ร้อยละ 29.0) ขณะที่กลุ่มตัวอย่างชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่**ต้องการบริการด้านความปลอดภัย** จากการที่เจ้าหน้าที่นำเที่ยวมีความรู้ด้านปฐมพยาบาลมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 68.0 และ 51.8 ตามลำดับ และรองลงมาอยากให้มีการประกันอุบัติเหตุการเดินทางเช่นเดียวกัน โดยคิดเป็นร้อยละ 55.6 และร้อยละ 49.4 ดังแสดงในตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.15: รูปแบบการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตที่ต้องการ

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติ ภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบคำบรรยายภาพ	180	44.7	155	63.3	42	60.0	11	33.3	102	71.8
2) แสดงแผนที่เส้นทางคมนาคมและข้อมูลสิ่งบริการต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว	149	37.0	118	48.2	23	32.9	19	57.6	76	53.5
3) แสดงข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบภาพ/ VDO	115	28.5	134	54.7	9	12.9	8	24.2	117	82.4
4) แสดงข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่เคยไปเที่ยวในสถานที่	100	24.8	33	13.5	16	22.9	14	42.4	3	2.1
5) อื่นๆ	13	3.2	10	4.1	2	2.9	3	9.1	5	3.5

การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่าควรมีการแสดงผลภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบคำบรรยายภาพในการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น รองลงมาร้อยละ 37.0 อยากให้มีการแสดงแผนที่เส้นทางคมนาคม และข้อมูลสิ่งบริการต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 54.7 ต้องการการแสดงผลกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบภาพ/VDO (ตารางที่ 4.15)

กลุ่มตัวอย่างชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีอยากให้มีการออกแบบเว็บไซต์ให้สามารถนำเสนอข้อมูล ภาพประกอบ และ VDO (Upload2 Share) คิดเป็นร้อยละ 41.2 และ 52.7 ตามลำดับ แต่ทว่ากลุ่มตัวอย่างชาวไทยแสดงความต้องการในลำดับรองลงมา คือ อยากให้มีการออกแบบเว็บไซต์เพื่อมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักท่องเที่ยวคนอื่นๆ (Comment) คิดเป็นร้อยละ 28.5 ในขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติเห็นว่าควรมีการออกแบบให้สามารถแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคล (Status) ร้อยละ 34.7 (ตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16: นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอยากให้เว็บไซต์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุสื่อสาร/ โต้ตอบ/ ตอบสนองอย่างไร

รายการ	ชาวไทย		ชาวต่างชาติ (รวม)		จีน		ญี่ปุ่น		ต่างชาติ ภาษาอังกฤษ	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1) ออกแบบให้สามารถนำเสนอข้อมูล ภาพประกอบ และ VDO (Upload2 Share)	166	41.2	129	52.7	27	38.6	23	69.7	79	55.6
2) ออกแบบให้แสดงความคิดเห็นส่วนบุคคล (Status)	105	26.1	85	34.7	11	15.7	10	30.3	64	45.1
3) ออกแบบให้แสดงความพึงพอใจ (Like)	114	28.3	83	33.9	10	14.3	8	24.2	65	45.8
4) ออกแบบให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ (Comment)	115	28.5	71	29.0	19	27.1	8	24.2	44	31.0
5) ออกแบบให้แบ่งปันข้อมูลสู่โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Share)	83	20.6	71	29.0	14	20.0	6	18.2	46	32.4
6) ออกแบบให้สามารถแบ่งปันข้อมูลในรูปแบบ VDO ผ่านเครือข่ายโซเชียลมีเดีย	56	13.9	28	11.4	14	20.0	2	6.1	12	8.5

4.1.2 รายงานการสังเกตการณ์ทัวร์ผู้สูงอายุ

ผลจากการร่วมสังเกตการณ์ทัวร์ผู้สูงอายุชาวไทย ซึ่งเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ณ เชียงราย-เชียงใหม่-แม่สาย-เชียงตุง ระยะเวลา 4 คืน 5 วัน ระหว่างวันที่ 24-28 มกราคม 2556

ข้อมูลทั่วไปของคณะผู้เดินทางผู้สูงอายุ (เพศ อายุ อาชีพ วุฒิการศึกษาและรายได้เฉลี่ย)

คณะผู้เดินทางประกอบด้วยผู้สูงอายุ เพศชาย จำนวน 4 ท่าน และเพศหญิงจำนวน 13 ท่าน โดยมีอายุตั้งแต่ 65 – 70 ปี (65 ปี 2 ท่าน, 66 ปี 7 ท่าน, 67 ปี 5 ท่าน, 68 ปี 1 ท่าน, 69 ปี 1 ท่าน และ 70 ปี 1 ท่าน) โดยส่วนใหญ่เป็นข้าราชการเกษียณอายุราชการ (ข้าราชการบำนาญ) และบางท่านประกอบธุรกิจส่วนตัว ทุกท่านมีระดับการศึกษาขั้นต่ำในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ประมาณ 10,000 – 50,000 บาท และมีกำลังซื้อสินค้าและบริการต่างๆ พอสมควร

● สุขภาพ และโรคประจำตัวของผู้เดินทางสูงอายุ

คณะผู้เดินทางมีผู้ที่จำเป็นต้องใช้ไม้เท้าช่วยพยุง จำนวน 1 ท่าน และมีจำนวนหลายท่านที่มีปัญหาสุขภาพเกี่ยวกับกระดูกและข้อ (อาการเจ็บหัวเข่า ปวดหลังปวดเอว) และประมาณ 4-5 ท่าน ที่ต้องรับประทานรักษาโรคประจำตัวยา ทุกหลังมื้ออาหาร

● การเตรียมความพร้อมก่อนการเดินทางของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุแต่ละท่านจะมีการเตรียมความพร้อมของตนเองก่อนการเดินทาง โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ได้แก่ ยารักษาโรคประจำตัว สายรัดเข็มขัดรัดเอวต่างๆ และไม้เท้า เป็นต้น ส่วนความพร้อมด้านเครื่องแต่งกายในการเดินทาง ผู้สูงอายุแต่ละท่านจะเตรียมเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับการเดินทาง เช่น เสื้อคลุมแขนยาว กางเกงขายาวที่สวมใส่สบาย รองเท้าผ้าใบ และรองเท้าหุ้มส้น หมวกร่มและแว่นตากันแดด และอุปกรณ์กันแดดต่างๆ รวมไปถึงขนมขบเคี้ยว ที่เหมาะสมกับสุขภาพและวัย เช่น ผลไม้อบแห้ง บัวยเปรี้ยว-เค็ม ผลไม้สด เช่น พุทรา และอ้อย เป็นต้น

ส่วนกระเป๋าเดินทาง และการจัดเก็บสัมภาระ ผู้สูงอายุมีการเตรียมตัวในการจัดเสื้อผ้าในแต่ละช่วงการเดินทาง มีกระเป๋าขนาดเล็กเพื่อบรรจุเสื้อผ้าที่ใช้แล้ว และกระเป๋าใบใหญ่สำหรับใส่เสื้อผ้าสำหรับการเดินทาง เนื่องจากการเดินทางแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเชียงราย และท่องเที่ยวในเขตรัฐฉาน สหภาพพม่า ดังนั้นกระเป๋าที่ใช้เดินทางส่วนหนึ่งถูกแยกเก็บไว้ในฝั่งประเทศไทย และนำกระเป๋าอีกใบสำหรับเดินทางต่อไปยังสหภาพพม่า ซึ่งการจัดการเหล่านี้ ผู้สูงอายุเป็นผู้เตรียมการเอง โดยที่ผู้จัดการทัวร์มิได้แจ้งล่วงหน้า ผู้สูงอายุบางท่าน จะมีการเตรียมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า เช่น จัดทำข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ในโปรแกรม ด้วยตนเอง การสืบค้นข้อมูลและรายละเอียดเกี่ยวกับโรงแรมที่พักที่จะต้องไปพัก ทาง Internet ฯลฯ

ในจำนวนผู้เดินทาง 17 ท่าน มีจำนวน 2 ท่านที่ไม่มีอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยที่เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตได้ เช่น Smart phone หรือ Android ต่างๆ ส่วนท่านที่เหลือมีอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัย และมีความรู้ความเข้าใจในการใช้เครื่องมือสื่อสารดังกล่าวได้ดี

โปรแกรมการเดินทาง (ระยะเวลา สถานที่ และกิจกรรม)

โปรแกรมการท่องเที่ยว ใช้เวลาจำนวน 4 คืน 5 วัน โดยแบ่งการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 2 คืน และในเขตเมืองเชียงตุง รัฐฉาน ประเทศพม่า จำนวน 2 คืน รายละเอียดการเดินทางโดยสรุป มีดังนี้

24 มกราคม 2557

- คณะเดินทางผู้สูงอายุเดินทาง ณ จุดนัดพบ ที่โรงแรม บีทู จังหวัดเชียงราย โดยแต่ละท่านเดินทางมาไม่พร้อมกัน มี 1 ท่าน เดินทางโดยเครื่องบิน จากกรุงเทพฯ – เชียงราย มาถึงประมาณ 14.00 น. และเดินทางมาโรงแรมโดยรถแท็กซี่ส่วนบุคคล จำนวน 3 ท่าน ขับรถมาจากจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2 ท่าน ขับรถมาจากเชียงราย และจำนวน 11 ท่าน เข้าเขमारรถตู้จากกรุงเทพมหานคร มายังจังหวัดเชียงราย ซึ่งบางท่านเดินทางมาจากจังหวัดนครราชสีมา ลพบุรี สระบุรี โดยมาพร้อมกันขึ้นรถตู้ที่กรุงเทพมหานคร

- ตอนเย็นคณะผู้เดินทางรับประทานอาหารด้วยตนเอง โดยเลือกร้านอาหารที่อยู่ย่านใจกลางเมือง และไม่ไกลจากโรงแรมที่พัก ร้านอาหารที่เลือกเป็นภัตตาคารอาหารไทย-จีน มีที่จอดรถสะดวก เข้าถึงได้ง่าย หลังรับประทานอาหารแต่ละท่านเข้าโรงแรมที่พัก และพักผ่อนตามอัธยาศัย

25 มกราคม 2557

- รับประทานอาหารเช้า ณ โรงแรมที่พัก พร้อมเก็บสัมภาระเตรียมเดินทางไปท่องเที่ยวที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

- แวะถ่ายภาพ และชมสวนดอกไม้เมืองหนาว ณ สวนตุงและโคมนครเชียงราย

- เดินทางไปยัง อำเภอเชียงแสน โดยในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ผู้สูงอายุเป็นผู้เลือกเอง โดยศึกษาข้อมูลจาก website และจากการที่เคยเดินทางไปในอดีต พร้อมกับปรึกษากับผู้จัดการทัวร์ว่าจะแวะเที่ยวชม หรือรับประทานอาหารที่ร้านใด เพื่อให้ไม่เสียเวลาในการเดินทาง

- ถึง อ.เชียงแสน แวะนมัสการและเที่ยวชม วัดพระธาตุเจดีย์หลวงเมืองเชียงแสน – วัดพระธาตุผาเงา และสามเหลี่ยมทองคำ

- รับประทานอาหารกลางวัน ณ ร้านอาหารตะวันริมโขง ใกล้บริเวณสามเหลี่ยมทองคำ

- เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ หอผืน อุทยานสามเหลี่ยมทองคำ

- เดินทางต่อไป อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

- เข้าโรงแรมที่พัก (Chour Palace Hotel)

- รับประทานอาหารเย็น ณ ภัตตาคารอาหารจีนญูนาน หยิงปิง

- เข้าที่พัก และพักผ่อนตามอัธยาศัย

26 มกราคม 2557

- รับประทานอาหารเช้า ณ โรงแรมที่พัก
- 8.00 น. ออกเดินทางสู่ด่านชายแดน อำเภอแม่สาย-อำเภอท่าช้างเหล็ก (พม่า) เพื่อเดินทางต่อไปยังเมืองเชียงตุง รัฐฉาน
- ผ่านพิธีการศุลกากร และด่านตรวจคนเข้าเมือง (ฝั่งไทย) และผ่านพิธีการตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) และเอกสารการเดินทางนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ฝั่งพม่า) และขึ้นรถมินิบัส จำนวน 22 ที่นั่ง ซึ่งเป็นรถที่ใช้ตลอดการเดินทางในประเทศพม่า
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน ณ เมืองพยาก (อาหารไทใหญ่)
- 13.30 น. แวะพัก ณ ชุมทางหมู่บ้านปางควาย เพื่อพักผ่อน เปลี่ยนอริยาบท และซื้อขนมขบเคี้ยวและอาหารพื้นถิ่น
- 14.30 น. เข้าที่พัก (โรงแรม Golden World) ในตัวเมืองเชียงตุง
- 15.30 น. เดินทางเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวตามโปรแกรมการเดินทาง ได้แก่ วัดอินทร์วัดพระธาตุจอมคำ หมู่บ้านทำเครื่องเงินเชียงตุง เยี่ยมชมไม้หายากเมือง ต้นไม้ศักดิ์สิทธิ์คู่มืองเชียงตุง ณ จอมมน และชมหนองตุง
- 18.30 น. รับประทานอาหารเย็น (อาหารไทใหญ่ – จีน)
- 19.00 น. เยี่ยมชม และนมัสการวัดจอมสัก หรือวัดเขมารตา พร้อมชมบรรยากาศเมืองยามค่ำคืน
- 19.30 น. เข้าที่พัก และพักผ่อนตามอัธยาศัย บางท่านเดินเล่นย่านการค้ากลางคืนของเมือง เทียวชมสินค้า และอาหารพื้นเมือง ถ่ายภาพและผ่อนคลายอิริยาบถ บริเวณใกล้เคียง เนื่องจากโรงแรมที่พักอยู่ไม่ไกลจากย่านการค้ากลางคืนของเมือง

27 มกราคม 2557

- รับประทานอาหารเช้า ณ โรงแรมที่พัก (ข้าวต้ม รับประทานกับ ไข่ต้มพื้นเมือง ผัดผักกาด ไข่เค็ม)
- ออกเดินทางไปยังตลาดใหญ่ใจกลางเมือง (ภาคหลวงเชียงตุง) เพื่อเดินชมตลาด พร้อมซื้อสินค้าของฝาก ของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมืองของเมืองเชียงตุง
- ออกเดินทางไปยังวัดรอบนอกเมือง เพื่อทำบุญ และถวายสังฆทานให้กับวัดที่อยู่ห่างไกล ได้แก่ วัดศีลมัน วัดจอมดอย วัดบ้านเพยรุ้ง และเยี่ยมชมหมู่บ้านชนบทพื้นถิ่น
- รับประทานอาหารกลางวัน (อาหารพื้นเมืองชาวไทจีน เมืองเชียงตุง)
- ทำบุญที่วัดยางกว เป็นต้น และเยี่ยมชมหมู่บ้านหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา
- พักผ่อนตามอัธยาศัย ณ โรงแรมที่พัก (ประมาณ 1 ชั่วโมง)
- ออกเดินทางไปยังวัดปางแดง และเยี่ยมชมบ้านทำสังกะสีฉลุลาย และฉัตร นมัสการกู่เจ้าฟ้าเชียงตุง
- ชมบรรยากาศหนองตุง ยามแดดร่มลมตก และบันทึกภาพทิวทัศน์โดยรอบ
- รับประทานอาหารเย็น (อาหารจีนยูนนาน)
- เข้าที่พัก และพักผ่อนตามอัธยาศัย

28 มกราคม 2557

- ตั้งแต่เช้า เดินทางไปตลาดเช้าประจำหมู่บ้านที่อยู่รอบนอกเมือง (บ้านกลางนาปู่หลอย) เยี่ยมชมบรรยากาศตลาดยามเช้า และเลือกซื้อผัก และผลไม้สด อาหารพื้นถิ่น พร้อมสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านท้องถิ่น

- กลับมารับประทานอาหารเช้า ณ โรงแรมที่พัก (ข้าวซอยไทใหญ่)
- เก็บสัมภาระพร้อมออกเดินทางกลับ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย
- แวะซื้อสินค้าพื้นเมืองก่อนกลับ ณ กาดหลวงเมืองเชียงตุง และเดินทางกลับ
- รับประทานอาหารกลางวัน ณ เมืองพยาก (อาหารไทใหญ่-ไทย)
- เดินทางถึงเมืองท่าขี้เหล็ก – ด่านชายแดน อำเภอแม่สาย – ท่าขี้เหล็ก ผ่านพิธีการ

ศุลกากร และตรวจคนเข้าเมือง

- เดินทางกลับไป จังหวัดเชียงราย โดยรถตู้ (เช่าเหมาจากกรุงเทพฯ) และรถยนต์ส่วนตัวที่คณะเดินทางผู้สูงอายุขับมาเอง

- เข้าที่พัก โรงแรม บีทู เชียงราย (Checked-in + รับ Key Cards)
- รับประทานอาหารเย็น (ตามอัธยาศัย โดยคณะผู้สูงอายุดำเนินการจัดการเอง)
- เข้าที่พัก และพักผ่อนตามอัธยาศัย



1. วัดพระธาตุดจอมคำ
2. วัดพระมหาหมื่น (พระเจ้าหลวงระแงง)
3. วัดราชฐานหลวงหัวขวง
4. หมู่บ้านพื้นถิ่นสองข้าง

รูปที่ 4.1: ภาพตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวตามโปรแกรม

ผลการสังเกตการณ์ทัวร์ผู้สูงอายุ มีดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่สังเกตการณ์นี้ มีลักษณะของความเฉพาะเจาะจงในกลุ่มของคณะเดินทางผู้สูงอายุ โดยความสนใจในการเดินทางอยู่ที่สถานที่ ผู้สูงอายุต้องการเดินทางไปโดยคร่าวๆ เช่น มีเป้าหมายต้องการไปเที่ยว 4 เชียง ได้แก่ เมืองเชียงราย เชียงแสน เชียงของ และเชียงตุงในสหภาพพม่า แต่ในรายละเอียดการเดินทางไม่มีกำหนดการที่แน่ชัด กลุ่มคณะเดินทางนี้เป็นกลุ่มเฉพาะที่เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มเพื่อนร่วมชั้นเรียนในอดีตที่ต้องการท่องเที่ยวกับเพื่อนๆ วัยเกษียณด้วยกัน ดังนั้นสมาชิกผู้ร่วมเดินทางทั้งหมดจึงไม่มีบุคคลนอกกลุ่มที่ไม่รู้จักคุ้นเคยเข้าร่วมในการเดินทางครั้งนี้ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นการส่งต่อข้อมูลระหว่างเพื่อนฝูงที่ติดต่อกันอยู่แล้วทั้งทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line หรือ e-mail และการโทรศัพท์ติดต่อกัน ดังนั้นผู้เข้าร่วมการเดินทางจึงเป็นผู้ที่อยู่ในเครือข่ายของการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่ม ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของบริษัททัวร์โดยตรง

อย่างไรก็ตาม โปรแกรมการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว สามารถเข้าถึงข้อมูลได้จากสื่อออนไลน์ เช่น ข้อมูล Website เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ข้อมูลที่ได้จากการที่เคยเดินทางไปเที่ยวสถานที่นั้นๆ ในอดีต และการบอกต่อๆ กันมา เป็นต้น โดยในกลุ่มคณะเดินทางผู้สูงอายุ จะมีสมาชิกท่านใดท่านหนึ่งเป็นผู้ประสานงานติดต่อกับบริษัททัวร์ หรือผู้ที่สามารถจัดการเดินทางให้ทางกลุ่มได้ ทั้งนี้ทางกลุ่มผู้สูงอายุ ค่อนข้างที่จะไว้วางใจกับบริษัท หรือบุคคลที่ทางสมาชิกภายในกลุ่มคุ้นเคย หรือเคยใช้บริการ หรือได้รับการแนะนำมาจากบุคคลใกล้ชิดที่ตนวางใจได้ สำหรับกรณีที่ทำการสังเกตการณ์นี้ เป็นลักษณะที่สมาชิกท่านหนึ่งในกลุ่มคณะเดินทางได้รับการแนะนำจากเพื่อนใกล้ชิดให้ติดต่อประสานงานกับผู้ที่สามารถจัดการประสานงานการเดินทางทัวร์นี้ได้ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนี้จึงแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ของบริษัททัวร์ที่เป็นสาธารณะ และเปิดรับบุคคลหลากหลายเข้าร่วมกลุ่มเดินทาง

สำหรับทัวร์ผู้สูงอายุในกรณีศึกษา นี้ ผู้จัดการเดินทาง มีการติดต่อประสานงานกับคณะผู้เดินทางผู้สูงอายุผ่านสื่อออนไลน์ ได้แก่ การพูดคุยโต้ตอบทาง Facebook การโทรศัพท์ติดต่อกัน การส่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โปรแกรมการเดินทาง และเอกสารประกอบการเดินทางเกือบทั้งหมดจะผ่านสื่อออนไลน์ และโทรศัพท์ จากการสัมภาษณ์สมาชิกผู้เดินทาง พบว่า ผู้เดินทางสูงอายุเกือบทุกท่านกล่าวว่า เป็นช่องทางที่ง่าย สะดวกรวดเร็ว และเหมาะสำหรับผู้สูงอายุที่อยู่ต่างจังหวัด หรือในพื้นที่ๆ ห่างไกลจากการขนส่งมวลชน เช่นไปรษณีย์ เป็นต้น

2) การขายทัวร์สำหรับผู้สูงอายุ

ลักษณะการขายทัวร์เป็นแบบ Package Tour ที่ครบถ้วนทั้งการเดินทาง โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร และค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง เช่น ค่าธรรมเนียมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ต่างๆ โดยทัวร์จะขายผ่านทางสื่อออนไลน์ หรือผ่านสมาชิกผู้สูงอายุท่านใดท่านหนึ่งที่ประสานงานผู้จัดการทัวร์โดยตรง ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางตัวแทนผู้สูงอายุจะทำการชำระเงินมัดจำล่วงหน้าผ่านการโอนใน I banking หรือธนาคารออนไลน์ เพื่อต้องการความสะดวกสบายในการจัดการ เนื่องจากการเดินทางของผู้สูงอายุที่ไปกันเอง โดยไม่

พึ่งพาอุปกรณ์ จึงต้องอาศัยเทคโนโลยี และการจัดการที่ง่าย สะดวก ชัดเจน และที่สำคัญคือ เชื่อถือได้ ทั้งระบบที่ช่วยจัดการ และผู้ประสานงานจัดทัวร์ นอกจากนี้คณะเดินทางผู้สูงอายุในทัวร์นี้ ต่างอยู่คนละจังหวัดที่ห่างไกลกัน จึงต้องมีการรวบรวมเอกสารต่างๆ ที่จะต้องใช้ในการเดินทางผ่านตัวแทนผู้สูงอายุ ที่ส่งต่อข้อมูลให้กับผู้ประสานงานทัวร์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น e-mail และ Facebook ที่เป็น Application ในโทรศัพท์มือถือ รวมถึงการส่งเอกสารทางไปรษณีย์อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม คณะเดินทางผู้สูงอายุที่เหลือที่ไม่ใช่ผู้ที่ประสานงานกับผู้จัดการทัวร์ จะไม่ค่อยได้ให้ความสนใจกับโปรแกรมการเดินทางในรายละเอียดมากนัก และมักลืมโปรแกรมว่าจะต้องเดินทางไปไหน และอย่างไร

3) การบริการระหว่างเดินทาง

ในระหว่างการเดินทาง จะต้องมีการบริการ และเอาใจใส่อยู่ตลอดเวลาในทุกๆ ด้าน ได้แก่

ด้านพาหนะ: พาหนะ หรือรถยนต์ที่ใช้จะต้องสะดวก โดยเฉพาะเบาะนั่ง และที่วางขา ที่สามารถปรับเอนได้ เพราะผู้สูงอายุมักมีอาการปวดหลัง ปวดเอว (หากสามารถเตรียมหมอนหนุนหลัง หรือหมอนสวมที่คอเวลานั่งรถ ก็จะดีมาก) มีความโล่งโปร่งสบาย มีผ้าปูสำหรับบังแดด และที่สำคัญคือ พนักงานขับรถ จะต้องขับด้วยความระมัดระวัง และไม่โยกเหวี่ยงไปมาที่จะทำให้เกิดอาการเมารถได้ ในกรณีที่มีการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะเดียวกัน ผู้สูงอายุมักต้องการให้คณะเดินทางทั้งหมดนั่งรถคันเดียวกัน เพื่อความสนุกครื้นเครง และทำกิจกรรมทุกอย่างพร้อมกัน

ด้านการบริการอาหาร และเครื่องดื่มระหว่างการเดินทาง: มีการบริการน้ำ และเครื่องดื่มบนรถอยู่เสมอ เนื่องจากผู้สูงอายุจะดื่มน้ำตลอด แต่บางท่านมักจะดื่มน้ำน้อย เพราะไม่ต้องการเข้าห้องน้ำระหว่างการเดินทาง มีกาแฟคอยบริการในช่วงบ่าย และขนมขบเคี้ยวให้รับประทานรองท้องระหว่างมื้ออาหาร แต่ว่าส่วนใหญ่ผู้สูงอายุจะคอยควบคุมอาหาร และของหวาน จะไม่รับประทานพร่ำเพรื่อ หานจุจิก แต่จะเน้นรับประทานมื้อหลัก

ด้านห้องน้ำ และการผ่อนคลายอิริยาบถระหว่างเดินทาง : ผู้สูงอายุมักจะเข้าห้องน้ำอยู่ตลอดการเดินทาง และทุกจุดแวะพักจะต้องเข้าห้องน้ำ แต่พบว่าผู้สูงอายุจะเลือกเข้าใช้บริการห้องน้ำสาธารณะที่มีชักโครกที่สะอาด หรือหากไม่มีชักโครก ก็จะต้องเข้าห้องน้ำที่สะอาด พบว่าห้องน้ำหลายๆ แห่งตามสถานที่ท่องเที่ยวจะมีบริการห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำที่วัดพระธาตุเจดีย์หลวงเมืองเชียงใหม่ , ห้องน้ำที่หอดูผืน อุทยานสามเหลี่ยมทองคำ เป็นต้น แต่ในคณะที่เดินทางนี้ ยังไม่พบว่ามีผู้สูงอายุท่านใดใช้บริการห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่จะสามารถใช้ห้องน้ำปกติได้ทุกท่าน

เนื่องจากการเดินทางส่วนใหญ่ เป็นการนั่งรถ ดังนั้นผู้สูงอายุจึงมักจะให้จอดทุกจุดแวะพัก เพื่อลงรถมาผ่อนคลายอิริยาบถ เดินยืดเส้นสาย และเปลี่ยนบรรยากาศ หากจุดแวะพักนั้นๆ มีบริการห้องน้ำ หรือร้านค้าขายสินค้า ของที่ระลึก ฯลฯ ก็มักจะเปลี่ยนบรรยากาศโดยการเลือกชม เลือกซื้อสินค้าต่างๆ สินค้าที่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อ เช่น ของที่ระลึกที่มีน้ำหนักเบา ผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า ผลไม้แห้ง-ดอง ผักท้องถิ่น เป็นต้น มีจำหน่ายซื้อสินค้าในแต่ละจุดไม่มากนัก และมักซื้อสินค้าแบบอย่างเดียวกัน เพื่อให้สามารถต่อรองราคาสินค้าให้ถูกลง นอกจากนี้ คณะเดินทางผู้สูงอายุนี้ นิยมถ่ายภาพร่วมกัน โดยใช้อุปกรณ์สื่อสารที่มีกล้อง เช่น iPhone, iPad และกล้องถ่ายรูป มาบันทึกภาพร่วมกันในสถานที่ๆ สวยงาม หรือป้ายสถานที่สำคัญ ตลอดการเดินทาง

4) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

ด้านการเลือกที่นั่ง

จากการสังเกตการเลือกที่นั่งภายในรถบัสที่ใช้ในการเดินทางของผู้สูงอายุพบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุน้อยกว่า มีความคล่องตัวมากกว่าจะเลือกที่นั่งในตำแหน่งตอนท้ายของรถ ส่วนผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่าจะเลือกที่นั่งตอนหน้า – ตอนกลาง เนื่องจากรถมินิบัสที่ใช้ มีที่นั่งคู่ และที่นั่งเดี่ยว พบว่า ผู้สูงอายุเพศชาย และผู้สูงอายุที่อ้วน มักจะเลือกที่นั่งเดี่ยว ผู้สูงอายุที่สนิทกันก็จะเลือกที่นั่งใกล้กัน และจะนั่งประจำตำแหน่งที่นั่งที่ตนเลือกไว้ในตอนแรกโดยไม่มีการเปลี่ยนที่นั่ง ยกเว้นในกรณีการเดินทางระยะสั้น และจำนวนคนไม่ครบ ก็จะเลือกนั่งตามอัธยาศัย นอกจากนี้ผู้สูงอายุที่ชอบการถ่ายภาพก็จะเลือกที่นั่งที่ใกล้หน้าต่าง หรือด้านข้างคนขับ ส่วนผู้สูงอายุที่ต้องการความรู้จากการบรรยายของวิทยากรก็จะนั่งใกล้กับวิทยากร และมัคคุเทศก์ จะเห็นว่าการเลือกที่นั่งของผู้สูงอายุในขณะเดินทางนี้ จะมีการลำดับวิวุฒิ และเป็นไปตามความพึงพอใจ และความสนใจส่วนตัว และมักจะไม่มีมีการเปลี่ยนที่นั่ง

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (ร้านอาหาร บรรายากาศ รายการอาหาร ฯลฯ)

จากการสังเกตพฤติกรรมในการเลือกอาหารรับประทานของผู้สูงอายุ พบว่า มีการเน้นอาหารจำพวกผัก และเนื้อสัตว์ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จะพบว่าในการเลือกเมนูอาหารจะมีผู้เลือกหลัก ผู้เลือกรอง และผู้ที่ไม่เลือกอะไร ทานอะไรก็ได้ จึงทำให้พบว่าในมื้ออาหารบางมื้อมีเนื้อสัตว์มากกว่าผัก ยกตัวอย่างเช่น อาหารมื้อเย็น ในภัตตาคารอาหารจีนยูนนานในวันที่ 25 มกราคม รายการอาหารได้แก่ ขาหมูยูนนาน กับหมั่นโถวทอด เป็ดปักกิ่งทอดกรอบ เนื้อเย็น กระเพาะปลาผัดแห้ง และยอดถั่วงอกเต้าหู้ผัดน้ำมันหอย รับประทานพร้อมชาเขียวร้อน จะเห็นว่าสัดส่วนอาหารที่เป็นเนื้อสัตว์ มีมากกว่าอาหารจำพวกผัก และแกง

ส่วนในมื้ออาหารอื่นๆ ที่จัดรายการโดยผู้จัดการทัวร์ พบว่า ผู้สูงอายุ รับประทานอาหารได้เกือบทุกรายการ เช่น ผัดผัก ต้มจืดผักต่างๆ เนื้อปลาหนึ่ง เนื้อปลาทอด อาหารประเภทยำหมูทอด ไก่ทอด และไข่เจียว จากการสอบถามพบว่า อาหารที่ผู้สูงอายุนิยมรับประทานมักเป็นอาหารจำพวก ผัก และปลาที่ย่อยง่าย และมีส่วนที่เป็นเนื้อหมู และไก่บ้างเล็กน้อย จะเห็นได้ว่า ผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ มักจะเป็นคนที่มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงพอสมควร สามารถรับประทานอาหารได้หลากหลาย และอาหารมื้อใดที่เป็นมื้อเพื่อสุขภาพจะมีความชื่นชอบเป็นพิเศษ เช่น อาหารมื้อกลางวัน ของวันที่ 27 มกราคม ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมือง พบว่าในอาหารพื้นเมือง ส่วนใหญ่จะเน้นจำพวกผัก แกง และน้ำพริกพื้นเมือง ซึ่งเป็นอาหารที่ย่อยง่าย และดีต่อสุขภาพ ผู้สูงอายุจึงชื่นชอบ และชื่นชมอาหารในมื้อนี้เป็นอย่างมาก

จากการสัมภาษณ์ผู้สูงอายุ จำนวน 5 ท่าน ในขณะเดินทาง พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับอาหารมื้อกลางวันมากกว่ามื้ออื่นๆ มื้อเช้าจะรับประทานอาหารที่ย่อยง่าย ส่วนมื้อกลางวันจะรับประทานอาหารอย่างเต็มที่ ส่วนมื้อเย็นจะรับประทานอาหารประเภทเบาๆ ย่อยง่าย เน้นเป็นพวก ผัก และเนื้อปลาเป็นหลัก นอกจากนี้สิ่งสำคัญที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และโภชนาการของผู้สูงอายุในการเดินทาง พบว่า มัคคุเทศก์ และหัวหน้าทัวร์ได้ให้ความสนใจใส่ใจต่อความสะดวก และสุขอนามัยของร้านอาหารอย่างมาก โดยเฉพาะผิงซูที่ทางร้านอาหารนิยมเติมลงในอาหาร จะได้รับการ

เข้มงวดในการ “ห้าม” ใส่ผงชูรสลงในอาหารที่ปรุงอย่างเด็ดขาด ยกเว้นในอาหารที่ทางร้านได้เตรียมล่วงหน้าก่อนแล้ว แต่ในอาหารที่ปรุงสดใหม่จะห้ามใส่ผงชูรสโดยเด็ดขาด เนื่องจากผู้สูงอายุท่านหนึ่งมีอาการแพ้ผงชูรสอย่างรุนแรง

ดังนั้นอาหารที่รับประทานระหว่างการเดินทาง มีความสำคัญอย่างมากต่อการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ หากอาหารที่รับประทานเป็นพิษ หรือทำให้ไม่สบายระหว่างการเดินทาง ก็จะทำให้การเดินทางนั้นๆ ประสบปัญหา และเสี่ยงต่อสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างมาก

ด้านที่พัก

โรงแรมที่พักเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เนื่องจากความสะดวก สะอาดและความปลอดภัยของโรงแรมที่พักมีส่วนสำคัญต่อความไว้วางใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ คณะเดินทางผู้สูงอายุกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความทันสมัย และมีทักษะในการใช้เครื่องมือสื่อสารและinternet พอสมควร ทำให้มีการตรวจสอบคุณภาพ และระดับความพึงพอใจ (Rate) ของผู้ที่เคยใช้บริการผ่าน website ต่างๆ ก่อนที่คณะเดินทางจะเข้าพักจริง โดยข้อมูลส่วนใหญ่ที่ผู้สูงอายุตรวจสอบได้แก่ ภาพหน้าตา-การจัดตกแต่งห้องพัก ภาพของโรงแรม ภาพห้องอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ภาพภายในห้องน้ำ และอุปกรณ์ต่างๆ ที่โรงแรมจัดให้ นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบว่าเป็นโรงแรมที่เปิดมานานแล้ว หรือเปิดใหม่ มีระดับความพึงพอใจของผู้ที่เคยใช้บริการเท่าไร หากสิ่งเหล่านี้อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ ผู้สูงอายุก็จะให้ความไว้วางใจในการใช้บริการ และไว้วางใจในการให้บริการของผู้จัดการทัวร์ หรือบริษัททัวร์นั้นๆ

จากการสังเกตการณ์บริการของโรงแรมที่จำเป็น คือ ต้องมีลิฟท์บริการ เพราะการขึ้นลงบันไดของผู้สูงอายุเป็นอุปสรรค บันทอนสุขภาพ และอาจเกิดอันตรายต่อผู้สูงอายุได้ พนักงานช่วยยกกระเป๋า (Bell Boy) จะต้องช่วยขนกระเป๋าและสัมภาระของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ภายในห้องพักควรมีบริการรองเท้าใส่ภายในห้อง (Slipper) และรองเท้าสำหรับใส่ในห้องน้ำแบบที่มีพื้นกันลื่น เพราะผู้สูงอายุอาจจะลื่นล้มในห้องน้ำได้ รวมถึงการเดินไปมาภายในห้องพักที่ปูด้วยพรมกระเบื้องมักจะทำให้เท้าเย็น เป็นต้น ส่วนอุปกรณ์ต่างๆ ภายในห้องน้ำของโรงแรมที่พัก ยังไม่มีอุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกใดๆ ที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ราวจับ หรือไม้เท้าช่วยพยุง สำหรับการจองห้องพัก ผู้สูงอายุชอบให้อยู่ห้องพักใกล้ๆ กัน ที่สามารถเดินไปมาหาสู่กันได้ง่าย หรืออาจเปิดทะเลถึงกันได้ ในกรณีที่ต้องการความช่วยเหลือ หรือสังสรรค์ระหว่างผู้สูงอายุด้วยกัน

ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยว

การแจ้งโปรแกรมการเดินทาง และชี้แจงรายละเอียดเป็นระยะๆ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุมักจะลืม และต้องการความชัดเจนในการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ เช่น การกำหนดเวลาในการชมสถานที่แต่ละจุด การแจ้งกำหนดการเดินทางในแต่ละวัน และช่วงครึ่งวัน (แม้ว่าจะมีการแจกโปรแกรมการเดินทางให้แต่ละท่านแล้วก็ตาม) การบรรยายที่สนุกสนานและแทรกเนื้อหาสาระพอสมควร รวมถึงการให้ข้อมูลต่างๆ ที่ควรรู้ ข้อระมัดระวังในการเดินทางต่างๆ เป็นต้น ผู้สูงอายุจะให้ความสนใจเป็นอย่างดีในเรื่องที่สำคัญ

ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงสุขภาพของผู้สูงอายุเป็นสำคัญ ไม่ใช่เวลาเร่งรีบในการชมจนเกินไป มีช่วงเวลาให้พักผ่อนตามอัธยาศัย เช่น ในช่วงบ่ายที่แดดร้อนจัด ผู้สูงอายุควรได้รับการพักผ่อนตามอัธยาศัย ณ โรงแรมที่พัก หรือร้านเครื่องดื่มที่มีที่นั่งสบายๆ และอากาศอุณหภูมิพอเหมาะไม่เย็น หรือร้อนจนเกินไป รวมถึงการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของผู้สูงอายุ เพราะผู้สูงอายุบางท่านนิยมเที่ยววัด และศาสนสถาน บางท่านนิยมจับจ่ายซื้อของ เป็นต้น ทำให้การจัดโปรแกรมต้องมีช่วงพัก และเปลี่ยนบรรยากาศของการท่องเที่ยวอยู่เสมอ

จากการสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในขณะเดินทางนี้พบว่า ผู้สูงอายุเกือบทั้งหมดชื่นชอบการท่องเที่ยวที่สัมผัสธรรมชาติ การถ่ายภาพดอกไม้และพืชพรรณที่สวยงามท่ามกลางอากาศที่หนาวเย็น รองลงมาคือ การเที่ยวตลาด จับจ่ายซื้อของฝากของที่ระลึก และของใช้ส่วนตัว การไปเที่ยวศาสนสถาน และทำบุญในวัดต่างๆ และการเยี่ยมชมหมู่บ้านชนบท เพื่อสัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งแต่ละท่านก็มีความสนใจ และความพึงพอใจส่วนตัวแตกต่างกันไป จึงต้องจัดรายการให้มีความสมดุลพอเหมาะ พบว่าบางช่วงของโปรแกรม จะมีผู้สูงอายุบางส่วนไม่ลงจากรถเพื่อร่วมกิจกรรม เนื่องจากการลุกนั่งไม่สะดวก และเหน็ดเหนื่อยจากการขึ้น-ลง รถบัสที่มีที่ก้าวขึ้นระดับสูง

ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง พบว่ามีเพียงบางแห่งเท่านั้นที่มีบริการรองรับสำหรับผู้สูงอายุ เช่น หอผืน อุทยานสามเหลี่ยมทองคำ ที่มีบริการห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ และรถเข็นเพื่อให้ผู้สูงอายุนั่งระหว่างการเข้าชม แต่มีจำนวนไม่มากนัก เพียงแค่ 5 คัน เท่านั้น และมีบริการลดราคาค่าเข้าชมจากราคา 200 บาทสำหรับบุคคลทั่วไป เหลือเพียง 50 บาทสำหรับผู้สูงอายุ ส่วนสถานที่อื่นๆ ยังไม่มีบริการที่รองรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะมากนัก ซึ่งในกรณีศึกษาครั้งนี้ พบว่า ยังไม่มีผู้สูงอายุท่านใดที่ต้องใช้บริการของผู้สูงอายุโดยตรง

5) ปัญหา อุปสรรค

จากการสังเกตการณ์ การท่องเที่ยวผู้สูงอายุในครั้งนี้ พบว่า ปัญหาและอุปสรรคสำคัญ คือ การบริการด้านอาหาร เนื่องจากร้านอาหารที่สามารถบรรยายอาหารให้เหมาะสมกับสุขภาพของผู้สูงอายุยังมีไม่มากนัก ร้านอาหารส่วนใหญ่ยังคงใช้ผงชูรสในการประกอบอาหาร และไม่สามารถตรวจสอบได้ถึงความสะดวกและสุขอนามัยในห้องประกอบอาหารของร้านแต่ละแห่ง

การเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างจังหวัด หรือต่างประเทศที่ไม่สามารถรองรับและให้บริการผู้สูงอายุได้อย่างครบถ้วน ทำให้ผู้สูงอายุบางท่านกังวล และต้องระมัดระวังตนเองอย่างมากในการท่องเที่ยว เช่น สถานที่ท่องเที่ยวไม่มีความสะดวกในด้านการบริการรักษาพยาบาล ความกังวลในความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ นอกจากจะต้องระมัดระวังและให้ความเอาใจใส่การกินอยู่หลับนอนของผู้สูงอายุแล้ว ยังต้องให้ความสำคัญต่อสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างมากหากต้องไปเที่ยวในสถานที่ๆ ไม่สามารถรองรับได้ การให้ข้อมูลในการเตรียมความพร้อมก่อนการเดินทาง ข้อควรระวังต่างๆ เป็นสิ่งสำคัญมากของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพราะว่าหากสถานที่นั้นๆ ไม่มีบริการรองรับที่ดีพอ ผู้สูงอายุจะได้เตรียมตัวเพื่อที่จะดูแลตนเองไปในระดับหนึ่ง

4.1.3 การทดลองจัดทัวร์สำหรับผู้สูงอายุ

เพื่อให้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในขณะเดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับคณะ จึงได้ทดลองจัดทัวร์ เพื่อให้รู้ถึงการเตรียมการ ข้อควรปฏิบัติ ข้อจำกัด ทั้งการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ ในเรื่องการเดินทาง อาหาร ที่พัก การจัดรายการท่องเที่ยว ฯลฯ ซึ่งก่อนออกเดินทางจริง ได้มีการวางแผนออกแบบ เพื่อหาข้อมูลที่ต้องการทราบ และรายละเอียดในการจัดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนี้

1) โปรแกรมในการท่องเที่ยว

1.1) ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

- สิ่งที่น่าสนใจ และจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ
- เที่ยวอะไร ดูอะไร หรือมีกิจกรรมอะไรให้ทำในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ
- ใช้เวลาเท่าไรในการเที่ยวชมสถานที่นั้นๆ
- ระยะเวลาในการเดินทางถึงสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ
- ป้าย หรือสื่อต่างๆ ที่ใช้ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ สามารถรองรับผู้สูงอายุได้หรือไม่ เช่น ขนาดตัวอักษรของป้าย เครื่องหมายต่างๆ และจุดสังเกต เป็นต้น
- ความสั่นไหวของการนำชม ความไม่ถนัดของเส้นทาง
(เส้นทางการเข้าชม หรือลำดับการเข้าชมเป็นอย่างไร ง่ายต่อการสื่อสารแก่ผู้สูงอายุหรือไม่ สำคัญต่อการเดินทางของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง หรือท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะซึ่งอาจเกิดการพลัดหลงได้)
- สถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดบ้าง ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ หรือเหมาะกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เช่น
 - สิ่งอำนวยความสะดวก โรงพยาบาล สถานีอนามัย หน่วยปฐมพยาบาล สถานีตำรวจ การเข้าถึงโทรคมนาคม สื่อสารและอินเทอร์เน็ตไร้สาย ฯลฯ
 - ร้านอาหาร หรือภัตตาคารที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะอาหารเพื่อสุขภาพ
 - แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่เดินทางเข้าถึงสะดวกและปลอดภัย

1.2) ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

- ห้องน้ำ (เป็นอย่างไร/ มีห้องน้ำผู้สูงอายุหรือผู้พิการหรือไม่/ มีกระดาดที่ซุ้สายฉีดชำระหรือไม่ / จำนวนเพียงพอหรือไม่ และอยู่ตำแหน่งใดบ้างของสถานที่ท่องเที่ยว)
- ทางลาด (พื้นผิวทางลาด องศาความชัน ราวจับกันตงหรือกันลื่น)
- ระยะทางเดินเท้า (ห่างจากจุดจอดรถเท่าไร, ห่างจากจุดเที่ยวชมเท่าไร)
- พื้นผิวทางเดินเท้าเป็นอย่างไร (ปูนซีเมนต์ หิน กรวด หวาย อิฐ หินอ่อน ฯลฯ ต้องทราบด้วยเพราะวัสดุพื้นทางเดินสำคัญมากต่อการเดินเท้าของผู้สูงอายุ)

- **เที่ยวในร่มหรือกลางแจ้ง** (มีทางเดินในร่มที่กันแดด กันฝนหรือไม่ และทางเดินนั้นสามารถนำชมโดยรอบสถานที่เข้าชมได้อย่างครอบคลุมหรือไม่ ระหว่างทางเดินนั้นมีสถานที่นั่งพัก หรือจุดพักหรือไม่ ฯลฯ)
- **มีสถานที่นั่งพักผ่อน** (นั่งรอในร่ม หรือกลางแจ้ง และมีจุดบริการห้องน้ำอยู่ใกล้เคียงหรือไม่)
- **จุดจอดรถ** (อยู่บริเวณใดของสถานที่ท่องเที่ยว และระยะทางในการเข้าถึงจุดจอดรถกับแหล่งท่องเที่ยว (มีผลต่อการเดินไปขึ้นรถของผู้สูงอายุ)
- **จุดนัดพบ หรือจุดประชาสัมพันธ์** ที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุมีหรือไม่ (เห็นชัดเจน มีที่นั่งรอ อยู่ในร่ม และเดินไม่ไกลจากจุดเที่ยวชมสถานที่ และหาได้ง่าย เพื่อป้องกันการพลัดหลงของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ)

1.3) ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ด้านสื่อ สารสนเทศมีหรือไม่

เช่น สามารถสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้มากน้อยเพียงใด และแหล่งข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสถานที่นั้นมีหรือไม่ และสามารถสืบค้นได้จากแหล่งใดบ้าง)

1.4) การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (ข้อมูลที่ต้องการทราบในการจัดโปรแกรมด้านเส้นทาง)

- การลำดับเส้นทางการเดินทาง
- ระยะทาง และระยะเวลาการท่องเที่ยว ต่อวัน และตลอดโปรแกรม
- จุดหยุดพักผ่อนคลายเป็นระยะ และเข้าห้องน้ำ
- จุดชมวิว
- จุดพักรถ และสถานบริการน้ำมัน (ที่มีห้องน้ำบริการ)
- ร้านอาหาร หรือภัตตาคารที่เหมาะสม และอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุได้ (ที่อยู่บนเส้นทางการเดินทาง ในกรณีที่ต้องเดินทางจากสถานที่ชมหนึ่ง ไปยังอีกแห่งหนึ่งที่มีระยะทางค่อนข้างไกล ซึ่งต้องแวะรับประทานอาหารระหว่างทาง)

1.5) ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหาร และสถานที่พัก

ร้านอาหาร

- ร้านอาหารเป็นอาหารรสชาติกลาง
- อาหารย่อยง่าย ครอบ 5 หมู่
- มีเก้าอี้ที่นั่งที่สะดวกสบาย

- มีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุให้บริการ
- มีแสงสว่างที่เหมาะสมสำหรับสายตาของผู้สูงอายุ

สถานที่พัก

- ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นที่พักที่ไม่ต้องเดินขึ้นบันไดสูง มีลิฟท์ มีทางลาดสำหรับรถเข็น

- มีที่นั่งพักสะดวกสบาย
- มีเตียงคู่
- มีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ หรือในห้องน้ำมีราวให้จับ
- เป็นห้องน้ำแบบนั่งชักโครก เพื่อความสะดวกของผู้สูงอายุ

1.6) ข้อมูลเกี่ยวกับพาหนะที่ใช้เดินทาง และนำเที่ยวภายในโปรแกรม

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

- เป็นรถที่มีเบาะนั่งไม่แข็ง มีพนักพิง
- เบาะสามารถปรับเอนได้
- เป็นรถปรับอากาศ และโล่ง
- เป็นรถที่ไม่สูงเกินไป มีบันไดหรือมีที่เหยียบในการขึ้นลงที่สะดวก
- มีพื้นที่กว้างพอสำหรับวางเท้า

รถนำเที่ยวในโปรแกรม

- เป็นรถที่มีเบาะไม่แข็งนั่งสบาย มีพนักพิง
- เป็นรถที่ไม่สูงมาก สะดวกสำหรับผู้สูงอายุก้าวขึ้นได้อย่างสะดวก
- มีการบรรยายให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

จากข้อมูลข้างต้น ได้จัดทัวร์ผู้สูงอายุ ตามโปรแกรมการท่องเที่ยว โครงการนำร่องการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ ” ระหว่างวันที่ 4 – 5 เมษายน 2557 ณ จังหวัดน่าน ดังนี้

โปรแกรมการท่องเที่ยว
โครงการนำร่องการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ”
 ระหว่างวันที่ 4 – 5 เมษายน 2557 ณ จังหวัดน่าน

วันที่ 4 เมษายน 2557

: ออกเดินทางจากเชียงใหม่-น่าน และท่องเที่ยวตัวเมืองน่าน (โดยรถราง)

07.00 น. ขึ้นรถตู้ ณ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- เจ้าหน้าที่/ผู้ประสานงานรอต้อนรับ (พร้อม Checklist รายชื่อผู้เดินทาง พร้อมติด TAG กระเป๋า)
- เตรียมอาหารว่าง พร้อมเครื่องดื่ม บริการในระหว่างการเดินทาง (ควรเป็นขนมที่ย่อยง่าย หรือเป็นพวกธัญพืช และน้ำผลไม้ น้ำสมุนไพร หรือน้ำเปล่า)
- โดยจัดเป็นชุดที่พร้อมแจกในระหว่างการเดินทาง
- เตรียมยาสามัญประจำบ้าน และยาพื้นฐานอื่นๆ เช่น ยาต้ม ยาแก้เมารถ ยาแก้ท้องเสีย ยาคลายกล้ามเนื้อ ยาแก้แสบ เป็นต้น เตรียมพร้อมประจำรถ
- อาจมี พัด หรือหมวก หรือกระเป๋าผ้าเอนกประสงค์แจกให้ผู้เดินทางเพื่อใช้สอยตามอัธยาศัย (อากาศร้อน พัด หรือหมวก หรืออุปกรณ์ดับร้อน แก้วร่อน น่าจะเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ)

9.30 น. แวะพักเข้าห้องน้ำ และผ่อนคลายอิริยาบถ
 (โดยประมาณ) **รับประทานอาหารว่างที่เตรียมไว้ให้**

11.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่จังหวัดแพร่ ณ ร้านอาหารขนมจีนปันใจ จ.แพร่
 (แยกที่นั่งสำหรับพระสงฆ์ และถวายเพล)

- เน้นอาหารจำพวกผัก และปลา อาหารที่ย่อยง่าย เพื่อสุขภาพที่ปรุโปร่ง
- ใหม่ ไม่ใส่ผงชูรส
- เครื่องดื่ม (หลังอาหาร/ยามบ่าย) : ชาสมุนไพร หรือกาแฟ เพื่อความกระชุ่มกระชวย
- ร้านอาหารที่มีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ และผู้พิการ (เข้าถึงได้ง่าย มีราวจับ และทางลาด)

12.00 น. ออกเดินทางไปจังหวัดน่าน

14.00 น. เข้าที่พัก ณ คัสมืองมินทร์ และผ่อนคลายอิริยาบถ

- ประสานห้องพัก และกุญแจห้องพัก พร้อมบันทึกรายชื่อ Room list และแจ้งห้องพักของผู้ประสานงานให้ผู้เดินทางทุกท่านทราบ
- **โรงแรมที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต้องการ**
 - **การเข้าถึง**
 1. บันไดทางขึ้น หรือการเข้าถึงตัวโรงแรม และ หน้า LOBBY ไม่ไกล และไม่มีบันได หรือความชันมาก ต้องเข้าถึงสะดวก และมีป้าย หรือสัญลักษณ์ระบุพื้นที่ชัดเจน
 2. มีลิฟต์ให้บริการ ในกรณีที่ไม่มีลิฟต์ เลือกจองห้องพักชั้นล่าง ที่ไม่ต้องเดินขึ้นบันไดให้ผู้สูงอายุ เพื่อความสะดวก และป้องกันอันตรายจากการใช้บันได
 3. เลือกห้อง หรือตำแหน่งของห้องในพื้นที่ๆ เงียบสงบ ห่างไกลจากเสียงรบกวน สามารถสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติได้
 - **ภายในห้องพัก และห้องน้ำในห้องพัก**
 1. ส่วนใหญ่ในการเลือกเตียงนอนของผู้สูงอายุ จะต้องเป็นเตียงนอนแบบ TWIN BED (เตียงคู่) เพื่อเวลานอนจะได้ไม่รบกวนกัน ยกเว้นในกรณีสามีภรรยาอาจต้องการนอนแบบ DOUBLE BED แล้วแต่กรณี
 2. พื้นห้องต้องไม่ใช่วัสดุที่ลื่น เช่น กระเบื้องหินอ่อน หรือหินขัดที่ลื่นง่าย
 3. มีรองเท้าสำหรับสวมภายในห้อง และรองเท้าฟองน้ำชนิดพื้นรองเท้ามีรอยหยัก สำหรับสวมใส่ในห้องน้ำ เพื่อป้องกันการลื่นล้มในห้องน้ำ
 4. **วัสดุปูผิวห้องน้ำ** ต้องปูด้วยวัสดุที่มีผิวสัมผัสแบบไม่ลื่น (TEXTURE) มีราวจับช่วยพยุงตัวทั้งที่ชักโครก ที่อาบน้ำ และใกล้กับประตูห้องน้ำ
 5. ต้องมีแผ่นกันลื่น หรือวัสดุปูพื้นที่มีผิวหยาบ ในพื้นที่บริเวณที่อาบน้ำ เพื่อป้องกันการลื่น และควรมีที่นั่งอาบในระดับความสูงที่พอดี (คล้ายนั่งเก้าอี้) อยู่ในตำแหน่งที่น้ำจากฝักบัวไหลถึงได้ เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถนั่งอาบน้ำได้ และต้องมีราวจับช่วยพยุงตัวใกล้กับเก้าอี้นั่งอาบ
 6. ควรมีสวิตช์ขอความช่วยเหลือฉุกเฉิน ในห้องน้ำ และห้องนอน ที่เห็นชัดเจนและเข้าถึงง่าย
 7. ควรมีโทรศัพท์ภายในห้อง ที่สามารถโทรเชื่อมต่อระหว่างห้อง และจุด Reception ได้
 8. **แสงสว่างภายในห้อง**ต้องพอเหมาะ ไม่ควรสลัวเกินไป หากเป็นไฟที่สามารถปรับระดับความจ้าของแสงได้จะดีมาก

14.30 น. มีบริการ Break ด้วยผลไม้สด และน้ำสมุนไพร

14.50 น. ออกจากที่พัก เพื่อเดินทางท่องเที่ยวในตัวเมืองน่าน (โดยรถราง – เน้นชมบรรยากาศในตัวเมืองและบรรยายโดยวิทยากรท้องถิ่นประจำรถราง)

- เยี่ยมชมโฮงเจ้าฟองคำ และเยี่ยมชมการสาธิตการทอผ้า

ตั้งอยู่บริเวณหลังวัดพระเกิด เดิมเป็นคัมของเจ้าศรีตุ้มมา หลานเจ้ามawangค์ เจ้าผู้ครองนครน่านองค์ที่ 61 แห่งราชวงศ์หลวงต้นมawangค์ ตั้งอยู่ติดกับคัมแก้ว ที่บ้านกของเจ้าผู้ครองนครน่านในเวียงเหนือ เมื่อเจ้านันทวรฤทธิเดชฯ ย้ายกลับมาเมืองน่านปัจจุบัน คัมแก้วจึงถูกทิ้งร้างไว้

ตัวโฮงหรือตัวเรือนนี้เดิมหลังคามุงด้วยไม้แป้นเกล็ด ต่อมาในปี พ.ศ.2467 ได้รื้อออกแล้วมุงกระเบื้องดินขอแทน ส่วนโครงสร้างอื่นๆ ใช้วัสดุเดิมเป็นส่วนใหญ่ ลักษณะตัวเรือนบางส่วนได้รับการดัดแปลง ต่อมา ได้ย้ายตัวโฮงลงมาสร้างในที่ปัจจุบัน และตกทอดมายังเจ้าฟองคำ ธิดาของเจ้าบุญยืนกับเจ้าอินต๊ะนางวิสุทธิศรี ธิดาคนสุดท้ายของเจ้าฟองคำ กับนายถวิล คงจำง และนายมณฑล คงกระจ่างตามลำดับ

* หลังจากที่นั่งรถชมบรรยากาศเมืองน่านแล้ว รถรางจะมาจอดเทียบ ณ สถานีตำแหน่งเดิม ณ จุดนี้ พักผ่อนคลายอิริยาบถ เข้าห้องน้ำ และรับประทานอาหารว่าง โดยมีการเตรียมน้ำ และของว่าง ณ สถานีรถราง (บริเวณนั้น มีที่ร่มห้องน้ำ และจุดที่นั่งพักผ่อนได้เย็นสบาย)

16.00 น. เดินทางกลับ

18.00 น. รับประทานอาหารเย็น ณ ร้านเหือนฮอม

ร้านอาหารที่สัมผัสบรรยากาศริมแม่น้ำ หรือสัมผัสบรรยากาศยามเย็นของตัวเมืองน่าน

* เน้นอาหารสุขภาพที่ย่อยง่าย จำพวกผัก ธัญพืชและปลา อาหารที่ปรุงไม่มาก เช่น สลัดผักสด ยำสมุนไพร ต้มจืด หรืออาหารที่ปรุงรสไม่จัดจ้าน ฯลฯ สลับกันไป บริการด้วยเครื่องดื่ม เช่น น้ำเปล่า น้ำแร่ น้ำสมุนไพร น้ำผลไม้สด เป็นต้น

19.00 น. หลังจากรับประทานอาหารเสร็จ เดินเล่นที่งานที่จัดบริเวณวัดหัวข่วง / Night Market

เดินทางกลับที่พักด้วยตนเอง (เดินเท้า)

วันที่ 5 เมษายน 2557

: กิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชนวัดภูมินทร์ และวงเสวนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยว

06.00 น. ตอนเช้า ไปเที่ยวตลาดเช้า

08.00 น. รับประทานอาหารเช้าที่โรงแรม (โจ๊กหมู และอาหารเช้าแบบอเมริกัน)

ปฏิบัติการกิจส่วนตัว พร้อม Check out ออกจากโรงแรมที่พัก

09.00 น. เดินทางไปวัดภูมินทร์

- 09.10 น. เริ่มต้นการนำเที่ยวโดยชุมชน
- แนะนำโครงการ
 - เริ่มต้นกิจกรรมเดินเที่ยวรอบวัด (ไม่ควรเริ่มสายเกินไป เนื่องจากอากาศร้อนและแดดแรง)
 - ทำกิจกรรมทำดอกไม้ร่วมกัน
 - เริ่มต้นเดินเที่ยวรอบหัวแหวน (บริเวณหน้าวัดภูมิินทร์)
- 11.00 น. วงพูดคุยสะท้อน และเสนอแนะการจัดการท่องเที่ยว
- 12.00 น. รับประทานอาหารร่วมกัน ณ ศาลาวิฑูมินทร์
- 13.00 น. ร่วมสรุปถอดความรู้อีกกับคนในชุมชน
- 14.30 น. เดินทางกลับเชียงใหม่
- (ระหว่างทาง จอดแวะพักผ่อนอิริยาบถ และเข้าห้องน้ำ ที่จังหวัดแพร่)
- ในการจัดทัวร์ครั้งนี้ มีผู้สูงอายุเข้าร่วมเป็นกลุ่มตัวอย่าง 7 ท่าน แต่ละท่านได้ให้ความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษเป็นอย่างยิ่ง

4.2 สำนวจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

อุตสาหกรรมของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก ดังนี้

1) อุตสาหกรรมหลักของการท่องเที่ยว

อาทิเช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว

2) อุตสาหกรรมสนับสนุน

อาทิเช่น สินค้า ของที่ระลึก อุตสาหกรรม MICE บริการข่าวสาร ข้อมูล และบริการด้านสุขภาพ

จากการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแต่ละประเภทในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน สามารถประมวลสรุปฐานข้อมูลได้ ดังนี้

- (1) ธุรกิจด้านที่พักแรม
- (2) ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม
- (3) ธุรกิจด้านการนำเที่ยว
- (4) ธุรกิจด้านการสินค้า/ของที่ระลึก
- (5) ธุรกิจด้านนันทนาการ

(1) ธุรกิจด้านที่พักแรม

ตารางที่ 4.17: จำนวนสถานที่พักแรม 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2557

ลำดับ ที่	จังหวัด / ประเภท ที่พักแรม (แห่ง)	โรงแรม	รีสอร์ท	เกสต์ เฮาส์	บังกะโล	โมเต็ล	เซอร์วิส อพาร์ท เมนต์	อพาร์ท เมนต์/ แมนชั่น	แพ	โฮมสเตย์/ เรือนพัก แรม	บ้านพัก เยาวชน	บ้านพัก อุทยาน/ที่พัก ของหน่วย ราชการ	บ้านพัก รับรอง	อื่นๆ	รวมทั้งหมด
1	เชียงใหม่	319	143	185	3	0	17	19	5	16	1	5	2	13	728
2	เชียงราย	162	231	128	3	0	5	8	0	11	0	5	1	1	555
3	ลำพูน	15	10	3	1	0	0	3	0	3	0	2	0	4	41
4	ลำปาง	34	10	6	1	0	0	4	1	3	0	4	0	1	64
5	แพร่	21	15	0	0	0	1	6	0	1	0	4	0	0	48
6	น่าน	38	53	19	2	0	2	9	0	20	0	8	0	1	152
7	พะเยา	18	19	5	6	0	0	0	0	2	0	1	0	0	51
8	แม่ฮ่องสอน	28	172	189	21	0	0	0	0	5	0	1	0	0	416
	รวม	635	653	535	37	0	25	49	6	61	1	30	3	20	2,055

ที่มา: ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, service.nso.go.th, พฤศจิกายน 2557

(2) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 4.18: จำนวนภัตตาคารและร้านอาหารใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2557

ลำดับที่	จังหวัด	จำนวนภัตตาคารและร้านอาหาร (แห่ง)
1	เชียงใหม่	487
2	เชียงราย	144
3	ลำพูน	59
4	ลำปาง	60
5	แพร่	65
6	น่าน	105
7	พะเยา	97
8	แม่ฮ่องสอน	89
	รวม	1,106

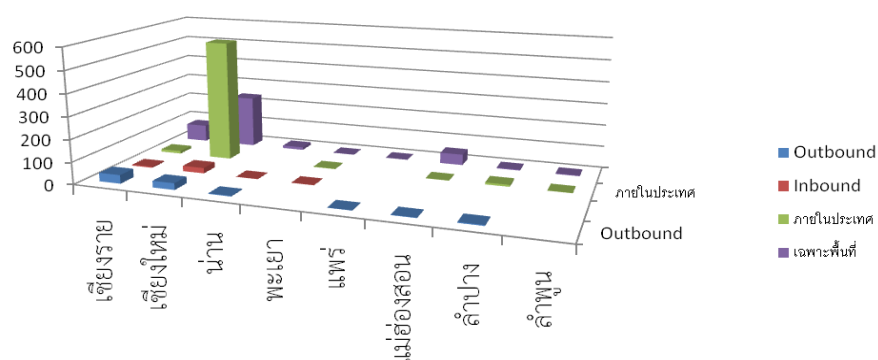
ที่มา: ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, service.nso.go.th, พฤศจิกายน 2557

(3) ธุรกิจด้านการนำเที่ยว

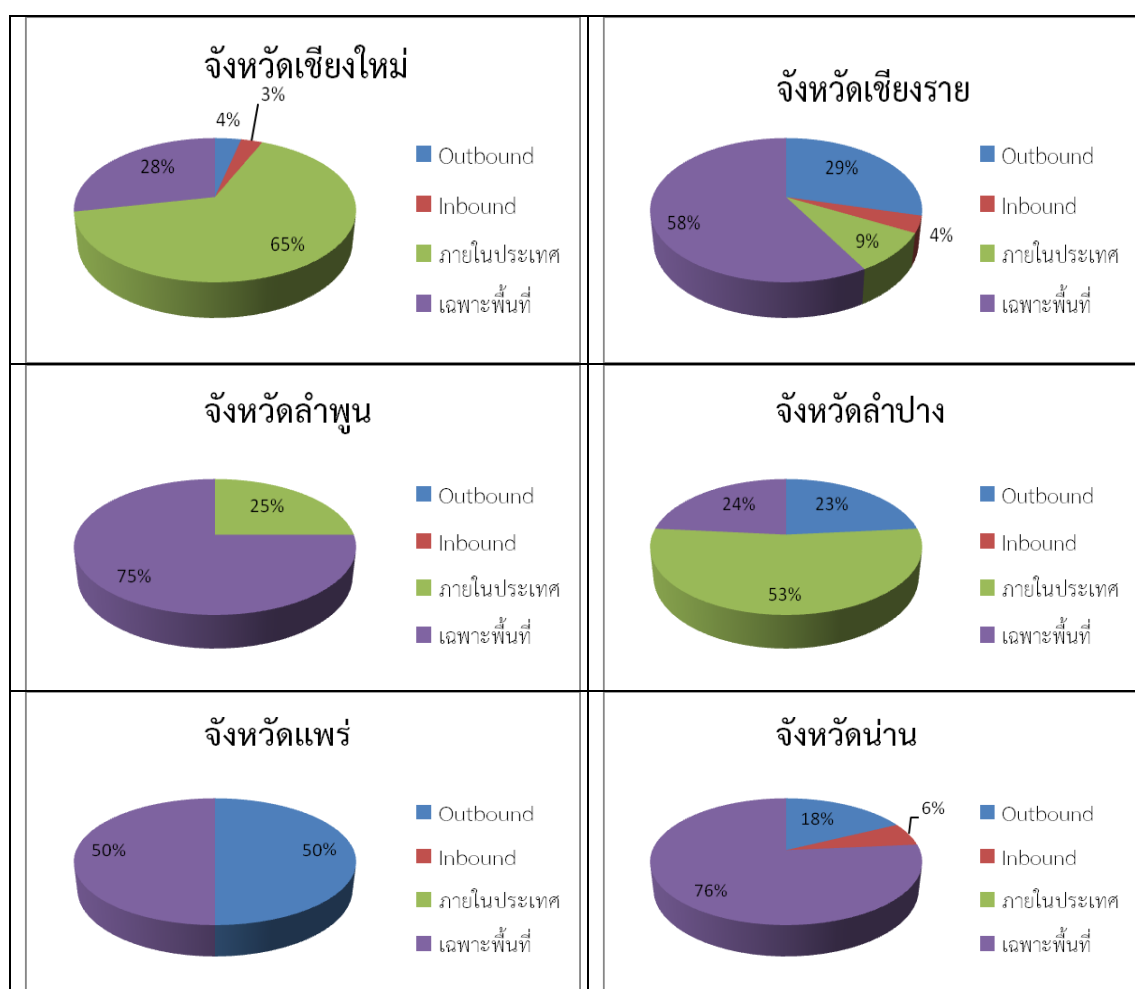
ตารางที่ 4.19: จำนวนธุรกิจนำเที่ยวใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2557

ลำดับที่	จังหวัด	Outbound	Inbound	ภายในประเทศ	เฉพาะพื้นที่	รวมรายจังหวัด
1	เชียงใหม่	30	25	550	238	843
2	เชียงราย	39	5	12	78	134
3	ลำพูน	0	0	1	3	4
4	ลำปาง	4	0	9	4	17
5	แพร่	1	0	0	1	2
6	น่าน	3	1	0	13	17
7	พะเยา	0	1	2	1	4
8	แม่ฮ่องสอน	2	0	1	50	53
	รวม	79	32	575	388	1,074

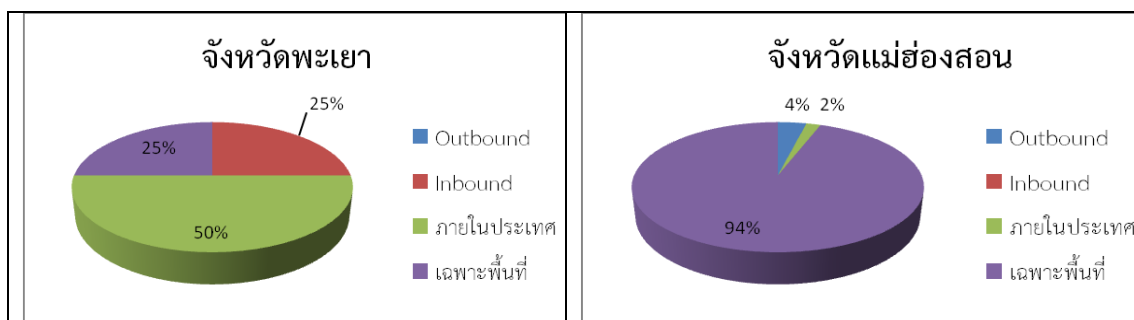
ที่มา: ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, service.nso.go.th, พฤศจิกายน 2557



รูปที่ 4.2: จำนวนธุรกิจนำเที่ยวในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน
จำแนกตามประเภท ปี พ.ศ. 2556

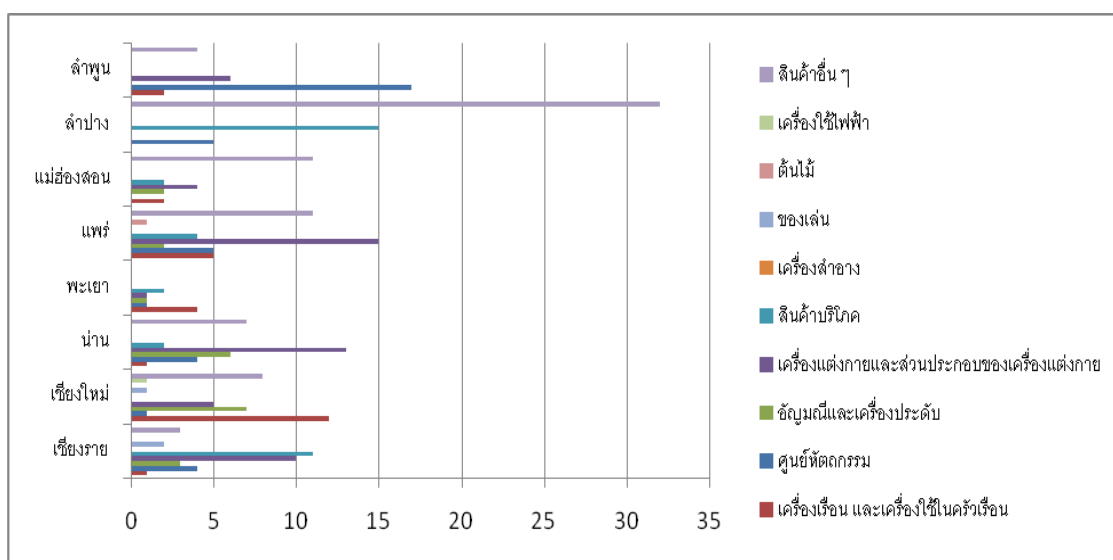


รูปที่ 4.3: สัดส่วนธุรกิจนำเที่ยวในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน.



รูปที่ 4.3: (ต่อ) สัดส่วนธุรกิจนำเข้าในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

(4) ธุรกิจด้านการสินค้า/ของที่ระลึก

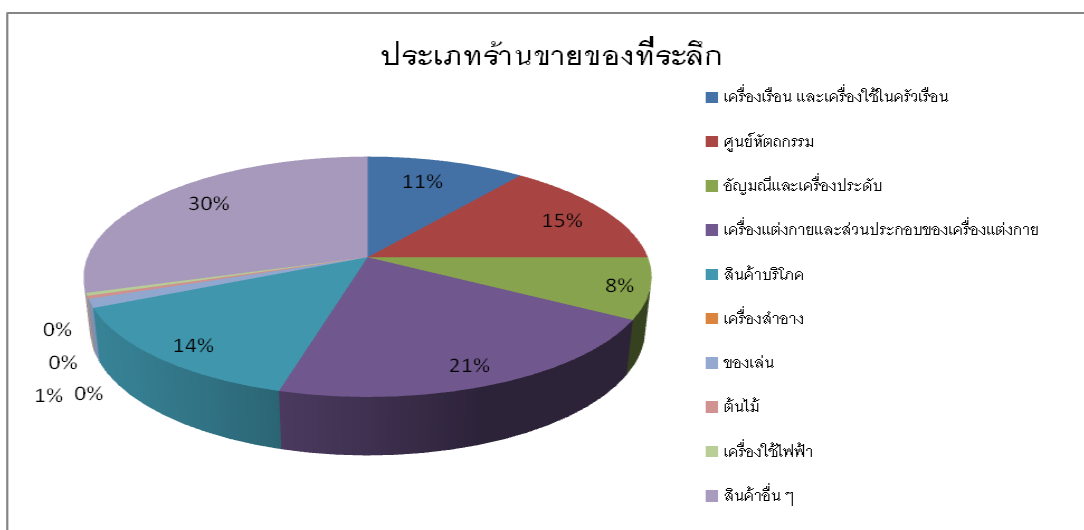


รูปที่ 4.4: จำนวนธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึกในแต่ละจังหวัดในภาคเหนือตอนบน
ปี พ.ศ.2556 แยกตามประเภท

ตารางที่ 4.20: ธุรกิจด้านการจำหน่ายสินค้า/ของที่ระลึกใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2557

ลำดับ ที่	จังหวัด	เครื่อง เรือน และ เครื่องใช้ ใน ครัวเรือน	ศูนย์ หัตถกรรม	อัญมณีและ เครื่องประดับ	เครื่องแต่ง กายและ ส่วนประกอบ ของเครื่อง แต่งกาย	สินค้า บริโภค	เครื่องสำอาง	ของ เล่น	ต้นไม้	เครื่องใช้ไฟฟ้า	สินค้า อื่นๆ	รวม
1	เชียงใหม่	14	1	10	6	0	0	2	0	1	9	43
2	เชียงราย	1	9	3	11	14	0	2	0	0	5	45
3	ลำพูน	2	17	0	6	0	0	0	0	0	4	29
4	ลำปาง	0	5	0	0	15	0	0	0	0	32	52
5	แพร่	5	15	2	31	8	0	0	1	0	9	71
6	น่าน	1	4	6	13	2	0	0	0	0	7	33
7	พะเยา	4	1	1	1	2	0	0	0	0	0	9
8	แม่ฮ่องสอน	2	0	2	4	2	0	0	0	0	11	21
	รวม	29	52	24	72	43	0	4	1	1	77	303

ที่มา: ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, marketingdatabase.tat.or.th, พฤศจิกายน 2557



รูปที่ 4.5: ประเภทร้านขายของที่ระลึก

4.3 ความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

ความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบนสำหรับทั้ง 8 แห่ง คือ 1-8 ทีม SCAAN ศึกษาถึงความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานในการเตรียมสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวรวมถึงช่องทางการตลาด จากการศึกษาสามารถพัฒนาแผนภาพความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุได้ดังนี้

การศึกษารายกรณีผู้ให้บริการท่องเที่ยว หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (supply chain members) จำนวน 8 กรณี ตามรายละเอียดในตารางที่ 4.21

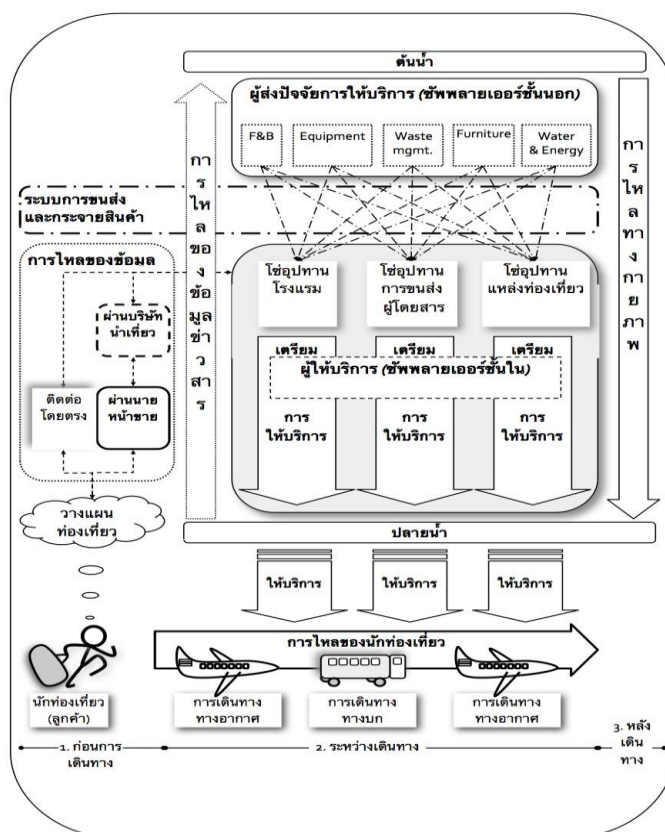
ตารางที่ 4.21: สรุปเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน (ล้านนา)

ที่	บริษัท	จังหวัด	ประเภท (หลัก)	แหล่งท่องเที่ยว	ที่พัก	นำเที่ยว	อาหาร	รักษา	ของที่ระลึก
1	Care Centre Chaing Mai	เชียงใหม่	รีสอร์ท ที่พัก		x	x	x		
2	McKean Institute	เชียงใหม่	สถานพยาบาล	x	x	x	x	x	x
3	โฮมสเตย์ดอยแม่สะลอง	เชียงราย	โฮมสเตย์		x	x	x		
4	วัดภูมินทร์	น่าน	ชุมชน	x	x	x	x		x

ตารางที่ 4.21: (ต่อ) สรุปเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน (ล้านนา)

ที่	บริษัท	จังหวัด	ประเภท (หลัก)	แหล่งท่องเที่ยว	ที่พัก	น้ำดื่ม	อาหาร	รักษา	ของที่ระลึก
5	ร้านโกลีฟาร์ม	เชียงใหม่	ของที่ระลึก						x
6	แสดนดาร์ตทัวร์	เชียงใหม่	น้ำดื่ม			x			
7	เวียงกุมกาม	เชียงใหม่	แหล่งท่องเที่ยว			x	x		x
8	คำณารีสอร์ต	เชียงราย	ที่พัก		x		x		

โดยสำหรับทั้ง 8 แห่งนั้น ทีม SCAAN ได้ศึกษาถึงความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานในการเตรียมสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวรวมถึงช่องทางการตลาด



รูปที่ 4.6: แบบจำลองความเชื่อมโยงภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
ที่มา: ปรับปรุงจาก Piboonrungraj and Disney (2009)

4.4 แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

4.4.1 แนวทางการเชื่อมโยงด้านข้อมูลข่าวสาร

ความเชื่อมโยงเริ่มต้นที่การประสานข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ จากการศึกษาด้วย SCAAN[®] Model พบว่าแหล่งข้อมูลหลักที่เป็นจุดเริ่มต้นในการหาข้อมูลการท่องเที่ยว แหล่งหนึ่งนั้นคือนิตยสารสำหรับผู้สูงอายุ จากการสัมภาษณ์พบว่าแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้นส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากนิตยสารที่เจาะกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งนิตยสารเหล่านี้ได้รับความนิยมจากผู้สูงอายุอย่างมากโดยเฉพาะในต่างประเทศ โดยสามารถสรุปรายชื่อนิตยสารดังกล่าวได้ตามตารางด้านล่างนี้ (ตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22: รายชื่อนิตยสารสำหรับผู้สูงอายุที่ได้รับความนิยม

ลำดับ	ชื่อนิตยสาร	ลักษณะ	URL
1	AARP The Magazine	Magazine for people 50 and over. Editorial topics include money and finance, work and retirement, health and fitness, travel, and essays.	http://www.aarpmagazine.org/
2	AgeVenture	News reports on longevity health research and retirement lifestyle trends.	http://www.demko.com/
3	Best Places In The World To Retire	Credible on-line information about retiring overseas.	http://bestplacesintheworldtoretire.com/
4	Carepoint	Daily senior living news, free retirement home directory, information and resources, for and about seniors in the USA.	http://www.carepoint.net/content/
5	Celebration	Publication that provides seniors in the Dallas (U.S.) area with fun information, senior events, travel and educational programs.	http://www.celebrationmagazine.com/
6	The Oldie	The aim was to produce an antidote to youth culture but, more importantly, a magazine with emphasis on good writing, humour and quality illustration.	http://www.the.oldie.magazine.co.uk/

ที่มา: <http://www.world-newspapers.com/seniors.html>

สำหรับนิตยสารในประเทศไทยที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้นได้แก่ (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23: นิตยสารที่ให้ข้อมูลสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย

ลำดับ	นิตยสาร	จุดเด่น
1	หมอชาวบ้าน	ให้ความรู้ด้านสุขภาพเป็นหลัก
2	สรุสาระ (Reader's digest ภาษาไทย)	ความรู้ทั่วไปที่หลากหลาย
3	ศิลปะวัฒนธรรม	เนื้อหาด้านศิลปะ วัฒนธรรม และ วิถีชีวิต
4	ค.คน	วิถีชีวิตที่น่าสนใจ
5	ชีวจิต	เนื้อหาด้านสุขภาพ มีความโดดเด่น
6	สกุลไทย	ความรู้ ข่าวสาร ทั่วไป มีมายาวนาน
7	<u>Young@heart</u>	นิตยสารแนวใหม่และเป็นคลับของผู้สูงวัยหัวใจหนุ่มสาว
8	ตัวใหญ่	สำหรับผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านการมองเห็น

จากการศึกษานี้พบว่านิตยสารเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุนั้นเป็นปัจจัยสำคัญในส่วนของ **Information flow** ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตามพบว่าในประเทศไทยนั้น ยังไม่มีนิตยสารดังกล่าวมากเท่าที่ควร การไหลเวียนของข้อมูลนั้นมักจะมาจากการบอกเล่าปากต่อปาก หรือ การค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต เป็นสำคัญ

4.4.2 แนวทางการเชื่อมโยงตามความสนใจ

จากการศึกษาห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว สำหรับผู้สูงอายุพบว่า ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนนั้นสามารถสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน ได้ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยสามารถ แบ่งออกเป็น 9 ด้าน คือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agricultural tourism)
- 2) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism)
- 3) การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ และ ศาสนา (Religion-based tourism)
- 4) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)
- 5) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure tourism)
- 6) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural-based tourism)
- 7) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และ นันทนาการ (Sport tourism)
- 8) การท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ สิ่งแปลกใหม่ (Learning-based tourism)
- 9) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism)

แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ตามความสนใจ (9Theme 7Re) มีดังนี้ (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24: แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ตามความสนใจ

	ความสนใจ	ชื่อเส้นทาง (ตัวอย่าง)	พื้นที่ศึกษา ตัวอย่าง	กิจกรรม / แหล่งท่องเที่ยว		
1	เกษตร	Chilling @ ล้านนา: ชม ชิม ช้อบ	เชียงใหม่ เชียงราย	สวนสตอเบอรี่	ชิมชาเพื่อสุขภาพ	โครงการหลวง
2	ประวัติศาสตร์	ย้อนประวัติศาสตร์ มาตรา ล้านนา สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	เชียงใหม่ ลำพูน น่าน ลำปาง	ตามรอย เกจิ เช่น ครูบา ฯ	เส้นทางเดินทัพ พระนเรศวร	เส้นทางอารยธรรม, พญามังราย พระนางจามเทวี เจ้าดารารัศมี
3	ธรรมชาติ	ม่วนกาย สบายใจ สไตล์ ล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย น่าน	นั่งสมาธิ วิปัสสนา	สักการะ ๙ วัดมงคล	วัดขาว บ้านด้าไร่เจริญตะวัน
4	สุขภาพ	เที่ยวสนุก สุขภาพดี ที่ล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย แพร่	นวด	สปา	โยคะ
5	ผจญภัย	ลุยสุดมันส์ พันธุ์เก่าแก่ @ ล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย แพร่	ปีนผา เขา	เดินป่า	บันจี้กระยาน
6	ธรรมชาติ	ล้านนาเขียว เที่ยวไม่เบื่อ	เชียงใหม่ เชียงราย แพร่	ดูนก	ชมกล้วยไม้	สวนพฤกษศาสตร์
7	กีฬา บันเทิง นันทนาการ	แอ่วล้านนา กีฬามันส์	เชียงใหม่ เชียงราย แพร่	กอล์ฟ	ฟิชั่นเจ็จ คาราโอเกะ	ลีลาศ ไ้เท็ก
8	เรียนรู้ สิ่งใหม่	เปิดโลกใหม่ สไตล์ล้านนา	เชียงใหม่ น่าน ลำปาง เชียงราย	ครัวล้านนา	Creativity	ศิลปะล้านนา
9	วัฒนธรรม	ท่องมนต์ตรา ล้านนาไทย	เชียงใหม่ น่าน	ของที่ระลึก	การแสดง	ชุมชน



รูปที่ 4.7: โครงสร้างแนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวตามความสนใจ
ทั้ง 9 ด้าน

4.4.3 แนวทางการประเมินผลการดำเนินการของห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ (7 ส.)

ปัจจัยหลักในการสร้างความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุนั้น จำเป็นที่จะต้องวางแนวทางในการประเมินการดำเนินงาน เพื่อให้มีการพัฒนาได้ตรงจุด โดยในการศึกษาได้พบทวนแนวทางการประเมินตามเนื้อหาในบทที่ 2 อย่างไรก็ตามแนวทางการประเมินห่วงโซ่อุปทานนั้นมีรายละเอียดและความซับซ้อนที่สูง (Minzter, 2000; Piboonrungrong, 2013) ดังนั้นเพื่อให้มีการประยุกต์ใช้แนวทางการประเมินกับชุมชนได้สะดวกมากขึ้น คณะวิจัยจึงได้มีการพัฒนาแนวทางในการประเมินห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ ทั้งหมด 7 ด้าน และเพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ง่ายจึงตั้งชื่อว่า 7ส. ดังนี้ (1) สวย (2) สะอาด (3) สะดวก (4) สงบ (5) สบาย (6) สนุก (7) สุขใจ โดยในแต่ละด้านนั้นมีคำนิยาม กำหนดไว้ดังนี้ โดยในเป้าหมายของการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ (7 ส. For สว.) โดยให้คะแนนความสำคัญและการประเมินโดยทีมวิจัย (Likert 1-10) หรือ อาจจะเป็น Likert 1-5 หรือ 1-7 ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ที่ใช้ตัวชี้วัดนี้ และผู้ที่จะประเมินห่วงโซ่อุปทาน

ตารางที่ 4.25: แนวทางการประเมินการจัดการและความร่วมมือในการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ที่	ประเด็น	คำอธิบาย
1	สะอาด	ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว หรือ บริการด้านการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ความสะอาดนั้นครอบคลุมถึงความสะอาดของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเตรียมสินค้าและบริการรวมทั้งความสะอาดของผู้ที่ให้บริการ
2	สะดวก	ความง่ายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงบริการการท่องเที่ยวต่าง ๆ
3	สงบ	สำหรับการท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อน หรือการรักษา มุ่งเน้นการลดความรบกวนทางด้านเสียง ทัศนียภาพ และกลิ่นรบกวน
4	สบาย	สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง พักผ่อน บรรยากาศในการเดินทางพักผ่อน
5	สนุก	กิจกรรมสันทนาการที่สร้างความสนุกสนาน สร้างความสุขให้กับนักท่องเที่ยว
6	สวย	สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก อาหารมีความสวยงาม ทัศนียภาพที่น่ามอง
7	สุขใจ	ความประทับใจในภาพรวม รวมทั้งแต่ละกิจกรรมในการท่องเที่ยว

4.4.4 แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ตาม Club55 Project: 7R@Lanna - Refresh, Retreat, Retain, and Re-educate

- 1) Recall ย้อนอดีต วันวานยังหวานอยู่
- 2) Refresh สร้างความสดชื่นให้กับชีวิต
- 3) Recreation พักกายสบายใจ
- 4) Recover ฟื้นฟูสุขภาพ
- 5) Retreat สบายใจด้วยธรรมชาติ
- 6) Retain ร่วมอนุรักษ์
- 7) Re-learn เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพิ่มความสดใสให้ชีวิต

4.4.5 แนวทางการบูรณาการ 7ส. (การประเมิน) และ 7 Re (Theme)

โดยในการพัฒนาให้การออกแบบความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทานตาม Theme การท่องเที่ยว และการประเมินผลการดำเนินการนั้น จะต้องมีการบูรณาการเชื่อมโยงกัน เพราะในแต่ละ Theme มีจุดมุ่งหมาย เป้าหมาย และ ความสำคัญในการพัฒนาที่ต่างกัน ดังนั้นทางคณะวิจัยจึงพัฒนา 7x7 Matrix เพื่อเป็นกรอบในการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสร้างความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน ดังตารางต่อไปนี้ (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26: ตัวอย่างการประเมินแนวทางการพัฒนาการเชื่อมโยง: The 7x7 Tourism Supply Chain Matrix (7Re x 7ส)

	สวย	สะอาด	สะดวก	สงบ	สบาย	สนุก	สุขใจ
Recall	★★★★	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	★★★★	★★★★★
Refresh	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	★★★★★	★★★★	★★★★★
Recreation	★★★★	★★★	★★★	★★★	★★★★★	☆☆☆	★★★★
Recover	☆☆☆	★★★★★	★★★★★	★★★★★	☆☆☆	☆☆☆	★★★★
Retreat	☆☆☆	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★	☆☆☆	★★★★★
Retain	★★★★★	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	☆☆☆	★★★★★
Re-learn	☆☆☆	☆☆☆	★★★★	☆☆☆	☆☆☆	★★★★★	☆☆☆

หมายเหตุ ☆☆☆ดี ★★★★★ ดีมาก ★★★★★★ ยอดเยี่ยม

จากตารางข้างต้นจะเห็นได้ว่าในแต่ละ theme (7Re) นั้น จะมีระดับของเป้าหมายใน 7ส. ที่ต่างกัน เช่น ใน Theme Recall นั้น "สุขใจ" จะมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ "สวย" ในขณะที่ Theme Re-learn นั้น "สนุก" จะสำคัญที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการ และผู้ที่กำหนดนโยบายในการพัฒนานั้น สามารถวางแผนพัฒนาตาม Matrix นี้ได้ อย่างไรก็ตามระดับของความสำคัญใน 7x7 Matrix นั้นสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้หากปัจจัยมีความเปลี่ยนแปลง

4.4.6 การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือ

การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว วัดจากมูลค่าที่แต่ละสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานได้สร้างเพิ่มขึ้น โดยเกิดจากกระบวนการต่างๆ เช่น แปรรูป หรือเคลื่อนย้าย ในการท่องเที่ยว นั้นอาจจะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจด้วยการให้บริการเช่นกัน ดังนั้นแนวทางการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มนั้นสามารถทำได้โดยการเปรียบเทียบราคาสินค้าท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเมื่อสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานเข้ามามีส่วนร่วม และในการวิจัยนี้จะศึกษาองค์ประกอบของสินค้าท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยแบ่งออกเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวต่างๆ และจำแนกสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และประมาณการตามข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มที่สมาชิกได้รับจากรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้ (ตารางที่4.24)

ตารางที่ 4.27: แสดงสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทาน

ที่	รูปแบบการท่องเที่ยว	มูลค่า สินค้า ท่องเที่ยว	แหล่ง ท่องเที่ยว	ที่พัก	นำเที่ยว	อาหาร	รักษา โรค	ของที่ ระลึก
1	เกษตร	★★	★★★★	★★★	★★	★★★	★	★★★
2	ประวัติศาสตร์	★★	★★★★★	★★	★★★	★★	★	★★★
3	ธรรมะ	★★★★	★★	★★★★	★★	★★★★	★★★	★
4	สุขภาพ	★★★★★	★★★	★★★★★	★★★	★★★★	★★★★★	★★
5	ผจญภัย	★★★	★★★	★★	★★★★★	★★	★★	★★
6	ธรรมชาติ	★★	★★★★★	★★★	★★★★★	★★	★	★★
7	กีฬา บันเทิง นันทนาการ	★★★★	★★★★★	★★	★	★★	★★	★★
8	เรียนรู้สิ่งใหม่	★★★★	★★	★★★	★★★	★★	★	★★★★★
9	วัฒนธรรม	★★★	★★★★	★★★	★★★★★	★★★	★	★★★★

ที่มา: วิเคราะห์จากการประมาณการด้วยข้อมูลใน SCAAN Model

***หมายเหตุ: จำนวน ★ ที่มากกว่าแสดงถึงมูลค่าเพิ่มที่มากกว่า

จากการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวผู้สูงอายุขั้นต้นนี้ พบว่า แต่ละกลุ่มตลาดต่างให้มูลค่าเพิ่มให้แก่ละสมาชิกที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วกิจกรรมที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากกว่าจะให้มูลค่าเพิ่มที่มากกว่า ดังนั้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจึงมีมูลค่าที่สูงกว่ากิจกรรมทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามมิได้หมายความว่ากิจกรรมทางวัฒนธรรมจะไม่มีค่าสำคัญเป็นสิ่งที่สร้างความรู้สึกรักและความประทับใจที่ดีต่อนักท่องเที่ยวได้ และอาจจะเป็นสิ่งที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวมีความผูกพันกับสถานที่ท่องเที่ยวได้มากขึ้น ซึ่งมีผลต่อการออกแบบจำลองธุรกิจ

4.4.7 การนำเสนอแบบจำลองทางธุรกิจ (Business Model)

จากการวิเคราะห์ระดับของมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวแล้ว เราสามารถนำเสนอ Business Model ตามแนวทางของ Terry Hill's Order winner และ Market Qualifier ได้ โดย Market Qualifier (MQ) คือ องค์ประกอบที่จะทำให้สินค้าสามารถเข้าสู่ตลาดได้ order winner คือ องค์ประกอบที่จะช่วยให้สินค้าสามารถขายได้ และ ★ เป็นองค์ประกอบที่มีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างในอนาคต และ ? คือ องค์ประกอบที่ยังไม่มีแนวทางแน่ชัดอาจจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญหรือไม่ก็ได้แล้วแต่บริบท ซึ่งแนวทางการวางแผนธุรกิจตามองค์ประกอบของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28: แนวทางการวางแผนธุรกิจ

ที่	รูปแบบการท่องเที่ยว	แหล่ง ท่องเที่ยว	ที่พัก	นำเที่ยว	อาหาร	รักษา โรค	ของที่ ระลึก
1	เกษตร	OW	<u>MQ</u>	★	<u>MQ</u>		★
2	ประวัติศาสตร์	OW	<u>MQ</u>	★	<u>MQ</u>	★	★
3	ธรรมะ	★	OW	?	<u>MQ</u>	★	★
4	สุขภาพ	<u>MQ</u>	OW	?	<u>MQ</u>	OW	★
5	ผจญภัย	OW	<u>MQ</u>	<u>MQ</u>	<u>MQ</u>	★	?
6	ธรรมชาติ	OW	<u>MQ</u>	★	<u>MQ</u>	★	★
7	กีฬา บันเทิง นันทนาการ	<u>MQ</u>	<u>MQ</u>	<u>MQ</u>	<u>MQ</u>	★	★
8	เรียนรู้สิ่งใหม่	<u>MQ</u>	<u>MQ</u>	<u>MQ</u>	<u>MQ</u>	★	OW
9	วัฒนธรรม	OW	<u>MQ</u>	★	OW	★	<u>MQ</u>

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษา “การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ” ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

5.1.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย

ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 247 คน (ร้อยละ 61.3) มีอายุระหว่าง 55-59 ปี จำนวน 157 คน (ร้อยละ 39.0) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 127 คน (ร้อยละ 31.5) มีอาชีพปัจจุบันเป็นผู้เกษียณอายุจำนวน 156 คน (ร้อยละ 38.7) มีรายได้จากการประกอบอาชีพหารายได้จำนวน 217 คน (ร้อยละ 53.8) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้ระหว่าง 10,001-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 124 คน (ร้อยละ 30.8) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาเรื่องสุขภาพจำนวน 204 คน (ร้อยละ 50.6) ปัญหาสุขภาพที่พบ ความดันโลหิตสูงจำนวน 103 คน (ร้อยละ 25.6) ปัญหาสุขภาพที่เป็นอยู่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว เพราะมียา/อุปกรณ์เครื่องช่วยไว้ประจำตัวเมื่อไปเที่ยว จำนวน 188 คน (ร้อยละ 46.7)

ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวจากแบบสอบถามพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 366 คน (ร้อยละ 90.8) ชอบการท่องเที่ยวและจำนวนความถี่ในการท่องเที่ยวปีละ 2-3 ครั้ง จำนวน 131 คน (ร้อยละ 32.5) ขณะที่ชอบท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 328 คน (ร้อยละ 81.4) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย/จิตใจ จำนวน 236 คน (ร้อยละ 58.6) และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 1-3 วัน จำนวน 212 คน (ร้อยละ 52.6) อีกทั้งชอบท่องเที่ยวช่วงเทศกาลประเพณี จำนวน 169 คน (ร้อยละ 41.9) และเลือกท่องเที่ยวในทุกฤดูกาล จำนวน 181 คน (ร้อยละ 44.9) โดยส่วนใหญ่ไปเที่ยวกับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว จำนวน 291 คน (ร้อยละ 72.2) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ/สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงาม (ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุ ทะเล ชมพืชพรรณไม้ฯ) จำนวน 322 คน (ร้อยละ 79.9) และลูกหลาน/ญาติ/คนในครอบครัวหาข้อมูลเป็นผู้จัดการวางแผนในการท่องเที่ยวให้ จำนวน 233 คน (ร้อยละ 55.3) ซึ่งการวางแผนท่องเที่ยวแต่ละครั้งต้องการทราบข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ จำนวน 298 คน (ร้อยละ 73.9) พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดบริการเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ จำนวน 233 คน (ร้อยละ 55.3) ขณะที่โปรแกรมการท่องเที่ยว ควรเน้นการพักผ่อน เช่น เที่ยวครึ่งวัน จำนวน 189 คน (ร้อยละ 46.9) สำหรับพาหนะเดินทาง ควรมีการขึ้นลงสะดวก (พื้นไม่สูง ประตู กว้างฯ) จำนวน 272 คน (ร้อยละ 67.5) และควรมีการขึ้นลงที่พักผ่อน (มีลิฟต์ อยู่ชั้นล่าง มีทางลาดฯ) รวมไปถึงในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ เป็นจำนวน 227 คน (ร้อยละ 56.3) เมื่อพิจารณาถึง

การบริการด้านความปลอดภัย ควรมีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวมีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล จำนวน 274 คน (จำนวน 68.0) และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยากให้มีการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตควรมีรูปแบบที่แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบคำบรรยายภาพ จำนวน 180 คน (ร้อยละ 44.7) และอยากให้เว็บไซต์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุสื่อสาร/โต้ตอบ/ตอบสนอง ด้วยการออกแบบให้สามารถนำเสนอข้อมูล ภาพประกอบ และ VDO (Upload2 Share) คิดเป็นจำนวน 166 คน (ร้อยละ 41.2)

5.1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ

ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 134 คน (ร้อยละ 54.7) มีอายุระหว่าง 55-59 ปี จำนวน 86 คน (ร้อยละ 35.1) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 120 คน (ร้อยละ 49.0) ส่วนใหญ่เป็นผู้เกษียณอายุจำนวน 128 คน (ร้อยละ 52.2) และมีรายได้จากเงินบำนาญจำนวน 134 คน (ร้อยละ 45.3) โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้ระหว่าง 30,000-50,000 บาทต่อเดือน จำนวน 120 คน (ร้อยละ 49.0) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่ ไม่มีปัญหาเรื่องสุขภาพจำนวน 177 คน (ร้อยละ 72.2) ขณะที่ปัญหาสุขภาพส่วนใหญ่ที่พบ ได้แก่ ความดันโลหิตสูงจำนวน 36 คน (ร้อยละ 14.7) แต่มองว่าปัญหาสุขภาพที่เป็นอยู่ไม่เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยว คิดเป็นจำนวน 160 คน (ร้อยละ 65.3)

ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวจากแบบสอบถามพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่ ชื่นชอบในการท่องเที่ยวจำนวนถึง 233 คน (ร้อยละ 95.1) มีความถี่ในการท่องเที่ยวปีละ 1 ครั้ง จำนวน 112 คน (ร้อยละ 45.7) และชอบท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 141 คน (ร้อยละ 57.6) โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม จำนวน 152 คน (ร้อยละ 62.0) และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยว 8-15 วัน จำนวน 81 คน (ร้อยละ 33.1) นักท่องเที่ยวต่างชาติยังชอบเที่ยวช่วงเทศกาลประเพณี จำนวน 130 คน (ร้อยละ 53.1) และเดินทางท่องเที่ยวชอบเที่ยวในทุกฤดูกาลจำนวน 92 คน (ร้อยละ 37.6) ส่วนใหญ่ไปเที่ยวกับคู่สมรส จำนวน 126 คน (ร้อยละ 51.4) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ/สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงาม (ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุ ทะเล ชมพืชพรรณไม้ฯ) เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่เลือกในการท่องเที่ยวจำนวนถึง 201 คน (ร้อยละ 82.0) ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวและคู่สมรสเป็นผู้จัดการในการหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยว จำนวน 162 คน (ร้อยละ 66.1) ซึ่งการวางแผนท่องเที่ยวแต่ละครั้งต้องการทราบข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ จำนวน 156 คน (ร้อยละ 63.7) โดยอาศัยการค้นหาหรือติดต่อข้อมูลจากเว็บไซต์ท่องเที่ยว จำนวน 144 คน (ร้อยละ 58.8) และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญกับการจัดบริการเรื่องอาหารท้องถิ่น จำนวน 132 คน (ร้อยละ 53.9) อีกทั้งเห็นว่าโปรแกรมการท่องเที่ยว ควรเน้นการพักผ่อน เช่นเที่ยวครึ่งวัน จำนวน 99 คน (ร้อยละ 40.4) และส่วนใหญ่ต้องการพาหนะเดินทางที่เบาะนั่งไม่แข็งกระด้าง จำนวน 122 คน (ร้อยละ 49.8) ต้องการที่พักแรมที่มีการขึ้นลงสะดวก คือ มีลิฟต์ อยู่ชั้นล่าง มีทางลาดฯ รวมไปถึงในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 125 คน (ร้อยละ 51.0) ด้านบริการด้านความปลอดภัย

นักท่องเที่ยวเห็นว่าควรมีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวมีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล จำนวน 127 คน (จำนวน 51.8) และท้ายสุดผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่ อยากให้การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตมีรูปแบบที่แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบคำบรรยายภาพ จำนวน 155 คน (ร้อยละ 63.3) และอยากให้เว็บไซต์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุสื่อสาร/โต้ตอบ/ตอบสนอง ด้วยการออกแบบที่สามารถนำเสนอข้อมูล ภาพประกอบ และ VDO (Upload2 Share) จำนวน 129 คน (ร้อยละ 52.7)

5.1.3 สิ่งที่ต้องเตรียมการจากการจัดทัวร์ผู้สูงอายุ

- ต้องมี TAG Bag มากกว่า 1 ใบ เพราะปกติผู้สูงอายุจะมีกระเป๋าสัมภาระมากกว่า 1 ใบ
- ควรชี้แจงเรื่องเวลาในแต่ละจุดว่าจะต้องใช้เวลานานเท่าไร ผู้จัดสามารถปรับตารางเวลาตามสิ่งที่น่าสนใจได้ แต่ต้องมีการวงเล็บในตัวกำหนดการเพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ / ผู้สูงอายุไม่เกิดความรู้สึกขัดใจ
- สำหรับรถที่จะให้บริการผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้สูงอายุต้องมีบันไดหรือเก้าอี้เพื่อความสะดวกในการเหยียบลงรถ
- สำหรับอาหารกลางวัน ซึ่งมีจุดเด่นของอาหารท้องถิ่นหลายอย่าง ทีมผู้ดูแลควรที่จะแนะนำอาหารที่เป็นจุดเด่นของทางร้าน วิธีการปรุง ซึ่งเป็นการผนวกวิถีชีวิตของคนพื้นถิ่นกับการกินอยู่
- การทำกิจกรรมอะไรต่างๆ ในระหว่างการเดินทางต้องมีการนัดหมายเวลาให้ชัดเจน เพื่อจะได้ไม่เป็นการสร้างความลำบากใจให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้สูงอายุ
- ก่อนการเดินทางจะต้องมีวิธีการทักทายกันในรถเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ลดช่องว่าง เพราะผู้สูงอายุมักจะมีอัตราค่อนข้างสูง (ซึ่งภาพกว้างอาจจะเป็นปัญหาหากผู้จัดไม่มีวิธีการดำเนินการ) อีกทั้งควรต้องมีการอธิบายว่าในรถมีการให้บริการอะไรบ้าง แนะนำโปรแกรม สถานที่ไหนที่มีความน่าสนใจ ตั้งแต่ต้นทาง จนถึงปลายทาง
- เมื่อรถมาถึงที่พักหรือถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทีมผู้ดูแลผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้สูงอายุต้องคอยสอบถาม คอยอำนวยความสะดวกผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้สูงอายุเพื่อป้องกันอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดได้
- อยากให้มีเวลาพักก่อนไปอีกสถานที่หนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับผู้สูงอายุ

โปรแกรมทัวร์ตามสถานที่ต่างๆ

- การจัดโปรแกรม ให้เผื่อเวลาในการเยี่ยมชมแต่ละสถานที่ให้มาก
- เสียง/ภาษาของมัคคุเทศก์ที่ให้บริการรถรางชัดเจนดี มีการอธิบายสถานที่ที่น่าสนใจ แต่ควรจะปรับในส่วน of เสียงที่ใส่น่าจะเป็นเสียงผ้าฝ้ายมากกว่าที่จะเป็นเสียงยัด
- ควรมีแบบสอบถามในแต่ละจุด เช่น ร้านอาหาร โรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ เพื่อจะได้มีข้อมูลที่เพิ่มเติมเพื่อนำไปสู่การแก้ไข ปรับปรุงในแต่ละจุด
- ผู้จัดควรสร้างความรู้สึกเชิงบวกให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้สูงอายุ ทั้งในส่วนของ การนำเที่ยว การดูแลเอาใจใส่

- ในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ต้องมีการอธิบายราคามากกว่าแค่ภาพลักษณ์ภายนอก ควรเน้นประวัติศาสตร์ ผนวกกับวิถีชีวิตความเชื่อและคุณค่าของสถานที่
- โปรแกรมการทัวร์ครั้งนี้เหมาะสมสำหรับคนที่เพิ่งเคยไป จังหวัดน่านเป็นครั้งแรก เพราะโปรแกรมจะเป็นลักษณะทริปสั้นๆ ถ้าผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้สูงอายุท่านใดสนใจจุดไหน ก็จะมีการบันทึกไว้เพื่อจะได้กลับมาลงลึกในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป
- การจัดโปรแกรมต่างๆ สำหรับผู้สูงอายุควรที่จะใช้ตารางนาฬิกาชีวิตมาเป็นตัวตั้ง
- ผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในลักษณะนี้คือ เป็นผู้สูงอายุที่ค่อนข้างจะมีร่างกายที่แข็งแรง มีกำลัง ทดเพื่อ ทดสังคม

โรงแรมที่พัก

- เตียงในห้องพักรวมจะมีลักษณะเป็น 2 เตียง (สำคัญมาก) เพราะผู้สูงอายุจะเป็นวัยที่นอนหลับยาก และยังถ้าต้องนอนคู่กับคนที่ไม่ได้สนิทด้วยแล้ว ย่อมส่งผลต่อการนอนและความสะดวก
- ควรมีการแจ้งเรื่องห้องพักให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้สูงอายุทราบก่อน รวมทั้งอธิบายเรื่องเตียงว่าเป็นแบบคู่ แบบเดี่ยว จุดที่ตั้งของโรงแรม ฯลฯ
- ผู้จัดควรศึกษาข้อมูลของโรงแรมเพื่อจะได้สะดวกกับผู้สูงอายุ ต้องมีแสงสว่างในส่วนของห้องพักมากกว่าเพราะไม่สะดวกกับผู้สูงอายุ ชั้นบันไดมีหลายชั้นไม่เหมาะที่จะให้ผู้สูงอายุพักชั้นบน

5.2 แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

5.2.1 แนวทางการเชื่อมโยงด้านข้อมูลข่าวสาร

แหล่งข้อมูลหลักที่เป็นจุดเริ่มต้นในการหาข้อมูลการท่องเที่ยวแหล่งหนึ่งนั้นคือนิตยสารสำหรับผู้สูงอายุ จากการสัมภาษณ์พบว่าแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้นส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากนิตยสารที่เจาะกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งนิตยสารเหล่านี้ได้รับความนิยมจากผู้สูงอายุอย่างมากโดยเฉพาะในต่างประเทศ นิตยสารเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุนั้นเป็นปัจจัยสำคัญในส่วนของ **Information flow** ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตามพบว่าในประเทศไทยนั้น ยังไม่มีนิตยสารดังกล่าวมากเท่าที่ควร การไหลเวียนของข้อมูลนั้นมักจะมาจากการบอกเล่าปากต่อปาก หรือ การค้นคว้าทางอินเทอร์เน็ต เป็นสำคัญ

5.2.2 แนวทางการเชื่อมโยงตามความสนใจ

จากการศึกษาห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุพบว่า ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนนั้นสามารถสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน ได้ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยสามารถ แบ่งออกเป็น 9 ด้าน คือ

แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ตามความสนใจ (9Theme 7Re และ Club 55) มีดังนี้ (ตารางที่ 5-1)

ตารางที่ 5.1: แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ตามความสนใจ (9Theme 7Re และ Club 55)

	ความสนใจ	ชื่อเส้นทาง (ตัวอย่าง)	พื้นที่ศึกษา ตัวอย่าง	กิจกรรม / แหล่งท่องเที่ยว		
				สวนสตอเบอรี่	ชิมชาเพื่อสุขภาพ	โครงการหลวง
1	เกษตร	Chilling @ ล้านนา: ชม ชิม ช็อป	เชียงใหม่ เชียงราย			
2	ประวัติศาสตร์	ย้อนประวัติศาสตร์ มาตรา ล้านนา สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	เชียงใหม่ ลำพูน น่าน ลำปาง	ตามรอย เกจิ เช่น ครูบา ฯ	เส้นทางเดินทัพ พระนเรศวร	เส้นทางอารยธรรม, พญามังราย พระนางจามเทวี เจ้าดารารัศมี
3	ธรรมชาติ	ม่วนกาย สบายใจ สไตลล์้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย น่าน	นั่งสมาธิ วิปัสสนา	สักการะ ๙ วัดมงคล	วัดขาว บ้านดำ ไร่เชิญตะวัน
4	สุขภาพ	เที่ยวสนุก สุขภาพดี ที่ล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย แพร่	นวด	สปา	โยคะ
5	ผจญภัย	ลุยสุดมันส์ พันธุ์เก๋าเก๋า @ ล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย แพร่	ปีนผา เขา	เดินป่า	ปั่นจักรยาน
6	ธรรมชาติ	ล้านนาเขียว เที่ยวไม่เบื่อ	เชียงใหม่ เชียงราย แพร่	ดูนก	ชมกล้วยไม้	สวนพฤกษศาสตร์
7	กีฬา บันทึบนันทนาการ	แอ่วล้านนา กีฬามันส์	เชียงใหม่ เชียงราย แพร่	กอล์ฟ	ฟิชั่นเจ็จคาราโอเกะ	ลีลาศ ไ้ไก่ก่
8	เรียนรู้ สิ่งใหม่	เปิดโลกใหม่ สไตลล์้านนา	เชียงใหม่ น่าน ลำปาง เชียงราย	ครัวล้านนา	Creativity	ศิลปะล้านนา
9	วัฒนธรรม	ท่องมนต์ตรา ล้านนาไทย	เชียงใหม่ น่าน	ของที่ระลึก	การแสดง	ชุมชน

5.2.3 แนวทางการประเมินผลการดำเนินการของห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ (7 ส.)

ปัจจัยหลักในการสร้างความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ นั้น จำเป็นที่จะต้องวางแนวทางในการประเมินการดำเนินงาน เพื่อให้มีการพัฒนาได้ตรงจุด เพื่อให้มีการประยุกต์ใช้แนวทางการประเมินกับชุมชนได้สะดวกมากขึ้น คณะวิจัยจึงได้มีการพัฒนาแนวทางในการประเมินห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ ทั้งหมด 7 ด้าน และเพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จึงตั้งชื่อว่า 7ส. ดังนี้ (1) สวย (2) สะอาด (3) สะดวก (4) สงบ (5) สบาย (6) สนุก (7) สุขใจ โดยในเป้าหมายของการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ (7 ส. For สว.) ให้คะแนนความสำคัญและการประเมินโดยที่มวิจัย (Likert 1-10) หรือ อาจจะเป็น Likert 1-5 หรือ 1-7 ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ที่ใช้ตัวชี้วัดนี้ และผู้ที่จะประเมินห่วงโซ่อุปทาน

5.3. ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการจัดประชุม สัมมนา อบรม เพื่อให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับแนวโน้มการท่องเที่ยวของตลาดผู้สูงอายุ ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการ เพื่อบริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งพบว่ามีความสนใจในเรื่องการท่องเที่ยวผู้สูงอายุมาก แต่ยังขาดแหล่งข้อมูลในด้านนี้
2. ควรมีการจัดทำคู่มือการจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อเผยแพร่ให้หน่วยงานองค์กร ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องได้รับทราบแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
3. ควรมีการดำเนินการวิจัยในเรื่องของการท่องเที่ยว สำหรับรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในลักษณะอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สุขภาพร่างกายและจิตใจ และเน้นเรื่องโภชนาการสำหรับผู้สูงอายุเป็นพิเศษ

บรรณานุกรม

- กรวรรณ สังขกร และคณะ. 2554. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. มปป. เที่ยวที่ละก้าว Slow Travel. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- คมสัน สุริยะ. 2548. เส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2552. จริยธรรมการท่องเที่ยว. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้. 2 (3), 77-84.
- ณิชาภา สายทอง และ ณกมล จันทน์สม. 2557. แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัดปทุมธานี. MOTIVATION IN BUSINESS SETTING OF ENTREPRENEURS IN THE AREA OF TALADTAI, PHATHUMTHANI. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ. 4 (1), 234-258.
- ปิยะนุช มีเหว่าพันธ์. (ม.ป.ป.). ความเป็นมาและความสำคัญของการท่องเที่ยว. ระบบออนไลน์ (แหล่งที่มา):
<https://chaisupar3.wordpress.com/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%8D> (13 มกราคม 2558)
- ที่พักรม. (2556). ระบบออนไลน์ (แหล่งที่มา):
<http://guru.sanook.com/2922/%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%A1/> (13 มกราคม 2558)
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. 2555. การปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวไทย... เพื่อใช้ประโยชน์จาก AEC.
- ธุรกิจนำเที่ยวกับงานมัคคุเทศก์. (ม.ป.ป.). ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม. ระบบออนไลน์ (แหล่งที่มา):
<http://writer.dek-d.com/chitosemaru/story/viewlongc.php?id=575320&chapter=4>
<http://tourismindustrydpu002watcharawi.blogspot.com/2010/09/blog-post.html> (13 มกราคม 2558)

- ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์. 2555. **พจนานุกรมการจัดการและเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน** (Dictionary of Logistics and Supply Chain Management and Economics). [Online] <http://pairach.com/supplychaindictionary/> (19 สิงหาคม 2555).
- _____. 2555. **การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวคืออะไร ?**. แหล่งที่มา (ระบบออนไลน์): <http://pairach.com/category/supply-chain-management-2/page/2/> (17 สิงหาคม 2555)
- ผู้จัดการออนไลน์. 2554. **ททท. เปิดตัว Senior Smile ครอบครัวรรษา พาพ่อแม่เที่ยว**. แหล่งที่มา (ระบบออนไลน์): <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=954000006> 1090 (1 มิถุนายน 2554).
- _____. 2554. **ก.ท่องเที่ยว หนุนพัฒนามาตรฐานทัวร์-ไกด์ เน้นความรู้-ทักษะ-จรรยาบรรณ**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9540000016631>. www.nic.go.th/gsic/uploadfile/Tourism-Hub.pdf. (9 กรกฎาคม 2557)
- ภาวนา แก้วแสงธรรม. 2553. **เที่ยวเนิบช้า: Slow Tourism รื่นรมย์ระหว่างการเดินทางบนโลกที่หมุนช้า**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แพรว.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. (ม.ป.ป.). **ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. ระบบออนไลน์ (แหล่งที่มา): <http://www.human.ubru.ac.th/2010/images/educationdocument/aj.kulawadee01/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%884.pdf> (13 มกราคม 2558)
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด และ คณะ. 2550. **โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ปที่ 3: การเปรียบเทียบเชิงโลจิสติกส์**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมยศ วัฒนากมลชัยและเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน. 2552. **นักท่องเที่ยวสูงอายุ: กลุ่มที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจของการท่องเที่ยว** *Senior Tourists: A Market with Potential for the Tourism Industry*. วารสารปัญญาวิวัฒน์. 2(1), 95-103.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2547. **ยุทธศาสตร์การพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ ของประเทศไทย**. แหล่งที่มา (ระบบออนไลน์): <http://www.nesdb.go.th/national/competitiveness/attach/data31.pdf> (22 พฤศจิกายน 2549)
- _____. 2549. **ร่างแผนแม่บทการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศไทย**. แหล่งที่มา (ระบบออนไลน์): <http://www.nesdb.go.th/national/competitiveness/attach/MasterPlan-Draft.pdf> (22 พฤศจิกายน 2549)
- _____. 2549. **นียมการบริหารจัดการโลจิสติกส์**. แหล่งที่มา (ระบบออนไลน์): <http://www.nesdb.go.th/national/competitiveness/attach/data43.ppt> (22 พฤศจิกายน 2549)

ราณี อีสัยกุล. 2552. **โครงการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย.** กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

วาริชต์ มัชยมบุรุษ. 2554. **แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง.** พะเยา: มหาวิทยาลัยพะเยา.

tourismatbuu, มปป. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. แหล่งที่มา (ระบบออนไลน์):**
<https://tourismatbuu.wordpress.com/?s=%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%95%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7>. (1 มกราคม 2555)

Akkaranggoon, S. (2010). **Supply Chain Management Practices in The Hotel Industry,** PhD thesis, University of Exeter.

Alford, P. (2005). **A framework for mapping and evaluating business process costs in the tourism industry supply chain,** in A. J. Frew, ed., 'Information and communication technologies in tourism', Springer, Vienna.

Andreu, L., Aldás, J., Bigné, J. E. & Mattila, A. S. (2010). **"An analysis of e-business adoption and its impact on relational quality in travel agency-supplier relationships"**, Tourism Management 31(6), 777 – 787.

Banomyong, R., Basnet, C., Childerhouse, P., Deakins, E., Disney, S.M., Naim, M.M., Towill, D.R. (2005) **Internationalising the Quick Scan Audit Methodology. 18Th International Conference of Production Research.**

Bigné, J. E., Aldás, J. & Andreu, L. (2008). **'B2b services: It adoption in travel agency supply chains'**, Journal of Services Marketing 22(6), 454 – 464.

Chen, D. (2009). **Innovation of tourism supply chain management,** in 'Management of e-Commerce and e-Government, 2009. ICMECG '09. International Conference on', Nanchang, pp. 310– 313.

Chen, D. & Yi, P. (2010). **Mode selection of tourism supply chain and its management innovation,** in 'E-Business and E-Government (ICEE), 2010 International Conference on', Guangzhou, pp. 3388 – 3391.

- Childerhouse, P. and Towill, D.R. (2011) "Effective supply chain research via the quick scan audit methodology", **Supply Chain Management: An International Journal**, 16 (1), pp. 5-10
- CSCMP: Council of Supply Chain Management Professionals. 2006. **Supply Chain Management and Logistics Definition**. [Online] available: <http://www.cscmp.org/Website/AboutCSCMP/Definitions/Definitions.asp> (21November 2006)
- Đoređvić, M. and Arsić, A.K. 2010. **Tourism Logistic System - Conceptual Considerations**. 4th International Quality Conference, Center for Quality, Faculty of Mechanical Engineering, University of Kragujevac. pp. 57-62.
- Font, X., Tapper, R., Schwartz, K. & Kornilaki, M. (2008). '**Sustainable supply chain management in tourism**', *Business Strategy and the Environment* 17(4), 260–271.
- Huang, G. Q., Chen, W., Song, H. & Zhang, X. (2010). '**Game-theoretic study of the dynamics of tourism supply chains for package holidays under quantity competition**', *Tourism Economics* 16(1), 197–216.
- Huang, Y., Song, H., Huang, G. Q. & Lou, J. (2012). '**A comparative study of tourism supply chains with quantity competition**', *Journal of Travel Research* In Press.
- Ke, L. & Li-ying, W. (2010). **Transformation of station and function of tourist attraction in china based on supply chain management theory**, in 'Management of e-Commerce and e-Government (ICMeCG), 2010 Fourth International Conference on', Chengu, Sichuan, China.
- Keating, B. (2009). '**Managing ethics in the tourism supply chain: the case of chinese travel to australia**', *International Journal of Tourism Research* 11(4), 403–408.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2006. **Principles of Marketing**. 11th Edition. New Jersey: Pearson
- Lemmetyinen, A. (2010). **Coordination of cooperation in tourism business networks**, PhD thesis, Turku School of Economics, Turku.
- March, R. & Wilkinson, I. (2009). '**Conceptual tools for evaluating tourism partnerships**', *Tourism Management* 30(3), 455 – 462.
- Muhcina, S. & Popovici, V. (2008). '**Logistics and supply chain management in tourism.pdf**', *The logistics of merchandise* 10(24), 122-132.

- Murphy, J. & Smith, S. (2009). **'Chefs and suppliers: An exploratory look at supply chain issues in an upscale restaurant alliance'**, *International Journal of Hospitality Management* 28(2), 212 – 220.
- Naim M. M., Childerhouse P., Disney S. M. and Towill, D. R., (2002) A Supply Chain Diagnostic Methodology Determining the Vector of Change, **Computers and Industrial Engineering**, 2002, 43, pp. 135-157.
- Shader,J. and Maznevski.M. 2006. ***Building the Right Networks for Business Performance***. IMD 132, March.
- Schwartz, K., Tapper, R. & Font, X. (2008). **'A sustainable supply chain management framework for tour operators'**, *Journal of Sustainable Tourism* 16(3), 298–314.
- Tapper, R. & Font, X. (2004). **Tourism supply chains: Report of a desk research project for the travel foundation**, Report of a desk research project for the travel foundation, Leeds Metropolitan University, Environment Business & Development Group.
- Page, S. J. (2009). **Tourism Management: Managing for Change**, third edn, Elsevier, London.
- Piboonrungraj, P. (2008) **Developing Quick Scan Audit Methodology for the Service Industries**. A MSc dissertation. Cardiff University, United Kingdom.
- _____. (2009). **Methodological implications of the research design in tourism supply chain collaboration**, in '18th EDAMBA Summer Academy', European Doctoral Programmes Association in Management and Business Administration, Sorèze, France.
- Rusko, R. T., Kylänen, M. & Saari, R. (2009). **'Supply chain in tourism destinations: the case of levi resort in finnish lapland'**, *International Journal of Tourism Research* 11(1), 71–87.
- Véronneau, S. & Roy, J. (2009). **'Global service supply chains: An empirical study of current practices and challenges of a cruise line corporation'**, *Tourism Management* 30(1), 128–139.
- Yan, J. & Hong, L. (2011). **The studies on construction of tourism supply chain focusing on network supplier as the core**, in '2011 International Conference on E -Business and E -Government (ICEE)'.
- Yang, L., Li, B. & Lan, W. (2009). **Tourism supply chain cooperative trust dominated by travel agency in china**, in '2009 International Conference on Management of e-Commerce and e-Government', Vol. 0, IEEE Computer Society, Los Alamitos, CA, USA, pp. 318–321.

- Yang, S., Huang, G. Q., Song, H. & Liang, L. (2009). **'Game-theoretic approach to competition dynamics in tourism supply chains'**, *Journal of Travel Research* 47(4), 425– 439.
- Yilmaz, Y. and Bititci, U. (2005). **Performance measurement in the value chain: manufacturing v. tourism**. *International Journal of Productivity and Performance Management* 55(5), pp. 371-389.
- Zhang, Y. & Murphy, P. (2009). **'Supply-chain considerations in marketing underdeveloped regional destinations: A case study of chinese tourism to the goldfields region of victoria'**, *Tourism Management* 30(2), 278 – 287.
- Zhang, X., Song, H. & Huang, G. Q. (2009). **'Tourism supply chain management: A new research agenda'**, *Tourism Management* 30(3), 345–358.

ภาคผนวก ก
สถิตินักท่องเที่ยว

สัญญาเลขที่ RDG5650032

แผนงาน “การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน

เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ”

โครงการย่อย 1 “การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน

เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ”

ตารางที่ 2-2.3 จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เข้ามาในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 - 2555

จำนวน (คน)

ปี พ.ศ.	จำนวนรวม นักท่องเที่ยว ต่างชาติทั้งหมด	แยก 55 - 64 ปี		แยก 65 ปีขึ้นไป		รวม ผู้สูงอายุ 55 ปีขึ้นไป	ร้อยละของ นักท่องเที่ยว ทั้งหมด
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
2541	7,764,930	826,902	70.63	343,930	29.37	1,170,903	15.08
2542	8,580,329	945,459	70.18	401,698	29.82	1,347,227	15.70
2543	9,508,623	996,057	70.02	426,439	29.98	1,422,566	14.96
2544	10,061,950	1,060,440	70.55	442,756	29.45	1,503,267	14.94
2545	10,799,067	1,228,238	71.78	482,890	28.22	1,711,128	15.85
2546	10,004,453	1,178,155	73.18	431,718	26.82	1,609,946	16.09
2547	11,650,703	1,373,279	74.64	466,599	25.36	1,839,953	15.79
2548	11,516,936	1,348,016	74.83	453,326	25.17	1,801,417	15.64
2549	13,821,802	1,583,504	74.71	536,171	25.29	2,119,750	15.34
2550	14,464,228	1,663,221	73.62	595,940	26.38	2,259,235	15.62
2551	14,584,220	2,718,785	60.71	1,759,277	39.29	4,478,123	30.71
2552	14,149,841	1,634,889	74.02	573,901	25.98	2,208,864	15.61
2553	15,936,400	1,893,874	75.47	615,645	24.53	2,509,594	15.75
2554	19,230,470	2,119,860	73.95	746,943	26.05	2,866,877	14.91

ตารางที่ 2-2.3 (ต่อ) จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เข้ามาในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 - 2555

จำนวน (คน)

ปี พ.ศ.	จำนวนรวม นักท่องเที่ยว ต่างชาติทั้งหมด	แยก 55 - 64 ปี		แยก 65 ปีขึ้นไป		รวม ผู้สูงอายุ 55 ปีขึ้นไป	ร้อยละของ นักท่องเที่ยว ทั้งหมด
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
2555	22,353,903	2,604,599	70.83	1,072,504	29.17	3,677,174	16.45

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545 - 2550 และ กรมการท่องเที่ยว, 2551 - 2555

ตารางที่ 2-2.4 จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกเป็นประเทศในAsia และไม่ใช่ประเทศใน Asia

ปี พ.ศ.	จำนวนรวม	Asia		Non Asia	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2541	1,170,832	677,187	57.84	493,645	42.16
2542	1,347,157	806,871	59.89	540,286	40.11
2543	1,422,496	846,798	59.53	575,698	40.47
2544	1,503,196	877,369	58.37	625,827	41.63
2545	1,711,128	1,030,766	60.24	680,362	39.76
2546	1,609,873	985,180	61.20	624,693	38.80
2547	1,839,878	1,097,476	59.65	742,402	40.35
2548	1,801,342	1,051,741	58.39	749,601	41.61
2549	2,119,675	1,219,109	57.51	900,566	42.49
2550	2,259,161	1,222,579	54.12	1,036,582	45.88
2551	2,476,440	1,342,538	54.21	1,133,902	45.79
2552	2,208,790	1,108,642	50.19	1,100,148	49.81
2553	2,509,519	1,326,329	52.85	1,183,190	47.15
2554	2,866,803	1,716,747	59.88	1,150,056	40.12
2555	3,677,103	2,346,203	63.81	1,330,900	36.19

ตารางที่ 2-2.5 การจัดอันดับ 10 ประเทศแรกที่มีนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ.2541 – 2555

ลำดับ	2541		2542		2543		2544		2545	
	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน
1	Japan	189,051	Japan	207,022	Japan	232,776	Japan	223,331	Japan	259,051
2	Malaysia	139,935	Malaysia	166,464	Malaysia	160,277	Malaysia	170,774	Malaysia	211,965
3	China	94,340	China	130,382	U.S.A.	111,686	USA	115,750	USA	125,532
4	U.S.A.	74,412	U.S.A.	93,702	China	105,672	Taiwan	93,776	Korea	115,994
5	Germany	71,813	Germany	78,248	Taiwan	90,972	China	91,306	China	106,035
6	Singapore	71,317	UK.	74,289	Singapore	80,089	Korea	85,527	United Kingdom	96,775
7	UK.	62,730	Taiwan	73,260	Germany	75,980	Singapore	83,915	Taiwan	90,992
8	Taiwan	58,988	Singapore	71,776	UK.	72,592	United Kingdom	81,190	Singapore	90,257
9	Australia	48,660	Korea	56,457	Korea	70,532	Germany	79,341	Germany	83,310
10	France	46,824	Australia	46,485	Australia	46,628	Australia	60,609	Australia	59,193

ตารางที่ 2-2.5 (ต่อ) การจัดอันดับ 10 ประเทศแรกที่มีนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ.2541 - 2555

ลำดับ	2546		2547		2548		2549		2550	
	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน
1	Japan	234,655	Japan	274,551	Japan	288,001	Japan	315,965	Japan	302,688
2	Malaysia	223,182	Malaysia	220,495	Malaysia	232,494	Malaysia	256,441	Malaysia	250,869
3	USA	113,220	USA	139,811	USA	144,565	USA	156,250	USA	160,942
4	Korea	103,606	Korea	134,203	UK.	118,608	Korea	155,303	Korea	156,229
5	UK.	98,936	UK.	109,918	Korea	105,295	UK.	129,120	UK.	139,371
6	Singapore	87,720	China	100,247	Singapore	92,604	China	116,363	Australia	114,045
7	China	84,111	Singapore	90,992	Germany	83,925	Singapore	98,582	China	110,024
8	Germany	74,635	Germany	89,408	China	81,390	Germany	94,904	Germany	104,413
9	Taiwan	74,375	Taiwan	77,045	Australia	73,697	Australia	89,892	Singapore	99,495
10	Hong Kong	65,619	Australia	68,369	Taiwan	48,635	Taiwan	64,494	Sweden	75,089

ตารางที่ 2-2.5 (ต่อ) การจัดอันดับ 10 ประเทศแรกที่มีนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี พ.ศ.2541 – 2555

ลำดับ	2551		2552		2553		2554		2555	
	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน
1	Malaysia	352,836	Japan	250,366	Malaysia	294,261	Malaysia	492,863	Malaysia	643,305
2	Japan	282,788	Malaysia	209,902	Japan	268,664	Japan	260,268	Japan	348,471
3	U.S.A.	166,213	United Kingdom	150,829	U.S.A.	154,008	China	159,332	China	314,752
4	UK.	154,241	U.S.A.	147,238	UK.	150,476	Australia	155,617	Laos	197,417
5	Korea	150,192	Australia	127,355	Australia	149,341	Laos	151,493	Australia	176,999
6	Australia	142,623	Germany	111,853	China	120,054	U.S.A.	148,185	U.S.A.	176,503
7	China	120,825	China	102,059	Germany	117,262	Korea	135,320	Korea	168,100
8	Germany	109,148	Laos	88,882	Korea	114,902	UK.	130,584	Singapore	145,642
9	France	77,940	Korea	79,208	Laos	108,041	Singapore	108,069	UK.	143,732
10	Laos	77,790	Singapore	74,871	Singapore	82,783	Germany	98,674	Germany	112,815

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 2555.

ตารางที่ 3.1 วิธีการประเมินห่วงโซ่อุปทานแบบ Quick SCAAN[®] หรือ 1D-SCAAN[®]

ขั้นที่	เวลา	กิจกรรม	ระยะเวลา	เครื่องมือ
1	นอกสถานที่	ร่างโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน ขององค์กรที่จะเข้าไปประเมิน	Off-site	Value stream mapping, Process mapping, Seeing the whole map
2	นอกสถานที่	จัดตั้งทีม 1d-SCAAN.	Off-site	ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ 1. โลจิสติกส์ 2. ซัพพลายเชน 3. การท่องเที่ยว
3	9:00-9:45 น.	นำเสนอวิธีการ 1d-SCAAN.	1 ชั่วโมง	
		3.1 นำเสนอวิธีการ 1d-SCAAN.	30 นาที	สไลด์ (ppt, pdf) และ/หรือ บอร์ด
		3.2 ถาม ตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับ 1d-SCAAN.	15 นาที	
4	10:00-12:00 น.	จัดทำแผนภาพกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน 4.1 ระบุบทบาทในห่วงโซ่อุปทาน 4.2 ระบุสินค้าและบริการหลัก 2 ประเภท	2 ชั่วโมง	แบ่ง 3 ทีม เพื่อเก็บข้อมูลโครงสร้าง supply chain
		สำหรับแต่ละสินค้าและบริการหลัก - ระบุวัตถุดิบที่ใช้ และ ซัพพลายเออร์ - ระบุลูกค้าสำหรับสินค้าหลักนั้น ๆ		4.ก) ทีม “Post it” (2 คน) 4.ข) ทีม White Board (1 คน) 4.ค) ทีมแบบฟอร์ม (1 คน)
	12:00 - 12:30 น.	----- พักรับประทานอาหาร -----		

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) วิธีการประเมินห่วงโซ่อุปทานแบบ Quick SCAAN[®] หรือ 1D-SCAAN[®]

ขั้นที่	เวลา	กิจกรรม	ระยะเวลา	เครื่องมือ
5	12:30 - 13:30 น.	ทีม 1d-SCAAN.ประชุมร่วม สรุปลงช่วงเช้า	1 ชั่วโมง	ระบุข้อมูลที่ทั้ง 3 ทีมต้องการเพิ่มเติม
6	13:30 - 15:30 น.	สำรวจกระบวนการทำงาน ณ สถานที่จริง 6.1 ระบุขั้นตอนการปฏิบัติงานหลัก 6.2 สังเกตระบบโลจิสติกส์และการดำเนินการ 6.3 สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมระหว่างการสำรวจ กับ พนักงานและเจ้าหน้าที่ ณ สถานที่จริง	2 ชั่วโมง	แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลดังนี้ 6.ก) ทีม “Post it” (2 คน) 6.ข) ทีม White Board (1 คน) 6.ค) ทีมแบบฟอร์ม (1 คน)
	15:30 - 16:00 น.	----- พักร -----		
7	16:00 - 16:30 น.	สรุปผลลัพธ์ 7.1 แผนผังห่วงโซ่อุปทาน 7.2 กระบวนขั้นตอนการปฏิบัติงานภายใน 7.3 สรุปปัญหาข้อเสนอแนะ	1 ชั่วโมง	ที่ปรึกษาแบ่งออกเป็น 2 ทีม 7.ก) ทีม สรุปแผนผังซัพพลายเชน 7.ข) ทีม นำเสนอปัญหาและข้อเสนอแนะ
8	16:30 - 17:00 น.	นำเสนอผลการศึกษาแก่ผู้ประกอบการ	30 นาที	รับฟังข้อเสนอแนะ ตอบคำถาม
9	17:00 - 18:00 น. (หรือ นอกสถานที่)	ทีม 1d-SCAAN.ประชุมสรุปงาน	30 นาที	รวบรวมข้อมูลเพื่อเขียนรายงาน 1d-SCAAN.
10	นอกสถานที่	เขียนรายงาน สรุปข้อมูล		รายงานรูปเล่ม เพิ่มข้อมูล และ DVD
		รวม	8 ชั่วโมง	

ตารางที่ 3.2 แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ความสนใจ	ชื่อเส้นทาง	จังหวัด	กิจกรรม			
			สวนสตรอเบอร์รี่	ชิมชาสุขภาพ	โครงการหลวง	กล้วยไม้ล้านนา
เกษตร	Chilling @ ล้านนา ชม ชิม ช๊อป	เชียงใหม่ เชียงราย				
ประวัติศาสตร์	ย้อนประวัติศาสตร์ มาตราล้านนา สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น	เชียงใหม่ ลำพูน น่าน	ตามรอยเกจิ	เส้นทางเดินทัพพระ นเรศวร	เส้นทางอารยธรรม (พญามังราย พระนางจาม เทวี เจ้าดารารัศมี	คุ้มต่างๆ พิพิธภัณฑ์
ธรรมชาติ	ม่วนกาย สบายใจ สไตล์ล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย	นั่งสมาธิ วิปัสสนา	สักการะ 9 วัดมงคล	วัดขาว บ้านด้า ไร่เชิญตะวัน	วัดงาม อารามสวย รวย ความสุข
สุขภาพ	เที่ยวสนุก สุขภาพดี ที่ล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย	นวด	สปา	โยคะ	ดีท็อกซ์
ผจญภัย	ลุยสุดมันส์ พันธุ์เก๋า เก๋า @ ล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย	ปีนผา เขา	เดินป่า	ปั่นจักรยาน	ล่องแพ
ธรรมชาติ	ล้านนาเขียว เที่ยวไม่เบื่อ	เชียงใหม่ เชียงราย	ตุนก	ชมกล้วยไม้	สวนพฤกษศาสตร์	ส่องสัตว์
กีฬา บ้านเทিং นันทนาการ	แอ่วล้านนา กีฬามันส์	เชียงใหม่ เชียงราย	กอล์ฟ	ฟองเจิง ไทเก็ก	ลีลาศ คาราโอเกะ	ปั่นจักรยาน
เรียนรู้สิ่งใหม่	เปิดโลกใหม่ สไตล์ล้านนา	เชียงใหม่ น่าน ลำปาง เชียงราย	ครัวล้านนา	Creativity	ศิลปะล้านนา	ภูมิปัญญาท้องถิ่น หัตถกรรม สิ่งทอ

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) แนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ความสนใจ	ชื่อเส้นทาง	จังหวัด	กิจกรรม			
วัฒนธรรม	ท่องเที่ยวมนต์ตรา ล้านนาไทย	เชียงใหม่ น่าน	ของที่ระลึก	การแสดง	ชุมชน	เทศกาล ประเพณี

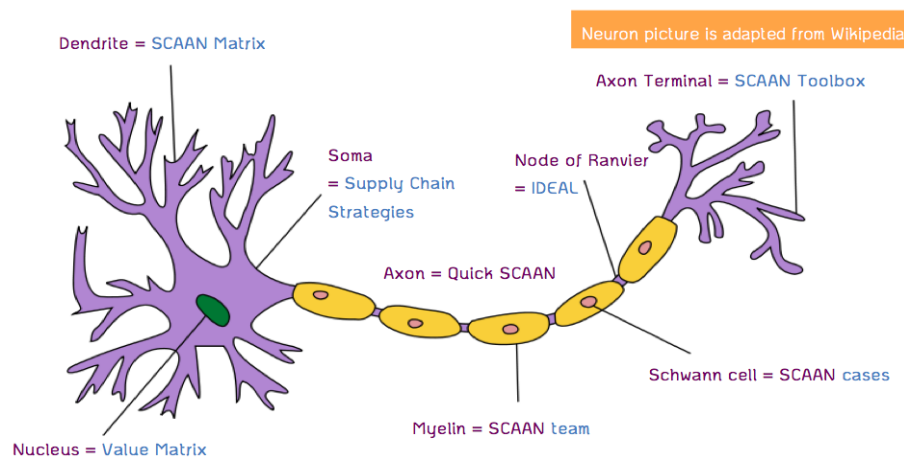
ตารางที่ 4.1 รายชื่อนิตยสารท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากผู้สูงอายุ

ลำดับ	ชื่อนิตยสาร	ลักษณะ	URL
1	AARP The Magazine	Magazine for people 50 and over. Editorial topics include money and finance, work and retirement, health and fitness, travel, and essays.	http://www.aarpmagazine.org/
2	AgeVenture	News reports on longevity health research and retirement lifestyle trends.	http://www.demko.com/
3	Best Places In The World To Retire	Credible on-line information about retiring overseas.	http://bestplacesintheworldtoretire.com/
4	Carepoint	Daily senior living news, free retirement home directory, information and resources, for and about seniors in the USA.	http://www.carepoint.net/content/
5	Celebration	Publication that provides seniors in the Dallas (U.S.) area with fun information, senior events, travel and educational programs.	http://www.celebrationmagazine.com/
6	The Oldie	The aim was to produce an antidote to youth culture but, more importantly, a magazine with emphasis on good writing, humour and quality illustration.	http://www.the.oldie.magazine.co.uk/

ตารางที่ 4.2 สรุปเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน (ล้านนา)

ลำดับที่	จังหวัด	บริษัท	ประเภท	แหล่งท่องเที่ยว	ที่พัก	น้ำเที่ยว	อาหาร	รักษา	ของที่ระลึก
1	เชียงใหม่	Care Centre Chiang Mai	ที่พัก		✓	✓	✓		
2	เชียงใหม่	McKean Institute	สถานพยาบาล	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	เชียงราย	โฮมสเตย์ดอยแม่สลอง	โฮมสเตย์		✓	✓	✓		
4	น่าน	วัดภูมินทร์	ชุมชน	✓	✓	✓	✓		✓
5	เชียงใหม่	ร้านโกล์ฟาร์ม	ของที่ระลึก						✓
6	เชียงใหม่	แสดนดาร์ดทัวร์	น้ำเที่ยว			✓			
7	เชียงใหม่	เวียงกุมกาม	แหล่งท่องเที่ยว			✓	✓		✓
8	เชียงราย	คำธารีรีสอร์ท	ที่พัก		✓		✓		

ภาคผนวก ข
SCAAN Model



A Practical Way to Understand and Improve Your Supply Chains

THE SCAAN[®] MODEL VERSION 1.10

Supply Chain Audit & Analytical Neuron

by Pairach Piboonrungrroj, PhD – SCERC, Chiang Mai University (2014)

SCAAN Model

SCAAN Model เป็นเครื่องมือที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อใช้ศึกษาห่วงโซ่อุปทานในโครงการนี้ โดยมีโครงสร้างที่เรียกว่า IDEAL ตามรายละเอียดดังนี้

6.1 SCAAN[®] Structure: The IDEAL supply chain planning

(1) Identify: customer value

อธิบายภาพรวมที่ทางจะเข้าไปทำการวิจัยแก่บริษัท เพื่อให้ทางบริษัทได้รับประโยชน์ในการทำวิจัยระบบโครงสร้างของบริษัท โดยกลุ่มบริษัทจะได้เข้าใจถึงระบบโครงสร้างต่างๆ ของบริษัทตั้งแต่การสั่งซื้อวัตถุดิบ การปฏิบัติงาน ตลอดจนถึงการส่งออกถึงลูกค้า ว่าแต่ละขั้นตอนเป็นอย่างไร ใช้เวลาเท่าไร ใช้คนในการทำงานกี่คน และควรมีการแก้ไขตรงจุดใดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแก่ตัวบริษัทเอง และปรับให้ระบบการทำงานให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของบริษัท การส่งเสริมจุดแข็งให้ดีขึ้นและแก้ไขจุดอ่อนของบริษัทให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายและความสำเร็จของบริษัทได้อย่างรวดเร็ว

(2) Design: supply chain structure according to the value

ออกแบบแผนงานคร่าวๆ โดยการหาข้อมูลของตัวบริษัทด้วยตนเองก่อน หรืออาจจะใช้ประสบการณ์ในการยกตัวอย่าง เกี่ยวกับระบบ supply chain ของบริษัท เพื่อนำเสนอให้แก่

บริษัทพึงคร่าวๆเพื่อความเข้าใจ ตั้งแต่การสั่งซื้อสินค้า การปฏิบัติงาน จนกระทั่งการส่งสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า โดยอาจจะยกตัวอย่างสินค้าหรือบริการของบริษัทนั้นๆ หนึ่งอย่าง เพื่อให้บริษัทเข้าใจได้ง่ายขึ้น พร้อมกับบอกถึงมูลค่าที่บริษัทจะได้รับหากรู้ว่ามีจุดบกพร่องและทำการแก้ไขเพื่อลดต้นทุนในการผลิตลง

(3) Extract: processes and players in the supply chain

การเจาะลึกถึงกระบวนการขั้นตอนการปฏิบัติงาน(จากข้อที่แล้ว) โดยอาจสมมุติว่ามีจุดหนึ่งในกระบวนการทำงานที่ทางบริษัทควรแก้ไขหรือต้องการทำการแก้ไข ก็จะทำให้การเจาะลึกข้อมูลตรงจุดนั้นๆโดยการเก็บข้อมูลอย่างละเอียดเป็นขั้นตอนต่างๆ ในการทำงาน ว่างานแต่ละขั้นตอนจะใช้เวลาเท่าไร ใช้คนกี่คน ระยะเวลาเท่าไร เป็นต้น เพื่อนำมาวิเคราะห์แก้ไขให้ได้มาซึ่งจุดมุ่งหมายหรือทิศทางตามที่บริษัทต้องการ โดยแต่ละบริษัทอาจจะมีจุดประสงค์ที่ต้องการแก้ไขระบบการปฏิบัติงานที่ไม่เหมือนกัน โดยสามารถแยกจุดประสงค์ที่บริษัทต้องการแก้ไขให้ดีขึ้นได้ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ:

บริษัทต้องการมีความสามารถในการทำงานเพิ่มขึ้นเพื่อมีระบบปฏิบัติงานที่ดีปลอดภัยต่อบุคลากร และสิ่งแวดล้อม มีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภคและสร้างผลตอบแทนให้แก่เจ้าของหรือผู้ถือหุ้นได้ดี

2. การตอบสนอง:

บริษัทต้องการความเร็วและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าหรือบริการจากลูกค้าของบริษัท เพื่อให้มีการจัดจำหน่ายได้ตรงตามเวลาและปริมาณที่ลูกค้าต้องการ และสินค้ามีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า

3. ความคล่องแคล่ว:

บริษัทต้องการให้ตัวบริษัทเองมีการปรับตัวและตอบสนองต่อปัจจัยภายนอกที่มากระทบได้อย่างรวดเร็ว อย่างเช่น วิกฤตเศรษฐกิจ วิกฤตการเมือง ภัยธรรมชาติต่างๆ เป็นต้น

4. ต้นทุน:

บริษัทต้องการลดต้นทุน ไม่ว่าจะเป็น กระบวนการทำงาน การจ้างแรงงาน วัตถุดิบ ค่าขนส่ง เป็นต้น

5. สินทรัพย์:

บริษัทต้องการปรับกลยุทธ์การบริหารสินทรัพย์และการบริหารจัดการกับสินทรัพย์ที่มี เช่น บริหารสินค้าในstock การได้ประโยชน์ต่างๆจากสินทรัพย์ที่มี(ROA) หรือเป็นการให้สินเชื่อต่างๆแก่ลูกค้า เป็นต้น

6.2 SCAAN[®] Procedure: The 7S Method

กระบวนการของ SCAAN Model สามารถแบ่งออกเป็น 7 ขั้นตอน (7S) ดังนี้

(1) Sketch the supply chain members

การวางแผนเพื่อออกแบบโครงสร้างของระบบ Supply Chain ตั้งแต่การสั่งซื้อ การปฏิบัติงาน จนถึงการส่งมอบสินค้าให้แก่ลูกค้า โดยจะเป็นการวางแผนภาพโครงสร้างระบบ Supply Chain ของบริษัท และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง Supplier และ Demand เข้ากับบริษัท และออกแบบโครงสร้างและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของวิธีการผลิตสินค้าของบริษัท และเก็บรายละเอียดข้อมูลต่างๆเพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่บริษัทต้องการดังนี้

1) Source:

กระบวนการสั่งซื้อสินค้าจาก Supplier ว่ามีขั้นตอนการสั่งซื้ออย่างไร โดยวิธีใด มีจัดส่งมาอย่างไร โดยวิธีใด ใช้เวลานานเท่าไร มีการสั่งซื้อบ่อยเพียงใด เป็นต้น

2) Make:

บริษัทมีวิธีการผลิตสินค้าและบริการอย่างไร มีขั้นตอนใดบ้าง ใช้เวลาเท่าไร ใช้คนกี่คน ตั้งแต่เริ่มจนถึงวิธีการการกำจัดของเสีย เมื่อเกิดการผลิตสินค้าหรือบริการที่ผิดพลาด

3) Deliver:

กระบวนการเก็บรักษาสินค้าและบริการ ว่ามีขั้นตอนอย่างไร และการไหลเข้าออกของสินค้าและบริการใช้เวลากี่วัน จนถึงการส่งสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้า ว่ามีขั้นตอนใดบ้าง ใช้เวลาเท่าไร ใช้คนกี่คน ใช้การขนส่งให้แก่ลูกค้าโดยวิธีใดบ้าง ระยะเวลาเท่าไร ตลอดจนถึงเมื่อมีการสั่งซื้อจากลูกค้า บริษัทได้มีการตอบสนองต่อการสั่งซื้อนั้นรวดเร็วเพียงใดจนถึงการส่งสินค้าให้แก่ลูกค้า

4) Recover:

เมื่อมีการตีคืนสินค้าหรือบริการที่เสียหายหรือสินค้าหรือบริการไม่ตรงตามการสั่งซื้อ บริษัทมีวิธีการและขั้นตอนการจัดการอย่างไร ตลอดจนถึงการเก็บข้อมูลถึงเหตุผลการคืนและความต้องการของการตีคืน และการจัดส่งคืนว่าใช้เวลานานเท่าไร และโดยวิธีใด

(2) Skim the supply chain layer

การตรวจสอบ Supply Chain ของบริษัท โดยการดูคร่าวๆว่าส่วนใดมีปัญหาและควรแก้ไข หรือจะเป็นส่วนที่ทางบริษัทร้องขอมาก็ได้

(3) Scan the supply chain flow

เมื่อทราบแล้วว่าส่วนต้องการแก้ไข ก็จะทำการดูรายละเอียดต่างๆว่าขั้นตอนคร่าวๆเป็นอย่างไร ศึกษารายละเอียดและเก็บข้อมูลตรงส่วนที่ต้องการแก้ไขให้ได้มากที่สุด

(4) Scope the supply chain boundary

เมื่อศึกษาข้อมูลรายละเอียดขั้นตอนต่างๆแล้วจึงทำการเจาะลึกปัญหา โดยการทำแผนภาพโครงสร้างขั้นตอนการปฏิบัติการของส่วนที่ต้องการแก้ไข โดยระบุขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างละเอียด ทั้งจำนวนคน เวลาที่ใช้ และสถานที่ที่ใช้ว่ามีระยะห่างจากจุดต่างๆของการปฏิบัติงานเป็นอย่างไร หรือจะใช้ Flow Chart ช่วยอธิบายขั้นตอนต่างๆ ก็ได้ เพื่อจะได้นำมาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

(5) Scale the supply chain performance (SCAAN) matrix

เมื่อได้ข้อมูลทั้งหมดมาแล้วนำมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้ Process Mapping โดยระบุขั้นตอนกระบวนการปฏิบัติงานต่างๆ ของบริษัท โดยใช้สัญลักษณ์เพื่อแสดงขั้นตอนต่างๆ ไว้ ได้แก่ การกระทำ (Operations) การตรวจสอบ (Inspection) การเคลื่อนย้าย (Transport) การจัดเก็บ (Inventory) และการรอเวลา (Delay) และระบุเวลาที่ใช้ ระยะทาง และจำนวนพนักงาน ในแต่ละขั้นตอน

(6) Scarify the supply chain weakest link

นำ Process Mapping ที่ได้มาประมวลผล จะทำให้ทราบว่าแต่ละขั้นตอนเป็นอย่างไรบ้าง เวลาที่ใช้ไปเป็นอย่างไร โดยสิ่งทำให้เกิดต้นทุนของกระบวนการต่างๆ ที่สำคัญคือ การรอเวลา รองลงมาคือ การเคลื่อนย้าย รองลงมาคือ การจัดเก็บสินค้าและการตรวจสอบ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาจะทำให้เกิดต้นทุนการปฏิบัติงานทั้งด้านประสิทธิภาพและตัวเงินเพิ่มขึ้น ส่วนกระบวนการของการกระทำ (Operations) นั้น จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า สุดท้ายแล้วจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติการโดยลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็นออกไปและทำให้เกิดการกระทำ (Operations) ให้มากที่สุดเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้านั่นเอง

(7) School the supply chain manager

นำการวิเคราะห์ที่ได้นั้นเสนอให้แก่บริษัทและร่วมกันเสนอวิธีการปรับปรุงแก้ไขให้เข้ากับความสามารถของบริษัท และทำการสรุปผลว่าหากมีการแก้ไขโดยวิธีที่ทำการตกลงกันจะสามารถลดขั้นตอนต่างๆ ได้อย่างไร สามารถลดจำนวนพนักงาน เวลา ระยะทางที่ใช้ได้เท่าไร และสามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มได้มากน้อยขนาดไหน เพื่อให้ได้มาซึ่งความสำเร็จของบริษัท

6.3 SCAAN[®] Performance: The Triple ERAs (ERA³ s) Matrix

เป้าหมายหลักของการวิเคราะห์โลจิสติกส์และซัพพลายเชนก็เพื่อการพัฒนา และการพัฒนาจะเกิดขึ้นได้นั้น จำเป็นจะต้องมีการวัดผลที่ดีเสียก่อน ดังคำกล่าวที่ว่า "ท่านจะพัฒนาในสิ่งที่ท่านวัดผลได้เท่านั้น" ในส่วนนี้ได้อธิบาย 10 ตัวชี้วัดสำหรับการประเมินผลทางด้านโลจิสติกส์และซัพพลายเชนดังนี้

	ประเด็น	เป้าหมาย	วัตถุประสงค์
1	Efficiency	cost to serve	สามารถลดต้นทุนของการผลิตสินค้าและบริการ ซึ่งทำให้การผลิตสินค้าและบริการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
2	Effectiveness	Success	ทำให้บริษัทสามารถปฏิบัติงานได้ในทิศทางตามกลยุทธ์ที่วางไว้ และมุ่งสู่เป้าหมายที่วางไว้ ทำให้ได้มาซึ่งความสำเร็จ
3	Effluence	Smooth flow	ทำให้บริษัทมีขั้นตอนการผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มีขั้นตอนที่ไม่ยุ่งยาก สะดวก เรียบง่าย ทำให้พนักงานมี

	ประเด็น	เป้าหมาย	วัตถุประสงค์
4	Responsiveness	Quick response	ความเครียดจากการทำงานลดน้อยลง ทำให้บริษัทมีความสามารถตอบสนองต่อการสั่งซื้อของลูกค้าในแต่ละครั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว เพื่อให้การจัดจำหน่ายได้ตรงตามเวลาและปริมาณที่ลูกค้าต้องการ และสินค้ามีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า
5	Resilience	bounce back	ทำให้บริษัทมีศักยภาพเพิ่มขึ้น เมื่อมีการประสบกับวิกฤติที่มากระทบจากภายนอก สามารถฟื้นตัวกลับมาดำเนินงานได้ตามปกติอย่างรวดเร็ว
6	Resistance	to risks and uncertainties	ทำให้บริษัทมีความแข็งแกร่งเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งจะเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในด้านต่างๆ ทั้งภัยธรรมชาติ เศรษฐกิจและการเมือง เป็นต้น
7	Agility	to the change	ทำให้บริษัทสามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงกับผลที่จะมากระทบจากภายนอกได้ดีขึ้น มีความพร้อมที่จะรับมือกับวิกฤติต่างๆ ทั้งภัยธรรมชาติ ระบบเศรษฐกิจและการเมือง เป็นต้น
8	Alignment	seamlessly in the supply chain	ทำให้บริษัทอยู่ในตำแหน่งที่ตั้ง ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพแก่บริษัทในการเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการ
9	Supply Chain Adaptability	to the new environment	ทำให้บริษัทมีความสามารถที่จะปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ ได้ เช่น การเปิดบริษัทสาขาต่างๆ เพิ่มขึ้น ในต่างจังหวัด หรือต่างประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงจากการลงทุนเมื่อเปิดสาขาใหม่ เพราะบริษัทมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานดีขึ้น
10	Supply Chain Sustainability	last long	ทำให้บริษัทมีความมั่นคงในการประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้น เพราะมีกระบวนการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นและมีต้นทุนที่ลดลง ทำให้มีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น และทำให้บริษัทมีความมั่นคงยั่งยืนเพิ่มขึ้น

โดยกิจกรรมของ SCAAN Model นั้นได้ปรับปรุงพัฒนาจาก Service Quick SCAAN ที่พัฒนาโดย (Piboonrungrroj, 2008) โดยเป็นแนวทางการเก็บข้อมูลในระดับห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย ขั้นตอน หรือ SCAAN Step จะมีระยะเวลาเพียง 1 วันเท่านั้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นที่	เวลา	กิจกรรม	ระยะเวลา ๑	เครื่องมือ
1	นอกสถานที่	ร่างโครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน ขององค์กรที่จะเข้าไปประเมิน	Off-site	Value stream mapping, Process mapping, Seeing the whole map
2	นอกสถานที่	จัดตั้งทีม Quick SCAAN	Off-site	ทีมประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญดังนี้ 1. โลจิสติกส์ 2. ซัพพลายเชน 2. อุตสาหกรรมนั้น 3. หัวหน้าทีม
3	9:00-9:45 น.	นำเสนอวิธีการ Quick SCAAN	1 ชั่วโมง	
		3.1 นำเสนอวิธีการ Quick SCAAN	(30 นาที)	สไลด์ (ppt, pdf) และ/หรือ บอร์ด
		3.2ถาม ตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับ Quick SCAAN	(15 นาที)	
4	10:00-12:00 น.	จัดทำแผนภาพกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน 4.1 ระบุบทบาทในห่วงโซ่อุปทาน 4.2 ระบุสินค้าและบริการหลัก 2 ประเภท	2 ชั่วโมง	แบ่ง 3 ทีม เพื่อเก็บข้อมูลโครงสร้าง supply chain
		สำหรับแต่ละสินค้าและบริการหลัก - ระบุวัตถุดิบที่ใช้ และ ซัพพลายเออร์ - ระบุลูกค้าสำหรับสินค้าหลักนั้น ๆ		4.ก) ทีม “Post it” (2คน) 4.ข) ทีม White Board (1คน) 4.ค) ทีมแบบฟอร์ม (1คน)
	12:00 - 12:30 น.	----- พักร่าง -----		
5	12:30 - 13:30 น.	ทีม Quick SCAAN ประชุมร่วม สรุปช่วงเช้า	1 ชั่วโมง	ระบุข้อมูลที่ทั้ง 3 ทีมต้องการเพิ่มเติม
6	13:30 - 15:30 น.	สำรวจกระบวนการทำงาน ณ สถานที่จริง 6.1 ระบุขั้นตอนการปฏิบัติงานหลัก 6.2 สังเกตระบบโลจิสติกส์และการดำเนินการ 6.3 สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมระหว่างการสำรวจ กับ พนักงานและเจ้าหน้าที่ ณ สถานที่จริง	2 ชั่วโมง	แบบฟอร์มบันทึกข้อมูลดังนี้ 6.ก) ทีม SC Sticky Post x 2คน 6.ข) ทีม SC Viz Board x 1คน 6.ค) ทีม SC Data Form x 1คน
	15:30 - 16:00 น.	----- พักร่าง -----		
7	16:00 - 16:30 น.	สรุปผลลัพธ์ 7.1 แผนผังห่วงโซ่อุปทาน 7.2 กระบวนการขั้นตอนการปฏิบัติงานภายใน 7.3 สรุปปัญหาข้อเสนอแนะ	1 ชั่วโมง	ที่ปรึกษาแบ่งออกเป็น 2 ทีม 7.ก) ทีม สรุปแผนผังซัพพลายเชน 7.ข) ทีม นำเสนอปัญหาและ ข้อเสนอแนะ
8	16:30 - 17:00 น.	นำเสนอผลการศึกษาแก่ผู้ประกอบการ	30 นาที	รับฟังข้อเสนอแนะ ตอบคำถาม
9	17:00 - 18:00 น. (หรือ นอกสถานที่)	ทีม Quick SCAAN ประชุมสรุปงาน	30 นาที	รวบรวมข้อมูลเพื่อเขียนรายงาน Quick SCAAN
10	นอกสถานที่	เขียนรายงาน สรุปข้อมูล และ ดิจิตอล		รายงานรูปเล่ม แฟ้มข้อมูล และ memory stick (thumb drive)
		รวม	8 ชั่วโมง	

หมายเหตุ: SCAAN Steps ถูกพัฒนามาจาก Quick Scan Audit Methodology (QSAM) version ของ Piboonrunroj (2008) เพื่อศึกษาโครงสร้างของ Supply Chain โดยลดเวลาที่ใช้ในการเข้าไปเก็บข้อมูลในสถานที่จริงจาก 5 วันเหลือเพียง 1 วัน เท่านั้น

ภาคผนวก ค

ฐานข้อมูลการสำรวจบริการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

ฐานข้อมูลการสำรวจบริการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

แม้ว่าโดยทั่วไปแล้วธุรกิจท่องเที่ยวจะยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่ว่าแล้วธุรกิจเหล่านี้ไม่ได้มีการเตรียมพร้อมที่จะดูแลนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยเฉพาะ ในส่วนนี้จึงเป็นการรวบรวมรายชื่อธุรกิจท่องเที่ยวที่เน้นให้บริการนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นพิเศษ โดยอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และจัดทำเป็นฐานข้อมูล ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ฐานข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

ที่	แหล่ง/บริการ ท่องเที่ยว	ประเภท	บริการพิเศษ	จังหวัด	หมายเหตุ
1	พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์	แหล่งท่องเที่ยว	บริการรถไฟฟ้านำเที่ยว (300 บาท/คน)	เชียงใหม่	http://www.bhubingpalace.org/
2	อุทยานหลวงราชพฤกษ์	แหล่งท่องเที่ยว	บริการรถไฟฟ้านำเที่ยว (รถพ่วงและรถกอล์ฟ)	เชียงใหม่	www.royalparkrajapruek.org/
3	ไนท์ซาฟารี	แหล่งท่องเที่ยว	มีบริการนั่งรถชม (รถกอล์ฟ)	เชียงใหม่	http://www.bhubingpalace.org/
4	Senior Care Resort	ที่พัก	กิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ	เชียงใหม่ (แมริม)	https://www.fac ebook.com/seniorcareresort
5	สถาบันแมคแคนเพื่อ การฟื้นฟูสุขภาพ	ที่พัก/รักษา	บริการด้านสุขภาพ รักษาโรค	เชียงใหม่	http://www.mckean.or.th/en/home/
6	Care Resort เชียงใหม่	ที่พัก	รับออกแบบห้องพักตามความต้องการเฉพาะ เน้นความหรูหรา	เชียงใหม่	http://www.care resortchiangmai.com/thai/
7	วัดป่าดาราภิรมย์	แหล่งท่องเที่ยว	ได้รับคะแนนประเมินสูงสุด	เชียงใหม่	https://www.fac ebook.com/watphadarabhirom
8	เมืองประวัติศาสตร์ เวียงกุมกาม	แหล่งท่องเที่ยว	มีรถไฟฟ้าและรถม้านำเที่ยว	เชียงใหม่	http://www.wiangkumkam.com/
9	วัดภูมินทร์	แหล่งท่องเที่ยว	บริการทัวร์ผู้สูงอายุ (พัฒนาโดยโครงการย่อยที่ 3)	น่าน	https://www.fac ebook.com/senior.tourism.thailand

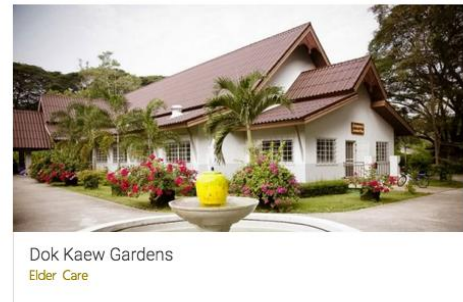
ที่	แหล่ง/บริการ ท่องเที่ยว	ประเภท	บริการพิเศษ	จังหวัด	หมายเหตุ
10	พื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ้าย ผลิตแม่เมาะ	แหล่งท่องเที่ยว	พัฒนาโดย กฟผ. ร่วมกับ ม.นิด้า	ลำปาง	http://tar.thailis.or.th/bitstream/123456789/561/1/%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%A2%2020.pdf
11	วัดเชียงมั่น	แหล่งท่องเที่ยว	ห้องน้ำคนพิการ/ผู้สูงอายุ	เชียงใหม่	ขาดป้ายบอกทาง
12	วัดตันเกว่น	แหล่งท่องเที่ยว	วัดมีขนาดเล็ก พื้นที่เรียบ ไม่ลาดชันมาก	อำเภอหางดง จังหวัด เชียงใหม่	ควรมีที่จับทางลาด
13	สวนพฤกษศาสตร์ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	แหล่งท่องเที่ยว	มีรถไฟฟ้าบริการ มีทางลาดสู่แหล่ง ท่องเที่ยว	อุทยานแม่หม่ม จังหวัด เชียงใหม่	www.qsbg.org/ ยังขาดที่จอดรถคน พิการ
14	ผ้าปูร้อนสันกำแพง	แหล่งท่องเที่ยว	มีวิลล์แชร์สำรอง ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ	อำเภอแม่ ออน จังหวัด เชียงใหม่	ควรมีพนักงานดูแล ผู้สูงอายุ
15	ศูนย์การเรียนรู้การ พัฒนาห้วยฮ่องไคร้	แหล่งท่องเที่ยว	กำลังสร้างห้องน้ำสำหรับ ผู้สูงอายุ	อำเภอดอย สะเก็ด จังหวัด เชียงใหม่	www.hongkhrai.com
16	วนอุทยานแห่งชาติ ภูตอก บัวตอง ภูฟ้าเจ็ดสี	แหล่งท่องเที่ยว	กำลังปรับปรุงห้องน้ำ สำหรับผู้สูงอายุ	อำเภอแม่ แตงจังหวัด เชียงใหม่	http://park.dnp.go.th/visitor/nationalparkshow.php?PTA_CODE=4030
17	พิพิธภัณฑ์พระพิฆเนศ	แหล่งท่องเที่ยว	มีทางลาดเข้าแหล่ง ท่องเที่ยว	อำเภอดอย หล่อ จังหวัด เชียงใหม่	http://www.siamganesh.com/story04.html

ที่	แหล่ง/บริการ ท่องเที่ยว	ประเภท	บริการพิเศษ	จังหวัด	หมายเหตุ
18	อุทยานแห่งชาติ ดอยอินทนนท์	แหล่งท่องเที่ยว	มีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุ	อำเภอ จอมทอง จังหวัด เชียงใหม่	http://dnp.go.th/parkreserve/asp/style1/default.asp?npid=1&lg=1

จากการสำรวจตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบนพบว่า ส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวจะมีเพียงการเตรียมห้องน้ำและทางลาดสำหรับผู้สูงอายุ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่มีการออกแบบสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ หรือ การออกแบบสำหรับคนทุกกลุ่ม (universal design) นั้นจะพบในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่พัก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีปรับเปลี่ยนจากสถานรักษาพยาบาลมาเป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สำนวจความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้นพบว่าผู้เล่นสำคัญ (Key player) คือ ธุรกิจที่พักเพราะเป็นบริการที่เชื่อมโยงบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนั้นการบูรณาการความเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้นควรมีการพัฒนาให้ความรู้และส่งเสริมการออกแบบการบริการสำหรับคนทั้งมวลหรือ universal design



ภาพที่1 บริการรถชมสวนภายในอุทยานหลวงราชพฤกษ์



ภาพที่ 4 บริการพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ ณ สถาบันแมคเคนเพื่อการฟื้นฟูสภาพ

Care Resort Chiang Mai

ชีวิตที่คุณยิ่งสมควรได้รับ...
ด้วยการดูแลทั้งหมดที่คุณต้องการ

🇬🇧 🇹🇭 🇯🇵 🇩🇪 🇰🇷

เป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

- ♥ หน้าแรก
- ♥ เกี่ยวกับเรา
- ♥ ที่พักชะวาว
- ♥ ที่พักชะสัน
- ♥ สิ่งอำนวยความสะดวก
- ♥ การดูแลภาวะสมองเสื่อม
- ♥ สำหรับสมาชิกครอบครัวและเพื่อน
- ♥ เกี่ยวกับเชียงใหม่
- ♥ นวัตกรรมพิเศษ
- ♥ ติดต่อเรา

ภาพที่ 5 บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ทั้งระยะสั้นและยาวที่ Care Resort Chiang Mai

ภาคผนวก ง
แบบสอบถามภาษาไทย



สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
239 ถนนห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่

โทร: 0 5394 2571, 0 5394 2568 โทรสาร: 0 5389 2649 E-mail: korawana@hotmail.com

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้วยโครงสร้างประชากรของประเทศไทยรวมทั้งประเทศอื่นๆ ทั่วโลก มีสัดส่วนของ ผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป เป็นจำนวนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี จนกล่าวได้ว่าสังคมโลกในอนาคตเป็นสังคมผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะต้องจัดเตรียมกิจกรรมและสิ่งบริการที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญทั้งต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงได้จัดทำแผนงานวิจัย “การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อนรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ” ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ โดยแผนงานดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว จัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้เพื่อการบริหารและการจัดการท่องเที่ยว และศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน

สถาบันวิจัยสังคมฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามนี้ และขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามนี้

นางกรวรรณ สังขกร
ผู้อำนวยการแผนงานวิจัยฯ

No.....

ผู้เก็บแบบสอบถาม.....

วันที่.....



แบบสำรวจ
พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ
สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุปี
3. ที่อยู่ปัจจุบัน (จังหวัด/ประเทศ)
4. ท่านจบการศึกษาระดับใด
☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา ☐ ปวช / ปวส. /อนุปริญญา
☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี ☐ อื่นๆ
 (ระบุ).....
5. ปัจจุบันท่านทำอาชีพอะไร
☐ เกษียณ (โปรดระบุอาชีพก่อนเกษียณ)
☐ นักวิชาชีพ / อาชีพอิสระ (แพทย์ หนายความ สถาปนิก วิศวกร ขายประกัน ขายตรง ฯ)
☐ ธุรกิจส่วนตัว (ค้าขาย เจ้าของธุรกิจ เกษตรกรรม ฯ)
☐ รับจ้าง/ลูกจ้าง
☐ อื่นๆ ระบุ.....
6. ปัจจุบันท่านมีรายได้จากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ เงินบำนาญ ☐ บุตร/หลาน ☐ การประกอบอาชีพหารายได้
☐ ค่าเช่า / ดอกเบี้ย ☐ อื่นๆ ระบุ.....

7. ท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
☐ น้อยกว่า 5,000 บาท ☐ 5,001 – 10,000 บาท ☐ 10,001 – 30,000 บาท
☐ 30,001 – 50,000 บาท ☐ มากกว่า 50,000 บาท
8. ปัจจุบันท่านมีปัญหาสุขภาพหรือโรคประจำตัว หรือไม่
☐ ไม่มีปัญหา
☐ มีปัญหา (ระบุทุกปัญหาที่ท่านมี)
 ↓
- 8.1 ปัญหาสุขภาพ
☐ ความดันโลหิตสูง ☐ โรคหัวใจ
☐ ปัญหาเกี่ยวกับข้อและกระดูก ☐ ปัญหาเกี่ยวกับการได้ยิน
☐ ปัญหาเกี่ยวกับการมองเห็น ☐ อื่นๆ ระบุ.....
- 8.2 ปัญหาสุขภาพหรือโรคประจำตัวที่ท่านเป็นอยู่ เป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยว หรือไม่
☐ เป็นอุปสรรคมากทำให้ไม่อยากไปเที่ยว
☐ ไม่เป็นอุปสรรค เพราะมียา / อุปกรณ์หรือเครื่องช่วย ไว้ประจำตัวเมื่อไปเที่ยว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

9. ปกติ ท่านชอบท่องเที่ยวหรือไปเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ หรือไม่

☐ ไม่ชอบ

☐ ชอบ

9.1 ท่านไปท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน

☐ ไม่ค่อยได้ไปเที่ยว เพราะ

☐ ปีละ 1 ครั้ง

☐ ปีละ 2- 3 ครั้ง

☐ ปีละ 4 – 5 ครั้ง

☐ มากกว่า 5 ครั้งต่อปี หรือเกือบทุกเดือน

☐ อื่นๆ ระบุ.....

10. วัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวของท่าน คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เป็นโอกาสที่ได้อยู่ร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ

☐ เป็นโอกาสที่ได้พูดคุยหรือหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ ในวัยเดียวกัน

☐ เพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย / จิตใจ

☐ เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจวิถีชีวิต / วัฒนธรรม / ความเชื่อของชุมชนหรือกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ

☐ เพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม

☐ เพื่อแสวงหาช่องทางทำธุรกิจใหม่ หรือแสวงหาสินค้าใหม่ ๆ

☐ อื่นๆ ระบุ.....

11. ท่านชอบไปเที่ยวในประเทศ หรือต่างประเทศ

☐ เที่ยวในประเทศ เพราะ.....

☐ เที่ยวต่างประเทศ เพราะ.....

12. ปกติท่านใช้เวลาไปเที่ยวแต่ละครั้งกี่วันวัน/ครั้ง

13. ท่านชอบไปเที่ยวช่วงเวลาไหนมากที่สุด

☐ วันธรรมดา เพราะ.....

☐ วันเสาร์- อาทิตย์ / วันหยุดนักขัตฤกษ์ เพราะ.....

☐ ช่วงเทศกาลประเพณี หรือวันหยุดยาว เพราะ.....

14. ฤดูไหนที่ท่านชอบไปเที่ยวมากที่สุด(ตอบเพียงข้อเดียวที่ท่านชอบมากที่สุด) และเหตุผลที่ชอบเที่ยวฤดูนั้น

☐ ฤดูร้อน

☐ ฤดูฝน

☐ ฤดูหนาว

☐ ทุกฤดู

เพราะ

.....

15. ส่วนใหญ่ท่านไปเที่ยวกับใคร

☐ ไปคนเดียว เพราะ.....

☐ ไปกับคู่สมรส

☐ ไปกับลูกหลาน /ญาติพี่น้อง /คนในครอบครัว

☐ ไปกับเพื่อนสนิท

☐ อื่นๆ ระบุ

16. กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบหรือต้องจัดให้มีในรายการท่องเที่ยว มีอะไรบ้าง (เรียงลำดับจากมากไปน้อยตั้งแต่ 1- 4)

- | | |
|---|---|
| ☐ ชมธรรมชาติ / สถานที่ที่มีทัศนียภาพงดงาม (ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุ ทะเล ชมพืชพรรณไม้ ฯ) | |
| ☐ ชมโบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ แหล่งประวัติศาสตร์และโบราณคดี อาคารหรือสถาปัตยกรรมดั้งเดิม | |
| ☐ ศึกษาวิถีชีวิตชุมชน(กิจกรรมในชีวิตประจำวัน บ้าน/ที่อยู่อาศัย การเพาะปลูก ภาษา ประเพณี ฯ) | |
| ☐ ชมการแสดงทางวัฒนธรรม /ร่วมงานประเพณี | ☐ พุดคุยกับคนในชุมชนเกี่ยวกับวิถีชีวิต |
| ☐ ซื้อสินค้าพื้นเมือง/หัตถกรรมท้องถิ่น | ☐ ซื้อสินค้าในห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียง |
| ☐ กินอาหารที่แนะนำอร่อย และต้องไปชิม | ☐ กินอาหารพื้นเมือง/อาหารท้องถิ่น |
| ☐ ฝึกเล่นกีฬา เช่น ขี่ม้า พายเรือ ปั่นจักรยาน ฯ | ☐ สบ หรือนวดแผนไทย |
| ☐ ฝึกทำอาหารพื้นเมือง | ☐ ฝึกทำงานหัตถกรรมพื้นเมือง |
| ☐ เยี่ยมชมศาสนาสถาน ไหว้พระ หรือสันทนาการ | ☐ เรียนรู้หรือฝึกสมาธิ/วิปัสสนา |
| ☐ ร้องเพลงคาราโอเกะ | ☐ อื่นๆ ระบุ..... |

17. การไปท่องเที่ยวของท่าน ส่วนใหญ่ใครเป็นผู้จัดการและวางแผนการท่องเที่ยวให้ท่าน

- ☐ ท่านหรือคู่สมรส หาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยวเอง
- ☐ เพื่อน ๆ ที่จะไปเที่ยวด้วยกันหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยว
- ☐ ลูกหลาน/ญาติ /คนในครอบครัวหาข้อมูลและวางแผนการท่องเที่ยวให้
- ☐ ติดต่อบริษัทนำเที่ยวและกำหนดรายการท่องเที่ยวร่วมกัน
- ☐ เลือกซื้อรายการท่องเที่ยวตามที่บริษัทนำเที่ยวเสนอขาย
- ☐ ไปตามรายการท่องเที่ยวที่ผู้สนับสนุน(อบต / เทศบาล/ หน่วยงานฯ) จัดไว้บริการ
- ☐ อื่นๆ ระบุ

18. การวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ท่านต้องการทราบข้อมูลอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว | ☐ กิจกรรมและสิ่งที่น่าสนใจในสถานที่ท่องเที่ยว |
| ☐ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว | ☐ สภาพถนนไปสู่สถานที่ท่องเที่ยว |
| ☐ ระยะเวลาการเดินทางถึงสถานที่ท่องเที่ยว | ☐ สถานที่พักแรม |
| ☐ บริการรักษาพยาบาล กรณีที่อาจเกิดเหตุฉุกเฉิน | ☐ สภาพอากาศ |
| ☐ ชนิด/ประเภทอาหารที่มีบริการ | ☐ บริการนำเที่ยว/ โปรแกรมท่องเที่ยวที่มี |
| ☐ สิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติในสถานที่ท่องเที่ยว | ☐ บริการด้านความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว |
| ☐ เวลาเปิด-ปิดการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว | ☐ ค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว |
| ☐ อื่นๆ ระบุ..... | |

19. ปกติท่านค้นหาหรือติดต่อหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ บุตรหลาน /ญาติ | ☐ เพื่อน /คนรู้จัก |
| ☐ วิทยุ โทรทัศน์ | ☐ แผ่นพับ /ใบปลิว / โปสเตอร์ |
| ☐ นิตยสารนำเที่ยว/ไกด์บุ๊กส์ | ☐ บริษัทนำเที่ยว |
| ☐ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว | ☐ เว็บไซต์ท่องเที่ยว (Website) |
| ☐ แอปพลิเคชันมือถือ (Mobile Application) | ☐ อื่นๆ ระบุ..... |

20. ท่านคิดว่า การจัดบริการการท่องเที่ยวให้ผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญกับเรื่องใดบ้างและอย่างไร

การบริการ	ลักษณะการบริการที่จัดให้ควรเป็นอย่างไร (กา ✓ ข้อที่ท่านต้องการ)
อาหาร	☐ อาหารเพื่อสุขภาพ ☐ อาหารธรรมดา ☐ อาหารท้องถิ่น ☐ อื่นๆ ระบุ.....
โปรแกรมหรือรายการท่องเที่ยว	☐ เน้นการพักผ่อน เช่น เที่ยวครึ่งวัน ☐ เน้นการจับจ่ายซื้อสินค้า ☐ เน้นเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ☐ เน้นกิจกรรมเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ ☐ อื่นๆ ระบุ.....
พาหนะเดินทาง	☐ การขึ้นลงสะดวก (พื้นรถไม่สูง ประตูกว้าง ฯ) ☐ เบาะนั่งไม่แข็งกระด้าง ☐ มีเครื่องมือ/อุปกรณ์ปฐมพยาบาลกรณีฉุกเฉิน ☐ มีเข็มขัดนิรภัยทุกที่นั่ง ☐ มีเครื่องมือ/อุปกรณ์ป้องกันอุบัติเหตุ /ไฟไหม้ ☐ อื่นๆ ระบุ.....
ที่พักแรม	☐ การขึ้นลงที่พักสะดวก (มีลิฟต์ อยู่ชั้นล่าง มีทางลาด ฯ) ☐ ในห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ ☐ มีห้องน้ำที่ออกแบบอย่างเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ☐ ในบริเวณที่พักแรมมีสิ่งบริการที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ ☐ มีเครื่องมือ/อุปกรณ์ปฐมพยาบาลกรณีฉุกเฉิน ☐ อื่นๆ ระบุ.....
บริการด้านความปลอดภัย	☐ เจ้าหน้าที่นำเที่ยวมีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล ☐ มีการประกันอุบัติเหตุการเดินทาง ☐ อื่นๆ ระบุ.....
อื่นๆ (ระบุ)	(ระบุ)

21. ปัจจุบัน มีการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างกว้างขวาง ท่านคิดว่า การนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวควรมีรูปแบบใด

- ☐ แสดงภาพสถานที่ท่องเที่ยวประกอบคำบรรยายภาพ
☐ แสดงแผนที่เส้นทางคมนาคมและข้อมูลสิ่งบริการต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยว
☐ แสดงข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบภาพ / VDO
☐ แสดงข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่เคยไปเที่ยวในสถานที่
☐ ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ☐ อื่นๆ ระบุ.....

22. ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวมีการสื่อสาร/แบ่งปัน/แลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยวระหว่างกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ท่านอยากให้เว็บไซต์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุสื่อสาร/โต้ตอบ/ตอบสนองท่านอย่างไร

- ☐ ออกแบบให้ท่านสามารถนำเสนอข้อมูล ภาพประกอบ และ VDO (Upload/ Share)
☐ ออกแบบให้ท่านแสดงความคิดเห็นส่วนบุคคล (Status)
☐ ออกแบบให้ท่านแสดงความพึงพอใจ (Like)
☐ ออกแบบให้ท่านมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ (Comment)
☐ ออกแบบให้ท่านแบ่งปันข้อมูลสู่โซเชียลเน็ตเวิร์ก (Share)
☐ ออกแบบให้ท่านสามารถแบ่งปันข้อมูล ในรูปแบบ / VDO ผ่านเครือข่ายโซเชียลมีเดีย
☐ ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต

ภาคผนวก จ
แบบสอบถามภาษาอังกฤษ



No.
 ผู้เก็บแบบสอบถาม.....
 วันที่.....

Questionnaire
Senior Tourism Behavior
Social Research Institute, Chiang Mai University

Part 1: General Information

1. Gender ☐ Male ☐ Female
2. AgeYears
3. Hometown (City/State-Country)
4. Education

☐ Lower than high school	☐ High school	☐ Diploma
☐ Graduate	☐ Postgraduate	
☐ Others (Specify.....)		
5. Occupation

☐ Retired (Please specify the last occupation.....)	
☐ Professional/ independent (Doctor, Lawyer, Architecture, Engineer, Direct Sale etc.)	
☐ Self employed/ Owner	
☐ Employed	
☐ Others (Specify.....)	
6. What is a source of your income?

☐ Pension	☐ Family/son-daughter
☐ My present job	☐ Rental/ Interest
☐ Others (Specify.....)	
7. Average monthly income

☐ Less than 500 US Dollar	☐ 501- 1,000 US Dollar
☐ 1,001 – 1,500 US Dollar	☐ More than 1,500 US Dollar
8. Do you have any health problems?

☐ No	
☐ Yes (If yes : what type of health problems?)	
☐ High blood pressure	☐ Heart condition
☐ Orthopedic Disorders (muscles, bones and joints problems)	
☐ Hearing difficulties	☐ Sight impairment
9. Do you think any current health problems would affect you when travel?

☐ Yes
☐ Not exactly since I travel with appropriate medicine and medical kits
☐ None of health problems

Part 2: Tourist Behaviour

10. Do you like travelling?

- ☐ Yes
☐ No (If no, how often do you travel?)



- ☐ Rarely ☐ Once a year
☐ Several times year (2-3 times) ☐ 4-5 times a year
☐ More than 5 times a year/ almost every month
☐ Others (Specify.....)

11. Reasons of travel **(Tick as appropriate)**

- ☐ Opportunity to get my family together within a new atmosphere
☐ Opportunity to meet the person in the same age
☐ Relaxation and rest
☐ Learning life and culture
☐ Visit natural place and attractions
☐ Business reasons (Seeking for the business initiative and new products)
☐ Others (Specify.....)

12. Do you like travelling domestically or internationally?

- ☐ Domestic travel ☐ International travel

13. How long did you travel in average? Days/ trip

14. The time you like travel most. **(Tick one only)**

- ☐ Weekday ☐ Weekends and public
☐ holidays ☐ Long holidays

15. Which seasons do you like travel most? **(Tick one only)**

- ☐ Summer, why.....
☐ Rainy, why.....
☐ Winter, why.....
☐ Every season, why.....

16. Who was accompanying you mostly while travelling?

- ☐ On my own, why
☐ Partner/ couple ☐ Family/ relatives
☐ Close friends ☐ Others

(Specify.....)

17. Which of the activities listed below you will be undertaking while travelling

- ☐ Visit sightseeing, natural attractions (mountain, sea, waterfalls, fountain etc.)
- ☐ Visit history, architecture, culture and museum etc.
- ☐ Seeing local life (social life, daily life, agriculture, house and building)
- ☐ Joining cultural performances, festival, events
- ☐ Talking to local people about way of life
- ☐ Buying local products, souvenirs, handicrafts,
- ☐ Shopping well-known products in supermarket
- ☐ Having recommended foods
- ☐ Having local cuisine
- ☐ Exercising and practicing sport such as jogging, canoeing and hiking etc.,
- ☐ Having spa and massage
- ☐ Learning Thai cooking
- ☐ Learning to make a traditional crafts
- ☐ Visit a temple, making merit and having a religion and philosophy chat
- ☐ Making meditation
- ☐ Doing karaoke
- ☐ Others (Specify.....)

18. Who did the main planner for your travel? **(Tick one only)**

- ☐ Self-organised /with couple
 - ☐ Friends who will join the trip
 - ☐ Family/ relatives
 - ☐ Co-planning between I and a
 - ☐ travel agency
 - ☐ Purchase a travel package set by the
 - ☐ agency
 - ☐ Organised through sponsorship
 - ☐ (company, council, club etc.)
 - ☐ Others
- (Specify.....)

19. What kind of information would you be interested for a travel plan?

- ☐ Tourist information
 - ☐ Transport
 - ☐ Time to there
 - ☐ Emergency medical services
 - ☐ Kinds of food
 - ☐ Activities
 - ☐ Infrastructure to the place
 - ☐ Accommodation
 - ☐ Weather
 - ☐ Tour guides and trip
- schedule
- ☐ Do & Don't tips
 - ☐ Opening times
 - ☐ Others (Specify.....)
 - ☐ Travel safety
 - ☐ Entrance fees and tickets

20. What was the source of your trip information ? **(Tick as appropriate)**

- ☐ Descendent/ relatives
 - ☐ Radio/TV.
 - ☐ Travel magazine/Guide books
 - ☐ Tourist information centre
 - ☐ Friends/Colleague
 - ☐ Brochures/ Hand-outs/ Posters
 - ☐ Travel agency
 - ☐ Website
 - ☐ Others
- (Specify.....)

21. Which of the services would be the focus for senior tourists?

Services	Type of services (Tick as appropriate)
Food	☐ Healthy food ☐ Normal food ☐ Local Food ☐ Others (Specify.....)
Programme or tourist plan	☐ Focus on flexi schedule : Half-day trip ☐ Focus on culture, history and life ☐ Focus on shopping trips ☐ Focus on activities for rehabilitation ☐ Others (Specify.....)
Transport	☐ Accessible vehicles (Low-floor vehicles, widen door etc.,) ☐ Comfort seat ☐ Technical aids and equipment ☐ Seatbelt provided ☐ Fire apparatus and equipments ☐ Others (Specify.....)
Accommodation	☐ Accessible hotels (Lift, suitable footways etc.,) ☐ Well-adapted bedrooms for seniors ☐ Well-adapted toilets for seniors ☐ Well-adapted lounge and exterior areas for seniors ☐ Emergency medical services ☐ Others (Specify.....)
Safety	☐ Training staff in first aids ☐ Trip insurance ☐ Others (Specify.....)
Others	☐ Specify.....

22. The internet is widely used, which type of the presentation linking to tourist information should be presented?

- ☐ Photos of place and tourist information ☐ Review of previous visitors
☐ Maps, route, service facilities of the place ☐ Do not use the Internet
☐ Showing activities via VDOs & pictures ☐ Others (Specify.....)

23. As tourists mutually share and communicate via using the internet. What kind of the website for senior tourism should provide the viewer with?

- ☐ Showing and presenting information, photos and VDO (Upload/Share)
☐ Share ideas *with other viewers*
☐ Expressing the satisfaction (Like)
☐ Share my ideas (Comment)
☐ Share information through social networks
☐ Share VDO through social networks
☐ Do not use the Internet
☐ Others (Specify.....)

.....Thanks You.....

ภาคผนวก ฉ
แบบสอบถามภาษาจีน



老年人的旅游行为调查问卷

清迈大学, 社会研究院

为了改善老年人游客在清迈的旅游体验, 清迈大学社会研究院特发起一项与旅游服务质量有关的“老年人游客在清迈旅游行为”的社会调查。我们真诚地希望您能够协助我们进行这项调查, 并且希望您能够填写一下这份问卷。我们感谢您给予的宝贵时间。为了答谢您的合作, 我们特别为您准备了一份精美的纪念品。请您在填写完问卷后, 将问卷交给我们的工作人员并领取纪念品。

谢谢

第一部分 调查对象的基本信息

1. 性别 ☐ 男 ☐ 女
2. 年龄 岁
3. 现居地(省份/国家)
4. 文化程度
☐ 低于中学 ☐ 高中 ☐ 中专 ☐ 本科
☐ 本科以上 ☐ 其它(备注)
5. 您现在的职业是什么?
☐ 退休 (退休前的职业)
☐ 工薪阶层/自由职业 (医生, 律师, 设计师, 工程师, 保险销售等)
☐ 个体户 (买卖, 个人经营, 农民)
☐ 雇员
☐ 其他 (备注)
6. 您目前的收入来源是?
☐ 退休金 ☐ 儿女/侄儿 ☐ 工资
☐ 租金/利息 ☐ 其他 (备注)
7. 您的月平均收入
☐ 低于5,000 珠 ☐ 5,001-10, 000 珠 ☐ 10,001-30,000 珠
☐ 30,001-50, 000 珠 ☐ 多于 50, 000 珠
8. 目前, 您有健康问题或常见病吗?
☐ 无健康问题
☐ 有健康问题 (备注所有您存在的病患)

☐ 高血压 ☐ 心脏病 ☐ 关节及骨骼问题
☐ 听力问题 ☐ 视力问题 ☐ 其它 (备注)
9. 您的健康问题或常见病是否对您在旅行中造成了障碍?
☐ 导致不能旅游
☐ 不会造成问题, 因为有药物调理
☐ 没有健康问题及常见病

第二部分 旅游行为

10. 平时，您是否喜欢旅游或者观光？

☐ 不喜欢 ☐ 喜欢



您去旅游的次数？

☐ 不太出游旅行，因为.....
☐ 每年一次 ☐ 每年2-3次

11. 您的旅游目的是什么？

☐ 在新环境下和子女共享家庭时光 ☐ 是和同龄朋友聊天或交换想法的机会
☐ 为修养身体，净化心灵 ☐ 为学习和了解其他民族的文化/信仰/生活方式
☐ 为旅游观光大自然 ☐ 为寻找新的经商机会或新的产品
☐ 其他（备注）

12. 您喜欢国内游或出国游？

☐ 国内游，因为.....
☐ 出国游，因为.....

13. 平时每次旅游你用 天

14. 您最喜欢在哪段时间旅游？

☐ 工作日 因为.....
☐ 周六，日/节假日 因为.....
☐ 小长假 因为.....

15. 您最喜欢哪个季节出游旅行？（选择最喜欢的选项）并填写原因

☐ 热季 因为.....
☐ 雨季 因为.....
☐ 冷季 因为.....
☐ 每个季节 因为.....

16. 您和谁一起旅游？

☐ 一个人去 因为..... ☐ 和朋友去 ☐ 和爱人去
☐ 和子女/亲戚去 ☐ 其他（备注）

17. 您最喜欢的旅游项目有以下哪几项？（从多到少 从1-4排序）

☐ 自然风光（森林，山，瀑布，温泉，海 ☐ 名胜古迹（博物馆，历史遗迹，古代建筑）

☐ 了解民间生活方式（日常生活，房子，耕作，语言，风俗习惯）
☐ 观看文化表演/参加风俗仪式 ☐ 与当地居民聊天以了解生活方式
☐ 购买当地特产及手工艺品 ☐ 在有名的商场购物
☐ 品尝他人介绍的美食 ☐ 品尝当地特色美食
☐ 参加运动项目（骑马，划船） ☐ 水疗或泰式按摩
☐ 制作当地特色菜肴 ☐ 制作当地手工艺品
☐ 参观寺庙，拜佛或念经 ☐ 静坐或自我修行
☐ 唱歌（KTV） ☐ 其他（备注）

18. 在这次旅行当中, 谁是行程的计划者?

- ☐ 您本人或爱人自己查找信息及计划行程 ☐ 一起出行的朋友查找信息及计划行程
☐ 子孙/亲戚/家庭成员查找信息及计划行程 ☐ 旅行社制定的行程
☐ 选择旅行社所推出的行程项目 ☐ 根据相关部门制定的行程
☐ 其他 (备注)

19. 每次旅行, 您需要知道些什么信息? (回答可多于一种选项)

- ☐ 旅游景点的基本信息 ☐ 旅游景点的活动及有趣项目 ☐ 出行交通工具
☐ 去旅游景点的道路状况 ☐ 去旅游景点所花的时间 ☐ 住宿
☐ 医疗服务 (紧急状况) ☐ 环境状况 ☐ 食物类型
☐ 旅游项目 ☐ 旅游景点注意事项 ☐ 安全管理
☐ 旅游景点的进出时间 ☐ 旅游景点门票票价
☐ 其他 (备注)

20. 平时您怎样查找旅游景点资料? (回答可多于一种选项)

- ☐ 子孙/亲戚 ☐ 朋友/认识的人 ☐ 录音机/电话 ☐ 传单/海报
☐ 旅游杂志/旅游攻略 ☐ 旅行社 ☐ 旅游中心 ☐ 旅游网站
☐ 手机软件 ☐ 其他 (备注)

21. 您认为为老年人定制旅游行程应注意一下哪几点?

服务	旅游管理服务应该怎样? (打勾)
食物	☐ 食物健康 ☐ 普通食物 ☐ 当地特色食物 ☐ 其他 (备注)
旅游项目	☐ 强调休息 (休息半天) ☐ 强调购物 ☐ 学习历史, 文化, 生活方式 ☐ 强调修复健康的活动 ☐ 其他 (备注)
交通工具	☐ 上下方便 (车低门宽) ☐ 软座 ☐ 有紧急救护工具 ☐ 座位有安全带 ☐ 有安全设备 ☐ 其他 (备注)
酒店住宿	☐ 住宿上下设施 (电梯, 一楼, 扶手等) ☐ 房间内拥有便于老年人设施设备 ☐ 卫生间拥有便于老年人设施设备 ☐ 住宿周围拥有便于老年人设施设备 ☐ 拥有紧急抢救工具及设备 ☐ 其他 (备注)
安全服务	☐ 工作人员有基本医疗意识 ☐ 有意外伤害保险 ☐ 其他 (备注)
其他	其他.....

22. 目前, 网络技术运用宽广, 您认为应用哪种方式来推广旅游信息?

- ☐ 图文并貌地呈现旅游景点 ☐ 在旅游景点显示交通路线和相关服务措施
☐ 用图片/VDO呈现旅游活动 ☐ 显示已经旅行过的旅游者对该景点的想法
☐ 不使用互联网 ☐ 其它 (备注)

23. 目前, 旅游者通过网络来联络和交流旅行经历, 您认为对于老年人的网站应具备哪些信息?

- ☐ 所设计的网站应能提供您上传信息, 图片及VDO
☐ 所设计的网站应能让您表达个人想法
☐ 所设计的网站应能让您表达满意程度
☐ 所设计的网站应能让您与其他旅游者交流旅行经验
☐ 所设计的网站应能让您分享旅游攻略
☐ 所设计的网站应能让您通过媒体渠道上传信息, 照片及VDO等
☐ 不使用互联网

.....感谢您的参与

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามภาษาญี่ปุ่น



観光客に対するアンケート
高齢者観光客における行動調査
チェンマイ大学 Social Research Institute

No.
ผู้เก็บแบบสอบถาม.....
วันที่.....

1. 基本情報

1. 性別 ☐ 男性 ☐ 女性
2. 年齢 歳
3. 現住所（県/国）
4. 最終学歴

☐ 小学校以下	☐ 中学校/高等学校
☐ 専門学校/高等専修学校/高等専門学校	☐ 短期大学/4年制大学
☐ 大学院以上	☐ その他（要記入）
5. 現職業

☐ 退職（退職前の職業を記入）
☐ 専門技術職（医師、教師、税理士、弁護士など・専門知識を要する仕事）
☐ 経営管理職（会社・官公庁の課長級以上、経営者、団体役員）
☐ 事務職（会社等の事務担当職者で・1、2に当てはまらない者）
☐ 販売職・サービ・ス職（保険などの営業担当者・販売員など・）
☐ ハ・ートタイマー・派遣等の非正規雇用者・家内労働
☐ その他（要記入）
6. 現在の収入状況（複数選択可）

☐ 年金	☐ 子ども・親戚などからの援助	☐ 勤労・事業所得	☐ 財産所得
☐ その他（要記入）			
7. 平均月収

☐ 5,000バーツ以下	☐ 5,001 – 10,000 バーツ	☐ 10,001 – 30,000 バーツ
☐ 30,001 – 50,000 バーツ	☐ 50,000 バーツ以上	
8. 現在、あなたは何か健康上の問題や病気がありますか。

☐ ない
☐ ある

「ある」と答えた方にお聞きます。その問題や病気とは具体的に何ですか。当てはまるものを全て選択してください。

- | | | |
|-------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ 高血圧 | ☐ 心臓病 | ☐ 関節・骨の問題 |
| ☐ 耳の問題 | ☐ 目の問題 | ☐ その他..... |

9. 現在のあなたの病気は観光・旅行に影響を与えていますか。

☐ 病気のために観光に行けない
☐ 薬・器具などを持参するので問題ない
☐ 健康上の問題はない

2. 旅行・観光について

10. 普段あなたは旅行や観光地へ行くことが好きですか。

☐ 好きではない

☐ 好き

↓「好き」と答えた方にお聞きます。どのくらいの頻度で旅行しますか。

☐ 全く行かない…理由.....

☐ 年に1回

☐ 年に2-3回

☐ 年に4-5回

☐ 年に5回以上/ほとんど毎月

☐ その他.....

11. 旅行・観光の目的は何ですか。（複数選択可）

☐ 普段と異なる環境で子どもや孫と一緒に過ごす機会をつくるため

☐ 同じ年代の人たちとの意見交換・会話の機会を作るため

☐ 心身の健康のため/病気の療養のため

☐ 他の民族や地域の人々の生活・文化・信仰などを学び、理解するため

☐ 美しい自然や景色を楽しむため

☐ 新しい商品やビジネスの機会を探すため

☐ その他（要記入）.....

12. （日本）国内旅行と海外旅行、どちらが好きですか。

☐ 国内旅行…理由.....

☐ 海外旅行…理由.....

☐ どちらも好き…理由.....

13. 普段、旅行は何日間行きますか。_____日間/回

14. どの日に旅行するのが一番好きですか。

☐ 平日…理由.....

☐ 祝日…理由.....

☐ 連休/長期休暇の時期…理由.....

15. あなたはどの季節に旅行するのが好きですか。

☐ 夏…理由.....

☐ 雨期…理由.....

☐ 冬…理由.....

☐ 全て…理由.....

16. あなたは誰と一緒に旅行するのが好きですか。

☐ 一人で…理由.....

☐ 配偶者・恋人と ☐ 家族・親戚と

☐ 友人と ☐ その他（要記入）.....

17. 旅行先での好きな活動は何ですか。（上位4つを選択し、当てはまる順番に1-4の数字を記入してください）

☐ 景色が美しい自然を楽しむ（森林・山・滝・噴水・海・植物園など）

☐ 博物館・歴史的建築物・古い町などを訪れる

☐ 現地の日常生活を知る（生活・家・農園・言語・文化など）

☐ 祭りや文化的なショーを見たり参加したりする

☐ 現地の人たちとコミュニケーションをとる

☐ 民芸品や現地の名物などを買う

☐ デパートやショッピングセンターなどで買い物する

☐ グルメ（その土地の美味しいものを食べる）

☐ 地域の料理・伝統的な料理を食べる

☐ スポーツ（乗馬・カヌー・ロッククライミングなど）

☐ スパ・タイマッサージ ☐ 地域の料理を習う

☐ 地域の伝統工芸などを習う ☐ お寺などで宗教的な会話を楽しむ

- ☐ 瞑想など宗教的な体験をする ☐ カラオケをする
☐ その他（要記入）
18. 旅行の計画は主に誰が立てますか
- ☐ 自分自身または配偶者
☐ 一緒に行く友人と一緒に
☐ 家族・親戚と一緒に
☐ ツアー会社と相談して
☐ 既成のツアーを買う
☐ 企画者（スポンサーなど）の行程に従う
☐ その他（要記入）
19. 行き先を決めるときにどのような情報が必要ですか。（複数選択可）
- ☐ 観光地の基本情報 ☐ 観光地のおすすめ情報・アクティビティなど
☐ 交通手段 ☐ ルート・道路の状態
☐ 観光地での費用・所要時間 ☐ 宿泊先
☐ 保険・医療機関等 ☐ 天気
☐ 食事の種類 ☐ 観光プログラムの案内/サービス
☐ 現地の儀礼/マナーなど ☐ 治安・安全に関するサービス
☐ 営業時間 ☐ 施設の入場料
☐ その他（要記入）
20. 普段、どこから旅行の情報を得ますか。（複数選択可）
- ☐ 家族・親戚などの話 ☐ 友人・知人の話
☐ ラジオ・テレビ ☐ チラシ・ポスター
☐ ガイドブック/観光案内雑誌 ☐ 旅行会社
☐ インフォメーションセンター ☐ webサイト（インターネット）
☐ モバイル・アプリケーション (Mobile Application)
21. ☐ その他（要記入） 高齢者向け観光サービスの提供の際、必要なものは何だと思えますか。

項目	期待するサービス（当てはまるものに✓を入れてください）
料理	☐ 健康的なもの ☐ 普段の食事 ☐ 地域の料理 ☐ その他.....
観光プログラム	☐ 休養を目的とした、半日だけのツアー ☐ 買い物を中心としたツアー ☐ 文化・歴史・生活を学ぶことを重視したツアー ☐ 健康の回復・療養を目的としたツアー ☐ その他.....
乗り物	☐ 乗り降りの利便性 ☐ 座り心地のよい椅子 ☐ 応急処置の道具の設置 ☐ シートベルト付の席 ☐ 火事などの防災用具の設置 ☐ その他.....
宿泊施設	☐ 施設内の移動の利便性 ☐ 部屋の中が高齢者向けのデザイン ☐ トイレが高齢者向けのデザイン ☐ その他の施設が高齢者向けのデザイン ☐ 応急処置の道具の設置 ☐ その他.....
安全性	☐ 応急処置対応可能な引率者 ☐ 観光保険対象 ☐ その他.....
その他（記入）	（要記入）

22. 近年インターネットが普及していますが、インターネット上ではどのような情報を提供すべきだと思いますか。

- ☐ 観光地の写真と説明
- ☐ 交通ルートや観光地でのサービス
- ☐ アクティビティを紹介するビデオや写真など
- ☐ 旅行者の口コミなど
- ☐ その他（要記入）

23. 現在、観光客がインターネット上で情報を提供・共有できるページが増えていますが、高齢者向けのページにはどのような機能を期待していますか。

- ☐ 写真・情報・ビデオなどがアップロードできる
- ☐ 観光地に関するコメントが投稿できる
- ☐ 「いいね」などのボタンをつけ、観光地の満足度を示すことができる
- ☐ 他の旅行者と意見交換ができる
- ☐ twitterやLINE, facebookなどのソーシャルネットワークサービス(以下、SNS)で情報が共有できる
- ☐ SNSにビデオ形式で情報共有ができる

☞----- ご協力ありがとうございました-----☞