



## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา”  
Development of senior tourism in a Lanna civilization zone

โดย

ดร.อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง และคณะ

มกราคม 2562

สัญญาเลขที่ RDG60T0053

## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา”

### คณะผู้วิจัย

### สังกัด

- |                                |                                       |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| 1. ดร.อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง | สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 2. ดร.กรวรรณ สังขกร            | สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 3. ดร.ศันสนีย์ กระจ่างโฉม      | สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4. รศ.ดร.นริศรา เอี่ยมคณิตชาติ | สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |

ชุดโครงการ “การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา”

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.-สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากความอนุเคราะห์และความร่วมมืออย่างดียิ่งจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา รวมถึงภาคีรัฐภาคเอกชน และภาคท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องที่ได้สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณที่ปรึกษาแผนงานวิจัย คุณอ่ำไพ ไชยพิจิตร คุณมนตรี ปิยากุล และอาจารย์สุรีย์ บุญญานุพงศ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยฉบับนี้ อีกทั้งขอขอบคุณหน่วยงานร่วมสนับสนุน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน เขต1 สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา และผู้ประสานงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งเจ้าหน้าที่สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมทั้งเครือข่ายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ และภาคเอกชนที่คอยอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานวิจัยอย่างดียิ่ง

ท้ายที่สุดขอขอบคุณเครือข่ายองค์กรบริหารงานวิจัยแห่งชาติ (คอบข.) โดยความร่วมมือระหว่างสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณการวิจัยในครั้งนี้

คณะผู้วิจัย  
มกราคม 2562

## สารบัญ

|                 | หน้า                                                                                                               |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก                                                                                                                  |
| บทสรุปผู้บริหาร | ข                                                                                                                  |
| บทคัดย่อ        | จ                                                                                                                  |
| Abstract        | ฅ                                                                                                                  |
| สารบัญ          | แผนงาน - ก                                                                                                         |
| สารบัญตาราง     | แผนงาน - ง                                                                                                         |
| สารบัญภาพ       | แผนงาน - จ                                                                                                         |
| <br>            |                                                                                                                    |
| บทที่ 1         | บทนำ                                                                                                               |
| 1.1             | ความสำคัญและที่มาของปัญหา                                                                                          |
| 1.2             | วัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย                                                                                         |
| 1.3             | ขอบเขตการวิจัย                                                                                                     |
| 1.3.1           | ขอบเขตด้านพื้นที่                                                                                                  |
| 1.3.2           | ขอบเขตเนื้อหา                                                                                                      |
| 1.4             | พื้นที่วิจัย                                                                                                       |
| 1.5             | ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                                                                                          |
| <br>            |                                                                                                                    |
| บทที่ 2         | แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                                                                        |
| 2.1             | แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                                                                        |
| 2.1.1           | แนวคิดการบริหารและจัดการการท่องเที่ยว (Tourism management) และการสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยว (Value creation) |
| 2.1.2           | ทฤษฎีความหลงใหลในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Destination Fascination: DF)                                            |
| 2.1.3           | แนวคิดคุณภาพของการท่องเที่ยว เพื่อการเดินทางมาพักผ่อนที่มีคุณภาพ (Quality leisure destination)                     |
| 2.1.4           | การวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยว                                                                                      |
| 2.1.5           | แนวคิดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ                                                                                |
| 2.1.6           | สถานการณ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา                                                            |
| 2.1.7           | งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ                                                                 |

## สารบัญ (ต่อ)

|                                                                                                               | หน้า                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| <b>บทที่ 3      การดำเนินการวิจัย</b>                                                                         | <b>แผนงาน – 31</b>     |
| 3.1 วิธีดำเนินงานวิจัย                                                                                        | แผนงาน – 31            |
| 3.1.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน                                                                                     | แผนงาน – 31            |
| 3.1.2 ขอบเขตการวิจัย                                                                                          | แผนงาน – 32            |
| 3.2 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย                                                                                  | แผนงาน – 33            |
| <br><b>บทที่ 4      ผลการวิจัย</b>                                                                            | <br><b>แผนงาน – 35</b> |
| 4.1 สรุปภาพรวมเบื้องต้นของการวิจัย                                                                            | แผนงาน – 35            |
| 4.2 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในกา<br>รดำเนินการวิจัย                                            | แผนงาน – 35            |
| วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาพัฒนาบริการท่องเที่ยว<br>สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา | แผนงาน – 35            |
| วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: ศึกษาความต้องการกิจกรรม<br>ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา  | แผนงาน – 42            |
| วัตถุประสงค์ข้อที่ 3: ศึกษาดิจิทัลในการพัฒนาการ<br>ท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา                | แผนงาน – 50            |
| วัตถุประสงค์ข้อที่ 4: แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว<br>ผู้สูงอายุ (Demand and supply side)                      | แผนงาน – 52            |
| แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การพัฒนาการท่องเที่ยว<br>ผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา                        | แผนงาน – 59            |
| <br><b>บทที่ 5      การสรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ</b>                                                       | <br><b>แผนงาน – 67</b> |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย                                                                                            | แผนงาน – 67            |
| 5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลงานวิจัย                                                                             | แผนงาน – 72            |
| 5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการด้านการ<br>ท่องเที่ยวผู้สูงอายุ                                             | แผนงาน – 72            |
| 5.2.2 ภาคส่วนท้องถิ่นและชุมชนที่รองรับการท่องเที่ยว<br>ผู้สูงอายุ                                             | แผนงาน – 73            |
| 5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐที่รองรับการท่องเที่ยว<br>ผู้สูงอายุ                                              | แผนงาน – 73            |

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

5.2.4 ภาควิชาการที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

บรรณานุกรม แผนงาน - 75

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ภาพการทำงานของคณะนักวิจัย

ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ในแผนงานวิจัย

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |                                                                                                                                   | หน้า        |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| แผน-1    | ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง<br>ท่องเที่ยวประเภทศาสนาสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ                                | แผนงาน – 36 |
| แผน-2    | ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง<br>ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและแบบผสมผสานกับธรรมชาติ<br>สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ | แผนงาน – 38 |
| แผน-3    | ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง<br>ท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี/ประวัติศาสตร์/ศิลปกรรมสำหรับ<br>นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ  | แผนงาน – 39 |
| แผน-4    | ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง<br>ท่องเที่ยวประเภทวิถีชุมชน/ประเพณี/วัฒนธรรมสำหรับ<br>นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ       | แผนงาน – 40 |
| แผน-5    | สรุปลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว<br>แต่ละชาติ                                                                     | แผนงาน – 47 |
| แผน-6    | แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การพัฒนาการท่องเที่ยว<br>ผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา                                            | แผนงาน - 59 |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่ |                                                                                        | หน้า        |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| แผน-1  | การเพิ่มมูลค่าในการท่องเที่ยว                                                          | แผนงาน - 9  |
| แผน-2  | ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนได้เสียในธุรกิจการท่องเที่ยว                                | แผนงาน - 10 |
| แผน-3  | 10 อันดับของจุดหมายการท่องเที่ยวของผู้เกษียณอายุ                                       | แผนงาน - 16 |
| แผน-4  | ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีต่อกรุงเทพมหานคร                                | แผนงาน - 23 |
| แผน-5  | Research design ของแผนงานวิจัย                                                         | แผนงาน - 34 |
| แผน-6  | แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ<br>ในพื้นที่อารยธรรมล้านนา | แผนงาน - 66 |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) เป็นอุตสาหกรรมบริการที่ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพ เกิดการกระจายรายได้ รวมถึงมีความสำคัญต่อการเติบโตทั้งทางเศรษฐกิจของประเทศไทย จะเห็นได้จากในปี พ.ศ.2560 ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างรายได้รวมทั้งหมด คิดเป็นสัดส่วน 20% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (World Travel and Tourism Council, 2018) จากการมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 35.38 ล้านคน ทำให้มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากถึง 1.824 ล้านล้านบาท และจากการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย 9.3 แสนล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ขณะที่ดัชนีชี้วัดขีดความสามารถทางการแข่งขันภาคการท่องเที่ยวของโลจาก The Travel & Tourism Competitiveness พบว่า ในปี ค.ศ.2017 ประเทศไทยมีขีดความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในอันดับที่ 34 ของโลก (จาก 136 ประเทศ) โดยอยู่ในลำดับที่ 10 ของเอเชียแปซิฟิก (จาก 22 ประเทศ) และลำดับที่ 3 ของอาเซียน (จาก 10 ประเทศ รองจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย) ทั้งหมดแสดงให้เห็นถึงความสามารถทางการแข่งขันของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย และบทบาทหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย

ขณะเดียวกันรัฐบาลไทยในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตในการสร้าง “New S-curve” โดยหลังจากที่เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงจากการเกิดขึ้นของตลาดใหม่ทั่วโลกที่มีผลต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกถึงกว่าร้อยละ 80 การเปลี่ยนแปลงจากการสร้างนวัตกรรมและเทคโนโลยีในการประกอบการต่าง ๆ ซึ่งเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่นี้ ย่อมจะส่งผลกระทบต่อการยกระดับการผลิตอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่มุ่งเน้นเชื่อมโยงของภาคอุตสาหกรรมระหว่างตลาดและฐานการผลิตร่วมกันมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น คือ การเปลี่ยนแปลงทั่วโลกที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยประมาณการว่า ในปี พ.ศ. 2598 นั้น ประชากร 1 ใน 4 ของโลกจะมีอายุเกินกว่า 65 ปี รวมถึงผู้สูงอายุจะมีอายุยืนยาวขึ้น ในขณะที่อัตราการเกิดของประชากรลดลง

จากที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยกำลังอยู่ในช่วงปฏิรูปเศรษฐกิจ ต้องเตรียมความพร้อมรองรับ รวมทั้งแสวงหาโอกาสในการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายสร้างความมั่นคงของประเทศ และกระจายรายได้สู่ประชาชน รวมถึงการรักษาสมดุลของประเทศบนเวทีเศรษฐกิจโลกโดยได้ประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย ดังนั้นแม้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเป็นภาคส่วนสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ดังที่ผ่านมา แต่ทว่าการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้ประเทศไทยเน้นทำการตลาดการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อดึงตลาดกลุ่มกระแสหลักที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย และนำความต้องการของแต่ละกลุ่มมาสร้างเรื่องราวเฉพาะ อาทิ กลุ่มครอบครัว กลุ่มคนวัยทำงานที่มีรายได้ดี (Gen X และ Gen Y) กลุ่มสตรี และกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น เพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพสูง ซึ่งโครงสร้างของสังคมโลกได้ก้าวสู่สังคมของผู้สูงอายุ (Aging society) อีกทั้งสหประชาชาติได้คาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุเพิ่มเป็น 1,968

ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 และในทวีปเอเชียจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด ในปี พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยกว่า 3.7 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 16.45 ของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุ และมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี สิ่งเหล่านี้ทำให้ควรตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว (Supply side) และการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand side) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการบริโภค และความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น แต่จำเป็นต้องคัดสรรสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มคนสูงวัย และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้สูงอายุแต่ละช่วงวัยจะมีพฤติกรรมและความต้องการบริการเฉพาะที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปนั่นเองสอดคล้องกับ จีราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย (2557); Economic Intelligence Center (2017)

ขณะที่พื้นที่ท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งประกอบด้วย 5 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา มีภูมิประเทศที่สวยงามและภูมิอากาศเย็นสบาย อีกทั้งมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย มีอัตลักษณ์ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมอันดีงามของล้านนา มีความแตกต่างทางชาติพันธุ์ จึงทำให้มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนมากมาย ซึ่งสามารถจัดทำเป็นเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแต่ละช่วงวัย นอกจากนี้เนื่องจากมีค่าครองชีพที่ไม่สูงมาก สภาพอากาศดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ร้านอาหารมากมายหลากหลายรูปแบบ มีการแพทย์และสถานพยาบาลที่ทันสมัย อีกทั้งจากการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชียงใหม่ในปี พ.ศ.2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานเชียงใหม่ มีกำหนดจัดโครงการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชียงใหม่เพื่อตอบสนองกลยุทธ์ในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก การขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ และกระจายพื้นที่และเวลาในการท่องเที่ยว โดยมีโครงการพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงรุกหนึ่งในนั้น ได้แก่ โครงการเที่ยวย้อนวันสไต์ล่เก่าๆ เจาะกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver age) สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2561-2564 ที่มุ่งส่งเสริมการตลาดเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มรักษาพยาบาล และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น รวมไปถึงการเสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตามแม้ว่าพื้นที่อารยธรรมล้านนามีศักยภาพทางการแข่งขันในการท่องเที่ยว แต่ทว่าจังหวัดใกล้เคียงและในภาคส่วนอื่นของประเทศไทย ต่างมีความโดดเด่นและหลายๆ พื้นที่มีต้นทุนทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน รวมถึงจากสภาพของการแข่งขันในตลาดโลก ทำให้การตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อการช่วงชิงทางตลาดการท่องเที่ยวต้องหาแนวทางปรับตัวอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ดังนั้นการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุยังคงเป็นสิ่งสำคัญต้องได้รับความใส่ใจจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้มาท่องเที่ยวมากขึ้นท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงของสถานการณ์การท่องเที่ยว ยิ่งไปกว่านั้นจากการศึกษาของสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ในเรื่องการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2557) รวมทั้งจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว พบว่า ถึงแม้ว่าในภาคเหนือตอนบนจะมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายหลากหลายประเภท ทั้งการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี ด้านธรรมชาติ โบราณคดีประวัติศาสตร์ และวิถีชุมชน อีกทั้งมีการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ แต่จากผลของการศึกษาวิจัยยังพบอีกว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนยังไม่ได้มีการจัดการใด ๆ

เป็นพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อาทิ การจัดรายการนำเที่ยว การให้บริการด้านที่พัก ด้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งยังคงจัดให้บริการเสมือนกับนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการยังต้องการองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการในการให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมถึงการวางแผนการตลาดเชิงรุกของการประกอบการด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่จำเป็นจะต้องพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่วัดความสำเร็จจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (นักท่องเที่ยว) ในการส่งมอบสินค้าและบริการ กระตุ้นให้เกิดการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง (Revisit) สิ่งเหล่านี้ย่อมทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ และรักษาความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้

จากเหตุผลดังกล่าว ศูนย์วิจัยและพัฒนการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จึงได้ดำเนินการจัดทำแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา เพื่อทำการศึกษาด้านการพัฒนาบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา และศึกษาความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา พร้อมทั้งทำการศึกษาดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งแผนงานวิจัยฉบับนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยรายประเด็น พ.ศ.2560 ด้านการท่องเที่ยวของชาติที่มุ่งเน้นพัฒนาภาคบริการการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ ขณะเดียวกันต้องมีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม รวมไปถึงการเสริมสร้างศักยภาพสถานประกอบการ และบุคลากรภาคบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุต่อเนื่องมาถึงแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2561-2564 ดังนั้น แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา จึงเป็นความพยายามในการพัฒนาการให้บริการที่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ การเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันให้มากขึ้นทั้งในตลาดในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา (Demand and supply side) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบน และกระตุ้นภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยในที่สุด

## 1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาพัฒนาบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา
- 2) เพื่อศึกษาความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา
- 3) เพื่อศึกษาดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา
- 4) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand and supply side) และแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

### 1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาแผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา” ในครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา ซึ่งเป็นจังหวัดในพื้นที่อารยธรรมล้านนาที่ถูกกำหนดตามกฎกระทรวงเรื่องแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

พ.ศ.2559-2563 ตามประกาศราชกิจจานุเบกษา เล่ม 132 ตอนที่ 22 ก เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2558 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

สถานที่หลักที่ใช้ในการดำเนินงาน คือ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งจะใช้เป็นสำนักงานบริหารและอำนวยการโครงการรวมทั้งใช้จัดประชุมนักวิจัยประจำเดือน

### 1.3.2 ขอบเขตเนื้อหา

ด้านเนื้อหาการดำเนินงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย และ Research design คือ

1) *โครงการย่อยที่ 1* เรื่อง การพัฒนาบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ทำการสำรวจและประเมินสถานการณ์ศักยภาพและความพร้อมของการบริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา รวมถึงวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งบริการท่องเที่ยวโดยรอบแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การบริการด้านที่พัก การบริการด้านการขนส่ง การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม การบริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการด้านการขาย รวมทั้งเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของการบริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

2) *โครงการย่อยที่ 2* เรื่อง การศึกษาความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา จะทำให้ทราบถึงลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งจะนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการพัฒนากิจกรรมและการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความนิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

3) *โครงการย่อยที่ 3* เรื่อง ดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา โดยจัดทำเพื่อรองรับข้อมูลจากการสำรวจให้เป็นระบบแบบแผน สามารถจัดเก็บ สืบค้นและวิเคราะห์ได้อย่างรวดเร็วในอนาคต โดยการออกแบบการจัดเก็บฐานข้อมูลบนระบบออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ง่ายต่อการเก็บข้อมูลและเรียกใช้งานบนเว็บไซต์ รวมถึงมีระบบการจัดการข้อมูลเพื่อให้สะดวกต่อการจัดการ แก้ไข เพิ่มเติมข้อมูล พร้อมทั้งให้บริการด้านข้อมูลผ่านเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาข้อมูลบางส่วนได้ โดยนำเสนอในเส้นทางท่องเที่ยวแนะนำสำหรับผู้สูงอายุ รวมทั้งมีระบบสมาชิกสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจใช้งาน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายด้านทั้งยังสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจ เพื่อวางแผนการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ โดยมีพื้นฐานจากข้อมูลจริงในระบบฐานข้อมูล และนำเสนอใน ช่องทางที่เข้าถึงง่ายสำหรับผู้ที่ต้องการใช้ข้อมูลทั่วไป

*ส่วนสุดท้าย* คือการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ (Demand and supply side) และแนวทางในการพัฒนาตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา โดยการนำความรู้ที่ได้จากทุกโครงการย่อย มาสรุปผลการศึกษา และทำการสังเคราะห์เพื่อเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาฯ ดังกล่าวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาต่อไป

## 1.4 พื้นที่วิจัย

พื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงความพร้อมของการบริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา รวมถึงทราบความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ยิ่งไปกว่านั้นยังก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งจะมีประโยชน์ 4 ด้านดังนี้

1. เกิดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ทำให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง อาทิ หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ และชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุสามารถนำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้ ทั้งจากการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ขณะทำการวิจัย และส่งคืนข้อมูลแก่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการจัดประชุมเมื่อเสร็จสิ้นการวิจัย และการเผยแพร่ผลงานวิจัยจากการตีพิมพ์
2. ผลงานวิจัยสามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวและสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยข้อมูลจากการทำวิจัยครั้งนี้ ไม่ว่าจะเป็นการบริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะการบริโภคและความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา รวมถึงเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อประกอบการตัดสินใจในการวางแผนการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ย่อมนำไปเป็นประโยชน์ในการวางแผนธุรกิจได้ และพัฒนาการบริการในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อยกระดับศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
3. ข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นต้น สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการสำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ รวมทั้งผลการศึกษายังนำไปใช้ในการจัดทำโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ตามหนังสือรับรอง (คอบช.4) แนบท้าย
4. ผลการวิจัยในครั้งนี้ เป็นประโยชน์ต่อภาคการศึกษาที่จะนำไปพัฒนาหลักสูตรการเรียน การสอนในสาขาที่เกี่ยวข้อง หรือนักวิชาการสามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาต่อยอดงานวิจัยซึ่งจะเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้อีกด้วย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา” ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องในประเด็นดังนี้ คือ

2.1.1 แนวคิดการบริหารและจัดการการท่องเที่ยว (Tourism management) และการสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยว (Value creation)

2.1.2 ทฤษฎีความหลงใหลในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Destination Fascination : DF)

2.1.3 แนวคิดคุณภาพของการท่องเที่ยว เพื่อการเดินทางมาพักผ่อนที่มีคุณภาพ (Quality leisure destination)

2.1.4 แนวคิดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

2.1.5 การวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยว

2.1.6 การท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

#### 2.1.1 แนวคิดการบริหารและจัดการการท่องเที่ยว (Tourism management) และการสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยว (Value creation)

การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริงรวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทางมาตรการและแผนปฏิบัติการที่ดีต้องพิจารณา ตลอดจนรวมถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทาง และประสบความล้มเหลว อีกทั้งการพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System approach) และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub system) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบและความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย เห็นได้ว่าการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวที่มุ่งใช้ทรัพยากรให้สมดุลและเหมาะสม จนสามารถสร้างมูลค่าได้อย่างสูงสุด ยังสอดคล้องกับแนวคิดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทยอีกด้วย (นิคม จารุมณี, 2544; กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, มปป.) ซึ่งองค์ประกอบหลักที่สำคัญภายในระบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย

● แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource) หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural tourism resource) ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล ฯลฯ ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made tourism resource) ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical tourism resource) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิต (Culture and rural way of life) และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation attraction)

● *การบริการการท่องเที่ยว (Tourism service)* ได้แก่ การให้บริการเพื่อให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ของนักท่องเที่ยว มีความสะดวกบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการที่พักแรม บริการอาหารและความบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

● *การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism market)* หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี คือ

(1) การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

(2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวนกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน

จากในปัจจุบันที่เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลงในการประกอบการของภาคธุรกิจต่าง ๆ ส่งผลกระทบบ่าสู่ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้จำเป็นต้องมีการปรับตัวรับกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ตลอดจนแสวงหาโอกาสใหม่ในการประกอบการ เช่นเดียวกับการจัดการบริการท่องเที่ยวที่ต้องมีการกำหนดประเภทและมาตรฐานของบริการที่มีคุณภาพ ตามมาตรฐานสากลและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกประเภท (ราณี อธิชัยกุล, 2544; ศุภชัย เจนศักดิ์ศรีสกุล, 2558) โดยบริการที่สำคัญแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

- *การบริการด้านกฎระเบียบ ข้อบังคับกติกา* เพื่อความสะดวกสบาย ความปลอดภัยให้การท่องเที่ยว และเกิดความพึงพอใจสูงสุด ไม่ส่งผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อม เช่น การออกกฎระเบียบห้ามจุดไฟ หรือก่อกองไฟในเขตป่าไม้ เป็นต้น
- *การบริการด้านความปลอดภัย* เช่น การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันและรักษาความปลอดภัย การฝึกอบรมบุคลากรให้สามารถปฐมพยาบาลเบื้องต้น เป็นต้น
- *การบริการด้านนันทนาการ* คือ การให้บริการเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และบันเทิงสำหรับนักท่องเที่ยว
- *การบริการข้อมูลข่าวสาร* เช่น แผ่นพับ แผนที่ เอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการที่มีในแหล่งท่องเที่ยว
- *การบริการที่พัก* คือ การบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งควรมีหลายรูปแบบ และหลายประเภทเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม
- *การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์* คือ การบริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวการจัดกิจกรรมนำเที่ยว ซึ่งควรมีมาตรฐานการให้บริการ
- *การบริการคมนาคมขนส่ง* ควรมีหลายรูปแบบและหลายระดับ เช่น รถเช่า รถโดยสาร หรือรถตู้ไอพี เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกช่องทางและรูปแบบการคมนาคมที่พอใจได้

- การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ที่ให้บริการอาหารหลากหลายประเภท เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ควรตกแต่งสถานที่ให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น อีกทั้งมีการเสนออาหารประจำท้องถิ่น รวมถึงอาหารต้องมีมาตรฐานตามสุขลักษณะของกระทรวงสาธารณสุข
- การบริการด้านสินค้าและของที่ระลึก
- การบริการด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เช่น ห้างสรรพสินค้า ธนาคาร สถานที่บริการซักรีด และไปรษณีย์ เป็นต้น

ขณะที่สินค้าหรือบริการใด ๆ ในการท่องเที่ยวจะมีคุณค่า (Value) เมื่อสินค้าหรือบริการนั้นตอบสนองความต้องการ (Want) ของลูกค้าได้ รวมถึงนักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว และรู้สึกคุ้มค่ากับสิ่งที่จ่ายไป (Gain) ซึ่งนอกจากกิจกรรมและการท่องเที่ยวนั้น ย่อมจะก่อให้เกิดความประทับใจ และสร้างคุณค่าประสบการณ์ส่วนบุคคลแล้ว การท่องเที่ยวนั้นควรก่อให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้ที่แปลกใหม่แก่นักท่องเที่ยวเป็นการตอบสนองความปรารถนาในการท่องเที่ยวภายในที่ไม่แสดงออกมา (Latent desires) ซึ่งการสร้างมูลค่าและคุณค่าแก่สินค้า รวมถึงบริการทางการท่องเที่ยวนั้น (Value creation of tourism) นอกจากจะเกิดจากการสร้างคุณค่าภายในห่วงโซ่อุปทานต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวแล้ว ยังหมายรวมถึง การเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันจากการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว (Prahalad and Ramaswamy, 2004; Ashley et al., 2007) โดยนักท่องเที่ยวจะรับรู้ และการตีความประสบการณ์ที่แตกต่างตามบุคลิกภาพและลักษณะของแต่ละคน ก่อให้เกิดประสบการณ์ และคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวได้ ซึ่งการท่องเที่ยวจะต้องใช้ความได้เปรียบที่มีในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพการรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการอย่างเป็นระบบ มีมาตรฐาน (Nickson et al. 2005; Baum 2006) ขณะเดียวกันควรสร้างองค์ความรู้ และสร้างเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือ ให้ชุมชนได้มีโอกาสในการใช้สิทธิ์ความเป็นเจ้าของพื้นที่ กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวด้วยตนเองการกำหนดและจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง นำมาซึ่งผลประโยชน์ที่เป็นธรรมมากขึ้น พร้อมกับสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวและชุมชนในการร่วมกันจัดการการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบต่อชุมชน (Social responsible tourism) เห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ประเมินคุณค่าจากประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยตัวเองจากการท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งคุณค่าในการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว นั้น ยังรวมถึงผลผลิตร่วมกันของนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย แต่ทว่าผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวมักให้ความสำคัญกับเรื่องของการอำนวยความสะดวกตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นการส่งต่อบริการด้านเดียวมากกว่าจะเป็นการมุ่งร่วมสร้างประสบการณ์ร่วมกันกับนักท่องเที่ยว ดังนั้น กระบวนทัศน์ด้านการท่องเที่ยวแบบเดิมควรถูกแทนที่ด้วยแนวทางการสร้างคุณค่า และประสบการณ์ร่วมกันระหว่างธุรกิจการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง การเปลี่ยนจากการให้คุณค่าที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของการให้บริการตามมาตรฐาน เป็นการเพิ่มมูลค่าในการท่องเที่ยวจากการรับรู้ของผู้ใช้บริการนั้น ๆ ที่เชื่อมโยงกับอารมณ์ ความรู้สึกส่วนตัว และมุมมองทางด้านอารมณ์เป็นหลัก

| Mode of value creation in Tourism | Mode 1: Traditional tourism service                    | Mode 2: Staged tourism experience                             | Mode 3: Co-created tourism experience                                       |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Key front-line Employee Roles     | Deliverer                                              | Deliverer and performer                                       | Facilitator, developer and creative knowledge resource                      |
| Nature of created value           | Primarily functional value (predefined by the company) | Functional+ emotional value (predefined by the company)       | Primarily emotional value (as experienced by the tourist as value in use)   |
| Nature of production              | Standardization<br>Efficiency<br>Rigidity<br>One-way   | Modulization<br>Efficiency<br>Rigidity<br>One-way             | Individualization<br>Dynamism<br>Flexibility<br>Interactive                 |
| Required employee skills          | Hyper-professionalism<br>Manual skills                 | As in mode 1 plus aesthetic qualities and performative skills | Experiential intelligence<br>flexibility, personality and experience skills |

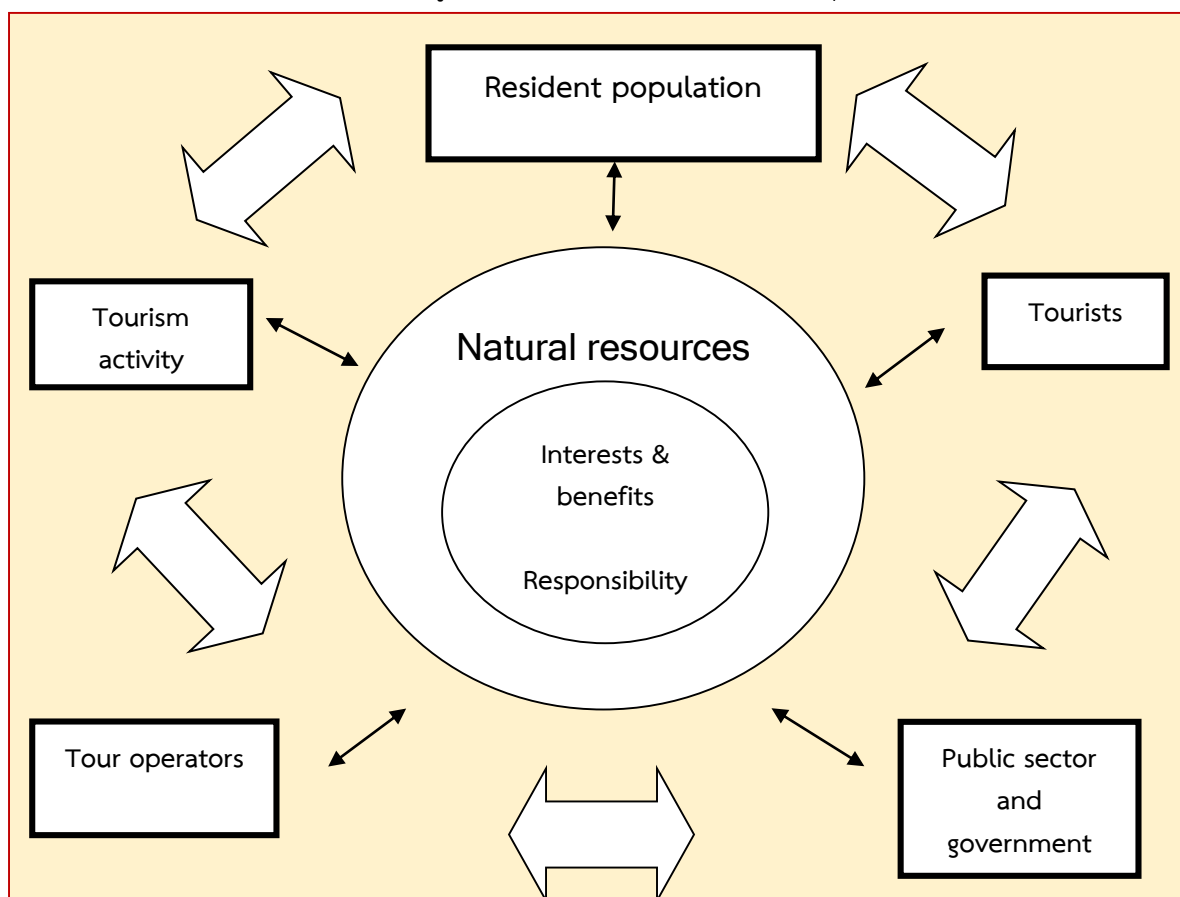
ภาพที่ แผน-1 การเพิ่มมูลค่าในการท่องเที่ยว (Three generations of value creation modes in tourism) ที่มา: Forder, et al., (2014)

จึงเห็นได้ว่า ขณะที่การบริหารและจัดการการท่องเที่ยวหมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทางมาตรการและแผนปฏิบัติการที่ดี โดยจำเป็นต้องคำนึงถึงกรอบ ความคิดที่ได้กำหนดไว้ อีกทั้งคำนึงถึงการนำเสนอคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของสินค้าเหล่านั้นรวมเข้าไปด้วย ซึ่งแต่ละแห่งต่างมีลักษณะความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ มีความเก่าแก่ทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งเรื่องราวประวัติการตั้งรกรากของชุมชนแต่ละแห่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (นิคม จารุมณี, 2544; TAT Review Magazine 2561) เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวดำเนินไปในทิศทางเดียวกันและประสบความสำเร็จ โดยการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System approach) เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้น จะต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub system) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

การร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยว นั้น จะส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นั่นคือ การตระหนักถึงความสอดคล้องเชื่อมโยงภายในระบบการท่องเที่ยว (Tourism system) ซึ่งระบบการท่องเที่ยวเป็นการพิจารณาถึงสภาพและการเปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยว รวมไปถึงระบบย่อยและองค์ประกอบ หน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบในมิติต่าง ๆ ที่อยู่ภายในระบบการท่องเที่ยวจะช่วยสนับสนุนให้การพัฒนาการท่องเที่ยวดำเนินไปได้อย่างยั่งยืน

เห็นได้ว่า มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ต่อการท่องเที่ยว (Tourism function) เป็นด้านอุปสงค์ (Demand) และอุปทาน (Supply) นั้นเอง โดยตลาดการท่องเที่ยวที่เน้นถึงนักท่องเที่ยว แสดงถึงอุปสงค์ที่นักท่องเที่ยวมีความปรารถนาที่จะท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง รวมไปถึงมีความต้องการในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการท่องเที่ยว การจัดการของการท่องเที่ยวต้องพิจารณาไปถึงความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย ไม่ว่าจะเป็นชุมชน ผู้ประกอบการ กิจกรรมทางสังคม กิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ ระบบนิเวศ การบริหารพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในระบบการท่องเที่ยวย่อมแสดงถึงความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสียในภาคการท่องเที่ยว ดังภาพที่ แผน-1

นอกจากการบริหารและจัดการตลาดการท่องเที่ยวจะมุ่งเน้น ไม่ว่าจะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อที่จะรักษาตลาดเดิมหรือขยายตลาดใหม่ก็ตาม การบริหารจัดการการท่องเที่ยวจะต้องมีความสมดุลกันระหว่างการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อส่งมอบบริการและผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว แต่ขณะเดียวกันต้องมีการรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรต่าง ๆ เหล่านั้นด้วย (Buhalis, 2010) หรืออีกนัยหนึ่งคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในภาคส่วนต่าง ๆ จะต้องใส่ใจใช้ทรัพยากรต่าง ๆ อย่างสมดุลเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) นั้น สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่อไปได้ในระยะเวลายาวนานและมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ในชุมชน รวมทั้งความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยว นั้น ๆ



ภาพที่ แผน-2 ความสัมพันธ์ของผู้ที่มีส่วนได้เสียในธุรกิจการท่องเที่ยว  
ที่มา: Buhalis (2010) อ้างใน Francoand Estevão (2010)

## 2.1.2 ทฤษฎีความหลงใหลในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Destination Fascination: DF)

แนวคิดความความหลงใหลในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว หรือ Destination Fascination (DF) แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และสิ่งแวดล้อมและอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีฟื้นฟู (Restoration Theory) Chyong-Ru Liu et al. (2017:256-258) โดยองค์ประกอบของความหลงใหลในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว ได้แก่ การอยู่ห่างจากพื้นที่ที่อาศัย (Being away) การมีขอบเขต (Extent) และความเข้ากันได้/ความสามารถในการอยู่ร่วมกัน (Compatibility) ซึ่ง Kaplan (1995) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมที่อยู่ห่างไกลพอสมควร และมีสิ่งแวดล้อมที่มีความเหมาะสม หลากหลาย รวมไปถึงตรงกับความต้องการจะสามารถเชื่อมโยงสู่จิตใจของผู้ที่ได้ไปสัมผัสประสบการณ์ มีผลทางบวกต่อการผ่อนคลายความเครียด และสามารถรักษาสุขภาพที่ดีทั้งทางกายและใจ ยิ่งไปกว่านั้น Chyong-Ru Liu et al. (2017:257-258) ระบุถึง 6 มิติของความหลงใหลในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว (Destination Fascination: DF) ได้แก่ ความลึกลับ (Mystique) ความอุดมสมบูรณ์ (Richness) แรงดึงดูดใจ (Attractiveness) ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Uniqueness) ความเหมาะสม (Fitness) ตลอดจนความเป็นมิตร (Friendliness) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1. ความลึกลับ (Mystique)

ความลึกลับในจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางไปสามารถกระตุ้นแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้น อยากสำรวจ และอยากทราบเรื่องราวของสถานที่แห่งนั้น โดยอาจเชื่อมโยงกับประวัติ ความเป็นมา เรื่องเล่าภายในพื้นที่นั้น โดยรูปแบบของความหลงใหลประเภทนี้จะแสดงออกมาออกมาในรูปแบบของความหลงใหลแบบแข็งกร้าว ชัดเจน (Hard fascination) หรืออ่อนโยน พิถีพิถัน ประณีต (Soft fascination)

### 2. ความอุดมสมบูรณ์ (Richness)

ความอุดมสมบูรณ์ของความหลงใหลในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวนั้น ได้แก่ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกตื่นเต้นกับความแปลกใหม่ ความหลากหลายของการท่องเที่ยว สอดคล้องกับที่ Wang et al. (2010) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

### 3. ความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness)

แรงดึงดูดใจในมุมมองของความหลงใหลในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว หมายถึงความสามารถในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาไปกับประสบการณ์ที่ประทับใจ แรงดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวนั้น ยังหมายรวมถึงการสอดคล้องกับความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลด้วย โดย Botti et al. (2008) ได้แบ่งแรงดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวออกเป็นแรงดึงดูดหลักและแรงดึงดูดรอง นั่นคือ หากสถานที่ท่องเที่ยวนั้นก่อให้เกิดแรงดึงดูดหลักแก่นักท่องเที่ยว ย่อมทำให้เกิดความผูกพัน และความต้องการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นถาวรยาวนานกว่าจุดหมายปลายทางที่มีระดับแรงดึงดูดรองลงไปซึ่งจะอยู่เพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ และเป็นเพียงประสบการณ์การเยี่ยมชมเท่านั้น

### 4. ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Uniqueness)

ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างและความพิเศษไปจากจุดหมายอื่น ๆ หมายรวมถึงไม่สามารถหาสถานที่อื่นใดมาแทนจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวนั้นได้ และหากนักท่องเที่ยวมีโอกาสเป็นส่วนร่วมในการค้นหาเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวด้วย จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความสุขผ่านประสบการณ์ และความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยว นอกเหนือจากภาระหน้าที่และกิจกรรมประจำวัน

การสร้างแบรนด์ทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและจดจำ และอยากกลับมาเยือนอีก (Blain et al., 2005; Kim et al., 2009)

#### 5. ความเหมาะสมสอดคล้อง (Fitness)

ความเหมาะสมสอดคล้องระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว และลักษณะเฉพาะตัวนักท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เป็นตัวของตัวเองในการท่องเที่ยวนั้น จะก่อให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และกระตุ้นการกลับมาเยือนอีกครั้งด้วย เนื่องจากความเหมาะสมสอดคล้องนั้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความจงรักภักดีและมีเจตนาอันแรงกล้าที่จะรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว (Long-term relationship) กับจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวนั่นเอง

#### 6. ความเป็นมิตร (Friendliness)

เป็นการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่ปฏิสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวปลายทาง ทั้งความรู้สึกเป็นมิตรจากบริการทางการท่องเที่ยว โดยทำให้นักท่องเที่ยวลดความวิตกกังวลและรู้สึกปลอดภัยเมื่ออยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคย โดยเฉพาะการบริการของบุคลากรจากภาคการท่องเที่ยว ปลายทางที่เป็นจุดเชื่อมโยงให้ผู้เข้ามาท่องเที่ยวรู้สึกเป็นมิตรกับแหล่งท่องเที่ยวได้ (Kuo, 2009) ทั้งนี้ ความเป็นมิตรที่สามารถสัมผัสได้จากบรรยากาศการท่องเที่ยวสามารถสร้างให้เกิดการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้ เช่น อาจให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน ทั้งวัฒนธรรม วิถีชีวิต รวมทั้งการออกแบบสถานที่และนโยบายทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ ที่ให้ความรู้สึกเป็นมิตรและปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว (Bizjak et al., 2011)

### 2.1.3 แนวคิดคุณภาพของการท่องเที่ยวเพื่อการเดินทางมาพักผ่อนที่มีคุณภาพ (Quality leisure destination)

นโยบายหนึ่งของการท่องเที่ยวไทยมุ่งหวังที่จะสร้างคุณภาพของการท่องเที่ยว เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศจุดหมายปลายทางเพื่อการเดินทางมาพักผ่อนที่มีคุณภาพ (Quality leisure destination) โดยมีประเด็นสำคัญในการพัฒนา 6 ประเด็น ดังนี้

1. **เพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Higher tourist and stakeholder satisfaction)** โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ มาตรฐาน และมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีความปลอดภัย ความสะอาด พัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีใจพร้อมให้บริการ และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกจากการพัฒนาระบบ โครงสร้างพื้นฐานเพื่อการคมนาคมที่ได้มาตรฐานอย่างทั่วถึง ครอบคลุมเส้นทางหลัก และเส้นทางรองที่จะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว

2. **การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Environment protection)** โดยจะต้องมุ่งประกอบการที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับ และมีการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

3. **การกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว (Seasonality expansion)** เพื่อเป็นการสร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

4. **กระจายแหล่งท่องเที่ยวการจ้างงานสูงขึ้น (Income distribution)** ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว และเป็นการเสริมสร้างการจ้างงานในท้องถิ่น ตลอดจนเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

## 5. เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้าการท่องเที่ยว (Higher revenue)

### 6. การเติบโตอย่างยั่งยืนของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างสมดุลกับขีดความสามารถในการรองรับ (Sustainable growth)

ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวจะต้องตอบสนองแนวคิดของการส่งเสริมคุณภาพชีวิตอีกด้วย เนื่องจากองค์การยูเนสโก (UNESCO, 1978) ให้ความสำคัญคุณภาพชีวิตไว้ ดังนี้ คุณภาพชีวิต หมายถึง ความรู้สึกของการอยู่อย่างพอใจ มีความสุข ความพอใจต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนสำคัญต่อบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ อาหาร สุขภาพอนามัย โภชนาการ การศึกษา สิ่งแวดล้อม รายได้ ที่อยู่อาศัย และทรัพยากร รวมถึงพื้นฐานคุณภาพชีวิตของประชากร ซึ่งสามารถดูจาก 1) รายได้ครอบครัวที่พอเพียงแก่การเลี้ยงชีพ 2) การมีงานทำ 3) การศึกษาและอัตราการรู้หนังสือของประชาชน 4) โอกาสในการมีส่วนร่วมทางการเมือง 5) การมีเอกราชของประเทศโดยปราศจากการแทรกแซงจากรัฐบาลอื่น ขณะที่ The WHOQOL Group (1995) ระบุว่า องค์การอนามัยโลก (WHO) กล่าวถึงคุณภาพชีวิตของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และค่านิยม ซึ่งจุดมุ่งหมาย และความคาดหวังของแต่ละคนนั้นถูกกำหนดด้วย 4 มิติ ดังนี้ 1) มิติด้านสุขภาพกาย (Physical) 2) มิติด้านสุขภาพจิต (Psychological) 3) มิติด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relationships) และ 4) มิติด้านสภาพแวดล้อม (Environmental) ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะก่อให้เกิดความสุข เชื่อมโยงไปถึงคุณภาพชีวิตที่ดีได้ หากรูปแบบการท่องเที่ยวนั้นเหมาะสมสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิต รูปแบบไลฟ์สไตล์ และไม่สร้างความเดือดร้อน บาดเจ็บ หรือเจ็บป่วยจากการท่องเที่ยวนั้น

#### 2.1.4 การวิเคราะห์ตลาดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเหตุผลอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อไปปฏิบัติภารกิจหรือทำงานประจำ นักท่องเที่ยวจึงอาจหมายรวมถึง นักทัศนจรผู้มาเยือนเพียงชั่วคราวด้วยเช่นกัน (จิตราหนูรักสัจจา, 2550: ระบบออนไลน์) โดยมีองค์ประกอบหลัก 3 ด้านคือ

1. **ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism resource)** หมายถึง สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเป็นพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน

2. **บริการการท่องเที่ยว (Tourism service)** เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ตอบสนองกิจกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในระหว่างการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งบริการที่สร้างความสะดวกสบาย และตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นก่อนและหลังการท่องเที่ยว อาทิ ที่พักห้องน้ำ การเดินทาง ร้านอาหาร สถานบันเทิงกิจกรรมระหว่างที่พักผ่อนมีคฤหาสน์ การรักษาความปลอดภัยรวมถึงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เป็นต้น

3. **ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism market)** หมายถึง การวิเคราะห์ทรัพยากรท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวที่จะตอบสนองหรือนำเสนอเพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้ โดยคำนึงถึงร่วมกับส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยว (Tourism marketing mix) ที่เป็นปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเมื่อตลาดการท่องเที่ยว (Tourism market or tourist) เป็นความพยายามที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้

แต่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาชื่นชมได้ ดังนั้นการทำการตลาดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องแสวงหากลยุทธ์ในการกระตุ้นแรงบันดาลใจในการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550; 2560) โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธีคือ

3.1 การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 การโฆษณา และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

โดยองค์ประกอบของตลาดการท่องเที่ยวจะมีทั้ง

- **ผู้ซื้อ (Buyer)** ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักทัศนาจร ทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ นักท่องเที่ยวทั่วไปที่ตัดสินใจซื้อ (Decider) และจัดการเดินทางด้วยตนเอง (User) หรือผ่านทางบริษัท จัดนำเที่ยวต่าง ๆ ในลักษณะเป็นผู้บริโภค (Consumer) ทั้งนี้กลุ่มผู้ซื้อยังรวมไปถึงกลุ่มอิทธิพลทางการท่องเที่ยว (Influence) ได้แก่ กลุ่มผู้จัดประชุม (Convention organizer) กลุ่มผู้ซื้อเพื่อจัดเป็นรางวัล แก่พนักงาน (Incentive travel organizer) และกลุ่มตลาดองค์กรอื่น ๆ (Organization market) ซึ่งความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลง สูงมาก เนื่องจากการปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ราคาในการท่องเที่ยว ฤดูกาล รสนิยม ประสบการณ์ ส่วนตัวของนักท่องเที่ยว และเหตุการณ์กะทันหันอื่น ๆ ที่ควบคุมไม่ได้ แต่สามารถพยากรณ์และ เตรียมการรับมือได้ ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาความต้องการของตลาด (Market demand) เพื่อหา มาตรการรองรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อีกทั้งวิเคราะห์ร่วมกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ สาเหตุของ การตัดสินใจซื้อ แผนการท่องเที่ยว ระยะเวลาการท่องเที่ยว และอื่น ๆ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542 ; 2553)

- **ผู้ขาย** ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจที่ทำการจัดหาสินค้า และบริการการท่องเที่ยว (Travel suppliers) ผลิตภัณฑ์ในลักษณะการแปรรูปสินค้าและบริการ เช่น ที่พักในโรงแรม การเดินทางโดย เครื่องบิน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การเข้าชมการแสดงในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งผู้ขาย จะต้องมีความเข้าใจในความต้องการของนักท่องเที่ยวเป้าหมายเป็นอย่างดี เพื่อวิเคราะห์และตอบสนอง ความต้องการในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว โดยพิจารณาารวมกันทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และ จิตวิทยาในการบริโภค

- **สินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว** สามารถแบ่งได้เป็นสินค้าที่เกิดขึ้นเองตาม ธรรมชาติ และสินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น พิพิธภัณฑ์ สวนสาธารณะ โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ หรือสิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมและสังคม ทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ เป็นต้น รวมไปถึงสินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวก แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สายการบิน การขนส่ง ที่พักแรม อาหารเครื่องดื่ม กิจกรรมการให้ความบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น

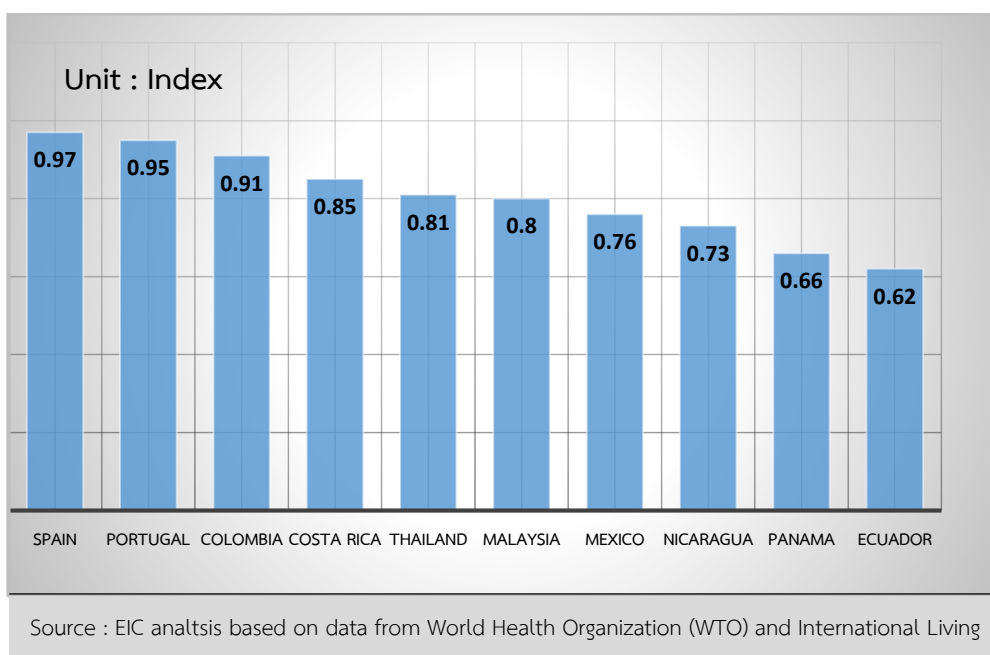
เมื่อพิจารณาถึงการตลาด คือ กระบวนการในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่จะช่วยก่อให้เกิด ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และตอบสนองความต้องการเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเพื่อ

ทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ฉัตยาพร เสมอใจ และจิตินันท์ วารวินิช, 2551: 15) ขณะที่ระบบการตลาด (Marketing system) หมายถึง ระบบที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าบริการ วัตถุประสงค์ ปัจจัยการผลิตซึ่งมีผู้เกี่ยวข้องหลายส่วน เพื่อให้เกิดการส่งผ่านเคลื่อนย้ายของสินค้า บริการวัตถุประสงค์ ปัจจัยการผลิตนั้นแก่ผู้บริโภค จะเห็นว่าหน้าที่ทางการตลาดเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการตลาดอันหมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่จะทำให้สินค้าหรือบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ โดยเฉพาะการบริหารจัดการทางการตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นความท้าทายของผู้ประกอบการ เพราะต้องเกี่ยวข้องกับบุคคลมากมายหลายส่วน ในการส่งมอบสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงต้องใส่ใจการสร้างคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และรับผิดชอบต่อสังคมด้วย (Buhalis, 2000; Gustavo, 2013) เห็นได้ว่า การตลาดเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวจากการหาผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และมีเอกลักษณ์มาสนองความต้องการของตลาด สร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และก่อให้เกิดการจ้างงานเพื่อเป็นรายได้ในตลาดแรงงานโดยรวม จากการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เชื่อถือได้เพื่อมาวิเคราะห์สภาพทางการตลาดและการกำหนดตลาดเป้าหมาย (Target market identification) การแบ่งตำแหน่งทางการตลาด (Customer segmentation and positioning) ยิ่งไปกว่านั้น ข้อมูลที่กล่าวมาทำให้ทราบว่า ลูกค้าคือใคร มีพฤติกรรมในการเลือกสินค้าและบริการอย่างไร รวมไปถึงภาวะคู่แข่งในตลาดเป็นอย่างไร ซึ่งช่วยในการวางแผนวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจ ทิศทางการตลาดทั้งในและนอกประเทศเพื่อใช้ในการเลือกกลยุทธ์ของการเข้าสู่ตลาดใหม่หรือขยายส่วนแบ่งตลาดให้กับตลาดเดิมได้อีกด้วย (Sirdeshmukh, 2006)

#### 2.1.5 แนวคิดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

เมื่อปรากฏการณ์ของสังคมผู้สูงอายุของโลกที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งจากข้อมูลสถิติของ U.S. Department of Health and Human Services ที่พบว่า โลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aging society) โดยในปี 2015 จำนวนประชากรโลกกว่า 620 ล้านคน จะมีอายุมากกว่า 65 ปี และจะกลายเป็นสังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์ (Aged society) ในอีก 35 ปีข้างหน้า (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561) ทำให้ตลาดของผู้บริโภคสูงอายุจะเป็นตลาดใหญ่สำหรับผู้ผลิตสินค้าและบริการ ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้นมีความจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรม ลักษณะ ทักษะของผู้สูงอายุเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้สูงวัยเช่นเดียวกับภาคการท่องเที่ยวอื่น

แต่เมื่อมีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นภายใต้ระบบการค้าเสรี (Free trade) อีกทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความซับซ้อนมากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างสังคมวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป รวมไปถึงความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จึงต้องมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเช่น ระบบสารสนเทศ หรือการขนส่งโทรคมนาคมต่าง ๆ (Thett, 2012) ทั้งนี้จะพบว่า ประเทศไทยยังคงเป็นจุดหมายหลักของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั่วโลกต้องการมาท่องเที่ยว และพักผ่อนหย่อนใจ เพราะไม่ใช่เพียงแค่คนรุ่นใหม่ วัยรุ่นที่เสาะหาประสบการณ์และอยากเดินทางไปทั่วโลก แต่กลุ่มผู้สูงอายุเองยังต้องการท่องเที่ยวในยามบั้นปลายของชีวิตเช่นกัน ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการใช้จ่าย และเวลามากพอจะเดินทางท่องเที่ยว หรือจัดว่าอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ



ภาพที่ แผน-3 10 อันดับของจุดหมายการท่องเที่ยวของผู้เกษียณอายุ  
ที่มา: Economic Intelligence Center (2017)

ปัจจุบันประเทศไทยมีผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด สถิติข้อมูลประชากรแสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ “สังคมสูงวัย” มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 เนื่องจากสถิติประชากรที่อายุ 60 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 10 ของประชากรทั้งหมด และยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนนำไปสู่สังคมที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปเป็นจำนวนมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ เรียกได้ว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ เห็นได้ว่า สำหรับบริบทสังคมสูงวัยของประเทศไทยที่เปลี่ยนผ่านจาก Aging society เป็น Aged society ในเวลาเพียง 20 ปี อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนผู้สูงอายุไทยกับประเทศในอาเซียน พบว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงที่สุด ขณะที่แรงงานไทยมีแนวโน้มลดลงเร็วกว่าประเทศอื่น ๆ ซึ่งการเปลี่ยนผ่านจาก Aging society เข้าสู่ Aged society ในอัตราที่เร็วกว่าประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ที่กระบวนการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างดังกล่าวมักใช้เวลานานถึง 18 - 115 ปี ขณะที่ประเทศไทยจะใช้เวลาเพียง 20 ปีเท่านั้น เนื่องจากสัดส่วนประชากรอายุมากกว่า 65 ปีของไทยกำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจากร้อยละ 7 เป็นร้อยละ 13 ในปี 2020 และภายในปี 2035 ประเทศไทยจะเป็นประเทศกำลังพัฒนาประเทศแรก que เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสูงสุด (Hyper-aged society)

พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 ให้ความสำคัญต่อผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยกำหนดให้การคุ้มครองส่งเสริมและสนับสนุนผู้สูงอายุให้ได้รับการคุ้มครอง การส่งเสริม และการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เช่น การบริการด้านการแพทย์และสาธารณสุขที่จัดไว้โดยให้ความสะดวกและรวดเร็วแก่ผู้สูงอายุเป็นกรณีพิเศษ ด้านการศึกษา การศาสนาและข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพหรือฝึกอาชีพที่เหมาะสม การพัฒนาตนเอง และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม การรวมกลุ่มในลักษณะเครือข่ายหรือชุมชนการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยโดยตรงแก่

ผู้สูงอายุในอาคารสถานที่ ยานพาหนะหรือการบริการสาธารณะอื่น ๆ การจัดที่พักอาศัย อาหารและเครื่องนุ่งห่มให้ตามความจำเป็นอย่างทั่วถึง การสงเคราะห์เบี้ยยังชีพตามความจำเป็นอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งสงเคราะห์ในการจัดการศพตามประเพณี

เมื่อพูดถึงนิยามศัพท์ของผู้สูงอายุได้มีการให้ความหมายไว้หลากหลายซึ่งส่วนใหญ่จะให้ความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ซึ่งให้ความหมายไว้ว่า “ผู้สูงอายุ” หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย ยิ่งไปกว่านั้นในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 มาตรา 53 ได้ระบุความหมายของผู้สูงอายุไว้ว่า “บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์และไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพมีสิทธิได้รับสวัสดิการ สิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะอย่างสมศักดิ์ศรี และความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ” ซึ่งแสดงนัยสำคัญว่าในรัฐธรรมนูญฉบับนี้ผู้สูงอายุคือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ ขณะที่องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2000) ได้กำหนดว่าผู้สูงอายุคือผู้ที่มีอายุ 60 ปี และมากกว่าขึ้นไป องค์การอนามัยโลกได้แบ่งผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ ผู้สูงอายุตอนต้น (Elderly) มีอายุระหว่าง 60-74 ปี / คนชรา (Old) มีอายุระหว่าง 75-90 ปี / คนชรามาก (Very old) มีอายุ 90 ปีขึ้นไป อีกทั้ง Arking (2006) และ Masoro (2006) ระบุว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงภายในร่างกายที่เริ่มมีการเสื่อมสะสมของเซลล์ขึ้นเรื่อย ๆ มีการสูญเสียหน้าที่ และตายในที่สุด คำจำกัดความดังกล่าวเป็นคำจำกัดความที่ประเมินจากสภาพร่างกายเป็นหลัก ซึ่งประเทศที่เจริญแล้วให้คำจำกัดความว่า “แก่” โดยถือเอาบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป อาทิ ประเทศในยุโรปและอเมริกาเหนือกำหนดให้ผู้ที่อายุ 65 ปี เป็นผู้สูงอายุ (Drolet et al., 2010) อ้างถึง ในสถาบันวิจัยและพัฒนา มสธ (ม.ป.ป.)

นอกจากนั้นโครงการสุขภาพคนไทย (2559) อีกทั้ง Barker (1988) และ Schroer (2015) อ้างถึงใน พงษ์ ชัยชนะวิจิตรและคณะ (2552) มีการแบ่งช่วงอายุตามแนวคิดของประชากรรุ่นเบบี้บูมหรือ Generation B ประชากรที่เกิดในช่วงนี้จึงเป็นกลุ่มหลักของสังคมและได้รับความสนใจในทั้งแง่การทำงาน ประชากรรุ่นเบบี้บูม คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่างปี 2489 – 2507 ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีอัตราการเกิดเฉลี่ยมากกว่า 1 ล้าน ณ ช่วงเวลานั้น มีประสบการณ์ มีทัศนคติ มีคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ที่สามารถสร้างประโยชน์แก่สังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งพงษ์ ชัยชนะวิจิตรและคณะ (2552) ; จิรพร สุเมธีประดิษฐ์ (2554) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

**กลุ่มที่ 1** ประชากรรุ่นเบบี้บูม กลุ่ม Best กล่าวคือ กลุ่มนี้ปัจจุบันอายุ 51 – 56 ปี มีความชอบความล้ำสมัย ก้าวทันเทคโนโลยี ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ ดูแลภาพลักษณ์ทั้งภายในและภายนอกให้ดูดีเสมอ ใช้สินค้าคุณภาพ ใส่ใจการไปสถานออกกำลังกาย นิยมท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงมีการใช้บัตรเครดิตอย่างน้อย 2 – 3 ใบต่อคน กลุ่ม Best มักจะเลือกซื้อสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงคุณภาพและประโยชน์ที่ได้รับ โดยมีการใช้จ่ายตามห้างสรรพสินค้าบริเวณใจกลางเมือง เลือกซื้อสินค้าหรือบริการทางเว็บไซต์

**กลุ่มที่ 2** ประชากรรุ่นเบบี้บูม กลุ่ม Bright ที่มีอายุ 55 – 62 ปี มีรูปแบบการใช้ชีวิตและทัศนคติในการดูแลสุขภาพทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจโดยวิถีของธรรมชาติ ชอบปฏิบัติธรรม ออกกำลังกายตามแหล่งธรรมชาติ นิยมรับประทานอาหารชีวจิตเพื่อสร้างเสริมสุขภาพ ใช้บัตรเครดิตเพียงใบเดียวเลือกซื้อสินค้าและบริการพิจารณาจากความคุ้มค่า กิจกรรมยามว่าง คือ การดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือ หรือพบปะกับกลุ่มเพื่อนสนิทเป็นกลุ่มเล็ก ๆ

**กลุ่มที่ 3** ประชากรรุ่นเบบี้บูม กลุ่ม Basic ที่จะมีอายุ 61 – 69 ปี กลุ่มนี้เป็นวัยเกษียณ มีกิจกรรมหลัก คือ ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือ สนใจสินค้าที่สามารถใช้ได้ง่าย ไม่ซับซ้อนและมองเห็นง่าย สินค้าและบริการที่ถูกรู้จัก คือ สินค้าขายตรง มีหนังสือรายการสินค้า (Catalogue) บริการจัดส่งถึงบ้าน และซื้อเครื่องอุปโภค บริโภคที่ใช้ภายในบ้านด้วยตนเองจากราคาที่สมเหตุสมผล เพราะมีความมั่งคั่งสูง

Kotler, et al., (2006: 121) อ้างถึงใน วาริชต์ มัธยมบุรุษ (2550) กล่าวว่า โครงสร้างของประชากรโลกมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบ Longstay tourism หรือการท่องเที่ยวที่มีการพำนักระยะยาวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation) และการท่องเที่ยวรูปแบบนี้นิยมมากในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากประชากรในยุค “Baby Boomer” หรือ “Gen X” เข้าสู่วัยเกษียณอายุจากการทำงาน ซึ่งประชากรกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูงมาก ความสามารถในการใช้จ่ายเงิน และไม่มีความกังวลเรื่องค่าใช้จ่าย ตลอดจนเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ

ดังนั้นจิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย (2557) ระบุว่า รูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้เกษียณหรือผู้สูงอายุคือ

- 1) เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี
- 2) คำนึงถึงความคุ้มค่าในการซื้อบริการ
- 3) ต้องการความมั่นใจด้านความปลอดภัย
- 4) ต้องการความมั่นใจด้านบริการ ดูแลสุขภาพที่ดี
- 5) ต้องการกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ

ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเข้าถึงสะดวก ไม่ควรตั้งอยู่ห่างจากตัวเมือง จัดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างเหมาะสม มีสิ่งบริการรองรับการท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมธรรมชาติที่สวยงาม และเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า วัฒนธรรม ประเพณีชีวิตของคนท้องถิ่น (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2555) แม้ นักท่องเที่ยวสูงอายุถูกมองว่า เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ และมีคุณภาพ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้สูงอายุจะมีความแตกต่างในพฤติกรรมการท่องเที่ยว การตัดสินใจในการท่องเที่ยว (Sangpikul, 2008) สอดคล้องกับที่ Littrell et al. (2004) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปจะเสาะหากิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมกลางแจ้ง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้านวัฒนธรรม รวมถึงกิจกรรมทางกีฬา และความบันเทิงต่าง ๆ ขณะเดียวกันจะมีการใช้จ่ายใช้สอยข้อบ่งชี้ระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะนิยมซื้อของฝากในห้างสรรพสินค้า และแหล่งช้อปปิ้งมอลล์ต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวสูงอายุจะต้องการข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการช้อปปิ้ง หรือใช้จ่ายใช้สอยนั้น ๆ อีกด้วย

ขณะที่แอชลีย์ (Atchley, 1994 อ้างถึงใน วันชัย แก้วสุมาลี, 2552) พบว่า การเกษียณอายุงานเป็นกระบวนการที่บุคคลจะต้องพบกับเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และกล่าวว่า Pre - retirement เป็นระยะก่อนการเกษียณอายุงานแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ

**1) Remote phase** ระยะนี้ถือว่า การเกษียณอายุยังอยู่ห่างไกลจากบุคคลมากอาจจะอยู่ในระยะเริ่มต้นในช่วงวัยทำงานหรืออาจอยู่ในช่วง 5 ปีก่อนเกษียณ ซึ่งก็ขึ้นกับแต่ละบุคคล

**2) Near phase** ระยะนี้บุคคลจะเริ่มวิตกกังวลต่อการเกษียณอายุที่กำลังใกล้เข้ามาในระยะนี้ หากบุคคลเตรียมตัวที่จะเกษียณอายุการทำงาน ย่อมมีความพร้อมไม่วิตกกังวลต่อการเกษียณอายุ

และมีทัศนคติที่ดีต่อการเกษียณอายุด้วย ช่วงที่ต้องมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าสู่วัยเกษียณจะอยู่ในช่วงก่อนวัยเกษียณระหว่าง 55-60 ปี

การที่ผู้เกษียณอายุจะสามารถเผชิญกับสภาวะวิกฤติดังกล่าวได้ จำเป็นที่จะต้องมีการเตรียมความพร้อมวางแผนชีวิตก่อนที่จะก้าวเข้าสู่วัยเกษียณหรือวัยสูงอายุในด้านต่าง ๆ 6 ด้าน ได้แก่ 1) การเตรียมตัวด้านจิตใจ 2) การเตรียมตัวด้านร่างกาย 3) การเตรียมตัวด้านทรัพย์สินเงินทอง 4) การเตรียมตัวด้านกิจกรรมการใช้เวลาว่าง 5) การเตรียมตัวด้านสัมพันธภาพในครอบครัว และ 6) การเตรียมตัวด้านที่อยู่อาศัย โดยเตรียมตัวในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ควรเตรียมความพร้อมก่อนการเกษียณเนื่องจากต้องใช้เวลานานและต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการเข้าสู่สภาวะการเกษียณอายุมิใช่เป็นการสิ้นสุดในการดำเนินชีวิตต่อไป แต่เป็นการเริ่มต้นชีวิตใหม่ที่แตกต่างไปจากการใช้ชีวิตแบบเดิม ดังนั้นการเตรียมตัวเกษียณอายุถือว่าการวางแผนชีวิตอย่างหนึ่งการเตรียมตัวจะช่วยลดความวิตกกังวล ช่วยทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อผู้สูงอายุสามารถปรับตัวต่อการดำรงชีวิตภายหลังเกษียณอายุได้อย่างมีความสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี รวมทั้งลดภาระของครอบครัวและของรัฐที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดูแลผู้เกษียณอายุ เพราะการเตรียมตัวเป็นการป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์สังคม และเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อครอบครัวชุมชนและสังคมในอนาคตได้

ขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุในยุคไทยแลนด์ 4.0 เป็นกลุ่มที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ต้องการพึ่งพาผู้อื่น รักการเดินทาง และหาประสบการณ์ใหม่ ๆ มีความกระฉับกระเฉงในการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ดิจิทัลจึงเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตในการตอบสนองทั้งความต้องการของตนเอง และความต้องการด้านสังคม จากการวิจัยของ Kantar TNS พบว่า ผู้บริโภคอายุ 55-64 ปี จะมีอุปกรณ์ Digital device เฉลี่ยแล้วอยู่ที่ 1.8 เครื่องต่อคน โดยร้อยละ 85 เป็นโทรศัพท์มือถือ ขณะที่ร้อยละ 9 เป็นแท็บเล็ต และร้อยละ 7 เป็นคอมพิวเตอร์พีซี ซึ่งผู้สูงอายุกลุ่มนี้ใช้เวลาถึงร้อยละ 41 ในการรับสื่อดิจิทัล รวมทั้งหากเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ ผู้สูงอายุเหล่านี้ให้เวลาในการรับชมสื่อทีวีในระดับสูง แต่เข้าชมออนไลน์ วิดีโอมากขึ้น และผู้สูงอายุใช้เวลาออนไลน์ต่อวันเฉลี่ย 2-3 ชั่วโมง (อาภาภัทร บุญรอด, 2560) ด้วยสาเหตุที่กลุ่มผู้สูงอายุให้ความสนใจในกิจกรรมดิจิทัล เนื่องจากมีเวลาและมีกำลังซื้อ มีความสนุกกับการเรียนรู้และการได้ยินได้ฟังสิ่งใหม่ๆ ทำให้รู้สึกว่าคุณค่าของตนเองมีความร่วมสมัยทันเหตุการณ์อยู่ตลอดเวลา การลดช่องว่างกับลูกหลานโดยการใช้สื่อเดียวกันในการพูดคุยแลกเปลี่ยน รวมถึงเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงกลุ่มเพื่อนๆ อีกด้วย

จากที่กล่าวมาเห็นได้ว่า เนื่องจากผู้สูงอายุมีประสบการณ์มาก จึงทำให้มีความต้องการการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจึงควรหาแนวทางและกำหนดมาตรฐานการบริการต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจและอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ เช่น ห้องน้ำ ทางเดิน ที่นั่งพัก รถเข็น บุคลากรผู้คอยให้ความช่วยเหลือดูแล รวมถึงการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้สูงอายุ เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เป็นต้น (MGR online, 2560)

สำหรับการทำวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกษียณจากวัยทำงาน มีเวลาว่างมากขึ้น และนิยมท่องเที่ยว อีกทั้งรวมถึงกลุ่มคนที่อายุระหว่าง 50 - 60 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าสู่วัยสูงอายุ (Future traveler) นั่นเอง

### 2.1.6 สถานการณ์การท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

ภาคเหนือของประเทศไทยมีสัดส่วนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเพิ่มจากร้อยละ 8.3 ในปี พ.ศ. 2533 เป็นร้อยละ 11.1 ในปี พ.ศ. 2543 และคาดว่าประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มเป็นร้อยละ 21.1 ในปี พ.ศ. 2563 โดยพบว่าในปี พ.ศ. 2560 มีผู้สูงอายุร้อยละ 18.5 ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ โดยภาคเหนือมีประชากรสูงวัยมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 22 ภาคกลางคิดเป็นร้อยละ 20 ขณะที่สถิติของภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดเป็นร้อยละ 17 และภาคใต้คิดเป็นร้อยละ 16 (อภาวรณ์ โสภณธรรมรักษ์, 2560) ยิ่งไปกว่านั้น การประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือตอนบนที่หันมาให้ความสำคัญในเรื่องการปรับโครงสร้างสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อาทิ มีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นบันไดทางเดินลาด ราวจับ ที่จอดรถเฉพาะผู้สูงอายุ ป้ายสื่อความหมาย หรือจุดนั่งพัก เป็นต้น เนื่องจากตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพและน่าสนใจดังกล่าวข้างต้น ดังนั้นการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นช่องทางการท่องเที่ยวตลาดใหม่ของภาคเหนือตอนบน โดยเน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผล ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยาวนาน การใช้จ่ายสูง มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง

เมื่อสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป และการเพิ่มขึ้นของประชากรลดน้อยลง จากวิถีชีวิตสมัยใหม่ที่ไม่นิยมมีบุตรหรือมีเพียงคนเดียว ทำให้ผู้สูงอายุเหล่านั้นอาจต้องถูกโดดเดี่ยวจากสังคม ดังนั้นการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลทำให้ผู้สูงอายุเหล่านั้นมีความสุข แต่จากสภาพทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุที่มีความเสื่อมตามระดับอายุที่เพิ่มขึ้น จึงต้องจัดหาแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (โดยเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ) ซึ่งเป็นธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุและมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก หรือรวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผู้สูงอายุสามารถท่องเที่ยวชมไปตามแหล่งศิลปวัฒนธรรมได้โดยไม่ต้องเร่งรีบ (Slow tourism) หรือการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Longstay) ยิ่งไปกว่านั้นจากการที่ผู้สูงอายุต่างชาติส่วนหนึ่งมีรายได้คงที่ในประเทศของตนเอง ดังนั้นจึงมักจะหาสถานที่อยู่ที่มีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า รวมถึงโอกาสในการขยายตัวสำหรับธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุระหว่างการท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นตลาดใหญ่ที่มีคุณภาพ และมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ซึ่งต้องคัดสรรสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2557; กฤษณ์ ธนาวณิช, 2560) เช่นเดียวกับสถิติผู้สูงอายุในภาคเหนือโดยเฉลี่ยร้อยละ 20 มีปัญหาเรื่องความดันโลหิตสูงและมีปัญหาสุขภาพด้านอื่นแทรกซ้อนที่ต้องไปหาหมอเป็นประจำ ดังนั้นในการรับมือกับผู้สูงวัยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งและต้องสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น อันนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดีและทำให้เกิดระบบการดูแลผู้สูงอายุโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง (อภาวรณ์ โสภณธรรมรักษ์, 2560)

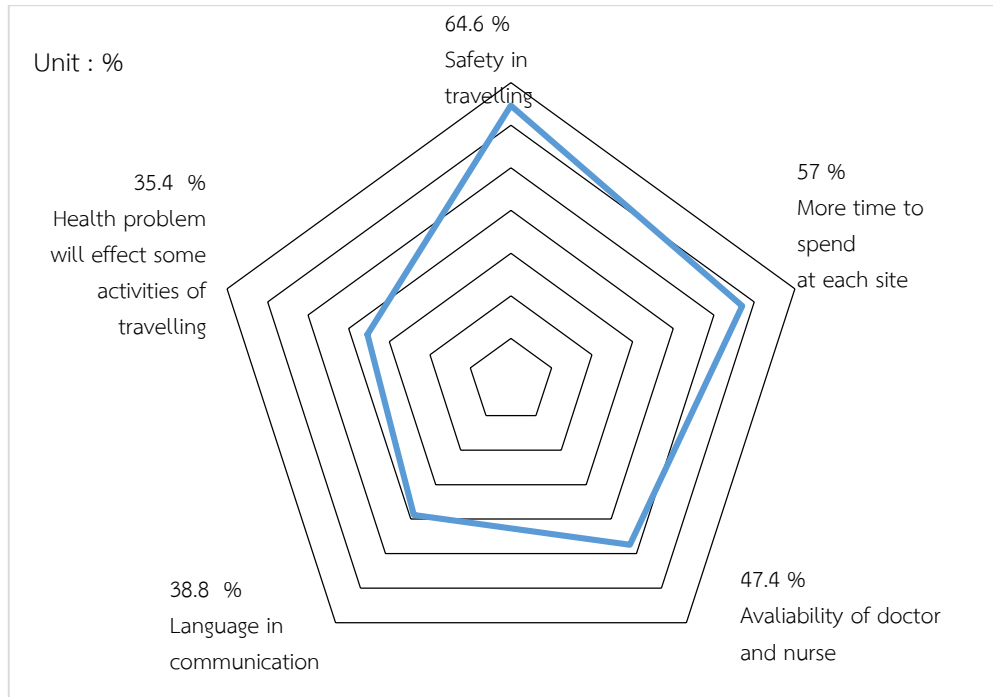
ภาคเหนือตอนบน หรือพื้นที่อารยธรรมล้านนา หมายถึง พื้นที่ที่อยู่ในอาณาจักรล้านนา ในสมัยราชวงศ์มังราย ซึ่งปัจจุบันได้แก่ พื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ประกอบด้วย 8 จังหวัด ภาคเหนือตอนบน (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน และจังหวัดแม่ฮ่องสอนซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน) แต่อย่างไรก็ตามพื้นที่อารยธรรมล้านนาในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง พื้นที่ 5 จังหวัดภาคเหนือตอนบนที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมล้านนา ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน

จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา ซึ่งเป็นจังหวัดที่ถูกกำหนดตามกฎหมายกระทรวงในเรื่องแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พ.ศ. 2559 - 2563 ตามประกาศราชกิจจานุเบกษา เล่ม 132 ตอนที่ 22 ก เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2558 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นที่ทราบกันแล้วว่า ภาคเหนือตอนบนประกอบด้วยสภาพแวดล้อม ธรรมชาติที่งดงาม แหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่หลากหลาย ศาสนสถานอันทรงคุณค่า ตำนานประวัติศาสตร์และโบราณคดี ปัจจัยที่กล่าวมานี้ส่งผลให้ภาคเหนือของไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งในอันดับต้นๆ ของประเทศที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกที่จะมาท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นเป้าหมายพำนักระยะยาวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นอีกด้วย เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Longstay tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยสูงอายุหรือวัยเกษียณ โดยมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและฟื้นฟูสภาพร่างกายไปพร้อมกัน ส่งผลให้การเดินทางแต่ละครั้งต้องใช้เวลาอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเวลานาน นักท่องเที่ยวบางรายใช้เวลาพักมากกว่า 15 วัน ถึง 1 เดือน คุณลักษณะพิเศษของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือ เป็นผู้มีความรู้ที่ช่วยให้สามารถซื้อสินค้าและบริการที่มีราคาแพงได้ หากสินค้าและบริการสอดคล้องตามความต้องการของตนเองส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ จึงถือได้ว่า การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่น่าสนใจตรงต่างประเทศจำนวนมากเข้ามาเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้เศรษฐกิจไทย เกิดการสร้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการที่เกี่ยวข้อง นอกเหนือจากปัจจัยโดยทั่วไปซึ่งเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการเลือกทำเล การที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับความนิยมมากที่สุดในการพำนักระยะยาวเป็นผลเนื่องจากการเป็นจังหวัดศูนย์กลางในภูมิภาคที่มีความพร้อมในด้านความสะดวกในการคมนาคม การสื่อสารและภาษาระบบบริการทางสุขภาพ การบริการทางสังคม ความหลากหลายของกิจกรรมทางสังคม ประเพณีและวัฒนธรรม รวมถึงได้รับการส่งเสริมและพัฒนาการพำนักระยะยาวของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากหน่วยงานกลางและหน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องมากกว่าจังหวัดอื่นเหล่านี้ นับว่าครอบคลุมปัจจัยกำหนดที่สำคัญต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่เพื่อพำนักระยะยาวของชาวญี่ปุ่น ทั้งในด้านการเข้าถึง (Accessibility) ที่พักอาศัยและสภาพแวดล้อม (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยว (Attraction) และการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Actors) อีกทั้งมีปัจจัยดึงดูดที่ครอบคลุมทั้งปัจจัยเชิงเศรษฐกิจ เชิงวัฒนธรรม เชิงการเมือง (หรือนโยบาย) เชิงสังคมและเชิงจิตใจ ยิ่งไปกว่านั้นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ของชาวญี่ปุ่น ได้แก่ ปัจจัยด้านค่าครองชีพ (เมื่อเทียบกับมาตรฐานชีวิต) ความเป็นมิตรและความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของคนท้องถิ่น ความปลอดภัยและความมั่นคง ความสวยงามและดึงดูดของสถานที่ท่องเที่ยว อาหารและวัฒนธรรม สอดคล้องกับการศึกษาของเฉลิมพล แจ่มจันทร์ (2555); ธีร์ ตีระจินดาและสมบัติ กาญจนกิจ (2557)

แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยจะมีความได้เปรียบในภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับประเทศอาเซียนอื่น แต่ยังไม่มีความพร้อมมากนักในการบริหารจัดการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แล้ว โดยส่วนใหญ่จะเป็นไปเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั่วไปมากกว่าที่จะเน้นการดูแลหรือรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ แม้ว่ากรท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเป็นส่วนหนึ่งที่ส่งผลทำให้ผู้สูงอายุเหล่านั้นเกิดความสุขและความสบายใจ แต่การหาแนวทางที่จะทำให้ผู้สูงอายุเหล่านี้สามารถท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายเหมือนกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากสภาพทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุที่มีความเสื่อมตามระดับอายุที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งเมื่อพิจารณาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะพบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางในการพักผ่อน เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเคย

เดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว และพร้อมที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความประทับใจ ในแหล่งท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ เช่น เยี่ยมเยือนสถานที่ มัคคุเทศก์ที่ประทับใจ และบรรยากาศ เป็นต้น ดังนั้นการเพิ่มแรงจูงใจและกระตุ้นให้ผู้สูงอายุเดินทางมาท่องเที่ยวให้มากขึ้น จำเป็นต้องกำหนดแผนและนโยบายท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุให้ชัดเจนและต่อเนื่อง การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานหรือ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบริการต่าง ๆ ให้มีความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างหลักประกันความปลอดภัย และสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ดังนั้นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมาก และการเตรียมการที่ดี

อีกทั้งผู้สูงอายุยังมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว จึงควรมีการเร่งส่งเสริมด้านการตลาดในประเทศไทย เพื่อดึงดูดและเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการขยายตัวของตลาด นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมายังเขตภาคเหนือตอนบน จากโอกาสการเติบโตทางธุรกิจ รวมถึงแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้บริโภค การเข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจึงต้องสำรวจและ ศึกษาข้อมูล เพื่อวางแผนการตลาดให้เหมาะสม โดยศึกษาช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อป้อนข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ หรือบุคคลที่อยู่รอบข้าง ที่เป็นผู้จัดการนำพาผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยว ไม่ว่าจะข้อมูลเบื้องต้น ข่าวสารที่สอดคล้องกับ ความต้องการใช้ในการตัดสินใจเดินทาง หรือการวางแผนจัดการการเดินทางท่องเที่ยวให้ผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนหนึ่งโดยเฉพาะผู้สูงอายุชาวไทยตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวตามคำแนะนำของ ลูกหลานและคนใกล้ชิด นอกจากนี้อาจจัดกิจกรรมเพื่อสร้างกระแสการส่งเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุผ่าน กิจกรรมการท่องเที่ยวในโอกาสต่าง ๆ รวมถึงการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในโปรแกรมท่องเที่ยวที่ จัดตามปกติโปรแกรมท่องเที่ยวในวันธรรมดา โปรแกรมท่องเที่ยวช่วง Low season สอดคล้องกับสุริย บุญญานุพงศ์ และคณะ (2555) เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ที่แม้ทาง จังหวัดเชียงใหม่มีแผนยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พำนักระยะยาว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่น แต่ทว่ายังไม่แผนยุทธศาสตร์ชัดเจนมากนัก อีกทั้งจากปัญหาทางด้านการสื่อสารระหว่าง ภาครัฐและนักท่องเที่ยว และการปรับปรุงและพัฒนาภูมิทัศน์เพื่อให้เหมาะสมต่อการเป็นเมืองน่าอยู่ สำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว อีกทั้งจากการสำรวจของหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ร่วมกับ CLL (Chiang Mai Longstay Life Club) ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ปัญหาที่เจ้าหน้าที่ของทางภาครัฐไม่สามารถ พูดภาษาญี่ปุ่น หรือเอกสารราชการไม่ได้ระบุเป็นภาษาญี่ปุ่น รวมไปถึงอุปสรรคในการใช้ทางเท้าใน ปัจจุบันที่ไม่สามารถเดินได้ เนื่องจากมีการซ่อมบำรุงหรือมีผู้คนนำสินค้ามาวางขาย อีกทั้งต้องมีความใส่ใจ เรื่องการควบคุมมลพิษ โดยเฉพาะอากาศเสีย และการจัดทำป้ายบอกราคาที่ชัดเจนในการซื้อวัตถุดิบใน การทำอาหารของคนญี่ปุ่น ส่วนด้านการบริการสาธารณสุข ทางจังหวัดเชียงใหม่ควรมีสถานที่พักที่ เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม แต่ละอายุ ความสะดวกสบาย สะอาดในสถานที่พัก สื่อสาร ความพร้อมทาง การแพทย์ พยาบาล การดูแลสิ่งแวดล้อมทั้งระบบ และมีเครือข่ายในการรักษาพยาบาลที่สามารถติดต่อ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น หรือระหว่างจังหวัดเชียงใหม่กับจังหวัดกรุงเทพมหานครได้ โดยผ่าน ระบบ Video Conference (VoIP) และสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งที่พักของนักท่องเที่ยวใน ระบบสารสนเทศ เช่น ระบบ Internet Tele - Conference เป็นต้น นอกจากนี้การบริการทาง ด้านสุขภาพ โดยเฉพาะทางการแพทย์ และสภากาชาดจะช่วยให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุผ่อนคลายในระหว่าง พักผ่อน สิ่งที่สำคัญยังรวมถึงการพัฒนาการบุคลากรทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้สูงอายุในอนาคต



EIC analysis based on data from Adarsh Batra (2009) Senior pleasure tourists: Examination of their demography, travel experience, and travel behavior upon visiting the Bangkok Metropolis

**ภาพที่ แผน-4** ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีต่อกรุงเทพมหานคร  
(Senior traveler's preferences)

ที่มา : Economic Intelligence Center (2017)

ความพยายามในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่เขตอารยธรรมล้านนา ยังเห็นได้จากการที่กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน มีการจัดประชุม “What's next of The Smart City for Aging Tourism” ในโครงการเมืองอัจฉริยะสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน 1 (Smart City for Aging Tourism in Upper North 1 Thailand) ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 5 – 6 ตุลาคม พ.ศ. 2560 ณ โรงแรม เชียงใหม่แกรนด์วิว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้ความร่วมมือของศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หอการค้าเชียงใหม่ เชียงใหม่พัฒนาเมือง และสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล สาขาภาคเหนือตอนบน โดยทำการศึกษาทบทวน Smart City for Aging Tourism ของทั่วโลก และนำมาปรับใช้กับจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พร้อมทั้งจัดทำฐานข้อมูลและจัดทำเว็บไซต์ของระบบสนับสนุนการตัดสินใจในการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อมุ่งประโยชน์ในด้านการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เทคโนโลยีสารสนเทศและสิ่งบริการ อีกทั้งเป็นการเพิ่มและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับประชาชนในภาคเหนือตอนบน 1 ตลอดจนเป็นการสนับสนุนแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเช่นกัน

ยิ่งไปกว่านั้นหอการค้าไทย และคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ภาคเหนือ ยังได้มีการทำเอ็มโอยู (MOU) ความร่วมมือกันระหว่างหอการค้าทั้ง 5 ภูมิภาค และสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ รวมถึงโรงพยาบาลกล้วยน้ำไท และสมาคมส่งเสริมธุรกิจบริการผู้สูงอายุไทย เพื่อเปิดสอนหลักสูตรสร้างอาชีพการดูแลผู้สูงอายุแห่งแรกในภาคเหนือ ซึ่งจากข้อมูลตามกล่าวข้างต้นบ่งชี้ว่าภาคเหนือจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุก่อนทุกภาคในประเทศไทย ฉะนั้นภาคเหนือจึงมีความต้องการพัฒนาแรงงานเพื่อรองรับการประกอบการด้านนี้เป็นอย่างมาก อีกทั้งสมาคมส่งเสริมธุรกิจบริการผู้สูงอายุไทย ยังพบว่า ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุในภาคเหนือประสบปัญหาเกี่ยวกับแคร์กิฟเวอร์หรือคนดูแลผู้สูงอายุ ทั้งปัญหาจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการ และไม่มีคุณภาพในการรองรับการให้บริการ เนื่องจากบุคลากรในกลุ่มอาชีพนี้จะต้องมีองค์ความรู้เฉพาะด้าน แต่ปัจจุบันระบบการศึกษาของประเทศไทยที่เกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุ มีเพียงหลักสูตรนอกโรงเรียนสังกัดกระทรวงศึกษาธิการที่ผู้เรียนสามารถเรียนได้ตั้งแต่อายุ 18 ปีขึ้นไป และเมื่อเรียนครบ 420 ชั่วโมงจะได้รับประกาศนียบัตรที่สามารถทำงานดูแลผู้สูงอายุได้ โดยจากการทำความร่วมมือเพื่อพัฒนาหลักสูตรนี้ในภาคเหนือจึงเป็นการรองรับการลงทุนจากนักลงทุนที่เข้ามาทำธุรกิจรองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจล่องสแลค หรือศูนย์ดูแลผู้สูงอายุหลายโครงการ การท่องเที่ยวเชิงสันตนาการ หรือเชิงวัฒนธรรมสำหรับผู้สูงอายุเช่นกัน

#### 2.1.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

แผนงานวิจัยเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2555) ได้ทำการศึกษาและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและการประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยแผนงานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow tourism ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุพร้อมทั้งประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและการตลาดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow tourism ที่สามารถจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและเสนอแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวแบบ Slow tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

การศึกษาศักยภาพการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุได้จัดลำดับแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow tourism ที่มีศักยภาพสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรายจังหวัดและตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาด้านตลาดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเพณี และวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันในเรื่องของปัจจัยที่ใช้พิจารณาในการตัดสินใจไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวอยู่ก่อนแล้ว จึงทำให้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการตัดสินใจไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ ปัจจัยรองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมที่มีในแหล่งท่องเที่ยว และลำดับสุดท้ายที่ให้ความสำคัญคือ สิ่งบริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญต่อคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับแรกเช่นเดียวกัน รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว สิ่งบริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง และลำดับสุดท้ายที่ให้ความสำคัญคือ สิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมที่มีในแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการตลาดการท่องเที่ยว โครงการการศึกษาการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุนี้จึงเสนอให้ความสำคัญของการเพิ่มคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับแรกเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติต่างให้ความสำคัญในเรื่องคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด พร้อมทั้งควรกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเพื่อให้ “ภาคเหนือตอนบนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุด้วยธรรมชาติที่งดงามและแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่หลากหลาย” โดยมุ่งเน้นที่จุดขายหลักในด้านความงามของธรรมชาติและ ความหลากหลายของวัฒนธรรมและวิถีชีวิต นอกจากนี้ กรวรรณ สังขกร และคณะ (2558) ศึกษาแผนงานวิจัยการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดำเนินแผนงานการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย 3 โครงการย่อยที่ 1 คือ การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โครงการย่อยที่ 2 คือ การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้เพื่อการบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โครงการย่อยที่ 3 คือ แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน

*โครงการย่อยที่ 1:* ทำการศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อยกระดับศักยภาพและความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งได้ศึกษาวิจัย 2 ส่วน คือ

1) สสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากการเก็บแบบสอบถามชาวไทยและต่างชาติ จำนวน 648 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นชาวไทย 403 คนและชาวต่างชาติ 245 คน สังเกตการณ์การจัดทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และทดลองจัดทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

2) สสำรวจการดำเนินงานของผู้ให้บริการท่องเที่ยวในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุด้วย SCAAN® Model และศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเพื่อวางโครงสร้างฐานข้อมูลตามเส้นทางการท่องเที่ยว 9 themes และ 7Re

ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ มีพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ทั้งในด้านการท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว การจัดวางแผนการเดินทาง การหาข้อมูลการท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนการศึกษาห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและศึกษาการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า พื้นที่ภาคเหนือตอนบนสามารถสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน ได้ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 9 ด้าน คือ ด้านเกษตร (Chilling @ ล้านนา: ชม ชิม ช้อป) ด้านประวัติศาสตร์ (ย้อนประวัติศาสตร์ มาตราล้านนา สถาปัตยกรรมพื้นถิ่น) ด้านธรรมชาติ (ม่วนกาย สบายใจ สไตร์ล้านนา) ด้านสุขภาพ (เที่ยวสนุก สุขภาพดี ที่ล้านนา) ด้านผจญภัย (ลุยสุดมันส์ พันธุ์เก๋าเก๋า @ ล้านนา) ด้านธรรมชาติ (ล้านนาเขียว เทียวไม่เบื่อ) ด้านกีฬา บันเทิง นันทนาการ (แอว์ล้านนา กีฬามันส์) ด้านเรียนรู้สิ่งใหม่ (เปิดโลกใหม่ สไตร์ล้านนา) และด้านวัฒนธรรม (ท่องเที่ยวมนต์ตรา ล้านนาไทย) โดยมีแนวทางในการประเมินห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ 7 ด้าน คือ (1) สวย (2) สะอาด (3) สะดวก (4) สงบ (5) สบาย (6) สนุก (7) สุขใจ

**โครงการย่อยที่ 2:** การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้เพื่อการบริการและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ทำความเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและรวบรวมข้อมูลข่าวสารตลอดจนการออกแบบการจัดการฐานข้อมูลสารสนเทศให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศ (User) สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้สารสนเทศ (User) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยจากผลการศึกษาด้วยกระบวนการจัดการความรู้ ทำให้ได้ความต้องการองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ การจัดการด้านคมนาคมสำหรับผู้สูงอายุ การจัดการด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนา การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลและองค์ความรู้สนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน เส้นทางท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนตามกรอบห่วงโซ่อุปทาน โดยข้อมูลและองค์ความรู้ถ่ายทอดผ่านเทคโนโลยี คือ Website, Web application (www.senior-tourism.com) และ Mobile application ทั้งระบบ IOS และ Android สามารถ Download จาก Appstore ของระบบ IOS และผ่าน Google play ของระบบ android

**โครงการย่อยที่ 3:** แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน ทำการประเมินศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวดังกล่าวในด้านความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และพัฒนาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยการทดลองดำเนินโครงการนำร่องร่วมกับชุมชนท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความพร้อมในการสร้างต้นแบบการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และนำนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้ามาทดลองท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อให้ความคิดเห็นและร่วมกันพัฒนาโครงการของชุมชนท่องเที่ยว ซึ่งสรุปเป็นผลการศึกษาดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยววัดภูมินทร์ จังหวัดน่าน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมที่สุดในภาคเหนือตอนบน ที่จะดำเนินการพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

2) องค์ประกอบสำคัญสู่แนวทางการพัฒนาฯ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว คือ

2.1 การสร้างความเข้าใจในศักยภาพของตนเองของชุมชนท่องเที่ยว และความเข้าใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (กลุ่มเป้าหมาย) อันจะนำไปสู่ความสามารถในการวางแผนและดำเนินการพัฒนาทั้งศักยภาพของตนเองได้ถูกต้อง และเพิ่มประสิทธิภาพ และให้บริการได้อย่างตรงความต้องการต่อกลุ่มผู้ใช้บริการ

2.2 การดำเนินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวฯ ที่ประกอบขึ้นจากกระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นน้ำ คือ การรวมกลุ่มรวมตัวของผู้ที่สนใจจนถึงปลายน้ำ คือ การจัดสรรผลประโยชน์พร้อมไปกับการรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยั่งยืน โดยกระบวนการทั้งสายน้ำต้องประกอบขึ้นจาก 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ การมีวิธีการที่ดีในการทำงานในขั้นตอนต่าง ๆ ที่มีการนำกระบวนการมีส่วนร่วมเข้ามาเป็นองค์ประกอบอย่างเหมาะสม การมีกลไกที่ดี จากการมีโครงสร้างของการดำเนินงานที่มีการแบ่งบทบาทรับผิดชอบ พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้เกิดการร่วมคิด ร่วมทำอย่างเท่าเทียม การมีมาตรการที่ดี คือ การมีข้อปฏิบัติ การกำกับ ข้อห้าม และการจัดการผลประโยชน์รวมถึงผลเสียที่จะเกิดขึ้นอย่างเหมาะสม

2.3 การเรียนรู้ แลกเปลี่ยน เป็นพลวัตการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่ง คือคุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ต้องคอยติดตามเรียนรู้ สร้างโอกาสการเรียนรู้แลกเปลี่ยน เชื่อมโยงกับผู้คนในแวดวงธุรกิจที่คล้ายคลึงกัน และทำงานร่วมกับภาครัฐ และเอกชนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3) แนวทางการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการดำเนินการพัฒนาชุมชนเพื่อการจัดการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ คือ กระบวนการผสมผสานองค์ประกอบทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาข้างต้นลงสู่แนวทางการพัฒนาฯ ในพื้นที่สำคัญ 2 ส่วน

3.1 การพัฒนาความพร้อมของชุมชน สร้างความเข้าใจในทุนทางสังคม เศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

- สร้างความเข้าใจสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชน และคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ความต้องการการรองรับและองค์ความรู้ต่าง ๆ

- สนับสนุนการรวมกลุ่ม หรือองค์กรการท่องเที่ยวระดับชุมชนที่สนใจการท่องเที่ยวเพื่อระดมศักยภาพที่มีและการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม

- สนับสนุนการสร้างเครือข่ายทางด้านการท่องเที่ยวกับหลากหลายองค์กรที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกพื้นที่

- สนับสนุนการสร้างกลไกครบวงจรในห่วงโซ่ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เพื่อผลประโยชน์ที่ได้ถูกนำกลับไปใช้ดูแลชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว

3.2 การพัฒนาความพร้อมแหล่งท่องเที่ยว

- สร้างวิธีการ กลไก และมาตรการ รวมไปถึงนโยบาย โดยยึดวัตถุประสงค์หลัก คือ การปรับปรุง ดูแลรักษา และพัฒนาความยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ดำเนินการ

- ดำเนินโครงการปรับปรุงและเพิ่มเติมสิ่งบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ และคนทั้งมวล พร้อมทั้งคำนึงถึงความเหมาะสมตามบริบทของพื้นที่

- สร้างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมทั้งกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ธีร ติระจินดา และสมบัติ กาญจนกิจ (2557) ได้ทำการศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตลาดญี่ปุ่นสู่ประเทศไทย งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดด้านบริการ (Marketing Mix) และนักธุรกิจท่องเที่ยวไทยที่มีความชำนาญด้านการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำนวน 12 ราย โดยใช้การสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 55 - 65 ปี ส่วนใหญ่เกษียณอายุ มีรายได้ประมาณ 2,500,000 - 5,000,000 บาท/ปี หรือประมาณ 750,000 - 1,500,000 บาท/ปี มีแหล่งที่มาของรายได้จากธุรกิจส่วนตัว มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศโดยจัดการเดินทางเอง ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 2 - 5 ครั้ง ฟานักในในประเทศไทย 11 - 20 วัน ส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวในเอเชีย รู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยจากการเล่าปากต่อปาก ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากความปลอดภัย ส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการเดินทางไปกับแหล่งท่องเที่ยว

พึงพอใจกับการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยอยู่ในระดับดี มีความประสงค์จะเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยและ/หรือแนะนำเพื่อนให้มาอีกแน่นอน นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก อีกทั้งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านยังพบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านพนักงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบริการระหว่างเพศและอายุพบว่า มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะต้องอาศัยความร่วมมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน โดยรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการบำเพ็ญประโยชน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา golf ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จิตติพร ศรีอาภรณ์และณรงค์พันธ์ ณุรัมย์ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่สนใจมาพำนักระยะยาวภายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาระดับความพึงพอใจและศึกษาปัญหา อุปสรรคในการพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ การดำเนินการวิจัยได้ใช้วิธีการผสมผสานระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งประชากรกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลเอกสาร รายงานการศึกษาวิจัย ข้อมูลสถิติ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ระเบียบวิธีทางสถิติ คือค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยวัดระดับความคิดเห็น ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีการทางสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุส่วนใหญ่ อยู่ที่ 61-70 ปี โดยส่วนมากเกษียณอายุแล้ว โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับอิทธิพลของปัจจัย สิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยการเข้าถึงและปัจจัย สิ่งดึงดูดใจในระดับปานกลาง ในขณะที่ปัญหา ที่นักท่องเที่ยวพบมากที่สุด คือเรื่องของการขนส่ง และปัญหาเรื่องของการสื่อสารภาษาญี่ปุ่น

สุรีย์ ธรรมิกบวร และชุกาศิรี อภินันท์เดชา (2559) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ตามวิถีวัฒนธรรมสุขภาพลุ่มแม่น้ำโขง (หมู่บ้านชะจอม) จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพตามวิถีวัฒนธรรมสุขภาพลุ่มแม่น้ำโขงสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีพื้นที่ศึกษา คือ บ้านชะจอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาประกอบด้วยสมาชิกกลุ่ม "กินข้าวเช้าเฮือน" จำนวน 14 คน คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์บ้านชะจอมจำนวน 12 คน ผู้สูงอายุบ้านชะจอมจำนวน 8 คน และนักท่องเที่ยวสูงอายุที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการจำนวน 28 คน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความสุขและความพึงพอใจจากเข้าร่วมโปรแกรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับมากและมากที่สุด (ร้อยละ 93.8 และ 93.8) องค์ประกอบโมเดลรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพตามวิถีวัฒนธรรมสุขภาพลุ่มแม่น้ำโขง (ชะจอมโมเดล) ประกอบด้วย องค์ประกอบที่ 1 กิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุแบบองค์รวม องค์ประกอบที่ 2 ทูนาทางสังคม องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง องค์ประกอบที่ 4 การส่งเสริมสุขภาพเหมาะสมกับวัย

กิตติวงศ์ สาสวด (2560) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดภาคตะวันออก โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยระดับพื้นฐาน ปัจจัยด้านจิตลักษณะ และปัจจัยด้านความต้องการของผู้สูงอายุ อีกทั้งเพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้านสุขภาพกายสุขภาพจิต สังคม และจิตวิญญาณ ตลอดจนเพื่อทำการศึกษารูปแบบการดูแลรวมทั้งการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณประกอบด้วยผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 400 ราย ได้มาด้วยการสุ่มอย่างง่ายโดยใช้ตารางของ Taro Yamane เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยผู้สูงอายุจำนวน 27 รายได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ เชิงลึกและวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บมาได้โดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยพื้นฐาน ปัจจัยด้านจิตลักษณะ และปัจจัยด้านความต้องการของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์กัน หากร่างกายป่วยจิตใจก็ป่วยด้วย 2) ผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดีมาจากครอบครัวที่มีความรักความอบอุ่น สมาชิกในครอบครัวดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันด้วยความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ดูแลซึ่งกันและกันและดูแลผู้สูงอายุอย่างดี ที่สุดเท่าที่จะทำได้โดยเฉพาะในด้านอาหารและโภชนาการ 3. รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการดูแลผู้สูงอายุคือ สมาชิกครอบครัวเป็นบุคลากรหลักในการดูแล ผู้สูงอายุ นอกจากนั้น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการดูแลผู้สูงอายุ โดยเน้นสุขภาวะของผู้สูงอายุในทุกด้าน คือ ด้านร่างกาย อารมณ์และจิตวิญญาณ

ชนันรัช วัชรธร และคณะ (2560) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 2) สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 3) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุที่พักอาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 10 คน และการสนทนากลุ่มโดยเลือกอย่างเจาะจง จำนวน 8 คน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ทางด้านสุขภาพ เจ้าหน้าที่ทางด้านการท่องเที่ยว และนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยวและการศึกษา เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์ แบบสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และแบบประเด็นการสนทนากลุ่ม ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีความต้องการ คือ การมีสุขภาพที่ดี (Healthy) การมีส่วนร่วม (Participation) และการมีหลักประกันหรือความมั่นคง (Security) อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี มีทั้งภายในและภายนอกชุมชนซึ่งจัดใน 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีไทย 2) รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวประเภท ธรรมชาติ และ 3) รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ขณะที่แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำแนกได้เป็น 3 มิติ คือ มิติด้านสุขภาพ โดยหน่วยงานภาครัฐควรมีนโยบายการขยายระยะเวลาการเกษียณอายุราชการเพื่อเป็นการส่งเสริมสุขภาพทางด้านจิตใจให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง เนื่องจากผู้สูงอายุที่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี คือกลุ่มผู้สูงอายุมีพลัง หรือภาวะพหุฒิปลัง (Active aging) เป็นช่วงสูงสุดทั้งในด้านประสบการณ์ ภูมิปัญญามีพร้อมต่อการทำงาน มิติด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมี

การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและกำหนดการท่องเที่ยวแบบมุ่งเป้าไปยังผู้สูงอายุ และผู้ดูแลผู้สูงอายุ  
และมีติด้านการศึกษา ชมรมผู้สูงอายุมีการรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการดูแลสุขภาพ ของผู้สูงอายุ



## บทที่ 3

### การดำเนินการวิจัย

แผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ได้ทำการศึกษาการพัฒนาการบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา และศึกษาความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา พร้อมทั้งศึกษาจิตัลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand and supply side) และแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

ซึ่งแผนงานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นที่จะการพัฒนาภาคบริการการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ รวมไปถึงการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการต่าง ๆ ภายในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุย่อมมีส่วนสำคัญช่วยส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบน และก่อให้เกิดรายได้กระตุ้นภาวะเศรษฐกิจของประเทศในที่สุด

### 3.1 วิธีดำเนินงานวิจัย

#### 3.1.1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

การวิจัยครั้งนี้มีพื้นที่ทำการวิจัย คือ จังหวัดในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาของแผนงานฯ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มอุปสงค์ (Demand side) ได้แก่ ผู้ต้องการบริการท่องเที่ยวทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และกลุ่มอุปทาน (Supply side) คือ กลุ่มผู้จัดการจัดการแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว โดยมีขั้นตอนการดำเนินการศึกษาวิจัย ตามภาพที่ แผน-5 ดังนี้

1) ทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

2) ส่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง อาทิ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ทั่วไป ตลาดการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงบริบทการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงจากงานวิจัยการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2558) แก่โครงการย่อยที่ 1 และ 2

3) โครงการย่อย 1 และ 2 ทำการศึกษาค้นคว้าการพัฒนาการบริการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา และศึกษาความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

4) โครงการย่อย 1 และ 2 ส่งผลการศึกษา และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุมาซึ่งแผนงานฯ เพื่อวิเคราะห์ และวางแผน (ร่าง) การพัฒนาการท่องเที่ยวและพัฒนาตลาดท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

5) การวางแผนการตลาดโดยใช้แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ (Diamond Model) กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะการบริการด้านที่พัก (Accommodations) การบริการด้านการขนส่ง (Transportation) การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food and beverage) การบริการด้านกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่าง ๆ (Attractive activities and ancillary services) และการบริการด้านการขาย (Sales) รวมไปถึงผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งภาครัฐ และเอกชน และนักท่องเที่ยวสูงอายุ

6) ส่งข้อมูลที่ไปยังโครงการย่อย 3 เพื่อนำเสนอผลการศึกษาผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล

7) วิเคราะห์ และจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand and supply side) และแนวทางในการพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

### 3.1.2 ขอบเขตการวิจัย

#### 1. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาแผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา” ในครั้งนี้จะดำเนินการศึกษาในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และจังหวัดพะเยา ซึ่งเป็นจังหวัดในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ที่ถูกกำหนดตามที่กฎกระทรวงเรื่องแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พ.ศ. 2559-2563 ตามประกาศราชกิจจานุเบกษา เล่ม 132 ตอนที่ 22 ก เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2558 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

สถานที่หลักที่ใช้ในการดำเนินงาน คือ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งจะใช้เป็นสำนักงานบริหารและอำนวยความสะดวกโครงการรวมทั้งใช้จัดประชุมนักวิจัยประจำเดือน

#### 2. ขอบเขตเนื้อหา

ด้านเนื้อหาการดำเนินงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัย และ Research design คือ

1) *โครงการย่อยที่ 1* เรื่อง การพัฒนาบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ทำการสำรวจและประเมินสถานการณ์ศักยภาพและความพร้อมของการบริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา รวมถึงวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งบริการท่องเที่ยวรอบแหล่งท่องเที่ยว ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การบริการด้านที่พัก การบริการด้านการขนส่ง การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม การบริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการด้านการขาย รวมทั้งเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของการบริการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

2) *โครงการย่อยที่ 2* เรื่อง การศึกษาความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา จะทำให้ทราบถึงลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งจะนำไปสู่การเสนอแนวทางการ

พัฒนากิจกรรมและการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความนิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

3) *โครงการย่อยที่ 3* เรื่อง ดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา โดยจัดทำเพื่อรองรับข้อมูลจากการสำรวจให้เป็นระบบแบบแผน สามารถจัดเก็บสืบค้นและวิเคราะห์ต่อยอดได้ในอนาคต โดยการออกแบบการจัดเก็บฐานข้อมูลบนระบบออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ง่ายต่อการเก็บข้อมูลและเรียกใช้งานบนเว็บไซต์ รวมถึงมีระบบการจัดการข้อมูล เพื่อให้สะดวกต่อการจัดการ แก้ไข เพิ่มเติมข้อมูล พร้อมทั้งให้บริการด้านข้อมูลผ่านเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถศึกษาข้อมูลบางส่วนได้ โดยนำเสนอในเส้นทางท่องเที่ยวแนะนำสำหรับผู้สูงอายุ รวมทั้งมีระบบสมาชิกสำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่สนใจใช้งาน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายด้านทั้งยังสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจ เพื่อวางแผนการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ โดยมีพื้นฐานจากข้อมูลจริงในระบบฐานข้อมูล และนำเสนอใน ช่องทางที่เข้าถึงง่ายสำหรับผู้ที่ต้องการใช้ข้อมูลทั่วไป

*ส่วนสุดท้าย* คือการเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ (Demand and supply side) และแนวทางในการพัฒนาตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา โดยการนำข้อมูลที่ได้จากทุกโครงการย่อย มาสรุปผลการศึกษา และทำการสังเคราะห์เพื่อเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาฯ ดังกล่าวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาต่อไป

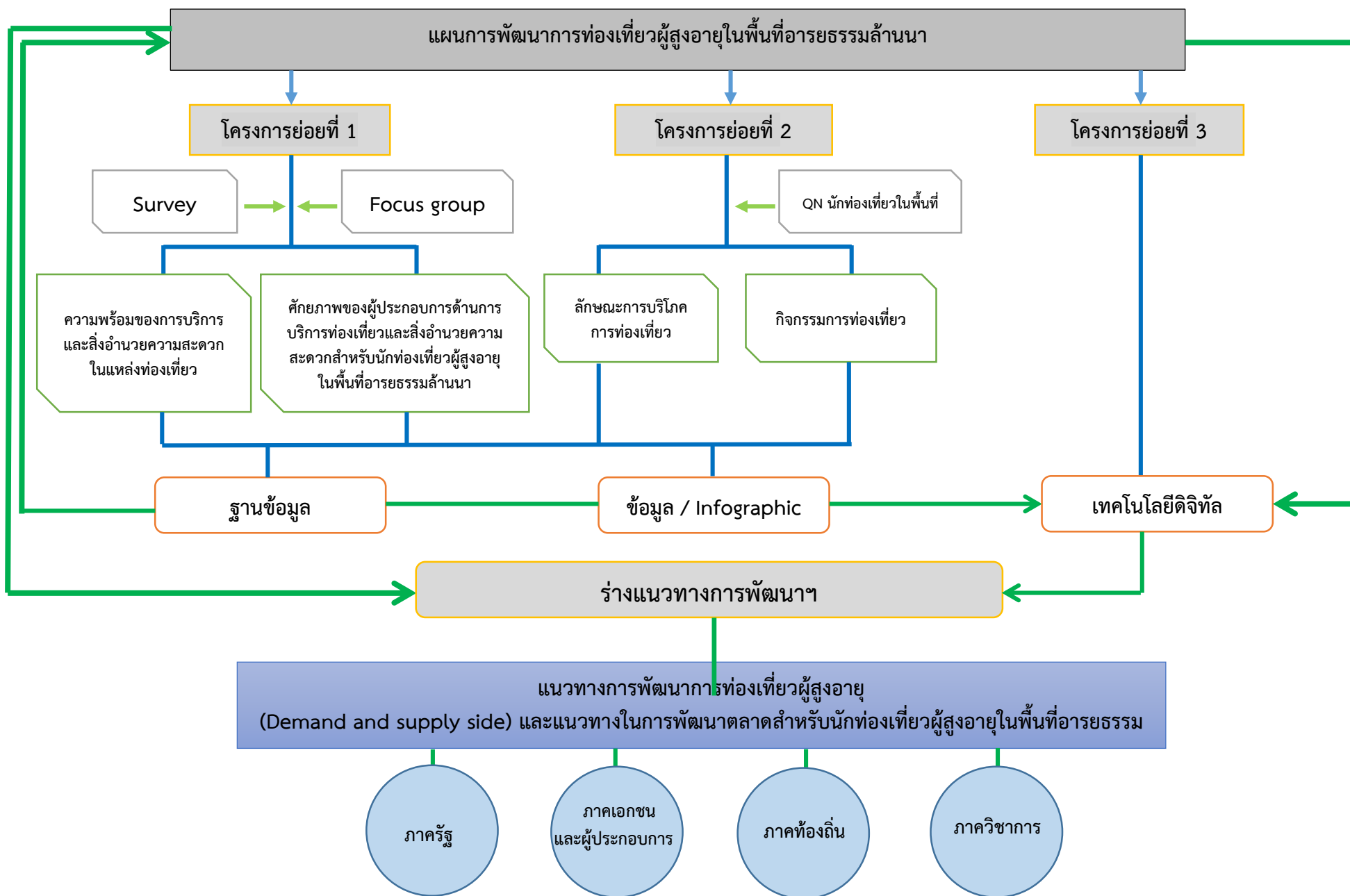
### 3. พื้นที่วิจัย

พื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งประกอบด้วย 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และจังหวัดพะเยา ซึ่งเป็นจังหวัดในพื้นที่อารยธรรมล้านนาที่ถูกกำหนดตามที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประกาศในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา พ.ศ. 2559-2563 ตามประกาศราชกิจจานุเบกษา เล่ม 132 ตอนที่ 22 ก เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2558 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

## 3.2 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

### 3.2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาแผนงานวิจัย "การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา" ได้ใช้กรอบแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้



ภาพที่ แผน-5 Research design ของแผนงานวิจัย



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

#### 4.1 สรุปภาพรวมเบื้องต้นของการวิจัย

แผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา” จะเป็นการทำงานร่วมกันของ 3 โครงการย่อย โดยทำการศึกษาพัฒนาบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา (โครงการย่อยที่ 1) อีกทั้งศึกษาความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา (โครงการย่อยที่ 2) และเพื่อศึกษาดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา (โครงการย่อยที่ 3) รวมไปถึงเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand and supply side) และแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

แผนงานวิจัยในครั้งนี้ มุ่งให้เกิดการขับเคลื่อนและนำไปสู่การเสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว และการพัฒนาตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งการทำงานของคณะนักวิจัย นอกจากการค้นคว้าในเอกสารที่เกี่ยวข้องแล้ว ยังมุ่งเน้นกระบวนการศึกษาวิจัยที่ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสูงอายุได้มีส่วนร่วม ทั้งในฐานะผู้ให้ข้อมูล ผู้ให้ความคิดเห็น และผู้ร่วมออกแบบแผนพัฒนา โดยผลงานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้โดยตรงโดยหน่วยงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาความพร้อมของการรองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในเขตอารยธรรมล้านนา ซึ่งย่อมช่วยให้การบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีการพัฒนาสินค้าและบริการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งส่งผลโดยตรงต่อความเข้มแข็งของการท่องเที่ยวไทย ทั้งในระดับนโยบาย ระดับปฏิบัติ และการสร้างรายได้เพิ่มแก่ชุมชน และผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่

#### 4.2 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการดำเนินการวิจัย

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 1:** เพื่อศึกษาพัฒนาบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

โครงการวิจัยย่อยที่ 1 ทำการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว โดยพัฒนาและปรับปรุงเกณฑ์มาตรฐานของสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนารั้งนี้จากแบบประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ภายใต้อาณาเขตการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow tourism ที่เหมาะสมกับ

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2555) ร่วมกับเกณฑ์มาตรฐานการบริการเพื่อการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว ซึ่งทำการประเมินใน

1) ด้านการบริการด้านอาหาร 2) ด้านห้องน้ำสาธารณะ 3) ด้านสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก 4) ด้านศูนย์บริการข้อมูล 5) ด้านการบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กและสตรีมีครรภ์ 6) ด้านความปลอดภัย และ 7) คู่มือการออกแบบเพื่อคนทุกวัย (Universal design) เป็นต้น

ขณะเดียวกันนั้นได้ทำการอบรมเจ้าหน้าที่วิจัยก่อนการสำรวจและประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในครั้งนี้เรื่องความรู้เรื่องเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวไทยปีพ.ศ. 2555 (การบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กเล็กและสตรีมีครรภ์) ของกรมการท่องเที่ยวและกีฬา คู่มือการออกแบบเพื่อคนทุกวัย (Universal design) และเกณฑ์มาตรฐานการบริการเพื่อการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยว

ซึ่งคณะนักวิจัยได้ทำการประเมินแหล่งท่องเที่ยว 4 ประเภทได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี/ประวัติศาสตร์/ศิลปกรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชุมชน/ประเพณี/วัฒนธรรม

ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถานสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนาที่ผ่านการประเมินจากเกณฑ์มาตรฐานของกรมการท่องเที่ยว มีมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในระดับปานกลางถึงต่ำ (รายละเอียดดังตารางที่ แผน-1) โดยจะมีเพียงสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเท่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านห้องสุขา อาทิ มีห้องสุขาเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ และภายในห้องสุขามีราวสำหรับจับเพื่อพยุงตัว และยังมีความพร้อมในด้านที่นั่งพักสำหรับผู้สูงอายุ ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายบอกทางที่ชัดเจน รวมถึงมีความพร้อมในด้านทางเท้า/ทางเดิน/ทางลาดในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ตารางที่ แผน-1 ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนาสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ที่มา: โครงการย่อยที่ 1 แผนงานวิจัยในครั้งนี้

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยว             | ระดับศักยภาพ |
|---------------------------------|--------------|
| วัดร่องขุน                      | สูง          |
| วัดพระธาตุหริภุญไชยวรมหาวิหาร   | สูง          |
| วัดห้วยปลากั้ง                  | ปานกลาง      |
| วัดพระบรมธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร | ปานกลาง      |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยว | ระดับศักยภาพ |
|---------------------|--------------|
| ไร่เชิญตะวัน        | ปานกลาง      |
| วัดพระธาตุศรีจอมทอง | ปานกลาง      |
| วัดพระสิงห์         | ปานกลาง      |
| วัดพระธาตุลำปางหลวง | ปานกลาง      |
| วัดเจดีย์หลวง       | ปานกลาง      |
| วัดพระแก้วดอนเต้า   | ปานกลาง      |
| วัดพระแก้ว          | ปานกลาง      |
| วัดพระธาตุผาเงา     | ปานกลาง      |
| วัดอุโมงค์          | ปานกลาง      |
| วัดศรีโคมคำ         | ปานกลาง      |
| วัดเชียงมั่น        | ปานกลาง      |
| วัดสวนดอก           | ปานกลาง      |
| วัดพระบาทห้วยต้ม    | ปานกลาง      |
| วัดศรีสุพรรณ        | ปานกลาง      |
| วัดเจ็ดยอด          | ปานกลาง      |
| วัดป่าตาราภิรมย์    | ปานกลาง      |
| วัดพระพุทธบาทตากผ้า | ปานกลาง      |
| วัดพระธาตุดอยพระฌาน | ปานกลาง      |
| วัดจามเทวี          | ปานกลาง      |
| วัดพระยืน           | ปานกลาง      |
| วัดลี               | ปานกลาง      |
| วัดพระสิงห์         | ต่ำ          |
| วัดนันทาราม         | ต่ำ          |
| วันตันเกว้น         | ต่ำ          |
| วัดปงสนุก           | ต่ำ          |
| วัดศรีชุม           | ต่ำ          |
| วัดเจดีย์ขาวหลัง    | ต่ำ          |
| วัดโลกโมฬี          | ต่ำ          |
| วัดร่องเสือเต้น     | ต่ำ          |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยว | ระดับศักยภาพ |
|---------------------|--------------|
| วัดอนาลโย           | ต่ำ          |
| วัดกลางเวียง        | ต่ำ          |

ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและแบบผสมผสานกับธรรมชาติสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้ง 13 แห่ง ที่ผ่านการคัดกรองแหล่งท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในเขตอารยธรรมล้านนา (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา) พบว่า ส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ มีศักยภาพและความพร้อมของสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมการท่องเที่ยวในระดับปานกลาง (รายละเอียดดังตารางที่ แผน-2) โดยมีความพร้อมระดับปานกลางในด้านที่จอดรถ ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว ทางเท้า/ทางเดิน/ทางลาดในแหล่งท่องเที่ยว ที่นั่งพัก ป้ายสำหรับให้ข้อมูล ห้องสุขา ร้านขายของที่ระลึก รวมถึงการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น แต่ยังขาดสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ ห้องปฐมพยาบาล จุดที่มีบริการยาสามัญประจำบ้าน และชุดปฐมพยาบาลที่มีคุณภาพ ไม่หมดอายุ พร้อมทั้งยังขาดบุคลากรที่สามารถดูแลผู้สูงอายุในยามฉุกเฉินได้ เป็นต้น

**ตารางที่ แผน-2** ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและแบบผสมผสานกับธรรมชาติสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ที่มา: โครงการย่อยที่ 1 แผนงานวิจัยในครั้งนี้

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยว                    | ระดับศักยภาพ |
|----------------------------------------|--------------|
| ดอยตุง                                 | สูง          |
| ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย                   | ปานกลาง      |
| อุทยานราชพฤกษ์                         | ปานกลาง      |
| สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ | ปานกลาง      |
| น้ำพุร้อนสันกำแพง                      | ปานกลาง      |
| พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์              | ปานกลาง      |
| ไร่มะพร้าวหลวง                         | ปานกลาง      |
| เหมืองลิ้นจี่แม่เมาะ                   | ปานกลาง      |
| กว๊านพะเยา                             | ปานกลาง      |
| น้ำพุร้อนแจ้ซ้อน                       | ปานกลาง      |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยว  | ระดับศักยภาพ |
|----------------------|--------------|
| อุทยานแห่งชาติแม่ปิง | ต่ำ          |

ขณะที่ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี/ประวัติศาสตร์/ศิลปกรรม ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภท โบราณคดี/ประวัติศาสตร์/ศิลปกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มีศักยภาพและความพร้อมของสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากขาดสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน ได้แก่ ห้องสุขาที่เหมาะสมและได้มาตรฐานห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมการท่องเที่ยว ที่จอดรถถนนในแหล่งท่องเที่ยว ที่นั่งพักสำหรับนักท่องเที่ยว ป้ายให้ข้อมูล/ป้ายสัญลักษณ์ รวมทั้งยังขาดกิจกรรมการท่องเที่ยว/สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว เป็นต้น (ดังรายละเอียดในตารางที่ แผน-3)

ตารางที่ แผน-3 ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี/ประวัติศาสตร์/ศิลปกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ที่มา: โครงการย่อยที่ 1 แผนงานวิจัยในครั้งนี้

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยว            | ระดับศักยภาพ |
|--------------------------------|--------------|
| พิพิธภัณฑวัดร่วมสมัยใหม่เอี่ยม | ปานกลาง      |
| หอศิลปวัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่   | ปานกลาง      |
| บ้านถวาย                       | ปานกลาง      |
| พิพิธภัณฑถิ่นล้านนา            | ปานกลาง      |
| บ้านดำ                         | ปานกลาง      |
| พิพิธภัณฑพระตำหนักดาราภิรมย์   | ปานกลาง      |
| พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหริภุญไชย | ปานกลาง      |
| พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ          | ปานกลาง      |
| พิพิธภัณฑพระพิฆเนศ             | ปานกลาง      |
| พิพิธภัณฑหอผืน                 | ปานกลาง      |
| เวียงกุมกาม                    | ปานกลาง      |
| หอวัฒนธรรมนิทัศน์              | ปานกลาง      |
| พิพิธภัณฑชุมชนเมืองลำพูน       | ปานกลาง      |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยว     | ระดับศักยภาพ |
|-------------------------|--------------|
| บ้าน 100 อัน 1000 อย่าง | ต่ำ          |
| ข้าวมุงสิงห์            | ต่ำ          |
| บ้านเสานัก              | ต่ำ          |
| อนุสาวรีย์พระนางจามเทวี | ต่ำ          |
| บ้านปอแง                | ต่ำ          |

ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชุมชน/ประเพณี/วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชุมชน/ประเพณี/วัฒนธรรม ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ถูกทำการประเมินมาตรฐานของสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตามเกณฑ์มาตรฐานของกรมการท่องเที่ยว จำนวน 14 แห่ง พบว่า แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้ค่าคะแนนมาตรฐานของสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในระดับต่ำ โดยมีสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้มาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็น ที่จอดรถ ถนนในแหล่งท่องเที่ยว ห้องสุขา ที่นั่งพัก ห้องปฐมพยาบาล ศูนย์บริการข้อมูล ทางเท้า/ทางเดิน/ทางลาดในแหล่งท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

ตารางที่ แผน-4 ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชุมชน/ประเพณี/วัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ  
ที่มา: โครงการย่อยที่ 1 แผนงานวิจัยในครั้งนี้

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยว            | ระดับศักยภาพ |
|--------------------------------|--------------|
| บ้านถาว                        | ปานกลาง      |
| กาดกองต้า                      | ปานกลาง      |
| ชุมชนบ่อสร้าง                  | ปานกลาง      |
| ชุมชนวัดเกต                    | ปานกลาง      |
| ดอยแม่สลอง                     | ปานกลาง      |
| หมู่บ้านหัตถกรรมผ้าฝ้ายดอนหลวง | ต่ำ          |
| ชุมชนวัวลาย                    | ต่ำ          |
| บ้านไร่กองขิง                  | ต่ำ          |
| บ้านสามขา                      | ต่ำ          |

| ชื่อแหล่งท่องเที่ยว  | ระดับศักยภาพ |
|----------------------|--------------|
| บ้านแม่กำปอง         | ต่ำ          |
| บ้านหลุก             | ต่ำ          |
| เขื่อนไทลื้อแม่แสงดา | ต่ำ          |
| บ้านหนองเงือก        | ต่ำ          |
| ตลาดแม่ทา            | ต่ำ          |

ขณะที่การประเมินความพร้อมของการบริการด้านการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการประชุมระดมสมองภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การบริการด้านที่พัก การบริการด้านการขนส่ง การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม การบริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการด้านการขาย ทั้ง 5 จังหวัดในพื้นที่อารยธรรมล้านนา (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านประเมินศักยภาพและความพร้อมในการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในธุรกิจ โดยทำการประเมินศักยภาพใน 4 ด้าน ดังนี้ ศักยภาพความพร้อมด้านความรู้ ศักยภาพความพร้อมด้านทัศนคติ ศักยภาพความพร้อมด้านทักษะ ศักยภาพความพร้อมด้านสมรรถนะหลัก ซึ่งผลการประเมินความพร้อมของการบริการด้านการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา มีดังนี้

- **ศักยภาพความพร้อมด้านความรู้** ได้แก่ ความรู้ด้านการบริการ และมาตรฐานของสิ่งบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ความรู้ในการช่วยเหลือผู้สูงอายุ เช่น การปฐมพยาบาลเบื้องต้น เป็นต้น
- **ศักยภาพความพร้อมด้านทัศนคติ** ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์จากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ทัศนคติที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- **ศักยภาพความพร้อมด้านทักษะ** ได้แก่ ทักษะของภาคีที่เกี่ยวข้องด้านการสื่อสาร ทั้งการสื่อสารภาษาท้องถิ่น ภาษาต่างประเทศ ทักษะด้านการบริการ
- **ศักยภาพความพร้อมด้านสมรรถนะหลัก** ได้แก่ การพัฒนาและแสวงหาความรู้ด้านการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

โดยจากผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพความพร้อมด้านความรู้ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีศักยภาพในด้านความรู้ในบางประเด็น เช่น ด้านทรัพยากรทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ความรู้ด้านการตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ความรู้ด้านการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีความรู้ด้านการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมถึงความรู้ในด้านมาตรฐานของสิ่งบริการและการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น การปฐมพยาบาลเบื้องต้น

ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น จึงส่งผลกระทบต่อไม่สามารถจัดบริการท่องเที่ยวและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ ขณะที่**ศักยภาพความพร้อมด้านทัศนคติพบว่า** กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ มีกำลังในการใช้จ่าย เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงได้มีทัศนคติด้านบวกต่อการเตรียมความพร้อมและปรับตัวการบริการในด้านต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เมื่อกล่าวถึง**ศักยภาพความพร้อมด้านทักษะ** พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวยังไม่มีศักยภาพความพร้อมในด้านทักษะ อาทิ ทักษะการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การสื่อสารในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากการขาดการเข้าถึงข้อมูลและข่าวสาร ขาดการประสานงานจากหน่วยงานภาครัฐส่วนกลาง เป็นต้น อีกทั้งทักษะด้านการบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ทักษะการบริการผู้สูงอายุ ทักษะในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ทักษะในการดูแลความปลอดภัยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น**ด้านศักยภาพความพร้อมด้านสมรรถนะหลัก** พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านมีศักยภาพด้านความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทำงานตามกฎระเบียบ พร้อมทั้งยังพัฒนาและแสวงหาความรู้ด้านการบริการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ แต่ยังขาดการประสานงานร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 2:** ศึกษาความต้องการกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

โครงการวิจัยย่อยที่ 2 “การศึกษาความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา” มีวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ เพื่อศึกษาลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา และเสนอแนวทางการพัฒนากิจกรรมและการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความนิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา การศึกษาความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ (Survey research) จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 384 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 384 คน โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close - ended questionnaire) และปลายเปิด (Open – ended questionnaire) ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้นคณะวิจัยได้กำหนดนักท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจนตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนา แยกตามเชื้อชาติของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ แบ่งเป็น 1) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย 2) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน 3) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น 4) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป 5) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปอเมริกา และ

6) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาติอื่น ๆ นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งนำไปสู่การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนากิจกรรมและการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความนิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาต่อไป อีกทั้งศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ รายงานการวิจัย สื่อสิ่งพิมพ์ด้านการท่องเที่ยว รวมถึงแหล่งข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัยและใช้อ้างอิงเปรียบเทียบกับผลการวิจัยของการศึกษาครั้งนี้

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนามีความแตกต่างกันไปในแต่ละเชื้อชาติ ดังนี้

**นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย** มากกว่าครึ่งเดินทางท่องเที่ยวในทุกฤดูกาล ชอบท่องเที่ยวในวันธรรมดาที่ไม่ใช่ช่วงเทศกาล ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยอีก 1 ใน 4 ชอบเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดยาว และวันเสาร์-อาทิตย์ โดยมักเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว กว่าร้อยละ 80 นิยมใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เลือกพักในโรงแรมและรีสอร์ท นักท่องเที่ยวกว่าครึ่งจะใช้เวลาท่องเที่ยวไม่มากในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง *ด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว* นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยให้ความสำคัญกับบรรยากาศ การบริการด้านความปลอดภัย และสภาพอากาศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนการวางแผนการท่องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยเกินครึ่งคิดว่าจะเดินทางท่องเที่ยวแน่นอน อีกร้อยละ 40 ยังไม่แน่ใจ และเกือบทั้งหมดตอบว่า ยังต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด ส่วน*ปัญหาที่พบจากการเดินทางท่องเที่ยว*นั้น ได้แก่ ปัญหาจากสภาพร่างกายที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ปวดเมื่อยเวลานั่งรถนาน ๆ ปวดเข่าเวลาเดินมาก ๆ หรือต้องขึ้นลงบันได เป็นต้น

**นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน** มักเดินทางท่องเที่ยวในทุกฤดูกาล ชื่นชอบท่องเที่ยวในวันธรรมดาที่ไม่ใช่ช่วงเทศกาล วางแผนการท่องเที่ยวร่วมกับผู้ร่วมเดินทาง โดยมากจะท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว แต่จะมีบางส่วนชอบมาท่องเที่ยวกับเพื่อน สำหรับพาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยว นอกจากเครื่องบินที่ใช้ในการเดินทางข้ามประเทศแล้ว ส่วนใหญ่ใช้รถบัสส่วนตัว รถไฟ และแท็กซี่ในการเดินทางในพื้นที่ ผู้สูงอายุชาวจีนนิยมพักในโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ และยังมีพักในรีสอร์ทและเกสต์เฮาส์อีกด้วย มีเพียงส่วนน้อยที่ชอบพักในชนบทหรือโฮมสเตย์ของชุมชน การท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 7-9 วัน และ 4-6 วัน ตามลำดับ ด้านการวางแผนการท่องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนส่วนใหญ่คิดว่าจะไปเที่ยวแน่นอน และมีจำนวนเกินครึ่งที่ต้องการท่องเที่ยวเที่ยวประเทศไทย รองลงมาคือไปเที่ยวยุโรป เอเชีย และในอาเซียน ตามลำดับ สำหรับ*ปัญหาที่พบจากการเดินทาง*เกือบทั้งหมดมีปัญหาด้านการสื่อสารและภาษา ปัญหาการถูกหลอกลวง และปัญหาอุบัติเหตุด้วย ในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนให้ความสำคัญกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวมาเป็นอันดับที่หนึ่ง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับสถานที่พัก อธิปไตยไม่ตรีของคนท้องถิ่น การบริการด้านความปลอดภัย และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวมาเป็นอันดับต้นๆ

**นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น** นั้น เกือบทั้งหมดเดินทางท่องเที่ยวในทุกฤดูกาล ชอบท่องเที่ยวในวันธรรมดาที่ไม่ใช่ช่วงเทศกาล บางส่วนชอบท่องเที่ยวในช่วงที่มีการจัดงานเทศกาล งานประเพณีต่าง ๆ มักเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นมักวางแผนและจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง สำหรับนักท่องเที่ยวที่มากับคู่สมรสก็จะวางแผนและจัดรายการท่องเที่ยวร่วมกัน มีบางส่วนใช้บริการของบริษัททัวร์ สำหรับพาหนะที่ใช้เดินทางนอกจากเครื่องบินแล้ว ส่วนใหญ่ใช้บริการรถบัสนำเที่ยว รถตุ๊กตุ๊ก และรถแท็กซี่ ตามลำดับ นิยมพักในโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ การท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะใช้เวลาท่องเที่ยวประมาณ 7-9 วัน ในด้านการคาดการณ์การท่องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเกินครึ่งคิดว่าจะไปเที่ยวแน่นอน ขณะที่อีก 1 ใน 4 ยังไม่แน่ใจ ชาวญี่ปุ่นมากถึงร้อยละ 60 ต้องการกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทย สำหรับปัญหาที่พบจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีปัญหาสุขภาพของนักท่องเที่ยวเอง และยังพบปัญหาถูกหลอกลวง และอุบัติเหตุอีกด้วย สำหรับในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับอาหารและเครื่องดื่ม บรรยากาศ และอสังหาริมทรัพย์ของคนท้องถิ่น ตามลำดับ

**นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรป** ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวในทุกฤดูกาล จำนวนเกือบครึ่งชอบท่องเที่ยวในวันธรรมดาที่ไม่ใช่ช่วงเทศกาล และ 1 ใน 4 ชอบท่องเที่ยวในวันหยุดยาว เช่นเดียวกับจำนวนเกือบครึ่งมักเดินทางมาท่องเที่ยวกับครอบครัว และจะวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกับผู้ร่วมเดินทาง รองลงมาคือวางแผนและจัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง สำหรับพาหนะที่ใช้เดินทาง นอกจากเดินทางโดยเครื่องบินแล้ว ส่วนใหญ่ใช้รถไฟและรถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางในอัตราส่วนที่เท่าๆ กัน นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเกือบร้อยละ 80 นิยมพักในโรงแรม บางส่วนเลือกพักเกสต์เฮาส์ การท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะใช้เวลาท่องเที่ยวมากกว่า 15 วัน รองลงมาคือใช้เวลาประมาณ 10 - 12 วัน ในด้านการวางแผนการท่องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปเกือบทั้งหมดคิดว่าจะไปเที่ยวแน่นอน และต้องการจะเที่ยวประเทศไทยมากถึงร้อยละ 77 สำหรับปัญหาที่พบจากการเดินทางส่วนใหญ่มีปัญหาการสื่อสาร/ภาษา และบางส่วนถูกหลอกลวง โดนโกง ในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปให้ความสำคัญกับอาหารและเครื่องดื่ม การบริการด้านความปลอดภัย อสังหาริมทรัพย์ของคนในท้องถิ่น และสถานที่พัก ตามลำดับ

**ขณะที่ผลการวิจัยเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา** จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุแต่ละเชื้อชาติมีความชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนาแตกต่างกัน ถึงแม้ว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวภาคเหนือตอนบนแล้ว ส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า จะต้องมาท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนาสักครั้งในชีวิต โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกต่อจากเพื่อน/ญาติพี่น้อง/คนรู้จัก นอกจากนั้นรับทราบข้อมูลจากเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยว และแอปพลิเคชันต่างๆ โดยวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม เรียนรู้ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์สถาน ตามลำดับ สำหรับ

กิจกรรมที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน ได้แก่ 1) การเยี่ยมชมวัดและศาสนสถาน/ชื่นชมโบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับศาสนา 2) เยี่ยมชมโบราณสถาน อาคารเก่าแก่ สถาปัตยกรรมในยุคสมัยต่าง ๆ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นประตูเมือง กำแพงเมือง ป้อม คูเมือง วัง คุ่ม รวมถึงอาคารราชการเก่าแก่ 3) สัมผัสอากาศหนาว ชมวิวพระอาทิตย์ขึ้น ทะเลหมอก สูดอากาศบริสุทธิ์ 4) ท่องเที่ยวเสริมดวงชะตา และ 5) เที่ยวและซื้อสินค้าในถนนคนเดิน/ตลาดเก่าในชุมชน จากการท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนาคั้งนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยเกินครึ่งมีความประทับใจในระดับมากที่สุดเกือบทั้งหมดไม่ผิดหวังจากการมาท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวคาดหวังอยากพบเห็นคนท้องถิ่นพูดภาษาเหนือ/ภาษาท้องถิ่น และคนท้องถิ่นสวมใส่เครื่องแต่งกายแบบล้านนา ขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยได้รับความสุขจากการท่องเที่ยว และการได้พักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย

**นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน** เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม การได้สัมผัสวิถีชีวิต/วิถีชุมชนของคนท้องถิ่น และเพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์ โบราณสถานต่าง ๆ ของดินแดนอารยธรรมล้านนา จำนวน 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวชาวจีนคิดว่า ภาคเหนือตอนบนของไทยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องมาให้ได้สักครั้งในชีวิต โดยกว่าครึ่งไม่เคยเดินทางมาเที่ยวภาคเหนือตอนบนมาก่อน ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกต่อจากเพื่อน ญาติพี่น้อง หรือคนรู้จัก รวมถึงจากเว็บไซต์ท่องเที่ยวและแอปพลิเคชันต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยว และโทรทัศน์ ตามลำดับ สำหรับกิจกรรมที่ดึงดูดให้ผู้สูงอายุชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน ได้แก่ การเยี่ยมชมวัดและศาสนสถาน ชื่นชมโบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับศาสนา รองลงมาคือ การท่องเที่ยวเสริมดวงชะตา และชมงานพุทธศิลป์ โดยคาดหวังว่าคนท้องถิ่นจะสวมใส่เครื่องแต่งกายแบบล้านนา อีกทั้งพบ สิ่งปลูกสร้างและอาคารเก่าแก่ที่มีคุณค่า ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนส่วนใหญ่มีความประทับใจมากสำหรับการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน และหลังจากการท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนา ได้พักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย รวมถึงได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ จากการมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ร่วมเดินทางด้วย

**นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น** กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม เพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และการได้สัมผัสวิถีชีวิต/วิถีชุมชนของคนท้องถิ่น ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเที่ยวภาคเหนือตอนบนแล้ว โดยนักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกต่อจากเพื่อน/ญาติพี่น้อง/คนรู้จัก นอกจากนี้ยังพบว่า รับทราบข้อมูลจากเอกสารด้านการท่องเที่ยว แผ่นพับ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และเว็บไซต์ท่องเที่ยวและแอปพลิเคชันต่าง ๆ ขณะที่กิจกรรมที่ดึงดูดให้ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การได้ชิมอาหารพื้นเมือง 2) การเยี่ยมชมวัดและศาสนสถาน ชื่นชมวัดพุทธโบราณต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาตลอดจน 3) การเยี่ยมชมโบราณสถาน อาคารเก่าแก่ สถาปัตยกรรมในยุคสมัยต่าง ๆ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ เช่น กำแพงเมือง คูเมือง คุ่ม อาคารเก่าแก่ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นคาดหวังว่า เมื่อมาเที่ยวจะพบเมืองที่เต็มไปด้วยสิ่งปลูกสร้าง/อาคารเก่าแก่ที่มีคุณค่า คนท้องถิ่น

พูดภาษาเหนือ/ภาษาท้องถิ่น และสิ่งที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ได้รับกลับไปคือ การได้พักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย และได้ความรู้/ประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน

**นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรป** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม และชื่นชมศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งเคยเดินทางมาเที่ยวภาคเหนือตอนบนแล้ว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกต่อจากเพื่อน/ญาติพี่น้อง/คนรู้จัก จากเว็บไซต์ท่องเที่ยวและแอปพลิเคชันมือถือ และจากบริษัทนำเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งกิจกรรมที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน ได้แก่ การเยี่ยมชมวัดและศาสนสถาน ชื่นชมโบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับศาสนา การเยี่ยมชมโบราณสถาน อาคารเก่าแก่ สถาปัตยกรรมต่าง ๆ ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และการชิมอาหารพื้นเมือง พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปรู้สึกประทับใจในระดับมากที่สุดสำหรับการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน โดยนักท่องเที่ยวอยากพบเห็นคนท้องถิ่นพูดภาษาเหนือ/ภาษาท้องถิ่น และพบเมืองที่เต็มไปด้วยสิ่งปลูกสร้าง/อาคารเก่าแก่ที่มีคุณค่า และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปส่วนใหญ่ได้รับความสุขจากการท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ การพักผ่อน/ฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย

**นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปอเมริกา** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อชื่นชมศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี เพื่อได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์สถาน โดยนักท่องเที่ยวเกินครึ่งเคยเดินทางมาเที่ยวภาคเหนือตอนบนแล้ว ขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกต่อจากเพื่อน/ญาติพี่น้อง/คนรู้จัก เว็บไซต์ท่องเที่ยวและแอปพลิเคชันต่าง ๆ และจากบริษัทนำเที่ยว ตามลำดับ อีกทั้งกิจกรรมเยี่ยมชมวัดและศาสนสถานที่เกี่ยวข้องกับศาสนา การเที่ยวและซื้อสินค้าในถนนคนเดิน/ตลาดเก่าในชุมชน รวมถึงการเยี่ยมชมโบราณสถาน อาคารเก่าแก่ต่าง ๆ ดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยนักท่องเที่ยวคาดหวังจะคนท้องถิ่นสวมใส่เครื่องแต่งกายแบบล้านนา และเมืองที่เต็มไปด้วยสิ่งปลูกสร้าง/อาคารเก่าแก่ที่มีคุณค่า ขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสุขจากการท่องเที่ยว และการได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่จากต่างแดน (รายละเอียดลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ สรุปได้ดัง ตารางที่ แผน-5)

ตารางที่ แผน-5 สรุปลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ  
ที่มา: โครงการย่อยที่ 2 แผนงานวิจัยในครั้งนี้

| ลักษณะ<br>การบริโภค<br>การท่องเที่ยว    | นักท่องเที่ยว<br>ชาวไทย                                      | นักท่องเที่ยว<br>ชาวจีน                                      | นักท่องเที่ยว<br>ชาวญี่ปุ่น                                                                       | นักท่องเที่ยว<br>จากทวีปยุโรป                                                                     | นักท่องเที่ยว<br>จากทวีป<br>อเมริกา                                                |
|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| ฤดูที่ชอบ<br>ท่องเที่ยว                 | 1) ไม่เจาะจง<br>2) ฤดูหนาว                                   | 1) ไม่เจาะจง<br>2) ฤดูหนาว                                   | 1) ไม่เจาะจง<br>2) ฤดูร้อน                                                                        | 1) ไม่เจาะจง<br>2) ฤดูร้อน                                                                        | 1) ไม่เจาะจง<br>2) ฤดูหนาว                                                         |
| ช่วงเวลา<br>ที่ชอบท่องเที่ยว            | 1) วันธรรมดา<br>2) วันหยุดยาว                                | 1) วันธรรมดา<br>2) วันหยุดยาว                                | 1) วันธรรมดา<br>2) ช่วงที่มีงาน<br>เทศกาล/<br>งานประเพณี                                          | 1) วันธรรมดา<br>2) วันหยุดยาว                                                                     | 1) วันธรรมดา<br>2) ช่วงที่มีงาน<br>เทศกาล/<br>งานประเพณี                           |
| ผู้ร่วมเดินทาง                          | ครอบครัว                                                     | ครอบครัว                                                     | เพื่อน                                                                                            | ครอบครัว                                                                                          | คู่สมรส                                                                            |
| พาหนะที่ใช้                             | 1) รถยนต์<br>2) เครื่องบิน<br>3) รถบัสนำ<br>เที่ยว           | 1) เครื่องบิน<br>2) รถบัสนำ<br>เที่ยว<br>3) รถไฟ             | 1) เครื่องบิน<br>2) รถบัสนำ<br>เที่ยว<br>3) ตุ๊กตุ๊ก และ<br>Taxi<br><br>(อันดับ 3 มี 2<br>รายการ) | 1) เครื่องบิน<br>2) รถไฟ และ<br>รถยนต์<br>3) รถโดยสาร<br>สาธารณะ<br><br>(อันดับ 2 มี 2<br>รายการ) | 1) เครื่องบิน<br>2) Taxi<br>3) รถไฟ และ<br>รถยนต์<br><br>(อันดับ 3 มี 2<br>รายการ) |
| ที่พัก                                  | 1) โรงแรม<br>2) รีสอร์ท                                      | 1) โรงแรม<br>2) รีสอร์ท                                      | 1) โรงแรม<br>2) เกสต์เฮ้าส์                                                                       | 1) โรงแรม<br>2) เกสต์เฮ้าส์                                                                       | 1) โรงแรม<br>2) เกสต์เฮ้าส์                                                        |
| การท่องเที่ยว<br>ในอีก 5 ปี<br>ข้างหน้า | เที่ยวแน่นอน<br>(ร้อยละ 57.18)<br>ไม่แน่ใจ<br>(ร้อยละ 41.51) | เที่ยวแน่นอน<br>(ร้อยละ 85.26)<br>ไม่แน่ใจ<br>(ร้อยละ 14.74) | เที่ยวแน่นอน<br>(ร้อยละ 58.62)<br>ไม่แน่ใจ<br>(ร้อยละ 25.86)                                      | เที่ยวแน่นอน<br>(ร้อยละ 91.73)<br>ไม่แน่ใจ<br>(ร้อยละ 8.27)                                       | เที่ยวแน่นอน<br>(ร้อยละ 86.21)<br>ไม่แน่ใจ<br>(ร้อยละ 12.07)                       |
| เวลาที่ใช้<br>ท่องเที่ยว                | น้อยกว่า 4 วัน                                               | 7 – 9 วัน                                                    | 7 – 9 วัน                                                                                         | มากกว่า 15 วัน                                                                                    | มากกว่า 15 วัน                                                                     |
| สถานที่<br>ท่องเที่ยวใน<br>อนาคต        | ประเทศไทย<br>(ร้อยละ 92.95)<br>อาเซียน<br>(ร้อยละ 23.76)     | ประเทศไทย<br>(ร้อยละ 63.54)<br>ยุโรป<br>(ร้อยละ 53.13)       | ประเทศไทย<br>(ร้อยละ 60.34)<br>เอเชีย<br>(ร้อยละ 24.14)                                           | ประเทศไทย<br>(ร้อยละ 76.87)<br>เอเชีย<br>(ร้อยละ 61.94)                                           | ประเทศไทย<br>(ร้อยละ 55.17)<br>เอเชีย<br>(ร้อยละ 48.28)                            |

| ลักษณะ<br>การบริโภค<br>การท่องเที่ยว                                  | นักท่องเที่ยว<br>ชาวไทย                                                | นักท่องเที่ยว<br>ชาวจีน                                                                              | นักท่องเที่ยว<br>ชาวญี่ปุ่น                                                       | นักท่องเที่ยว<br>จากทวีปยุโรป                                                            | นักท่องเที่ยว<br>จากทวีป<br>อเมริกา                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| การให้<br>ความสำคัญ<br>ของ<br>องค์ประกอบ<br>การท่องเที่ยว             | 1) บรรยากาศ<br>2) ความ<br>ปลอดภัย<br>3) สภาพอากาศ                      | 1) ความ<br>หลากหลายของ<br>แหล่งท่องเที่ยว<br>2) สถานที่พัก<br>3) อสังหาริมทรัพย์<br>ของนักท่องเที่ยว | 1) อาหาร/<br>เครื่องดื่ม<br>2) บรรยากาศ<br>3) อสังหาริมทรัพย์<br>ของนักท่องเที่ยว | 1) อาหาร/<br>เครื่องดื่ม<br>2) ความ<br>ปลอดภัย<br>3) อสังหาริมทรัพย์<br>ของนักท่องเที่ยว | 1) อสังหาริมทรัพย์<br>ของนักท่องเที่ยว<br>2) ความ<br>หลากหลายของ<br>แหล่งท่องเที่ยว<br>3) อาหาร/<br>เครื่องดื่ม<br>4) บรรยากาศ<br>(อันดับ 2 มี 2<br>รายการ) |
| เคยมาเที่ยว<br>ภาคเหนือ<br>ตอนบน                                      | เคยมา<br>(ร้อยละ 87.16)                                                | ไม่เคยมา<br>(ร้อยละ 55.21)                                                                           | เคยมา<br>(ร้อยละ 86.21)                                                           | เคยมา<br>(ร้อยละ 56.49)                                                                  | เคยมา<br>(ร้อยละ 55.36)                                                                                                                                     |
| ภาคเหนือ<br>ตอนบนเป็น<br>สถานที่ที่คิดว่า<br>ต้องมาให้ได้<br>สักครั้ง | ใช่<br>(ร้อยละ 94.92)                                                  | ใช่<br>(ร้อยละ 73.91)                                                                                | ใช่<br>(ร้อยละ 96.55)                                                             | ใช่<br>(ร้อยละ 87.70)                                                                    | ใช่<br>(ร้อยละ 91.38)                                                                                                                                       |
| การรับทราบ<br>ข้อมูล<br>ท่องเที่ยว                                    | 1) การบอกต่อ<br>2) website/app<br>3) โทรศัพท์<br>4) บริษัทนำ<br>เที่ยว | 1) การบอกต่อ<br>2) website/<br>app<br>3) บริษัทนำ<br>เที่ยว<br>4) โทรศัพท์                           | 1) การบอกต่อ<br>2) เอกสาร แผ่น<br>พับ<br>3) website/app<br>4) นิตยสารนำ<br>เที่ยว | 1) การบอกต่อ<br>2) website/<br>app<br>3) บริษัทนำ<br>เที่ยว<br>4) โทรศัพท์               | 1) การบอกต่อ<br>2) website/app<br>3) บริษัทนำ<br>เที่ยว<br>4) โทรศัพท์                                                                                      |
| วัตถุประสงค์<br>ที่มาท่องเที่ยว                                       | 1) ชื่นชม<br>ธรรมชาติ<br>2) เรียนรู้<br>ประวัติศาสตร์<br>โบราณสถาน     | 1) ชื่นชม<br>ธรรมชาติ<br>2) สัมผัสวิถีชีวิต<br>คนท้องถิ่น                                            | 1) ชื่นชม<br>ธรรมชาติ<br>2) เรียนรู้<br>ประวัติศาสตร์<br>โบราณสถาน                | 1) ชื่นชม<br>ธรรมชาติ<br>2) ชื่นชม<br>ศิลปวัฒนธรรม                                       | 1) ชื่นชม<br>ศิลปวัฒนธรรม<br>2) เรียนรู้<br>ประวัติศาสตร์<br>โบราณสถาน                                                                                      |

| ลักษณะ<br>การบริโภค<br>การท่องเที่ยว              | นักท่องเที่ยว<br>ชาวไทย                                                                                                                                                                                                                                                                         | นักท่องเที่ยว<br>ชาวจีน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | นักท่องเที่ยว<br>ชาวญี่ปุ่น                                                                                                                                                                                                                                                                | นักท่องเที่ยว<br>จากทวีปยุโรป                                                                                                                                                                                                                                            | นักท่องเที่ยว<br>จากทวีป<br>อเมริกา                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                   | 3) ชื่นชม<br>ศิลปวัฒนธรรม                                                                                                                                                                                                                                                                       | 3) เรียนรู้<br>ประวัติศาสตร์<br>โบราณสถาน                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 3) สัมผัสวิถีชีวิต<br>คนท้องถิ่น                                                                                                                                                                                                                                                           | 3) เรียนรู้<br>ประวัติศาสตร์<br>โบราณสถาน<br><br>(อันดับ 1 มี 2<br>รายการ)                                                                                                                                                                                               | 3) สัมผัสวิถีชีวิต<br>คนท้องถิ่น<br><br>(อันดับ 2 มี 2<br>รายการ)                                                                                                                                                                                                       |
| กิจกรรม<br>ท่องเที่ยวที่<br>ดึงดูดให้มา<br>เที่ยว | 1) เยี่ยมชมวัด<br>ชื่นชม<br>โบราณวัตถุที่<br>เกี่ยวข้องกับ<br>ศาสนา<br>2) เยี่ยมชม<br>โบราณสถาน<br>อาคารเก่าแก่<br>สถาปัตยกรรม<br>ในยุคสมัยต่าง ๆ<br>3) สัมผัสอากาศ<br>หนาว ชมวิวพระ<br>อาทิตย์ขึ้น ทะเล<br>หมอก<br>4) ท่องเที่ยว<br>เสริมดวงชะตา<br>5) เที่ยวถนนคน<br>เดิน/ตลาดเก่า<br>ในชุมชน | 1) เยี่ยมชมวัด<br>ชื่นชม<br>โบราณวัตถุที่<br>เกี่ยวข้องกับ<br>ศาสนา<br>2) ท่องเที่ยว<br>เสริมดวงชะตา<br>3) ชมงานพุทธ<br>ศิลป์ เครื่อง<br>ประกอบ<br>พิธีกรรม<br>4) เยี่ยมเยือน<br>เรียนรู้ความงาม<br>ของชุมชน<br>เก่าแก่<br>5) เยี่ยมชม<br>โบราณสถาน<br>อาคารเก่าแก่<br>สถาปัตยกรรม<br>ในยุคสมัยต่าง ๆ<br>6) เที่ยวถนนคน<br>เดินและตลาด<br>เก่าในชุมชน<br>(อันดับ 2 มี 2<br>รายการ) | 1) ชิมอาหาร<br>พื้นเมือง<br>2) เยี่ยมชมวัด<br>ชื่นชม<br>โบราณวัตถุที่<br>เกี่ยวข้องกับ<br>ศาสนา<br>3) เยี่ยมชม<br>โบราณสถาน<br>อาคารเก่าแก่<br>สถาปัตยกรรม<br>ในยุคสมัยต่าง ๆ<br>4) เที่ยวถนนคน<br>เดินและตลาด<br>เก่าในชุมชน<br>5) ใช้บริการ<br>ฟื้นฟูสุขภาพ<br>นวด สปา ตาม<br>วิถีล้านนา | 1) เยี่ยมชมวัด<br>ชื่นชม<br>โบราณวัตถุที่<br>เกี่ยวข้องกับ<br>ศาสนา<br>2) เยี่ยมชม<br>โบราณสถาน<br>อาคารเก่าแก่<br>สถาปัตยกรรม<br>ในยุคสมัยต่าง ๆ<br>3) ชิมอาหาร<br>พื้นเมือง<br>4) ชมอุทยาน<br>ดอกไม้ สวน<br>พฤกษศาสตร์<br>5) เที่ยวถนนคน<br>เดินและตลาด<br>เก่าในชุมชน | 1) เยี่ยมชมวัด<br>ชื่นชม<br>โบราณวัตถุที่<br>เกี่ยวข้องกับ<br>ศาสนา<br>2) เที่ยวถนนคน<br>เดินและตลาด<br>เก่าในชุมชน<br>3) เยี่ยมชม<br>โบราณสถาน<br>อาคารเก่าแก่<br>สถาปัตยกรรม<br>ในยุคสมัยต่าง ๆ<br>4) ชิมอาหาร<br>พื้นเมือง<br>5) เที่ยว<br>ธรรมชาติ ดอย<br>ถ้ำ น้ำตก |

| ลักษณะ<br>การบริโภค<br>การท่องเที่ยว        | นักท่องเที่ยว<br>ชาวไทย                                                                 | นักท่องเที่ยว<br>ชาวจีน                                                                                                                 | นักท่องเที่ยว<br>ชาวญี่ปุ่น                                                                               | นักท่องเที่ยว<br>จากทวีปยุโรป                                                                                  | นักท่องเที่ยว<br>จากทวีป<br>อเมริกา                                                                                                |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| สิ่งที่วาดฝัน<br>เมื่อมาเที่ยว              | 1) คนท้องถิ่น<br>พูดภาษาเหนือ<br>2) คนท้องถิ่น<br>สวมใส่เครื่อง<br>แต่งกายแบบ<br>ล้านนา | 1) คนท้องถิ่น<br>สวมใส่เครื่อง<br>แต่งกายแบบ<br>ล้านนา<br>2) เมืองที่เต็มไปด้วย<br>สิ่งปลูก<br>สร้าง และ<br>อาคารเก่าแก่ที่มี<br>คุณค่า | 1) เมืองที่เต็มไปด้วย<br>สิ่งปลูกสร้าง<br>และอาคาร<br>เก่าแก่ที่มีคุณค่า<br>2) คนท้องถิ่น<br>พูดภาษาเหนือ | 1) คนท้องถิ่น<br>พูดภาษาเหนือ<br>2) เมืองที่เต็มไปด้วย<br>สิ่งปลูก<br>สร้าง และ<br>อาคารเก่าแก่ที่มี<br>คุณค่า | 1) คนท้องถิ่น<br>สวมใส่เครื่อง<br>แต่งกายแบบ<br>ล้านนา<br>2) เมืองที่เต็มไปด้วย<br>สิ่งปลูกสร้าง<br>และอาคาร<br>เก่าแก่ที่มีคุณค่า |
| สิ่งที่ได้รับ<br>กลับไปจาก<br>การท่องเที่ยว | ความสุขจาก<br>การท่องเที่ยว                                                             | ได้พักผ่อนและ<br>ฟื้นฟูสุขภาพ<br>ร่างกาย                                                                                                | ได้พักผ่อนและ<br>ฟื้นฟูสุขภาพ<br>ร่างกาย                                                                  | ความสุขจาก<br>การท่องเที่ยว                                                                                    | ความสุขจาก<br>การท่องเที่ยว                                                                                                        |

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 3:** ศึกษาจิตพิสัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

โครงการวิจัยย่อยที่ 3 มุ่งเน้นการออกแบบศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา จะทำการเชื่อมโยงข้อมูลความรู้ด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากแหล่งข้อมูลหลักต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น แหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก หน่วยงานราชการที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยว หรือผู้ที่สนใจข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากแหล่งข้อมูลหลักต่าง ๆ อีกทั้งเพื่อออกแบบรูปแบบ Data center ให้เป็นต้นแบบของศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมถึงเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ประโยชน์จาก Data center เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งขอบเขตของการศึกษานี้ มีดังนี้

1) ขอบเขตด้านข้อมูลประกอบการศึกษาด้านโครงสร้างฐานข้อมูล: ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรม ล้านนา ไม่น้อยกว่า 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา

2) ขอบเขตด้านข้อมูลประกอบการศึกษาด้านเทคนิค: ระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ ระบบความปลอดภัยด้านเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อรองรับการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้อัลกอริทึมในด้าน Association rule, classification และ clustering ซึ่งในการศึกษานี้ จะศึกษาความเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากแหล่งข้อมูลหลักต่าง ๆ จากนั้นนำโครงการที่ได้จาก

โครงการย่อยที่ 1 และย่อยที่ 2 มาวิเคราะห์และประมวลผลเกี่ยวกับ Data center เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา จากนั้นออกแบบรูปแบบ Data center ให้เป็นต้นแบบของศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ประโยชน์จาก Data center

ผลการทำวิจัยในครั้งนี้ จากการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์เพื่อให้สามารถออกแบบการใช้งานให้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ ผู้ที่นิยมใช้อินเตอร์เน็ตในการตอบแบบสอบถามเบื้องต้นของผู้ร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 289 คน เพื่อสำรวจความต้องการในการใช้งานด้านรูปแบบ อีกทั้งการแสดงผลที่เหมาะสมเพื่อนำมาออกแบบเว็บไซต์ และตรงตามความต้องการของผู้ใช้ พบว่า รูปแบบและขนาดอักษรที่ควรนำไปใช้คือ Browallia New ขนาด 36pt และข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่ต้องการให้แสดงบนเว็บไซต์ ได้แก่ ชื่อแหล่งท่องเที่ยว ที่ตั้ง เบอร์โทรศัพท์ เวลาเปิด-ปิด กิจกรรมที่จัดในแหล่งท่องเที่ยว เว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยว และประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนสีพื้นหลังของเว็บไซต์ที่ต้องการมากที่สุด คือ พื้นหลังสีขาว รองลงมาเลือกพื้นหลังสีเขียว

ต่อมาการดำเนินงานได้พัฒนาต้นแบบของศูนย์ข้อมูลที่มีเน้นการออกแบบศูนย์ข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาที่เชื่อมโยงข้อมูลความรู้ด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากแหล่งข้อมูลหลักต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่สนใจข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยต้นแบบของศูนย์ข้อมูลนี้ มีดังต่อไปนี้

1) องค์ประกอบด้านโครงสร้าง ได้แก่ อุปกรณ์ที่สำคัญภายในศูนย์ข้อมูลเพื่อให้ศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพและความปลอดภัย รายละเอียดของห้องที่รองรับอุปกรณ์เหล่านี้ รวมถึงบุคลากรที่ดูแลอุปกรณ์และข้อมูลทั้งหมดของศูนย์ข้อมูล

2) องค์ประกอบด้านระบบจัดการข้อมูล ซึ่งออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงแผนงานวิจัย โครงการย่อย 1 โครงการย่อย 2 และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอในรูปแบบตารางที่เข้าใจง่าย จัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ และ

3) องค์ประกอบในการนำองค์ความรู้ไปต่อยอด คือ การนำองค์ความรู้ที่ได้เพื่อไปต่อยอดให้ตรงความต้องการของผู้ใช้ขั้นสุดท้ายหรือการประยุกต์ใช้ศูนย์ข้อมูล

แนวทางการประยุกต์ใช้ที่นำเสนอ ได้แก่ การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโดยการตรวจสอบแหล่งของเมืองขาเข้าและเมืองปลายทางขาออก เพื่อหาความเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดในพื้นที่อารยธรรมและจังหวัดอื่นในประเทศไทย ที่สามารถนำไปพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

แนวทางที่สองในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยการตรวจสอบความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในกลุ่ม 5 จังหวัด ได้แก่ การค้นหารูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว การพักผ่อนในพื้นที่อารยธรรมล้านนา และผนวกกับลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยว ทำให้สามารถพัฒนาระบบแนะนำการท่องเที่ยวได้หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นระบบแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวตามลักษณะของบุคคลนั้น ๆ ระบบแนะนำที่พักตามงบประมาณหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และแนวทางที่สาม โครงการได้พัฒนา

ต้นแบบเว็บไซต์ที่รวมกับการวิเคราะห์พฤติกรรม นักท่องเที่ยว เสนอความสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวจากการวิเคราะห์พฤติกรรมในรูปแบบเว็บไซต์ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่อย่างไรก็ตามต้นแบบศูนย์ข้อมูลนี้ได้ศึกษาและออกแบบต้นแบบศูนย์ข้อมูลในครั้งนี้ ทำการพัฒนาจากเทคโนโลยีในปัจจุบัน ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต หากมีการเกิดเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นใหม่ ดังนั้นการพัฒนาศูนย์ข้อมูลเหล่านี้จึงควรมีการปรับปรุงและพัฒนาให้ดำเนินการอย่างเต็มประสิทธิภาพและข้อมูลมีความปลอดภัยกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อเนื่อง

**วัตถุประสงค์ข้อที่ 4:** แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand and supply side) และแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการทั้งจากการสำรวจข้อมูล การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่พร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมไปถึงขาดการบูรณาการการทำงานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาอย่างเป็นระบบ การขาดการสร้างความร่วมมือของเครือข่ายที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ ระดับท้องถิ่น และระดับชุมชน รวมถึงขาดงบประมาณในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ หรือภาคประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขาดบุคลากรทางการท่องเที่ยว ขาดระบบคมนาคมที่มีประสิทธิภาพในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่สามารถจะเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวภายในเมืองไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และประเด็นสำคัญอีกประการ คือ หน่วยงานทั้งภาครัฐเอกชน และภาคประชาชน ไม่ได้มีการบูรณาการการทำงานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุอย่างเป็นระบบ จึงเกิดเป็นแนวทางในการพัฒนาพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุด้านผู้ประกอบการ (Supply side) ได้ดังนี้คือ

**1. การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา**

พื้นที่อารยธรรมล้านนามีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีชื่อเสียงในระดับสากล โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งเอื้อต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เนื่องจากเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ มีนโยบายของรัฐบาลให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง ซึ่งนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุก็เป็นกลุ่มที่ถือได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงเช่นกัน ทำให้มีการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีนโยบายการเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัด และเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ทำให้มีทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจนขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จะต้องอาศัยงบประมาณจากภาครัฐเป็นสำคัญ ซึ่งบางครั้งอาจล่าช้า แต่ทว่าการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำเป็นต้องขับเคลื่อนไปอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปัจจุบัน เนื่องจากจำนวนของผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น และถูกมองว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวมีคุณภาพ และมีกำลังซื้อ ทำให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามขีดความสามารถในการรองรับของ

การท่องเที่ยวผู้สูงอายุยังคงต้องการการพัฒนาอีกมาก โดยพัฒนานั้นรวมถึงการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ อาทิ ที่พักซึ่งควรจำแนกออกเป็นที่พักหลายกลุ่ม หลายระดับ การบริการทางด้านการแพทย์และสาธารณสุขที่ได้มาตรฐาน สิ่งบริการสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำ ทางลาด จัดนั่งพัก เป็นต้น อีกทั้งยังมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสบาย ปลอดภัย ทั้งภายในแหล่งท่องเที่ยว และเชื่อมโยงภายในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อาจเริ่มจากการสร้างความร่วมมือในกลุ่มเครือข่ายท้องถิ่น หรือภาคประชาชนเล็ก จนขยายความร่วมมือไปยังเครือข่ายที่ใหญ่ขึ้น

## **2. การสร้างความเข้มแข็งทางการแข่งขันกับทุกกลุ่มองค์ประกอบย่อยในภาคการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ**

เมื่อสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มกับผู้ประกอบการจะพบว่า บางครั้งเมื่อเกิดปัญหาหรือต้องมีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ทางการท่องเที่ยวนั้น นอกจากยังต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นนโยบายการส่งเสริมการลงทุนสำหรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ การจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการประกอบการ ยังพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับผู้นำชุมชน หรือตัวแทนชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการส่วนหนึ่งเป็นผู้ประกอบการรายย่อย หรือเป็นผู้ประกอบการจากการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้นชาวบ้านไม่สามารถขับเคลื่อน หรือพัฒนาการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง ดังนั้นการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างทักษะที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแก่ชาวบ้านทั่วไป ที่นอกเหนือจากขับเคลื่อนโดยกลุ่มผู้นำ หรือตัวแทนชุมชน จึงเป็นเรื่องที่สำคัญอีกประการหนึ่ง อีกทั้งการศึกษายังพบว่า ผู้นำที่ขับเคลื่อนชุมชน ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักพัฒนา หรือตัวแทนหลักที่อยู่ในพื้นที่ที่แต่ละคนจะมีบทบาทความรับผิดชอบหลายอย่าง หลายหน้าที่ ดังนั้นอาจเกิดการดำเนินงานล่าช้า นอกจากนั้นตัวแทนชุมชนเหล่านี้ประสบกับภาวะเครียดจากการทำงานเพื่อชุมชน จนถึงกับเกิดภาวะถดถอยในการทำงานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะกระทบต่อการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาในระยะยาว เนื่องจากจุดเด่นของการท่องเที่ยวยังคงเป็นวิถีชุมชน อัตลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติในภาคเหนือตอนบนนั่นเอง

## **3. การเสริมสร้างความพร้อมของธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา**

อาทิ ร้านอาหาร ร้านค้าที่สามารถรองรับหรืออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ และเอื้ออำนวยสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ จะเห็นได้จากบางครั้งนักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวแถบภาคเหนือตอนบน แต่ประสบปัญหาในการจัดหาที่พักในการเดินทางที่มีระบบขึ้นลงรถด้วยเบาะปรับระดับได้ ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุที่ใช้วีลแชร์ หรือผู้สูงอายุที่มีปัญหาเกี่ยวกับกระดูกและข้อสามารถขึ้น-ลง รถดูน่าเที่ยวได้สะดวกขึ้น หรือรวมถึงการให้บริการของร้านอาหารที่ยังคงเป็นอาหารสำหรับบุคคลทั่วไป ขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุบางคน แม้จะสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้โดยไม่เป็นภาระแก่ลูกหลาน แต่มีข้อจำกัดในการรับประทานอาหารที่ต้องควบคุมเป็นพิเศษ เช่น ผู้ป่วยโรคเบาหวาน ผู้ป่วยโรคไขมันในเลือด เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไปธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในเขตอารยธรรมล้านนายังคงเป็นธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสำหรับบุคคลทั่วไปอยู่ เพื่อเพิ่มประสบการณ์อัน

ผลิตผลิตในการรับประทานอาหาร ถือเป็นการสร้างความเหมาะสม (Fitness) ระหว่างตัวนักท่องเที่ยวเองและสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ อีกด้วย

**4. การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ** แม่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มคนที่อายุมาก แต่ยังคงมองหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ มีความสนุกสนานสนใจที่จะพัฒนาตนเอง ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ดังนั้นกิจกรรมที่รองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ นอกจากควรเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับช่วงอายุ สุขภาพ ความสนใจแล้ว ควรส่งเสริมวิถีชีวิต ถ่ายทอดความเป็นอยู่ ประเพณีล้านนาผ่านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจกรรมที่แสดงออกถึงประเพณี วัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชนนั้น ๆ หากนำนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์มาออกแบบกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ อาทิ การให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมงานประเพณีผูกข้อมือเรียกขวัญในแบบล้านนา การทำหัตถกรรมงานฝีมือ ตุ๊กตาจากกระดาษสา หรือการนั่งช้างเหนียว ทำอาหารตามวิถีชุมชนล้านนา เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่จะสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาได้อย่างดียิ่ง

**5. การบูรณาการการทำงานของภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และลดความซ้ำซ้อนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ทั้งในระดับนโยบาย และระดับปฏิบัติการ** นอกจากนั้นยังหมายรวมถึงภาควิชาการ และภาคประชาชน เห็นได้จากการจัดทำแผนดำเนินการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือการฝึกอบรมยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือตอนบนนั้น ในระยะหลังมักได้รับการปฏิเสธจากหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการให้ความร่วมมือในการเข้ารับการฝึกอบรมต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวชุมชนที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตสำหรับผู้สูงอายุสะท้อนข้อมูลว่า ไม่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรม หรือการให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กับภาคส่วนต่าง ๆ เนื่องจากในปัจจุบันมีการขับเคลื่อนโครงการการพัฒนาต่าง ๆ ทับซ้อนกันเป็นจำนวนมากเกินไป ซึ่งกระทบเวลาการทำงานของชุมชน การใช้ชีวิตประจำวัน รวมถึงไม่เห็นประโยชน์จากกิจกรรมต่าง ๆ เห็นได้ว่า หากบางส่วนของงานยังคงปฏิบัติงานซ้ำซ้อนกัน ขาดการวางแผนเชื่อมโยงของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ย่อมส่งผลต่อความเบื่อหน่ายของภาคชุมชน เชื่อมโยงไปถึงความล่าช้าในการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในเขตอารยธรรมล้านนา

#### **6. การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ**

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยว มักจะแบ่งเป็นผู้ที่สุขภาพแข็งแรง ต้องการมาพักผ่อนและมีประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย แตกต่างกันไป ขณะที่อีกส่วนหนึ่งจะเป็นผู้สูงอายุที่มีปัญหาสุขภาพ ต้องการการพักผ่อน และต้องการมีคอยดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งจากการเก็บข้อมูลบางส่วนกับผู้ประกอบการในครั้งนี้ได้ให้ข้อมูลว่า ในช่วงที่ผ่านมาในเขตอารยธรรมล้านนา 5 จังหวัดของการศึกษารั้งนี้ยังขาดเครือข่ายของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ทั้งนี้จากปัญหาการขาดการรวมตัวของผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะภาครัฐ ย่อมทำให้ขาดโอกาสของการเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขัน การสร้างสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกื้อหนุนต่อการ

ประกอบการ เนื่องจากเครือข่ายของการประกอบการจะส่งเสริมให้เกิดการแบ่งปัน ถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ในการดำเนินงาน และต่อยอดสู่การเป็นพันธมิตรธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนี้ มีความพยายามในการรวมตัวของเครือข่ายผู้ประกอบการการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กับภาคส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาควิชาการ ภาครัฐ ภาคท้องถิ่น แต่ทว่าจะต้องสร้างบรรยากาศแห่งความเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) ในเครือข่ายให้มากขึ้นเช่นกัน

## **7. การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ**

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดสำหรับผู้สูงอายุยังมีอยู่น้อย และเป็นการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ชัดเจน ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงขาดสื่อในการถ่ายทอดข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ตลอดจนการส่งเสริมให้มีการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุกอย่างต่อเนื่อง ควรมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมให้เป็นที่ยึดเหนี่ยวนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุผ่านสื่อต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาด โดยการทำการตลาดเชิงรุก เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

## **8. การพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และมีองค์ความรู้เฉพาะสำหรับผู้สูงอายุ**

การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการจะต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ และความเข้าใจการดูแลผู้สูงอายุทั่วไป รวมถึงความเชี่ยวชาญในการดูแลนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดพิเศษ เช่น คนตาบอด หรือนักท่องเที่ยววีลแชร์ เป็นต้น นอกจากนี้การมีจิตวิทยาในการดูแลนักท่องเที่ยวสูงอายุจะช่วยสร้างความประทับใจแก่ผู้มาพักเช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าของการให้บริการ (Value - added Services) ซึ่งการใช้จิตวิทยาโดยใช้กลยุทธ์ที่มองข้ามข้อจำกัดทางอายุ นอกจากสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการอีกด้วย โดยการพัฒนาบุคลากรที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ควรมีการบูรณาการความเชี่ยวชาญจากหลายภาคส่วน อาทิ สถานพยาบาล สถาบันการศึกษา ภาครัฐ และภาคเอกชน เป็นต้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการให้บริการ ยิ่งไปกว่านั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานเชียงใหม่) ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโครงการเที่ยวทั่วไทยด้วยใจไม่จำกัด ซึ่งเป็นโครงการที่รองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ท่องเที่ยวเมืองเชียงใหม่อย่างสะดวกสบาย การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาเส้นทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยวให้ปลอดภัยและสะดวกเหมาะสำหรับการใช้รถเข็นและผู้สูงอายุ เห็นได้ว่าจังหวัดต่าง ๆ ตามเส้นทางอารยธรรมล้านนาต่างให้ความสำคัญและพยายามที่จะปรับปรุงพัฒนาเพื่อรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น

## **9. การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้า บริการทางการท่องเที่ยว**

จากแนวคิดการตลาด 4.0 ที่กำลังแพร่หลายในการประกอบการของไทย การเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว บนพื้นฐานอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมล้านนา วิถีชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดเด่นของพื้นที่อารยธรรมล้านนา ควรนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมา

สร้างศักยภาพทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ รวมถึงสร้างความสะดวกสบายระหว่างการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

**10. การสร้างทัศนคติที่ดีให้กับเจ้าของท้องถิ่น และผู้ประกอบการในการเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน** การสร้างจิตสำนึกในการประกอบการให้กับผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อตระหนักถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี อนุรักษ์รักษาท้องถิ่น และทรัพยากรไว้จะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีความยั่งยืน มีการรวมกลุ่มเป็นสมาคมเป็นองค์กรด้านการท่องเที่ยว เพื่อแบ่งปันข้อมูลของผู้ประกอบการมากกว่าการช่วงชิงโอกาสทางการตลาด ช่วยให้มีการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวของตนเองให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น แนวทางนี้เป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนควรมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้กับคนในชุมชนได้ตระหนักถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี จัดมาตรการทางสังคมเป็นบทลงโทษสำหรับคนที่ทำลาย หรือก่อให้เกิดความเสียหายแก่ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว แนวปฏิบัตินี้ยังช่วยเพิ่มความหลงใหลในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอีกทาง เนื่องจากจากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ย่อมส่งเสริมให้คุณภาพการให้บริการ อรรถประโยชน์ของคนท้องถิ่น การรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ สิ่งเหล่านี้กระตุ้นให้เกิดแรงดึงดูดใจ (Attractiveness) และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความสุขแก่นักท่องเที่ยวเช่นกัน

● **แนวทางการพัฒนาการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand Side)**

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ นอกจากทำการสำรวจข้อมูลจากผู้ประกอบการที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุแล้ว ยังทำการสำรวจนักท่องเที่ยวลักษณะการบริโภคการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการศึกษาข้อมูล เอกสาร งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ดังต่อไปนี้

**1. การใช้แนวคิดการตลาดแบบ Marketing 4.0 เน้นส่งมอบคุณค่า (Value for money) หรือความสุขจากการท่องเที่ยวแก่ผู้สูงอายุ** ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้และการมีส่วนร่วม (Co-creation) ระหว่างการท่องเที่ยว การได้ย้อนความทรงจำในช่วงเวลาวัยเยาว์ ผनวก รวมไปถึงวิถีท้องถิ่นของล้านนา ผ่านนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการประกอบการและสร้างการให้บริการที่ประทับใจมากกว่าเดิมซึ่งถือว่าเป็นกลยุทธ์สร้างสรรค์สินค้าเชิงคุณค่า

**2. การพัฒนาการสู่ตลาดมีคุณภาพทั้งในและต่างประเทศ** จากเดิมที่ตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา มักเจาะจงไปที่ตลาดระดับ Mass เน้นจำนวนและปริมาณของนักท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตภาคเหนือ จากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เอื้อให้ตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุควรปรับจากตลาด Mass ให้เข้าสู่ตลาดคุณภาพ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุซึ่งมีกำลังซื้อสูงระดับกลาง และระดับบน และ

ยังสามารถขยายตลาดให้อยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (Niche market) แต่จะพัฒนาตลาดนี้ ผู้ประกอบการจะต้องมีเอกลักษณ์ มีประสิทธิภาพในการส่งมอบบริการ สร้างความสามารถทางการแข่งขันให้สอดคล้องกับตลาดผู้สูงอายุ ดังกล่าวมาแล้วในแนวทางการพัฒนาพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ด้านผู้ประกอบการ (Supply side) ข้างต้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุจัดว่า เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีผูกพัน และมีความภักดีในการเลือกสินค้าและบริการ ดังนั้นการเพิ่มประสิทธิภาพของสินค้าทางการท่องเที่ยว และการสร้างบริการในตลาดคุณภาพ โดยไม่มุ่งเน้นการทำสงครามราคา แต่เน้นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสม อาทิ สินค้าเชิงสุขภาพที่รองรับ Health and wellness tourism การท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยว เรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น เป็นต้น จะทำให้ผู้ประกอบการในพื้นที่อารยธรรมล้านนาสามารถพัฒนาตลาดท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ดีขึ้น

**3. ด้านกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก** การสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายของการขยายตลาดท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้น พบว่า ควรมีการจัดการประชาสัมพันธ์ที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดี การสร้างความน่าเชื่อถือทางการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุอาจมีปัญหาทางสุขภาพ หรือมีภาวะเจ็บป่วย แต่ยังคงต้องการการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นการสร้างการรับรู้ถึงความเชื่อมั่นระหว่างนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการจัดโรดโชว์ (Road show) การจัดงานอีเว้นท์ (Event) ต่าง ๆ การกระจายข่าวสารผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ ย่อมเป็นโอกาสที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในระดับตลาดต่างประเทศ ควรเป็นการทำการตลาดเชิงรุกที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าใจว่า การท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อารยธรรมล้านนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ มีคุณภาพการบริการที่ได้มาตรฐาน สามารถส่งมอบประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และความสุขด้วยเอกลักษณ์ วิถีล้านนา ดังนั้นการพัฒนาการตลาดเชิงรุกจึงสามารถกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกหลงใหลในการท่องเที่ยวได้อีกทางหนึ่งเช่นกัน

**4. การพัฒนาช่องทางการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการตลาด (Tourism place and promotion)** ที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน ควรมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเชื่อมโยงร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสนใจ ซึ่งโปรแกรมดังกล่าวต้องตอบสนองสังคมยุคไซเบอร์ เช่น เว็บไซต์ (Website) ไลน์ (Line) เฟสบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น และมีการสร้างความหลากหลายของการส่งมอบข้อมูลดังกล่าวประกอบการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวในภาษาที่หลากหลาย การใช้เทคโนโลยีและสื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเข้าถึงการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของทุกกลุ่มเป้าหมาย นอกเหนือจากกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้นี้ยังพบว่า ผู้สูงอายุมักจะมีครอบครัว และ/หรือลูกหลานจัดการการท่องเที่ยวให้ โดยเฉพาะประชากรเจนวาย และเจนแซด ซึ่งเป็นกลุ่มที่เติบโตมากับเทคโนโลยีเครื่องมือการสื่อสารที่ทันสมัย อีกทั้งใช้ชีวิตเข้าถึงโลกออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมควรมีการคำนึงถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์กับการเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

5. กลยุทธ์ขยายการตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ ซึ่งเป็นพัฒนาการตลาดตามความสนใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุเฉพาะกลุ่มแต่ละเชื้อชาติ อาทิ นักท่องเที่ยวชาวจีนซึ่งพบว่า ให้ความสำคัญกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว แนวทางในการพัฒนากิจกรรมและการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความนิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน จึงควรเน้นความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) อยู่บนอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และมีเสน่ห์ของความแตกต่างทางวัฒนธรรม แต่ต้องสร้างให้นักท่องเที่ยวจีนรู้สึกถึงคุณค่า คำนึงค่ากับการใช้จ่าย เมื่อเทียบกับประสบการณ์ที่จะได้จากการท่องเที่ยว (Value for experience) หรือนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่นชื่นชอบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ (Education) และใส่ใจเรื่องสุขภาพ การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นควรมีโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness tourism program) ที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูสุขภาพ นวด สปา แต่ผสมผสานเชื่อมโยงกับวิถีล้านนาอย่างครบวงจร พร้อมเมนูอาหารปลอดสารพิษจากวัตถุดิบท้องถิ่นล้านนาแสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ และความหลากหลายของทรัพยากร (Richness) ในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

6. เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Identity of tourist destination) เรายังพบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวมาในพื้นที่อารยธรรมล้านนาต่างคาดหวังที่จะได้เห็น ได้สัมผัสวิถีชีวิตล้านนาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายแบบล้านนา อาคาร สถานที่ที่มีสถาปัตยกรรมล้านนา รวมถึงภาษาพูดล้านนา จึงจัดได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเชิงวัฒนธรรมที่มีแรงบันดาลใจทางวัฒนธรรม (Culturally inspired) นั่นเอง ดังนั้นการสร้างแรงดึงดูดใจ (Attractiveness) ด้วยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความสามารถในการแข่งขันโดยการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว รวมถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวสูงอายุ อีกทั้งส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ผ่านประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว การสัมผัสความหลากหลายของวัฒนธรรมในแต่ละชุมชน (Local experiences) เช่น การเข้าพักในชุมชน การเรียนการทำอาหารล้านนา การมีส่วนร่วมในการทำหัตถกรรมล้านนา ตุง โคม หรือลองการนวดแผนไทย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มุ่งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาอยู่ในไทยมากยิ่งขึ้น และเกิดการใช้จ่ายสูงขึ้นด้วย แม้ว่าภาคเหนือตอนบน และประเทศไทยจะมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม แต่การพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ จะต้องมีการออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมสอดคล้องความต้องการของผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความประทับใจและการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว

## ตารางที่ แผน-6 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ จะพบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ควรมีแผนปฏิบัติการ (Action Plan) เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยแผนปฏิบัติการที่ได้มาจากการลงพื้นที่ และข้อค้นพบของโครงการย่อยทั้ง 3 โครงการ ซึ่งจะมุ่งขับเคลื่อนใน 3 ประเด็นหลัก คือ การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุอย่างยั่งยืน และการกระตุ้นการรับรู้ และสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังต่อไปนี้

| โครงการ                                                                                                                         | แผนปฏิบัติการ |             |         | ผู้รับผิดชอบ                                                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                 | ระยะเร่งด่วน  | ระยะปานกลาง | ระยะยาว |                                                                                                                                                                                                                                           |
| ● การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา                                             |               |             |         |                                                                                                                                                                                                                                           |
| 1. ด้านนโยบาย                                                                                                                   |               |             |         |                                                                                                                                                                                                                                           |
| การกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์ในการประกอบการเพื่อรองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีมาตรฐานและศักยภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว | √             |             |         | <ul style="list-style-type: none"><li>- กรมการท่องเที่ยว</li><li>- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า</li><li>- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li><li>- หอการค้าไทย</li><li>- สมาคมการท่องเที่ยวต่าง ๆ</li></ul>                                     |
| การกำหนดมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ                                                           | √             |             |         | <ul style="list-style-type: none"><li>- กรมการท่องเที่ยว</li><li>- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li><li>-สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา</li><li>- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด</li><li>- สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์</li></ul> |
| การเตรียมความพร้อมด้านการลงทุนเพื่อกระตุ้นความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุระหว่างพันธมิตรจากนานาชาติ                |               | √           |         | <ul style="list-style-type: none"><li>- กรมการท่องเที่ยว</li><li>-สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน</li><li>- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)</li></ul>                                                             |

| โครงการ                                                                                                                                 | แผนปฏิบัติการ    |                 |             | ผู้รับผิดชอบ                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                         | ระยะ<br>เร่งด่วน | ระยะ<br>ปานกลาง | ระยะ<br>ยาว |                                                                                                                                                                                               |
|                                                                                                                                         |                  |                 |             | -การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย<br>- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด                                                                                                                             |
| <b>2. ด้านสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว</b>                                                                                          |                  |                 |             |                                                                                                                                                                                               |
| การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ                                                                          | √                |                 |             | - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด<br>-การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย<br>-สำนักงานจังหวัด/เทศบาลเมือง<br>-พัฒนาชุมชนจังหวัด<br>-องค์กรส่วนท้องถิ่น<br>- ส ม า ค ม ด ำ น ก า ร<br>ท่องเที่ยวต่าง ๆ |
| การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของสินค้าและบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุควบคู่ไปกับการสอดแทรกวิถีชีวิต ภูมิปัญญาของล้านนา            | √                |                 |             | - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด<br>- สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ<br>- พัฒนาชุมชนจังหวัด<br>- สภาอุตสาหกรรมจังหวัด<br>- วัฒนธรรมจังหวัด<br>- สถาบันการศึกษา                                    |
| การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุโดยขับเคลื่อนทุกระดับของการพัฒนาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องภายใต้หลักธรรมาภิบาล | √                |                 |             | - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด<br>- เทศบาลเมือง<br>- องค์กรส่วนท้องถิ่น<br>- ส ม า ค ม ด ำ น ก า ร<br>ท่องเที่ยวต่าง ๆ                                                                    |
| การมุ่งเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพและขยายฐานนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากภูมิภาคใกล้เคียง                                             |                  | √               |             | - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย<br>- กระทรวงต่างประเทศ<br>- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว                                                                                                              |

| โครงการ                                                                                                                   | แผนปฏิบัติการ    |                 |             | ผู้รับผิดชอบ                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                           | ระยะ<br>เร่งด่วน | ระยะ<br>ปานกลาง | ระยะ<br>ยาว |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                                                           |                  |                 |             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- หอการค้าจังหวัด</li> <li>- สมาคมด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ</li> </ul>                                                                                                                                                                                      |
| การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุทั้งนักท่องเที่ยวไทยและต่างประเทศ          |                  |                 | √           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย</li> <li>- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)</li> <li>- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ</li> <li>- สมาคมด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ</li> <li>- สถาบันการศึกษา</li> </ul> |
| การสร้างตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ตลอดจนการสร้าง Branding โดยสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่อารยธรรมล้านนา | √                |                 |             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย</li> <li>- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)</li> <li>- สมาคมผู้ประกอบการต่าง ๆ</li> <li>- สมาคมด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ</li> <li>- สถาบันการศึกษา</li> </ul>    |
| <b>3. ด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว</b>                                                                                 |                  |                 |             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| การพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุภายใต้บริบทล้านนา                                                        | √                |                 |             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด</li> <li>- สถาบันการศึกษา</li> <li>- สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (PMAT)</li> </ul>                                                                                                                             |

| โครงการ                                                                                                                                   | แผนปฏิบัติการ    |                 |             | ผู้รับผิดชอบ                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                           | ระยะ<br>เร่งด่วน | ระยะ<br>ปานกลาง | ระยะ<br>ยาว |                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                                                                           |                  |                 |             | - สมาคมด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ                                                                                                                                                   |
| การพัฒนาองค์ความรู้ในการดูแล ปฐมพยาบาลให้ความช่วยเหลือเบื้องต้นแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ                                                 | √                |                 |             | - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด<br>- สำนักงานสาธารณสุข/โรงพยาบาล<br>- สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด<br>- สมาคมด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ                              |
| การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ                                                                 | √                |                 |             | - กรมทางหลวง<br>- กรมการท่องเที่ยว<br>- แขวงทางหลวงจังหวัด<br>- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด<br>- สถานีตำรวจภูธร                                                             |
| การจัดทำระบบฐานข้อมูล และระบบสารสนเทศเพื่อประกอบการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว และรองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา |                  | √               |             | - สำนักงานพาณิชย์จังหวัด/กรมทรัพย์สินทางปัญญา<br>- สำนักพัฒนาธุรกิจการค้า<br>- หน่วยงานภายใต้สังกัดกระทรวงไอซีที<br>- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด<br>- สถาบันการศึกษาต่าง ๆ |
| การสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในพื้นที่อารยธรรมล้านนาให้นักท่องเที่ยว                                                                   |                  |                 | √           | - สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด<br>- สำนักงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยจังหวัด<br>- สถานีตำรวจภูธร<br>- เทศบาลนคร/เทศบาลเมือง                                                  |

| โครงการ                                                                                                                              | แผนปฏิบัติการ    |                 |             | ผู้รับผิดชอบ                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                      | ระยะ<br>เร่งด่วน | ระยะ<br>ปานกลาง | ระยะ<br>ยาว |                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                      |                  |                 |             | - องค์กรปกครองส่วน<br>ท้องถิ่น                                                                                                                                                                     |
| <b>● การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุอย่างยั่งยืน</b>                                                                                 |                  |                 |             |                                                                                                                                                                                                    |
| การสร้างความตระหนักในการดูแล<br>นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาท่องเที่ยวใน<br>ประเทศไทย                                                |                  | ✓               |             | - สำนักงานท่องเที่ยวและ<br>กีฬาจังหวัด<br>- สำนักงานพัฒนาสังคม<br>และความมั่นคงของมนุษย์<br>- สถาบันการศึกษา<br>- องค์การบริหารส่วน<br>ท้องถิ่น                                                    |
| การสร้างจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดี<br>ให้กับชุมชน หรือคนในพื้นที่ที่รองรับ<br>นักท่องเที่ยว                                        | ✓                |                 |             | - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย<br>- สำนักงานท่องเที่ยวและ<br>กีฬาจังหวัด<br>- สถาบันการศึกษา<br>- สำนักงานประชาสัมพันธ์<br>จังหวัด                                                                   |
| การวางแผนและกำหนดมาตรการเพื่อ<br>การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและ<br>สิ่งแวดล้อมที่รองรับการท่องเที่ยว<br>ผู้สูงอายุอย่างเหมาะสม และยั่งยืน |                  |                 | ✓           | - สำนักงานท่องเที่ยวและ<br>กีฬาจังหวัด<br>- เทศบาลนคร/ เทศบาล<br>เมือง<br>- สำนักนโยบายและแผน<br>ทรัพยากรธรรมชาติและ<br>สิ่งแวดล้อม<br>- หน่วยงานภายใต้กรม<br>อุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า<br>และพรรณพืช |
| การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน<br>ภาครัฐ และภาคเอกชนในห่วงโซ่คุณค่า<br>การท่องเที่ยวผู้สูงอายุ                                     |                  |                 | ✓           | - สำนักงานท่องเที่ยวและ<br>กีฬาจังหวัด<br>- หอการค้าจังหวัด<br>- สภาอุตสาหกรรมจังหวัด<br>- สมาคมผู้ประกอบการ<br>ต่าง ๆ                                                                             |

| โครงการ                                                                                                                                                                                                             | แผนปฏิบัติการ    |                 |             | ผู้รับผิดชอบ                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                     | ระยะ<br>เร่งด่วน | ระยะ<br>ปานกลาง | ระยะ<br>ยาว |                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                     |                  |                 |             | - องค์การบริหารส่วน<br>ท้องถิ่น                                                                                                                                      |
| การหาแหล่งเงินทุนเพื่อกระตุ้น<br>สนับสนุนผู้ประกอบการ หรือชุมชนที่<br>ต้องการเข้าสู่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยว<br>สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความเข้มแข็ง<br>ตั้งแต่ระดับวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจ<br>ขนาดกลางและขนาดย่อม |                  | ✓               |             | - สถาบันพัฒนาวิสาหกิจ<br>ขนาดกลางและขนาดย่อม<br>(ISMED)<br>- หอการค้าจังหวัด<br>- สำนักงานคณะกรรมการ<br>ส่งเสริมการลงทุน<br>- สถาบันการเงิน/ ธนาคาร                  |
| <b>● การกระตุ้นการรับรู้ และสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ</b>                                                                                                                                           |                  |                 |             |                                                                                                                                                                      |
| การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายและ<br>ยกระดับการทำงานร่วมกันในการ<br>พัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ<br>ทั้งภายในและภายนอกพื้นที่อารยธรรม<br>ล้านนา                                                             | ✓                |                 |             | - สำนักงานท่องเที่ยวและ<br>กีฬาจังหวัด<br>- การท่องเที่ยวแห่ง<br>ประเทศไทย<br>- หอการค้าจังหวัด<br>- สภาอุตสาหกรรมจังหวัด<br>- สมาคมด้านการท่องเที่ยว<br>ต่าง ๆ      |
| การประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางการ<br>ท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรม<br>ล้านนา ด้วยวิธีการสมัยใหม่ (เทคโนโลยี<br>สารสนเทศ, Event, Road show<br>เป็นต้น)                                                           | ✓                |                 |             | - การท่องเที่ยวแห่ง<br>ประเทศไทย<br>- สำนักงานท่องเที่ยวและ<br>กีฬาจังหวัด<br>- ประชาสัมพันธ์จังหวัด<br>- สภาอุตสาหกรรมจังหวัด<br>- สมาคมด้านการท่องเที่ยว<br>ต่าง ๆ |
| การส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่<br>รองรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรม<br>ล้านนาโดยเชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวทั้ง<br>ภายในและภายนอกพื้นที่อารยธรรม<br>ล้านนา                                                         |                  | ✓               |             | - สำนักงานท่องเที่ยวและ<br>กีฬาจังหวัด<br>- การท่องเที่ยวแห่ง<br>ประเทศไทย<br>- สภาอุตสาหกรรมจังหวัด<br>- สมาคมด้านการท่องเที่ยว<br>ต่าง ๆ                           |

| โครงการ                                                                                                                                 | แผนปฏิบัติการ    |                 |             | ผู้รับผิดชอบ                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                         | ระยะ<br>เร่งด่วน | ระยะ<br>ปานกลาง | ระยะ<br>ยาว |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| การส่งเสริมพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่<br>รองรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา<br>โดยเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคต่าง ๆ ใน<br>ประเทศใกล้เคียง |                  |                 | √           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรมการท่องเที่ยว</li> <li>- สำนักงานท่องเที่ยวและ<br/>กีฬาจังหวัด</li> <li>- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย</li> <li>- หอการค้าจังหวัด</li> <li>- สภาอุตสาหกรรมจังหวัด</li> <li>- สมาคมด้านการท่องเที่ยว<br/>ต่าง ๆ</li> </ul> |

## แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

| แผนปฏิบัติการ | การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา |                                                                    | การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุอย่างยั่งยืน                                                                | การกระตุ้นการรับรู้และสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว                               |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| โครงการ       | ด้านนโยบาย                                                                        | ด้านสินค้าและบริการ                                                | การสร้างความตระหนักในการดูแลนักท่องเที่ยวสูงอายุ                                                           | การสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายทั้งในและนอกพื้นที่อารยธรรมล้านนา                   |
|               | กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์ในการประกอบการ                                            | การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว                                            | การสร้างจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี                                                                     | การประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ                                    |
|               | กำหนดมาตรฐานการให้บริการการท่องเที่ยว                                             | เพิ่มคุณค่าและมูลค่าของสินค้าและบริการด้วยวิถีชีวิต ภูมิ           | การกำหนดมาตรการเพื่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม                                         | การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับผู้สูงอายุทั้งภายในและภายนอกพื้นที่อารยธรรม         |
|               | เตรียมความพร้อมและกระตุ้นการลงทุนจากนานาชาติ                                      | การพัฒนาด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมและธรรมาภิบาล                       | การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชนในห่วงโซ่มูลค่าการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ                  | การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับผู้สูงอายุโดยเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคประเทศใกล้เคียง |
|               | ด้านปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว                                                   | เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวมีคุณภาพและขยายฐานนักท่องเที่ยว              | การหาแหล่งเงินทุนเพื่อกระตุ้น สนับสนุนผู้ประกอบการ หรือชุมชนต้องการเข้าสู่ธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ |                                                                                     |
|               | การพัฒนาบุคลากร                                                                   | การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว           |                                                                                                            |                                                                                     |
|               | พัฒนาองค์ความรู้ในการปฐมนิเทศเบื้องต้น                                            | การสร้างตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และ Branding |                                                                                                            |                                                                                     |
|               | พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน                                                             |                                                                    |                                                                                                            |                                                                                     |
|               | จัดระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศ                                                       |                                                                    |                                                                                                            |                                                                                     |
|               | การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว                              |                                                                    |                                                                                                            |                                                                                     |

ภาพที่ แผน-6 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

## บทที่ 5

### การสรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

แผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา” ได้ทำการศึกษา การพัฒนาการบริการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา รวมถึงศึกษา ความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา พร้อมทั้งศึกษา ดิจิทัลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา รวมไปถึงเสนอแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand and supply side) และแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว ผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา เพื่อมุ่งให้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยวของกลุ่ม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ การนำเสนอเทคโนโลยีสารสนเทศและบริการเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการในพื้นที่ อารยธรรมล้านนา ร่วมกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ และเอกชนเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ซึ่งย่อมช่วยให้เกิดการส่งมอบสินค้าและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรม ล้านนาที่มีคุณภาพ และมาตรฐานให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น ท้ายที่สุดย่อมเกิดความเข้มแข็ง ของภาคการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือตอนบน และประเทศไทย

แผนงานวิจัยในครั้งนี้ *โครงการย่อยที่ 1* ได้ทำการศึกษาพัฒนาบริการท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา โดยทำการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งใช้เกณฑ์มาตรฐานของสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ ด้านการบริการด้านอาหาร ด้านห้องน้ำสาธารณะ ด้านสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ด้านศูนย์บริการข้อมูล ด้านการบริการนักท่องเที่ยว กลุ่มคนพิการ ผู้สูงอายุ และครอบครัวที่มีเด็กและสตรีมีครรภ์ ด้านความปลอดภัย และด้านการออกแบบ เพื่อคนทุกวัย (Universal design) เป็นต้น

ซึ่งได้ทำการประเมินแหล่งท่องเที่ยว 4 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน แหล่ง ท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี/ประวัติศาสตร์/ศิลปกรรม แหล่งท่องเที่ยว ประเภทวิถีชุมชน/ประเพณี/วัฒนธรรม

พบว่า ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ประเภทศาสนสถานสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีมาตรฐานในระดับปานกลางถึงต่ำ โดย มีเพียงสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปๆ สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเท่านั้น อาทิ ความพร้อม ด้านห้องสุขา ที่นั่งพักสำหรับผู้สูงอายุ ป้ายสัญลักษณ์ รวมถึงความพร้อมในด้านทางเท้า/ทางเดิน/ทางลาด ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ขณะที่ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีศักยภาพและ

ความพร้อมของสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความพร้อมระดับปานกลางเท่านั้น อาทิ ที่จอดรถ ศูนย์บริการข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น แต่ยังคงขาดสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ ห้องปฐมพยาบาล ชุดปฐมพยาบาล อีกทั้งยังขาดมีบุคลากรที่สามารถดูแลผู้สูงอายุในยามฉุกเฉินได้ เป็นต้น ขณะเดียวกัน ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณคดี/ประวัติศาสตร์/ศิลปกรรม พบว่า ส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ มีศักยภาพและความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในระดับปานกลาง เนื่องจากสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ได้มาตรฐาน อาทิ ห้องสุขา ที่นั่งพัก ป้ายให้ข้อมูล/ป้ายสัญลักษณ์ รวมทั้งยังขาดกิจกรรมการท่องเที่ยว/สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ผลการประเมินมาตรฐานสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชุมชน/ประเพณี/วัฒนธรรม พบว่า แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้ค่าคะแนนมาตรฐานของสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในระดับต่ำ โดยมีสิ่งบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้มาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็น ที่จอดรถ ถนนในแหล่งท่องเที่ยว ห้องสุขา ที่นั่งพัก ห้องปฐมพยาบาล ศูนย์บริการข้อมูลทางเท้า/ทางเดิน/ทางลาดในแหล่งท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนั้นเมื่อทำการศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการ 5 ด้าน ได้แก่ การบริการด้านการที่พัก การบริการด้านการขนส่ง การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม การบริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการด้านการขายทั้ง 5 จังหวัดในพื้นที่อารยธรรมล้านนา (จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง และจังหวัดพะเยา) โดยจากผลการศึกษา พบว่า ศักยภาพความพร้อมด้านความรู้ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีศักยภาพในด้านความรู้ในบางประเด็น เช่น ด้านทรัพยากร ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ความรู้ด้านการตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ความรู้ด้านการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีความรู้ด้านการบริการโดยตรงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมถึงความรู้ในด้านมาตรฐานของสิ่งบริการและการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น การปฐมพยาบาลเบื้องต้น ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น จึงส่งผลให้ไม่สามารถจัดบริการท่องเที่ยวและบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ ขณะที่ ศักยภาพความพร้อมด้านทัศนคติ พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงได้มีทัศนคติด้านบวกต่อการเตรียมความพร้อมและปรับตัวการบริการในด้านต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากการเห็นความสำคัญของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ และมีกำลังในการใช้จ่าย ฯลฯ เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพความพร้อมด้านทักษะ พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวยังไม่มีศักยภาพความพร้อมในด้านทักษะ อาทิ ทักษะด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การสื่อสารในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อีกทั้งทักษะด้านการบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ทักษะการบริการผู้สูงอายุ ทักษะในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ทักษะในการดูแลความ

ปลอดภัยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เป็นต้น ขณะเดียวกัน พบว่า ศักยภาพความพร้อมด้านสมรรถนะหลักของผู้ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้านมีศักยภาพในด้านความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นและนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทำงานตามกฎระเบียบ พร้อมทั้งยังพัฒนาและแสวงหาความรู้ด้านการบริการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ แต่ยังคงขาดการประสานงานร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ขณะที่โครงการย่อยที่ 2 ทำการศึกษาความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติมักเดินทางท่องเที่ยวในทุกฤดูกาล อีกทั้งชอบท่องเที่ยวในวันธรรมดาไม่ใช้ช่วงเทศกาล โดยนักท่องเที่ยวทุกชาติยกเว้นนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวญี่ปุ่น จะร่วมกันวางแผนทางการท่องเที่ยวกับผู้ร่วมเดินทาง อาจจะเป็นครอบครัว ญาติพี่น้อง ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักจะวางแผนการเดินทางและการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยนิยมใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว แต่ทว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนและชาวญี่ปุ่นเลิกรถบัสในการเดินทาง ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลับเลือกเดินทางโดยรถไฟและรถยนต์ในสัดส่วนที่เท่ากัน ในการเลือกที่พักระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมพักที่โรงแรมเป็นส่วนใหญ่ หากพิจารณาถึงผลการศึกษาในครั้งนี้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติส่วนใหญ่แสดงความเห็นว่า จะต้องมาท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนาสักครั้งในชีวิต และวัตถุประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม เรียนรู้ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์สถานในพื้นที่อารยธรรมล้านนา และการได้สัมผัสวิถีชีวิต/วิถีชุมชนของคนท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวอยากพบเห็นคนท้องถิ่นพูดภาษาเหนือ/ภาษาท้องถิ่น แต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่แสดงความเป็นล้านนา และพบเมืองที่เต็มไปด้วยสิ่งปลูกสร้าง/อาคารเก่าแก่ที่มีคุณค่า ขณะที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสุขจากการท่องเที่ยว และการได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ในการท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

ยิ่งไปกว่านั้นโครงการย่อยที่ 3 ที่ทำการศึกษาจิตวิทยาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา พบว่า ต้นแบบของศูนย์ข้อมูลที่มุ่งเน้นการออกแบบศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาที่เชื่อมโยงข้อมูลความรู้ด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากแหล่งข้อมูลหลักต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่สนใจข้อมูลด้านการท่องเที่ยว จะต้องมีส่วนประกอบ ดังต่อไปนี้ องค์ประกอบด้านโครงสร้าง ได้แก่ อุปกรณ์ภายในศูนย์ข้อมูลเพื่อให้ศูนย์ข้อมูลมีประสิทธิภาพและความปลอดภัย รายละเอียดของห้องที่รองรับอุปกรณ์เหล่านี้ รวมถึงบุคลากรที่ดูแลอุปกรณ์และข้อมูลทั้งหมดของศูนย์ข้อมูล องค์ประกอบด้านระบบจัดการข้อมูล ซึ่งออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงแผนงานวิจัย โครงการย่อย 1 โครงการย่อย 2 และแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอในรูปแบบตารางที่เข้าใจง่าย จัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระเบียบ และองค์ประกอบในการนำองค์ความรู้ไปต่อยอดให้

ตรงความต้องการของผู้ใช้ขั้นสุดท้ายหรือการประยุกต์ใช้ศูนย์ข้อมูล ขณะที่ได้นำเสนอแนวทางประยุกต์ใช้ประโยชน์จาก Data center เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา โดยวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากการตรวจสอบแหล่งของเมืองขาเข้าและเมืองปลายทางขาออก เพื่อหาความเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดในพื้นที่อารยธรรมและจังหวัดอื่นในประเทศไทย ที่สามารถนำไปพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

หลังจากค้นพบผลการศึกษาของทั้ง 3 โครงการย่อยแล้ว แผนงานวิจัยได้ทำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand and supply side) ดังนี้

- **แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาด้านผู้ประกอบการ (Supply side)**

1) การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ทำให้การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามขีดความสามารถในการรองรับของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมไปถึงการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียบพร้อม และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ ซึ่งจัดว่า เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อ และมีคุณภาพนั้น การสร้างความเข้มแข็งทางการแข่งขันกับทุกกลุ่มองค์ประกอบย่อยในภาคการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

2) การสร้างความเข้มแข็งทางการแข่งขันกับทุกกลุ่มองค์ประกอบย่อยในภาคการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการส่วนหนึ่งเป็นผู้ประกอบการรายย่อย หรือเป็นผู้ประกอบการจากการท่องเที่ยวชุมชนซึ่งไม่สามารถขับเคลื่อน หรือพัฒนาการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง จำเป็นต้องพึ่งพาผู้นำชุมชนในการปรับตัวให้เข้าสู่การแข่งขัน

3) การเสริมสร้างความพร้อมของธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา เนื่องจากธุรกิจที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนายังเป็นธุรกิจด้านการท่องเที่ยวสำหรับบุคคลทั่วไปเท่านั้น

4) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สิ่งเหล่านี้เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่จะสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาได้อย่างดียิ่ง

5) การบูรณาการการทำงานของภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และลดความซ้ำซ้อน เหลื่อมล้ำในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ทั้งในระดับนโยบาย และระดับปฏิบัติการ

6) การสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เป็นการสร้างสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกื้อหนุนต่อการประกอบการ เนื่องจากเครือข่ายของการประกอบการจะส่งเสริม

ให้เกิดการแบ่งปัน ถ่ายทอดองค์ความรู้ต่าง ๆ ในการดำเนินงาน และต่อยอดสู่การเป็นพันธมิตรธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ

7) การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมทางการตลาดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ควรมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมให้เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุผ่านสื่อต่าง ๆ พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาด โดยการทำการตลาดเชิงรุก เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

8) การพัฒนาบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ และมีองค์ความรู้เฉพาะสำหรับผู้สูงอายุในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ ผู้ประกอบการจะต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ และความเข้าใจในการดูแลผู้สูงอายุทั่วไป รวมถึงความเชี่ยวชาญในการดูแลนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีข้อจำกัดพิเศษ ซึ่งนอกจากสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการอีกด้วย

9) การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ รวมถึงสร้างความสะดวกสบายระหว่างการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

10) การสร้างทัศนคติที่ดีให้กับเจ้าของท้องถิ่น และผู้ประกอบการให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากจากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ย่อมส่งเสริมให้คุณภาพการให้บริการกระตุ้นให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยวเช่นกัน

● แนวทางการพัฒนาการให้บริการการท่องเที่ยวและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Demand side)

1) การใช้แนวคิดการตลาดแบบ Marketing 4.0 เน้นส่งมอบคุณค่า (Value for money) กลยุทธ์สร้างสรรค์สินค้าเชิงคุณค่าควบคู่ไปกับการนำเสนอวิถีท้องถิ่นของล้านนาอย่างสร้างสรรค์จะสามารถส่งมอบการให้บริการที่ประทับใจ

2) การพัฒนาสู่ตลาดมีคุณภาพทั้งในและต่างประเทศ จากศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือ จากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เอื้อให้ตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุควรปรับจากตลาด Mass ให้เข้าสู่ตลาดคุณภาพจะทำให้ผู้ประกอบการในพื้นที่อารยธรรมล้านนาสามารถพัฒนาตลาดท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ดีขึ้น

3) ด้านกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก การสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายของการขยายตลาดท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุนั้น เป็นการสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายของการขยายตลาดท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกหลงใหลในการท่องเที่ยวจนเกิดการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนานั้นเอง

4) การพัฒนาช่องทางการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการตลาดที่นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน เพื่อสร้างความหลากหลายของการส่งมอบข้อมูลใน

การประกอบการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยว และเพื่อให้สามารถเข้าถึงข้อมูล ขาวสาร กิจกรรมการท่องเที่ยว ของทุกกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

5) กลยุทธ์ขยายการตลาดกลุ่มความสนใจพิเศษ เป็นพัฒนาการตลาดตามความสนใจ ของนักท่องเที่ยวสูงอายุเฉพาะกลุ่ม แต่ละเชื้อชาติ

6) การสร้างเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (Identity of tourist destination) โดย ออกแบบกิจกรรมให้เหมาะสมสอดคล้องความต้องการของผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความประทับใจและกลับมา เยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว

## 5.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลงานวิจัย

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

จากการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของผู้บริโภค และโอกาสการเติบโตทางธุรกิจ เนื่องจาก ผู้สูงอายุเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และเป็นกลุ่มใหม่ที่กำลังขยายตัว ทำให้มีความพยายาม เพิ่มขีดความสามารถเพื่อการรองรับการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ แต่อย่างไรก็ตามจาก ข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้ประกอบการ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้อง สำรองและศึกษาข้อมูลอย่างรอบคอบเพื่อวางแผนการตลาดให้เหมาะสม อีกทั้งการวางแผนแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้น ควรสื่อสาร ส่งต่อ และนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งสำหรับผู้สูงอายุ และผู้ที่จัดการการเดินทางท่องเที่ยวให้ผู้สูงอายุ อาทิ ลูกหลาน ครอบครัว และคน ใกล้ชิด เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นในการจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำเป็นต้องให้ความสำคัญในด้านกายภาพ และด้านการบริการจัดการ นอกจากนี้เพื่อเพิ่มคุณค่าของ แหล่งท่องเที่ยว (Value for experience) และสร้างความน่าดึงดูดใจในการท่องเที่ยวแล้ว ยังหมายรวมถึง การสร้างความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยวแก่ผู้สูงอายุ

ทั้งนี้การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สูงอายุที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและเชื้อชาติ ดังผลการศึกษาวิจัยในแผนงานวิจัยนี้ ภายใต้การทำงานของโครงการย่อยที่ 2 ที่ศึกษาความต้องการกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ซึ่งแสดงถึงความต้องการที่หลากหลายกันไปในการท่องเที่ยว ดังนั้น หากคำนึงถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการประกอบการ ย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจและ ท่องเที่ยวในประเทศไทยนานขึ้น รวมถึงเกิดการใช้จ่ายที่สูงขึ้น ขณะเดียวกันยังต้องใส่ใจในการใช้สื่อดิจิทัล หรือระบบสารสนเทศมาสร้างคุณค่าในการประกอบการ อาทิ การจัดทำ Web site ที่นำเสนอข้อมูล ที่เหมาะสมกับสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศตามที่ผลการศึกษาของโครงการย่อยที่ 3 ศึกษาดิจิทัลใน การพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาค้นพบ

### 5.2.2 ภาคส่วนท้องถิ่นและชุมชนที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีในพื้นที่อารยธรรมล้านนาเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือตอนบน ดังนั้นหากภาคท้องถิ่นและชุมชนต้องการพัฒนาความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้น ควรแสวงหาความเชี่ยวชาญเฉพาะที่มาจากภูมิปัญญาในชุมชนของตนเอง และนำมาส่งเสริมเพื่อสร้างคุณค่าในการท่องเที่ยว และเกิดความแตกต่างในสินค้าและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ แต่อย่างไรก็ตามแม้วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีในพื้นที่อารยธรรมล้านนาจะมีเสน่ห์ และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวมากมาย แต่ทว่าจากข้อจำกัดของผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางสุขภาพ หรือข้อจำกัดทางสรีระต่าง ๆ การใส่ใจในการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และปรับปรุงมาตรฐานความปลอดภัยของสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุจะต้องเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น การปรับปรุงมาตรฐานของยานพาหนะและผู้ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โภชนาการและความสะอาดของอาหาร รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมของการรักษาพยาบาลเบื้องต้น การเตรียมมาตรการป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นต้น

### 5.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

จากข้อมูลที่ค้นพบในครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนที่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐจะต้องมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดนโยบายที่สนับสนุนต่อการประกอบการ และกระตุ้นใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา อีกทั้งศักยภาพของบุคลากรภาครัฐที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา ทั้งระดับนโยบาย ระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจทั้งการเข้าใจบริบทของความเป็นผู้สูงอายุ และการให้บริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

ยิ่งไปกว่านั้นการกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจะต้องมีความชัดเจนต่อเนื่อง รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุอย่างจริงจัง เช่นเดียวกับการกำหนดมาตรการ หรือแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุได้จริง ขณะเดียวกับบทบาทของภาครัฐที่ต้องส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยสร้างความร่วมมือ เชื่อมโยงผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุผ่านสื่อสาธารณะ รวมถึงการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อสร้างความน่าสนใจและสร้างภาพลักษณ์ (Image) ของการท่องเที่ยวในพื้นที่อารยธรรมล้านนา แสดงให้เห็นถึงความคุ้มค่าของการท่องเที่ยว และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

#### 5.2.4 ภาควิชาการที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

จากการศึกษาข้อมูล การลงพื้นที่ รวมถึงผลการวิจัยพบว่า มีจำเป็นต้องเร่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรที่รองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนาให้มีความพร้อม ความรู้ ความเข้าใจในการให้บริการการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนั้นภาคการศึกษาจึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม การท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา เนื่องจากการมีส่วนร่วมของภาครัฐบาล เอกชน และประชาชนในการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวอย่างก่อให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันอย่างเข้มแข็ง ดังนั้นนอกจากภาควิชาการสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายที่รองรับการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุแล้ว ยังรวมไปถึงการสร้างจิตสำนึกและให้ความรู้แก่ประชาชนถึงความสำคัญและคุณค่าของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการพัฒนาหลักสูตรทางการศึกษาที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ขณะเดียวกันหลักสูตรการศึกษาเหล่านั้นต้องสอดคล้องไปกับบริบทของชุมชน วิถีชีวิตความเป็นล้านนา เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และเชื่อมโยงไปถึงรูปแบบประเพณียาวสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเช่นกัน

## บรรณานุกรม

- Arking, R., 2006. **The Biology of Aging: Observations and Principles**. Oxford: Oxford University Press.
- Ashley, C. 2007. **An evaluation of the tourism value-chain as an alternative to socio-economic development in Rwanda, Africa**. (online) Available [https://www.researchgate.net/publication/282815391\\_An\\_evaluation\\_of\\_the\\_tourism\\_value-chain\\_as\\_an\\_alternative\\_to\\_socio-economic\\_development\\_in\\_Rwanda\\_Africa](https://www.researchgate.net/publication/282815391_An_evaluation_of_the_tourism_value-chain_as_an_alternative_to_socio-economic_development_in_Rwanda_Africa) . (22 March 2018).
- Bizjak, B., Knezevic, M., and Cveteznik, S. 2011. **Attitude change towards guests with disabilities: Reflections from tourism students**. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 842-857.
- Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. B. 2005. **Destination branding: Insights and practices from destination management organizations**. *Journal of Travel Research*. 43(4): 328-338.
- Botti, L., PeyPOCH, N., and Solonandrasana, B. 2008. **Time and tourism attraction**. *Tourism Management*. 29(3): 594-596.
- Buhalis, D. 2000. **Marketing the competitive destination of the future** *Tourism Management*. 21 (1):97-116
- Buhalis, D., and Fletcher, J. 1995. **Environmental impacts on tourism destinations: An economic analysis**, in Coccosis, H., and Nijkamp, P., (eds). *Sustainable Tourism Development*. England: Avebury : 3-24.
- Chyong-Ru L.A, Yao-Chin W.B, Wen-Shiung H.C., Shan-Pei C. 2017. **Destination fascination: Conceptualization and scale development**. *Tourism Management*. 63: 255-267.
- Drolet, A, Norbert, S and Yoon, C. 2010). **The Aging Consumer: Perspective from Psychology and Economic**. United States of America: Taylor and Francis Group, LLC.
- Economic Intelligence Center. 2017. **Insight three megatrend to change the face of Thai tourism industry**. Siam Commercial Bank Public Company Limited: Bangkok.
- Esichaikul, R. 2012. **Travel motivations, behavior and requirements of European senior tourists to Thailand**. Sukhothai Thammathirat Open University (Thailand), 10(2), Special Issue: 47-58.
- Forder, C., Sørensen, F. and Jensen, J.F. 2014. **The third mode of value creation in tourism - educational, managerial, and organizational implications**. *Paper*

*presented at the Nordic Symposium on Tourism and Hospitality Research, Copenhagen.*

- Francoand,M and Estevão,C. 2010. **The Role of Tourism Public-Private Partnerships in Regional Development: A Conceptual Model.** CADERNOS EBAPE. BR, v. 8 (4): 600-612.
- Gustavo, N. 2013. **Marketing Management Trends in Tourism and Hospitality Industry: Facing the 21st Century Environment.** International Journal of Marketing Studies. 5(3), 13-15.
- Hongsranagon,P. 2005. **Advisory Facilities for Long-stay Japanese Senior Travelers in Chiang Mai.** Journal of Humanities. 8(2): 58-65.
- Kaplan, S. 1995. **The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework.** Journal of Environmental Psychology. 15(3): 169-182.
- Kim, S.-H., Han, H.-S., Holland, S., & Byon, K. K. 2009. **Structural relationships among involvement, destination brand equity, satisfaction and destination visit intentions: The case of Japanese outbound travelers.** Journal of Vacation Marketing. 15(4): 349-365.
- Kuo, C.-M. (2009). **The managerial implications of an analysis of tourist profiles and international hotel employee service attitude.** International. Journal of Hospitality Management. 28(3): 302-309.
- Littrell MA, Paige RC and Song K. 2004. **Senior travellers: tourism activities and shopping behaviours.** Journal of Vacation Marketing. 10:348–362.
- Masoro, E J. 2006. **Are Age-associated Disease and Integral part of Aging?**, in Masoro, EJ and Austad, S.N. (eds.), Handbook of the Biology of Aging (6th ed.), San Diego : Academic Press.
- Nickson, D., Warhurst, C., and Dutton, E. 2005. **The importance of attitude and appearance in the service encounter in retail and hospitality.** Managing Service Quality. 15(2): 195–208.
- Prahalad, C.K., and Ramaswamy, V. 2004. **The future of competition: Co-creating unique value with customers.** Boston, MA, Harvard Business School Press.
- Sangpikul A. 2008. **A factor-cluster analysis of tourist motivations: a case of US senior travelers.** Tourism Turizam : međunarodni znanstveno-stručni časopis. 56:23–40.
- Sirdeshmukh, D. 2006. **Marketing Management.** 8<sup>th</sup> Edition. New York: Mc-Graw Hill.
- Wang, Y.-J., Wu, C., and Yuan, J. 2010. **Exploring visitors' experiences and intention to revisit a heritage destination: The case for Lukang, Taiwan.** Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism. 11(3): 162-178.

- Wongleedee, K. 2016. **Satisfaction: Global Senior Tourists in Thailand**. Conference Proceeding. International College, Suan Sunandha Rajabhat University.
- World Travel and Tourism Council. 2018. **TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2018 WORLD**. (online) Available:<https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf>. (26 August 2018).
- กรวรรณ สังขกร และคณะ. 2555. **การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรวรรณ สังขกร อาชว์บาร์มี มณีตระกูลทอง ศันสนีย์ กระจำโนม สรณะ สมโน ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ และอายะ ลายประวัตติ. 2557. **การศึกษาเพื่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเส้นทางอารยธรรมล้านนา**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560. **จำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวปี 2560**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา : [https://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=465&filename=index](https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=465&filename=index). สืบค้นวันที่ 12 มกราคม 2561.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, มปป. **ก.ท่องเที่ยวฯ ร่วมมือ NIDA จัดทำนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <https://www.mots.go.th/content.php?nid=10502&filename=index>. สืบค้นวันที่ 16 พฤษภาคม 2561.
- กฤษณ์ ธนาวิช. 2560. **ต้นเชียงใหม่ เมืองอัจฉริยะ สำหรับผู้สูงอายุ**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/611796>. สืบค้นวันที่ 15 มกราคม 2561
- กิตติวงศ์ สาสวด. 2560. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในจังหวัดภาคตะวันออก**. *วารสารชุมชนวิจัย*. 11(2): 21-38.
- จิตรานุช รักสัจจา. 2550. **นักท่องเที่ยว (Tourist)**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา [http://www.uttvc.ac.th/uttvc/newweb/2701\\_1001/g1b.html](http://www.uttvc.ac.th/uttvc/newweb/2701_1001/g1b.html). สืบค้นวันที่ 5 ธันวาคม 2559
- จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. 2557. **รู้เขา รู้เรา รู้อาเซียน**. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ. ฉบับที่ 153 วันอังคารที่ 26 สิงหาคม 2557.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2550. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2560. **การวิจัยการท่องเที่ยว: หลักการสู่การปฏิบัติในมุมสะท้อนสังคม**. *Journal of Business, Economics and Communications*. 12(1), 1-5.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ และเรณูมาศ มาอุ่น. 2553. **การประเมินประสิทธิภาพด้านการบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคเหนือของประเทศไทย**. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*. 3 (2): 1-16.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2550. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

- นัตยาพร เสมอใจ และฐิตินันต์ วารวณิช. 2551. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น.
- เฉลิมพล แจ่มจันทร์. 2555. **การพำนักระยะยาวของคนญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ :การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดในช่วงก่อนและหลังการพำนักร**. วารสารญี่ปุ่นศึกษา. สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ฐิตพร ศรีอารมณ์และณรงค์พันธ์ อนุรัมย์.2558. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น**.วารสารบัณฑิตวิจัย. 6(1), มกราคม-มิถุนายน.: 177-184.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2561. **โครงการศึกษาด้านโครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่มีนัยต่อการดำเนินนโยบาย**. สังคมสูงวัยกับความท้าทายของตลาดแรงงานไทย. กรุงเทพฯ
- ธันนรักษ์ วัชรธร วรวิทย์ เฟื่องพันธ์ และสุวิชัย โกศัยยะวัฒน์. 2560. **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**. วารสารการศึกษาและการพัฒนาสังคม. 13(1): 260-275.
- ธีร์ ตีระจินดา และ สมบัติ กาญจนกิจ. 2557. **การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุชาว ญี่ปุ่นในตลาดท่องเที่ยวไทย**. วารสารวิชาการ สถาบันการพลศึกษา. 6 (1), มกราคม – เมษายน: 111-125.
- นิคม จารุมณี. 2544. **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว** กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินท์ติ้งเฮ้าส์.
- บุญทิพย์ สิริธรรณี ทรศรี สรณสถาพร และมาลี สุระเชษฐ. 2555. **กลยุทธ์สู่ความสำเร็จในการอยู่ตามลำพังของผู้สูงอายุ**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พงษ์ ชัยชนะวิจิตร พรชนก วรศักดิ์โยธิน สุพัตรา สมศักดิ์ ศุภมาอำนาจมงคลพร วนันธร กิจวานิชเสถียร และศุภกาญจน์ แพรปรานีต. 2552. **กรณีศึกษา Baby Boom ต้องรู้จัก Lifestyle**. ประชาชาติธุรกิจ: 47.
- ราณี อีสัยกุล. 2544. **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการจัดการการท่องเที่ยว = Professional experience in tourism management**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วันชัย แก้วสุมาลี. 2552. **ความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมเตรียมตัวก่อนการเกษียณอายุการทำงาน ของบุคคลทำงานวัยผู้ใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร**. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <http://dcms.thailis.or.th/dcms/basic.php>. สืบค้นวันที่ 28 กันยายน 2560.
- ศุภชัย เจนศักดิ์ศรีสกุล. 2558. **ยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า การบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี**. 29 (90), 159-182.
- สมบัติ กาญจนกิจ. 2557. **นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว = Recreation & tourism industry**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. 341.
- สุรีย์ ธรรมิกบรร และชุกาศิรี อภินันท์เดชา. 2559. **การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ตามวิถีวัฒนธรรมสุขภาพลุ่มแม่น้ำโขง (หมู่บ้านชะซอม) จังหวัดอุบลราชธานี** วารสารพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 28(1), 25-40.

- สุรีย์ บุญญาพวงศ์. 2555. การจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มข. 5 (1) ม.ค. - มิ.ย. 55.
- สุรีย์ บุญญาพวงศ์, กรวรรณ สังขกร, สามารณ สุวรรณรัตน์, ใจรัตน์ จตุรภัทรพร และไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์. 2559. การบริหารจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางอารยธรรมล้านนา เชื่อมโยงกับ สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ และสาธารณรัฐประชาชนจีน (ตอนใต้). เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภาวรรณ โสภณธรรมรักษ์. 2560. ภาคเหนือแชมป์ประชากรสูงวัย สสส.ลงนาม 60 อปท.สร้างสมดุล. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.thaihealth.or.th/Content/39131-%> . สืบค้นวันที่ 5 ธันวาคม 2560.
- อาภาภัทร บุญรอด. 2560. กรุงเทพฯธุรกิจ. กลุ่มโซเชียลสูงวัยในยุค 4.0. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641850>. สืบค้นวันที่ 13 พฤศจิกายน 2560.
- MGR Online. 2560. ตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุเงินสะพัดร่วม 2 แสนล้านบาท. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9600000001108>. สืบค้นวันที่ 30 กันยายน 2560.
- TAT Review Magazine. 2561. Amazing Thailand Go Local. 4(2), April – June 2018.

ภาคผนวก ก  
ภาพการทำงานของคณะนักวิจัย



ภาคผนวก ข  
แบบสัมภาษณ์ในแผนงานวิจัย

## แบบสัมภาษณ์ในแผนงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของแผนงานนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา โดยแบบสัมภาษณ์นี้จะใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคท้องถิ่น เกี่ยวกับความพร้อมของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา โดยจะทำการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียกับภาคท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และจังหวัดพะเยา จำนวน 20 คน อีกทั้งยังได้การจัดประชุมกลุ่มย่อยกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใน 5 จังหวัดข้างต้น (จังหวัดละ 1 ครั้ง) จำนวน 50 คน



แบบสัมภาษณ์ในแผนงานวิจัย  
เรื่อง "การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา"  
จังหวัด.....  
(จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน และจังหวัดพะเยา)

ตอนที่ 1: ข้อมูลเกี่ยวกับผู้สัมภาษณ์ กรุณาเล่าประวัติโดยย่อเกี่ยวกับข้อมูลของท่าน ดังต่อไปนี้

ชื่อ..... อายุ .....

หน่วยงาน.....

ตำแหน่ง.....

ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในตำแหน่ง

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และ/หรือผู้สูงอายุ .....

วัน เดือน ปีที่สัมภาษณ์..... สถานที่ในการสัมภาษณ์ .....

เริ่มการสัมภาษณ์ เวลา.....น. จบการสัมภาษณ์เวลา .....น. ผู้สัมภาษณ์ .....

ตอนที่ 2: กรุณาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในพื้นที่อารยธรรมล้านนา

2.1 การมีส่วนร่วมของท่าน หรือหน่วยงานของท่านต่อการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมขององค์ประกอบในแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งบริการ  
ท่องเที่ยวรอบแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดของท่านสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

.....

.....

.....

2.3 ประเด็นเร่งด่วนที่ต้องได้รับการแก้ไขสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัด  
ของท่าน

.....

.....

.....

2.4 ปัจจัยสู่ความสำเร็จสำหรับการท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดของท่าน

.....

.....

.....

2.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการพัฒนาการท่องเที่ยวผู้สูงอายุของภาคเหนือตอนบน

.....

.....

.....

ขอบคุณผู้ให้ข้อมูล และปิดการสัมภาษณ์