



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ
ในจังหวัดสมุทรปราการ

LOGISTICS MANAGEMENT IN HEALTH PROMOTION TOURISM
FOR ELDERLY TOURISTS IN SAMUTPRAKARN PROVINCE

อัญชณา สมบัติพิบูลย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรม)
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ
ในจังหวัดสมุทรปราการ
LOGISTICS MANAGEMENT IN HEALTH PROMOTION TOURISM
FOR ELDERLY TOURISTS IN SAMUTPRAKARN PROVINCE

ัญญา สมบัติพิบูลย์

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรม)
เมื่อวันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2563

ทศพร

รองศาสตราจารย์ ดร.พงศ์ หรดาล
ประธานกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

ชวริ :

ว: ๗๐๐

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระ ระบอบ
อาจารย์ที่ปรึกษา

ชวริ :

ว: ๗๐๐

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระ ระบอบ
กรรมการ

ชวริ :

ว: ๗๐๐

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระ ระบอบ
ประธานหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
(การจัดการอุตสาหกรรม)

ลลชช ลลชช

อาจารย์ ดร.สิทธิโชค สินรัตน์
กรรมการ

อัญญา สมบัติพิบูลย์

รองศาสตราจารย์อัสยา จันทร์วิทยานุชิต
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ในจังหวัดสมุทรปราการ

อัญญา สมบัติพิบูลย์ 616014

การจัดการมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรม)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ชุตีระ ระบอบ, ประ.ด.

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ วิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ประชากร ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ บริษัทนำเที่ยวหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ 385 คน และสัมภาษณ์ตัวแทนจากบริษัทนำเที่ยว 5 ราย สถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3 ราย ตัวแทนชุมชน 2 ราย รวม 395 ราย เครื่องมือที่ใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาอย่างง่าย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานไคสแควร์

สรุปผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 65-69 ปี ภูมิลำเนากรุงเทพมหานครและภาคกลางมากที่สุด สถานภาพสมรส และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้ปานกลางระหว่าง 10,000-20,000 บาท และวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเองในลักษณะไปเช้าเย็นกลับ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในระดับมาก มีระดับความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ข้อมูลสารสนเทศ การให้บริการโลจิสติกส์ สถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากร ในระดับมากเช่นกัน และสรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้กับความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์แต่ละด้านไม่มีความแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: การจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ นักท่องเที่ยวสูงอายุ

**LOGISTICS MANAGEMENT IN HEALTH PROMOTION TOURISM
FOR ELDERLY TOURISTS IN SAMUTPRAKARN PROVINCE**

UNCHANA SOMBATPIBOON 616014

MASTER OF MANAGEMENT (INDUSTRIAL MANAGEMENT)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: CHUTIRA RABOB, Ph.D.

ABSTRACT

The purpose of this research was to survey the health promotion tourism characteristics for elderly tourists in Samutprakarn province, analyze logistics management in health promotion tourism and to study and to compare satisfaction level of elderly tourists toward logistics management in health promotion. The population and samples of this study were the stakeholder who involved in logistics management in health promotion such as 385 elderly tourists, 5 travel agents, 3 and 2 community representatives total were 395 samples, by use interview, questionnaire. The statistical analysis showed the frequency, percentage, average, contents analysis for interview analysis and hypothesis testing.

The results found that the elderly tourists almost age between 65-69 domicile in Bangkok and central region province, almost married and obtained bachelor degree, have moderate income between 10,000 – 20,000 baht. For the tourists behavior plan to travel by themselves in one-day trip. The logistics management in health promotion tourism for elderly tourists from upstream, midstream to downstream were agreed at high level. The overall elderly tourists' satisfaction is at very satisfied level in 6 issues : physical, information, logistics service, tourists attractive place and personnel were the same at high level. Demography, gender, age and income were not influenced by the logistics management satisfaction at a statistical significance of .05

Keywords: logistics management, health promotion tourism, elderly tourists

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระ ระบอบ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และประธานหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ที่กรุณาให้คำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ด้วยความทุ่มเทให้กับนักศึกษาและเอาใจใส่อย่างยิ่ง ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิทยานิพนธ์ทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ และให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ และสุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณคุณแม่ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนในทุกด้าน จนทำให้วิทยานิพนธ์สำเร็จ ลุล่วงด้วยดีมา ณ โอกาสนี้

อัญชญา สมบัติพิบูลย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 คำนิยามศัพท์	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 สมมติฐานของการศึกษา	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ	46
2.3 แนวคิดการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	51
2.4 จังหวัดสมุทรปราการกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	54
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	63
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	72
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	73
3.3 การทดสอบความแม่นยำและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ	74
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	75
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	76
3.6 สถิติที่ใช้ในการศึกษา	76

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	78
4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ	82
4.3 ผลการวิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ	88
4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	92
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	97
4.6 สรุปผลการสัมภาษณ์	105
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	110
5.2 อภิปรายผล	111
5.3 ข้อเสนอแนะ	112
บรรณานุกรม	113
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เอกสารรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย	120
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ	121
ภาคผนวก ค หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลและแจกแบบสอบถาม	124
ภาคผนวก ง แบบสอบถาม	125
ภาคผนวก จ แบบสัมภาษณ์	131
ประวัติผู้เขียน	133

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ความท้าทายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	19
2	จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความท้าทายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย	20
3	การท่องเที่ยวแบบ Wellness Tourism รายภูมิภาค	28
4	การคาดการณ์การเติบโตของ Wellness Tourism ปี 2015–2020	29
5	เปรียบเทียบแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเอเชีย พ.ศ. 2555–2556	29
6	Travel and Tourism Competitiveness Index : Asia Pacific Region 2015	42
7	จำนวนที่พักและห้องพัก ปี 2560	45
8	ข้อมูลประชากรและผู้สูงอายุปี พ.ศ. 2561	47
9	จำนวนประชากรและผู้สูงอายุปี พ.ศ. 2561 มากที่สุดแต่ละจังหวัดอันดับที่ 1-5	48
10	แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสมุทรปราการ	57
11	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ	78
12	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามอายุ	79
13	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามภูมิลำเนา	79
14	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพ	80
15	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับการศึกษา	80
16	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามสมาชิกในครอบครัว	81
17	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามรายได้	81
18	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้	82
19	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามการเคยมาเที่ยว ในจังหวัดสมุทรปราการ	82
20	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว	83
21	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพ	83
22	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง	84
23	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว	84
24	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามช่วงเวลาท่องเที่ยว	85
25	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามลักษณะการใช้จ่ายเงิน ในการท่องเที่ยว	85

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
26	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว	86
27	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว	86
28	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามลักษณะอาหารที่ชอบ	87
29	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่องเที่ยว	87
30	จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามสิ่งที่ประทับใจมากที่สุด	88
31	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ต้นน้ำ (ก่อนเดินทาง) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	88
32	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์กลางน้ำ (ในระหว่างการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	90
33	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ปลายน้ำ (เมื่อเสร็จสิ้นการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	91
34	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านกายภาพ	92
35	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านข้อมูลสารสนเทศ	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
36	94
37	95
38	96
39	98
40	99
41	100
42	102
43	103
44	104

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่

หน้า

1 กรอบแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

71



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)	9
2	ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม	35
3	โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	51
4	สรุปภาพรวมประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4	57



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สังคมโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัลทำให้องค์การและหน่วยงานต่างปรับตัวเพื่อรองรับสิ่งที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ขณะเดียวกัน กระแสของสังคมในยุคเร่งรีบทำให้ขนาดของครอบครัวเล็กลง หลายประเทศให้ความสำคัญกับความพยายามที่จะลดจำนวนประชากรเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาการขาดแคลนสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิต เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ดังนั้น เมื่ออัตราการเกิดของประชากรลดน้อยลงสิ่งที่ติดตามมาก็คือ แต่ละประเทศกำลังเผชิญกับการเป็นสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) จำนวนผู้สูงอายุต่างทวีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และท่ามกลางวิกฤติการณ์ดังกล่าวในอีกด้านหนึ่งก็สร้างโอกาสในทางธุรกิจติดตามมา ประชาชนในแต่ละประเทศให้ความสนใจในการดูแลและรักษาสุขภาพมากขึ้น มีการผลิตสินค้าจำนวนมากที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองของผู้สูงอายุรวมทั้งการให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งทางด้านสุขภาพอนามัยการฟื้นฟูสุขภาพ การพักผ่อน เป็นที่น่าสังเกตอีกประการหนึ่งก็คือ การเดินทางของผู้สูงอายุทั่วโลกได้เพิ่มจำนวนสูงขึ้น ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี

ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก โดยมีความพร้อมทั้งในด้านท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ได้ถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างต่อเนื่อง ในปี พ.ศ. 2547 รัฐบาลประกาศเป้าหมายในการเป็น “ศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย” (Medical Hub of Asia) มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในหลายจังหวัด นโยบายดังกล่าวทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านการตลาดและการลงทุน นอกจากนี้ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ได้วิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) ต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เลือกพักผ่อนในโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554) ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว

ตลาดผู้สูงอายุ หรือผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปในปัจจุบันมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เกิดจากปัจจัยที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ภาวะเศรษฐกิจที่เจริญเติบโต การปรับเปลี่ยนค่านิยมนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มจำนวนของผู้สูงอายุ

ในประเทศต่าง ๆ ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่สำคัญในตลาดการท่องเที่ยว โดยยินดีที่จะใช้เงินออมสำหรับการพักผ่อนในตอนนั้นปลายของชีวิต รวมทั้งการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพควบคู่กับการท่องเที่ยวเชิงสนทนา การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นช่องทางการท่องเที่ยวตลาดใหม่เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพ และมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่าตลาดทั่วไป องค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้นจาก 687.9 ล้านคนในปี พ.ศ. 2549 เป็น 1,968 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 ในทวีปเอเชียจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด การขยายตัวของตลาดผู้สูงอายุในประเทศสมาชิกอาเซียนหลาย ๆ ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2603 คาดการณ์ว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว ในอีก 10 ปีข้างหน้าหรือในปี พ.ศ. 2563 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้นจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก มีระยะเวลาพักนานใช้จ่ายสูง มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิตจึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค ขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมาก (จิราวัต รัตนไพฑูรย์ชัย. 2557)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกิจกรรมที่ผสมผสานระหว่างกิจกรรมเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมเชิงสุขภาพ แบ่งออกเป็นการฟื้นฟูหรือบำบัดสุขภาพ (Health Healing) เช่น การทำพิน การศัลยกรรมเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ ตามโรงพยาบาล คลินิกหรือสถานพยาบาลต่าง ๆ และการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) อันประกอบด้วย การรักษาด้วยแพทย์แผนไทย การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เที่ยวชม และใช้บริการการรักษาด้วยสมุนไพรในชนบท การเที่ยวชมแหล่งเกษตรธรรมชาติ การท่องเที่ยวในแหล่งน้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ การฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และใช้บริการในสถานบริการส่งเสริมสุขภาพ เช่น สปา (RTA Royal Transcontinental Australia. 2019) จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นกิจกรรมที่พัฒนามาจากฐานรากของชุมชน เน้นการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาไทยที่มีในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งถ้าสามารถพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้ก็เท่ากับเป็นการส่งเสริมให้เกิดความเติบโตระบบเศรษฐกิจชุมชนโดยมี “ชาวบ้าน” เป็นผู้ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยตรง อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมจากผู้เดินทางมาท่องเที่ยวก็คือการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในความสะดวกและความปลอดภัยในการพักผ่อนหย่อนใจหรือเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวส่งเสริมเชิงสุขภาพ

การบริหารจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) มีความหมายในทางวิชาการในหลายระดับ โดยเฉพาะในระดับธุรกิจซึ่งเน้นความหมายว่า เป็นการบริการจัดการรับส่งและดูแลคน

สิ่งของ และบริการ ดังนั้น การจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวจึงมีความหมายครอบคลุมถึง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในแต่ละจุดหรือกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าหรือ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจสูงสุด สำหรับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

จังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดที่ได้รับการยอมรับว่ามีความเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูง จังหวัดหนึ่งของประเทศ มีปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญโดยเป็นทั้งพื้นที่เกษตรกรรม การประมง อุตสาหกรรม การพาณิชย์ รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีทรัพยากรและบริการการท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จึงสมควรที่จะมีการศึกษาและสำรวจลักษณะ การเดินทางของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ วิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพสำหรับผู้สูงอายุ และศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจ ที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุใน จังหวัดสมุทรปราการขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ในการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อสำรวจลักษณะการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยว ของจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อวิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุใน จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านกายภาพ ข้อมูลสารสนเทศ ด้านการให้บริการโลจิสติกส์ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านบุคลากร

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมคุณภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากเป็นจังหวัดสำคัญทางภาคตะวันออกของประเทศไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (Gross Provincial Product : GDP) อยู่ในอันดับที่ 4 รองจาก กรุงเทพมหานคร ระยอง และชลบุรี (แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ. 2561) และเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) เรื่องห่วงโซ่มูลค่ายุทธศาสตร์ที่ 3 ประเด็นพัฒนาที่ 4 เรื่อง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักและประทับใจของนักท่องเที่ยว และกำหนดกิจกรรมพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กระทำภาคเรียนที่ 2 เดือนกันยายน 2562 – มีนาคม 2563

1.4 คำนิยามศัพท์

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หมายถึง นักท่องเที่ยวรายบุคคลหรือกลุ่มชาวไทยทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป (พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ. 2546) เป็นกลุ่มที่เริ่มเกษียณจากวัยทำงานในองค์กรหรือหน่วยภาครัฐและเอกชน หรือผู้ประกอบการอาชีพอิสระ และมีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ทั้งเป็นลักษณะพักค้างคืนและไม่พักค้างคืน

การจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การนำแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการอย่างเป็นระบบ เริ่มตั้งแต่โลจิสติกส์ต้นน้ำ ได้แก่ ที่มาของนักท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ปัจจัยที่เกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยว โลจิสติกส์กลางน้ำ ได้แก่ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรวมทั้งการให้บริการนักท่องเที่ยว โลจิสติกส์ปลายน้ำ ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดโลจิสติกส์การท่องเที่ยวได้จำแนกองค์ประกอบออกเป็น 5 ด้าน ด้านกายภาพ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านการให้บริการโลจิสติกส์ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากร

การจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวด้านกายภาพ หมายถึง กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น คุณภาพของถนน สภาพการจราจร ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย และการรักษาเวลาในการเดินทาง

การจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวด้านข้อมูลสารสนเทศ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น เอกสารการท่องเที่ยว เว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ และป้ายแสดงสัญลักษณ์

การจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวด้านการให้บริการโลจิสติกส์ หมายถึง การบริการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ประโยชน์คุ้มค่า และการจัดระบบของสถานที่ท่องเที่ยว

การจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวด้านสถานที่ท่องเที่ยว หมายถึง ความปลอดภัยจากมิถุนาชีพ ความสะอาด ความสวยงาม ความน่าสนใจ และความเพียงพอของสถานที่จอดรถ

การจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวด้านบุคลากร หมายถึง คุณลักษณะของพนักงานขับรถพนักงานสถานที่ท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากต่างจังหวัดเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีวัตถุประสงค์นอกจากจะเพื่อความเพลิดเพลินแล้ว ยังเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตคนในท้องถิ่น อาจมีกิจกรรมเพื่อส่งเสริม บำบัดรักษา ฟื้นฟูสุขภาพ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การฝึกสมาธิ การนวดเพื่อสุขภาพ เพื่อให้มีจิตใจสดชื่น ปรับสภาพจิตใจ และร่างกายให้สมดุลให้ร่างกายได้ผ่อนคลายหรือมีความรู้สึกที่ดีต่อร่างกาย

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษานี้คาดว่าจะได้รับประโยชน์ ดังนี้

1. ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ
2. เป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมด้านการจัดการโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ
3. ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

1.6 สมมติฐานของการศึกษา

ข้อมูลประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ และรายได้) ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ
- 2.3 แนวคิดการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
- 2.4 จังหวัดสมุทรปราการกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดการศึกษา

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2562 มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนององกลยุทธ์ของชาติ โดยเน้นย้ำ 3 ประเด็นสำคัญ คือรูปแบบของการบริโภค การสร้างมูลค่าเพิ่มและการดูแลสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองและชุมชนรอง เป้าหมายของปี พ.ศ. 2562 คือการเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.5 รายได้ทั้งหมดของการท่องเที่ยวจากตลาดต่างประเทศเป้าหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 12 และเพิ่มขึ้น 10% จากตลาดภายในประเทศ และสร้างแคมเปญการตลาดอย่างต่อเนื่องภายใต้แนวคิด Amazing Thailand (ยุทธศาสตร์ สุธส. 2559) การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของไทย การรักษาดูแลการท่องเที่ยวของไทยจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้น ประเทศไทยจึงมีนโยบายเน้นทางการตลาดการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่มีศักยภาพในการจับจ่าย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ (Senior Tourism) ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย อาทิ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยในปี พ.ศ. 2560 World Economic Forum : WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่อันดับที่ 32 จาก 137 ประเทศ สูงขึ้นจากอันดับของปี พ.ศ. 2559 โดยประเทศไทยมีคะแนนภาวะเศรษฐกิจมหภาคและโครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อ

เศรษฐกิจของประเทศอย่างมาก ปี พ.ศ. 2559 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบทางตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย คิดเป็นมูลค่า 1.29 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 9.20 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) อีกทั้งมีการเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.7 ต่อปี ต่อเนื่องไปถึงปี พ.ศ. 2570 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีมูลค่าประมาณ 2.1 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 14.30 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย การพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและตอบรับกับแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปถือว่าเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนและอินเดีย ซึ่งมีพฤติกรรมใช้จ่ายสินค้าของที่ระลึก เสื้อผ้า และผลิตภัณฑ์จากยางพารา ทำให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วยการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การเติบโตของประชากรกลุ่มชนชั้นกลางที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าของเงิน (Value-for-Money) และการเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยว Generation-Y- และ Generation-Z- ที่ชอบการสื่อสารและใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยตรงได้มากขึ้น ความหลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยวย่อมส่งผลต่อการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวและเกิดการท่องเที่ยวซ้ำ

ความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ด้วยแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยควรเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ และกำหนดแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังและสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ซึ่งจากการวิเคราะห์แนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยว ประเทศไทยควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) การพัฒนาแนวทางการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอ่อนไหว
- 2) การพัฒนาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวและลดการแข่งขันในมิตிரาคา
- 3) การพัฒนาฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทางและการตัดสินใจที่ถูกต้องของนักท่องเที่ยว
- 4) พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

5) พัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่สะดวกแก่การเข้าถึงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

6) พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในประเทศเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ตลอดจนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

7) พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

8) ยกกระดับการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

9) การพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศอินเดีย หรือกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย เป็นต้น

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พักภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งสร้างกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศจากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน ซึ่งในปี พ.ศ. 2552 ประเทศไทยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประมาณ 527,326 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 8.5 ของมูลค่าส่งออกรวม (ร้อยละ 51.1 ของมูลค่าส่งออกภาคบริการ) หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ขณะเดียวกันธุรกิจการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6-7 ของแรงงานทั้งระบบ รวมทั้งยังช่วยกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ชนบทตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ รายได้เงินตราต่างประเทศดังกล่าว ยังมีส่วนสำคัญที่ช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าในช่วงที่การส่งออกสินค้าของไทยมีแนวโน้มชะลอตัวลงตามภาวะเศรษฐกิจโลก ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศจึงต้องคำนึงถึงข้อมูลพื้นฐานและบริบทของสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

ภาพที่ 1 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

พื้นฐานการเติบโตของการท่องเที่ยวมีปัจจัยหลักที่คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ที่ต้องได้มาตรฐานระดับสากลและมีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยการพัฒนาต้องเกิดขึ้นอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความสมดุลทั้งในด้านพื้นที่ เวลา และกลุ่มการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการกระจายนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยพัฒนาความมั่งคั่งในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย

1) เป้าประสงค์

1.1) ประเทศไทยมีสินค้าและบริการที่หลากหลายและมีคุณภาพสูงขึ้น เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากหลากหลายกลุ่มมีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น อีกทั้งส่งเสริมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

1.2) การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนผ่านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติและอัตลักษณ์ความเป็นไทย

1.3) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีความแข็งแกร่งโดยการเพิ่มความสมดุลของการท่องเที่ยวทั้งความสมดุลเชิงพื้นที่ ความสมดุลเชิงเวลาหรือฤดูกาล และความสมดุลในทุกภาคส่วน

1.4) การท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ โดยการสร้างรายได้ให้กับจังหวัดและในพื้นที่ที่ยังไม่เป็นที่นิยม รวมถึงการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและอุตสาหกรรมในท้องถิ่นทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

2) ตัวชี้วัด

2.1) แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยว ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น

2.2) ระยะเวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น

2.3) จุดประสงค์หลักในการมาเยือนประเทศไทยหลากหลายขึ้น และนักท่องเที่ยวมากกว่า 1 ใน 3 มีจุดประสงค์หลักในการมาเยือนที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวพักผ่อนโดยทั่วไป

2.4) อันดับของประเทศไทยด้านความยั่งยืนของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Sustainability of T&T Development) เพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อย 10 อันดับ (เทียบกับอันดับที่ 61 จาก 141 ประเทศทั่วโลกในปี 2558)

2.5) รายได้จากการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีเพิ่มขึ้น

2.6) การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อครั้งการเดินทาง มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยอย่างน้อยร้อยละ 5 เทียบกับร้อยละ 4.3 ในช่วงปี 2547 – 2558

2.7) จำนวนเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3) แนวทางการพัฒนา

3.1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนา และปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นต้น และการพัฒนาคุณภาพสินค้า

และบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐานสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ครอบคลุมทั้งระบบและอุตสาหกรรมภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ทั้งภาคผลิต ภาคบริการ และกิจการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในระดับสากล

3.2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ อย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ทุกภาคส่วน เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมนวัตกรรมด้านการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยให้ความรู้และการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

3.3) สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่ เชิงเวลา ฤดูกาล และรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพที่ยังไม่ได้รับความนิยมนการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการ ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว เช่น การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่และเพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ต่าง ๆ การสนับสนุนภาคเอกชนในการลงทุนในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งล้วนมีส่วนในการส่งเสริมประสบการณ์ในการท่องเที่ยว โดยในยุทธศาสตร์นี้ เน้นด้านการพัฒนาระบบคมนาคมในทุกรูปแบบ รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ และการพัฒนาความปลอดภัยและสุขอนามัยอย่างเป็นระบบ

1) เป้าประสงค์

1.1) นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสะดวกสบายมากขึ้นในการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย เพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง

1.2) นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาค จังหวัด และพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในตัวเมืองและชนบทอย่างสะดวกสบายมากขึ้น ซึ่งจะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศในวงกว้างมากขึ้นเพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับชุมชนและท้องถิ่นต่าง ๆ ทั่วภูมิภาค

1.3) นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและมีประสบการณ์ที่ดีทั้งในด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยรวมไปถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อชักจูงให้กลับมาเยี่ยมเยือนอีกครั้งและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

1.4) นักท่องเที่ยวอิสระ (Free and Independent Travelers) มีความสะดวกสบายมากขึ้นในการวางแผนและการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

2) ตัวชี้วัด

2.1) ปริมาณการผลิตด้านผู้โดยสารคิดเป็นที่นั่ง – กิโลเมตร (International Available Seats Kilometers) สำหรับเที่ยวบินจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 2 ของ ASEAN

2.2) การจัดอันดับของนิตยสารด้านการเดินทางโดยอากาศยาน Skytrax (Skytrax rating) ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอยู่ในระดับอย่างน้อย 4 ดาว และท่าอากาศยานอื่น ๆ ที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ในระดับอย่างน้อย 3 ดาว

2.3) อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการคมนาคมทางบกและทางน้ำ (Ground and Port infrastructure) อยู่ในอันดับ 1 ใน 50 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 71 จาก 141 ประเทศทั่วโลก ในปี 2558)

2.4) อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (Safety & Security) อยู่ในอันดับ 1 ใน 70 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 132 จาก 141 ประเทศทั่วโลก ในปี 2558)

2.5) นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นและพึงพอใจในการรักษาความปลอดภัยและการให้บริการร้อยละ 90 ตลอดช่วงเวลาของแผน

3) แนวทางการพัฒนา

3.1) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนากระบวนการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ได้แก่ พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยกกระต๊อบขนส่งสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่น ๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง

3.2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกันจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free - WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเที่ยวที่ใช้ได้กับทุกช่องทางการเดินทาง

พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด ราวจับ เป็นต้น และพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

3.3) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวผ่านการยกระดับคุณภาพสู่ระดับสากล เพื่อให้ทัดเทียมขีดความสามารถของบุคลากรในระดับโลกและเพื่อเตรียมความพร้อมกับการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้น ผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมถึงการปลูกฝังจิตสำนึกและการเป็นเจ้าของที่ดีให้กับประชาชนและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชน นับเป็นเครื่องมือสำคัญในการพิจารณาเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

1) เป้าประสงค์

1.1) แรงงานไทยมีศักยภาพสูงขึ้นทั้งในด้านคุณภาพ ความรู้ความสามารถ ระดับทักษะทั่วไป ทักษะการบริหาร และทักษะเฉพาะทาง เพื่อรองรับความต้องการบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้นอันจะสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว สนับสนุนการพัฒนาประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีคุณภาพสูง

1.2) แรงงานไทยมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเป็นการลดการพึ่งพาการจ้างแรงงานต่างชาติ

1.3) ประชาชนทุกภาคส่วนมีความรู้ความเข้าใจ ความต้องการ และความพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและพัฒนาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

2) ตัวชี้วัด

2.1) ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านคุณภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2.2) อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการอบรมพนักงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Extent of Staff Training) อยู่ในอันดับ 1 ใน 30 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 37 จาก 141 ประเทศทั่วโลกในปี 2558)

2.3) อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการให้บริการลูกค้า (Treatment of Customers) อยู่ในอันดับ 1 ใน 10 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 17 จาก 141 ประเทศทั่วโลก ในปี 2558)

2.4) จำนวนบุคลากรไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับรองมาตรฐาน MRA (Mutual Recognition Arrangement) ของ ASEAN เพิ่มขึ้น

2.5) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME: Small and medium-sized enterprises) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 8 เขต

3) แนวทางการพัฒนา

3.1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการ สนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

3.2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand 4.0

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

การพัฒนาการตลาดของการท่องเที่ยวไทยอย่างมีสมดุลเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพผ่านการส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มและการพัฒนาเครื่องหมายมาตรฐานคุณภาพ รวมทั้งการส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและกระตุ้นตลาดนักท่องเที่ยวไทยกับการพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการบนพื้นฐานเอกลักษณ์อย่างไทย และการปรับใช้เทคโนโลยีเพื่อการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

1) เป้าประสงค์

1.1) นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในการเดินทางสู่ประเทศไทยมากขึ้น

1.2) ประเทศไทยมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ

1.3) ประเทศไทยยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

1.4) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและนำมาเยือนสำหรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

1.5) นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ของประเทศไทยและอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นเพิ่มขึ้น

1.6) นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางช่วง Green Season สูงขึ้น

1.7) นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการเดินทางไปยังสถานที่ที่หลากหลายขึ้น

1.8) คนไทยนิยมการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

2) ตัวชี้วัด

2.1) อัตราการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) เพิ่มสูงขึ้นทุกปี

2.2) จำนวนจังหวัดที่มีผู้เยี่ยมชมเยือนมากกว่า 3 ล้านคนต่อปี เพิ่มสูงขึ้นทุกปี (จาก 10 จังหวัด ในปี 2558)

2.3) อันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านประสิทธิภาพของโครงการทางการตลาดในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (Effectiveness of marketing to attract tourists) อยู่ในอันดับ 1 ใน 15 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 23 จาก 141 ประเทศทั่วโลก ในปี 2558)

2.4) อันดับของประเทศไทยด้านความน่าไว้วางใจของการทำงานของตำรวจ (Reliability of Police Services) อยู่ในอันดับต่ำกว่า 100 ของโลก (เทียบกับอันดับที่ 112 จาก 141 ประเทศทั่วโลกในปี 2558)

3) แนวทางการพัฒนา

3.1) เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดเป้าหมาย และการสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย ข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัย และสิ่งควรกระทำในกรณีฉุกเฉิน เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวและสาธารณชน

3.2) ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ โดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มตลาดระดับกลาง - บน (รายได้สูงกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปี) ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพและการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ เป็นต้น

3.3) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้าและบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่าง ๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัด โดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่าง ๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

3.4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม/เทศกาล/งานประเพณีเฉพาะถิ่นในแต่ละเดือน การสร้างค่านิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรอง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชน เป็นต้น และการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” โดยการสร้างค่านิยมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย การส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มสุภาพสตรี รวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่ายช่วงการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการการลดหย่อนทางภาษี เป็นต้น

3.5) การส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาดด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำตลาดเพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัลทั้งในด้านการดูแลบริหารและวิเคราะห์สถิติข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

การบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนคือปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติ อย่างเป็นรูปธรรมโดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างทุกภาคส่วน การปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และการบริหารข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เพื่อการวิเคราะห์และวางแผน รวมถึงการส่งเสริมการบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคโดยรวม

1) เป้าประสงค์

1.1) การวางแผนและการดำเนินงานของทุกภาคส่วนอย่างมีการบูรณาการ มีความสอดคล้องและเป็นไปตามทิศทางเดียวกัน

- 1.2) ทุกภาคส่วนมีความร่วมมือกันในการพัฒนาและบริหารการท่องเที่ยวของประเทศ
- 1.3) องค์กรธุรกิจและประชาชนในระดับท้องถิ่นมีโอกาสและได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น
- 1.4) การดำเนินงานของภาครัฐมีประสิทธิภาพสูงขึ้นทั้งด้านการวางแผนและการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับความต้องการ
- 1.5) การดำเนินงานของทุกภาคส่วนมีประสิทธิภาพผ่านการพัฒนาระบบข้อมูลส่วนกลาง ช่องทางการแบ่งปันข้อมูล และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 1.6) ประเทศไทยมีการกำหนดและบังคับใช้กฎหมาย ข้อบังคับ และมาตรฐานต่าง ๆ อย่างเคร่งครัด เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เพิ่มความปลอดภัย และส่งเสริมความยั่งยืน
- 1.7) การลงทุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวผ่านความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน
- 1.8) ประเทศไทยมีการร่วมมืออย่างแข็งขันและสม่ำเสมอกับประเทศในภูมิภาคเพื่อร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค โดยมีประเทศไทยเป็นประตูสู่การท่องเที่ยวในภูมิภาค

2) ตัวชี้วัด

- 2.1) ระดับความพึงพอใจด้านการบูรณาการแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น
- 2.2) ระดับความพึงพอใจด้านการสนับสนุนจากส่วนกลางในการทำงานด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น
- 2.3) ระดับความพึงพอใจด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น
- 2.4) ระดับความพึงพอใจด้านกฎหมายและข้อบังคับด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- 2.5) จัดตั้ง Tourism Intelligence Center (หน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว) และบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการผู้ใช้งาน

3) แนวทางการพัฒนา

- 3.1) ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย โดยมีการบูรณาการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบาย ประสานงาน กำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงานส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พัฒนาระบบการการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์กรความรู้ จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานในทุกกระดับ ผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริม

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยง และแผนบริหารจัดการสภาวะวิกฤตด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ

3.2) ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง โดยการทบทวนแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อระเบียบด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความเข้าใจในระเบียบและกฎหมายด้านการท่องเที่ยว

3.3) สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่าง ๆ การจัดตั้งหน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลางแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

3.4) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการประสานความร่วมมือกับนานาประเทศในการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับต่าง ๆ ได้แก่ APEC ASEAN GMS ACMECS IMT - GT พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง เช่น เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายใน ASEAN และกลุ่มประเทศ CLMV เส้นทางทางน้ำใน IMT - GT สนับสนุนให้ตัวแทนประเทศไทยในองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ มีบทบาทในเวทีนานาชาติเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยและอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค เช่น การลดขั้นตอนการเดินทางเข้าประเทศ การตรวจลงตราและใบขับขี่ที่ครอบคลุมทั้งภูมิภาค เป็นต้น ส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้องด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion : GMS) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจเหนือ - ใต้ (North South Economic Corridor : NSEC) และ ส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มประเทศตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ

Horwath HTL (2015) ได้สรุปแนวโน้มที่จะเป็นความท้าทายต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระยะกลางและระยะยาวจำนวน 10 ประเด็น ซึ่งแบ่งออกเป็นด้านอุปสงค์ 5 ประเด็น และด้านอุปทาน 5 ประเด็น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความท้าทายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ด้านอุปสงค์	ด้านอุปทาน
<ul style="list-style-type: none"> - การเติบโตของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากร ซึ่งหลายประเทศกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ - การเติบโตของนักท่องเที่ยว Generation Y และ Generation Z เป็นกลุ่มที่จะมีจำนวนมากที่สุดหรือครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวทั้งหมดทั่วโลก - การเติบโตของประชากรกลุ่มชนชั้นกลาง โดยจะเพิ่มขึ้นเฉพาะในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกเพียงภูมิภาคเดียว - การเติบโตของตลาดเกิดใหม่ โดยเฉพาะจีนและอินเดีย ซึ่งจะทำให้เกิดจุดหมายปลายทางใหม่ ๆ เกิดขึ้น - ประเด็นทางการเมืองและการก่อการร้าย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอันดับต้น ๆ 	<ul style="list-style-type: none"> - วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการออกแบบการท่องเที่ยว - ช่องทางดิจิทัลเป็นช่องทางหลักที่คนในปัจจุบันใช้หาข้อมูล ส่งข้อมูล และรับข่าวสารต่าง ๆ โดยจะเป็นการผลัดข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายมากกว่ารอให้กลุ่มเป้าหมายสืบค้นเองความภักดีของลูกค้าลดลงอย่างต่อเนื่อง - รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจสุขภาพทำให้กระแสการดูแลสุขภาพชัดเจนขึ้น - การให้ความสำคัญกับความยั่งยืน

ที่มา: Horwath HTL. 2015

Euromonitor (2017) และ Business Monitor (2017) ได้สะท้อนจุดอ่อนและจุดแข็งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงโอกาสและความท้าทาย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และความท้าทายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ul style="list-style-type: none"> - ความหลากหลายของกิจกรรมและสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว - ชื่อเสียงของอาหารไทยที่ได้รับการยอมรับ - ภูมิอากาศแบบร้อนชื้นที่สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปี - ความคุ้มค่าทางการท่องเที่ยว - การพัฒนาและสร้างชื่อเสียงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีมาอย่างยาวนานและความเชี่ยวชาญทางการตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาการให้บริการของแท็กซี่ ความหนาแน่นของประชากรในเมือง - ข้อจำกัดทางด้านภาษา - ปัญหาโรงแรมหรือที่พักที่ไม่ได้จดทะเบียน - ปัญหาระบบการขนส่งในชนบท - การแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้าน - ความไร้ประสิทธิภาพในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว - ประเทศไทยไม่มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง
โอกาส	ความท้าทาย
<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายการพัฒนาสนามบินและเส้นทางรถไฟจะนำมาซึ่งความเชื่อมโยงทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก - การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เพิ่มสูงขึ้น - การเพิ่มขึ้นของห้องพักที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีมูลค่าสูงของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ - การเติบโตของชนชั้นกลาง - การเติบโตของเทคโนโลยีระบบขนส่งที่ดีกว่าแท็กซี่ - ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ในฐานะที่เป็นศูนย์กลางเส้นทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง - ปัญหาความไม่สงบในกลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่อาจส่งผลกระทบต่ออื่น ๆ - วิกฤตทางเศรษฐกิจที่เกิดในประเทศต้นทาง - ภัยธรรมชาติที่อาจเกิดขึ้นเป็นครั้งคราว - การให้ความสำคัญกับข้อกังวลของนักท่องเที่ยว ที่ว่า การท่องเที่ยวอาจนำมาซึ่งการทำลายสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทัศนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยว

ที่มา: Euromonitor. 2017 & Business Monitor. 2017

สรุปประเด็นสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการทบทวนสถานการณ์และแนวโน้มทางการท่องเที่ยวในระดับโลก ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ รวมถึงความท้าทายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถสรุปเป็น 11 ประเด็นสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

- 1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ซึ่งให้ความสำคัญกับการเติบโตบนความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2) การพัฒนาแนวทางลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก และกระจายนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวรอง
- 3) การพัฒนาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจนเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ลดการแข่งขันในมิติราคา
- 4) การพัฒนาฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง และแม่นยำในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ
- 5) การเตรียมความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ
- 6) การพัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
- 7) การพัฒนานวัตกรรมทางการท่องเที่ยว
- 8) การยกระดับการอำนวยความสะดวก และรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- 9) การเตรียมความพร้อมรองรับปัญหาและวิกฤตทางการท่องเที่ยว เช่น การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ การก่อการร้าย และวิกฤตการณ์ทางการเมือง เป็นต้น
- 10) การพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ประเทศอินเดีย หรือประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวีย เป็นต้น
- 11) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) ให้คำนิยาม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการบางคนให้ความสำคัญแก่สุขภาพทางด้านจิตใจด้วย เช่น Gee et al (1989 อ้างถึงใน Lambert. 2000 : 65-83) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าเป็นการเดินทางไปจุดหมายปลายทางในประเทศหรือในพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจและเพื่อความสงบในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่กังวลใจ (วรรณภา วงษ์วานิช. 2546 : 145) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง

การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธีการนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจสุขภาพหรือการเข้ารับการรักษาพยาบาลในต่างประเทศที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความเติบโตอย่างรวดเร็ว

โดยสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพและบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพนั้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสามารถแบ่งตามลักษณะสุขภาพของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ (RTA Royal Transcontinental Australia, 2019)

1) การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้อยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเองภายใต้สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในปัจจุบัน โดยการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพอย่างถูกวิธี เช่น การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ การฝึกไทเก๊ก การอาบน้ำแร่หรือสปา การนวดแผนโบราณ การรับประทานสมุนไพร การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและการพักผ่อนในที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ใกล้ธรรมชาติมากขึ้น ประเทศไทยมีสถานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพหลายประเภท เช่น การนวดแผนโบราณที่วัดโพธิ์ การนั่งสมาธิในวัดสำคัญทางพุทธศาสนา เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรืออยู่ในระยะพักฟื้น การท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและเป็นธรรมชาติ รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และออกกำลังกายอย่างเบา ๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการลักษณะนี้ เช่น ชิวาครม สถานพักตากอากาศชายทะเล เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในประเภทนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงเนื่องจากค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยถูกกว่าต่างประเทศและประเทศไทย

มีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญและมีมือหลายด้าน เช่น การทำทันตกรรม การเปลี่ยนสะโพก การเปลี่ยนข้อเข่า การผ่าตัดเพื่อ เสริมความงาม เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในลักษณะอื่นที่คล้ายคลึงกัน โดยมีการผสมผสานรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสปาและสุขภาพ (Spa and Health Tourism) (Hall, 2003) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม (Health and Wellness Tourism) สปา (Spa) หมายถึง การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมด้วยวิถีธรรมชาติ คำว่า สุขภาพดี (Wellness) หมายถึง การดูแลสุขภาพที่ดีให้แข็งแรงสมบูรณ์ ซึ่งคล้ายกับคำว่าสุขภาพ หากแต่เน้นสภาวะที่สมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย และสุขภาพความงาม เป็นแนวคิดที่ธุรกิจนออุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพพิจารณาว่ามีความสำคัญในลักษณะของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพดี มีความหมายหลายประการ ดังนี้ (Cohen, 2008 & Erfurt-Cooper and Cooper, 2009 : 5)

- 1) แนวทางเพื่อการดูแลบำรุงรักษาสุขภาพที่เน้นการป้องกันความเจ็บป่วย เพื่อไม่ให้เจ็บป่วยและทำให้ชีวิตยืนยาว ต่างกับคำว่า การรักษาโรคร้ายไข้เจ็บที่เกิดขึ้นหลังจากการเจ็บป่วย
- 2) สภาวะที่มีสุขภาพแข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ โดยการดูแลเรื่องการรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย และการสร้างสุขนิสัยที่ดี เช่น ไม่ดื่มเหล้า ไม่สูบบุหรี่
- 3) สภาวะของร่างกายที่มีสุขภาพดี ปราศจากโรคร้ายไข้เจ็บ
- 4) สภาพของการมีสุขภาพดีในลักษณะของแบบแผนชีวิตที่ส่งเสริมความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย

จุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

ปัจจุบันสถานการณ์ต่าง ๆ เจริญไปอย่างรวดเร็วอันเป็นผลทำให้ทุกในสังคมต่างดิ้นรนในการดำเนินชีวิตอยู่ในสังคมทำให้เกิดการแข่งขันตลอดเวลาทำให้เกิดความเครียดมากขึ้น รูปแบบการดำเนินชีวิตมีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลาจึงทำให้เกิดโรคแก่ร่างกายและจิตใจมากขึ้นทำให้ผู้คนสนใจต่อการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้คนส่วนใหญ่ต้องหันมาสนใจฟื้นฟูสุขภาพเพื่อผ่อนคลายความเครียดและพักผ่อน ซึ่งจะเห็นได้จากการมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและภายในประเทศเกิดขึ้นมากมาย ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอาจแบ่งตามจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ ดังนี้ (สิริวาริ รำเพย, 2019)

- 1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจด้วยการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพทั้งในหรือนอกที่พักแรมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร การบริการสวดคนบำบัด (Aroma Therapy) และวาริบำบัด (Water Therapy) เป็นต้น

จุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต การบำบัดรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และสร้างสรรค์ทางสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทักษะ และค่านิยมในการส่งเสริมและรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น การสร้างเสริมสุขภาพด้วยตนเองนั้นสามารถแสดงออกมาในรูปแบบของการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา การควบคุมน้ำหนักตัว การนิยมเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การทำจิตใจให้สงบด้วยการฝึกปฏิบัติสมาธิและการใช้ยารักษาโรคจากสมุนไพรที่มีผลกระทบบ้างเพียงน้อย

2) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมบำบัดรักษาโรค หรือฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ ที่หลากหลาย ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย รวมทั้งการทำทันตกรรม การรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเปลี่ยนสะโพก การผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่า การผ่าตัดเสริมความงาม หรือการแปลงเพศ เป็นต้น ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือบางครั้งเรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงแพทย์ (Medical Tourism)

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพประกอบด้วย กิจกรรมการท่องเที่ยวสุขภาพทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวสุขภาพทางวัฒนธรรม รวมถึงการปรับสมดุลของอาหาร การปรนนิบัติ เพื่อเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย จัดความเครียด และปรับความสมดุลให้แก่ร่างกาย เช่น กิจกรรมการนวด สปา การอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน การฝึกปฏิบัติสมาธิ การลดความอ้วน การลดความเครียด การปรับปรุงรูปร่างให้สมส่วน การออกกำลังกาย การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพที่เป็นธุรกิจหลักในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและสปาเพื่อความงาม ธุรกิจรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน/น้ำแร่ ศูนย์สุขภาพ รวมทั้งโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลเพื่อสุขภาพ

จากความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญหลายประการ ทั้งสภาพทางกายภาพและบริการที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง เช่น สภาพแวดล้อมและความงามตามธรรมชาติและวัฒนธรรม สถานที่สงบและรื่นรมย์เพื่อพักผ่อน ในเวลาว่างจากภารกิจ บริการที่สะดวกสบายเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ประโยชน์ในการพัฒนาสุขภาพและร่างกายและจิตใจโดยรวม ความรู้สึกปลอดภัยและการดูแลเอาใจใส่ การบำบัดด้วยน้ำ/น้ำพุร้อน การบริการด้วยบุคลากรที่มีทักษะและได้รับการฝึกอบรม และความคุ้มค่าของเงิน

ดังนั้น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพดี (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ รวมถึงกิจกรรมประเภทผ่อนคลาย เช่น

การออกกำลังกาย การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การทำสปาเพื่อสุขภาพ การนวดเพื่อสุขภาพ เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจใช้บริการเพื่อสุขภาพได้อย่างครบวงจรได้ในรีสอร์ทเพื่อสุขภาพ ศูนย์สุขภาพ (Destination Spa) Erfurt-Cooper and Cooper (2009 : 4) ยังจำแนกการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่รวมการมีสุขภาพดีเป็น Health & Wellness Spa Tourism ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับบริการด้านสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวสปาเพื่อสุขภาพและสปาในแหล่งน้ำแร่/น้ำพุร้อน นักท่องเที่ยวสามารถประกอบกิจกรรมได้หลายลักษณะ กล่าวคือกิจกรรมในสปาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ การเลือกและปรับแบบแผนชีวิต (Lifestyle Choice) การป้องกันความเจ็บป่วย (Prevention of Illness) เช่น การออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพ เป็นต้น และการสร้างความตระหนักเรื่องสุขภาพ (Health Awareness) ส่วนกิจกรรมสปาในแหล่งน้ำแร่/น้ำพุร้อน ได้แก่ วิทยาการอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน (The rmalism Balneology) เพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด การฟื้นฟูจากความเจ็บป่วย (Recovery from Illness) การพักผ่อนและนันทนาการ (Leisure and Recreation)

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) อาจแบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลักดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนหรือนอกที่พักผ่อนอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การบริการสวดคนบำบัด (Aroma Therapy) และวาริบำบัด (Water Therapy)

การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิ แนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และอื่น ๆ โดยทั่วไป จึงมักนิยมการเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม โดยจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วย และเลือกพักผ่อนในสถานที่พักตากอากาศประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีศูนย์สุขภาพหรือศูนย์กีฬาให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่มีมาตรฐานคุณภาพอย่างแท้จริง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักผ่อนนั้น ๆ จัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการให้บริการดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการและผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการนิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก และมีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อ

การส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไปในตัวอีกด้วย

2) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศที่มีแหล่งอารยธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามตามธรรมชาติ รวมทั้งความนิยมในการเข้ารับบริการทางการแพทย์จากประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในด้านการบำบัดรักษา การฟื้นฟู หรือเพื่อเสริมความงามตามที่ต้องการ เป็นต้น โดยทั่วไปจึงมักมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บรรจุโปรแกรมการเข้ารับบริการบำบัดรักษาโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

จุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทนี้ คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต การบำบัดรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และสังสรรค์ทางสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทักษะ และค่านิยมในการส่งเสริมและรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น การสร้างเสริมสุขภาพด้วยตนเองนั้นสามารถแสดงออกมาในรูปแบบของการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา การควบคุมน้ำหนักตัว การนิยมเลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพการทำจิตใจให้สงบด้วยการฝึกปฏิบัติสมาธิตามแนวพุทธศาสนา และการใช้ยารักษาโรคจากสมุนไพรที่มีผลกระทบข้างเคียงน้อย

รูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2008) ได้อธิบายถึงประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวแพทย์แผนไทย เป็นลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในเชิงศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศิลปะการนวดไทยแผนโบราณ และการรักษาโรคด้วยสมุนไพรต่าง ๆ ตลอดจนเรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณจากผู้ที่มีความสามารถเปรียบเทียบกับวิธีการนวดแผนโบราณของประเทศไทยกับการนวดของประเทศอื่น ๆ ของโลก

2) การท่องเที่ยวแหล่งอาหารสมุนไพร เยี่ยมชมศูนย์เกษตรสมุนไพร สวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร และศึกษาเรียนรู้ความมหัศจรรย์แห่งภูมิปัญญาไทยที่สร้างสรรค์โรงวัฒนธรรมทางด้านอาหารสมุนไพรไร้พิษที่มีแคลอรีต่ำและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การนวดแพทย์แผนไทยและอบสมุนไพรเพื่อบำบัดรักษาโรคและบำรุงรักษาสุขภาพ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา / ฝึกโยคะ / ฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน และชมการสาธิตกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

3) การท่องเที่ยวแหล่งสมุนไพรชนบท เยี่ยมชมทัศนศึกษาการปฏิบัติงานของกลุ่มชมรม สมาคม และผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยัง

อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอพั้นบ้านโดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพรในสถานที่จริง และรับฟังการบรรยายสรรพคุณ รวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหมอพั้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่ม ชมรมหรือสมาคมสมุนไพร

4) **ท่องเที่ยวในเชิงเกษตรแบบธรรมชาติหรือดั้งเดิม** เป็นการที่นักท่องเที่ยวมีความนิยมในด้านกิจกรรมและเกษตรกรรมแบบพื้นบ้านที่มีวิธีการเกษตรแบบธรรมชาติในลักษณะเกษตรอินทรีย์ การปลูกพืชผักสวนครัวโดยไม่ใช้สารเคมี เรียนรู้ภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น การทัศนศึกษาและเยี่ยมชม ศูนย์กลางการเรียนรู้ทางการเกษตร รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนความรู้กับวิทยากรผู้รู้หรือปราชญ์ในท้องถิ่นนั้น ๆ

5) **ท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนและการอาบน้ำแร่ธรรมชาติ** โดยนักท่องเที่ยวลักษณะนี้ มักจะนิยมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควบคู่กับการรักษาสุขภาพจากพลังของน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ ในสถานที่ต่าง ๆ ของประเทศ รวมทั้งการสัมผัสกับบรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิดทำให้มีความรู้สึกผ่อนคลายและสดชื่น

6) **ท่องเที่ยวในลักษณะการฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา** เป็นการท่องเที่ยวเพื่อต้องการฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนาในสถานที่เงียบสงบปราศจากสิ่งรบกวนจากภายนอก เป็นการฟื้นฟูหรือบำบัดทางด้านจิตใจผสมผสานกับความเชื่อในทางศาสนาหรือหลักปรัชญา โดยแหล่งท่องเที่ยวลักษณะดังกล่าวมักจะอยู่ห่างไกลจากความเจริญทางด้านวัตถุ เช่น นอกเมือง หรือในป่าเขา

7) **ท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติที่สวยงามและมีความหลากหลายทางชีวภาพ** การเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งธรรมชาติ ป่าเขาเบญจพรรณที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ผสมผสานกับทัศนียภาพที่สวยงามในแหล่งวนอุทยานแห่งชาติ หรือป่าสงวนที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชม รวมทั้งการสัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิดในที่พักที่จัดไว้รับรองสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในบางพื้นที่อาจมีการให้บริการเสริมด้านการนวดแผนไทย สปา หรือการอบไอน้ำอีกด้วย

รูปแบบบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

ในประเทศไทยได้มีการจัดรูปแบบกิจกรรมการให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างหลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) ที่บริษัทนำเที่ยวเสนอขายให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้แก่ การนวดแผนไทย ถือเป็นวิธีบำบัดรักษาโรคของไทยที่มีมาแต่ดั้งเดิม เริ่มต้นมาจากความพยายามในการบรรเทาอาการปวดเมื่อยพักช้าด้วยการสัมผัสจับต้อง หรือกดบริเวณที่เจ็บเพื่อช่วยเหลือตนเองและส่งเสริมประสบการณ์มาเป็นการนวด เริ่มจากการนวดตนเอง นวดเพื่อช่วยเหลือบุคคลในครอบครัวและกระจายกว้างขวางออกไปในชุมชน

ประโยชน์ของการนวดแผนไทยคือ 1) ช่วยทำให้ระบบหมุนเวียนของโลหิตดี สุขภาพแข็งแรง 2) ช่วยทำให้การเคลื่อนไหวของสรีระคล่องแคล่วอย่างธรรมชาติ 3) สามารถบรรเทาโรค

และอาการปวดต่าง ๆ ของข้อต่อและกล้ามเนื้อ 4) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและถ่ายทอดความเอื้ออาทรต่อผู้ถูกνωด

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก

จากการประเมินศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่าทวีปเอเชียจัดเป็นตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพสูง ภูมิภาคนี้สามารถสร้างรายได้จากการใช้บริการของชาวต่างประเทศเป็นมูลค่าถึง 3.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2550 โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 12.7 ของตลาดโลกที่คาดว่าจะมีมูลค่าตลาดรวมถึง 26.77 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ประมาณการไว้ว่าจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 17.6 ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2550–2555 (Tourism Authority of Thailand. 2009) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ ซึ่งได้แก่ ไทย สิงคโปร์ อินเดีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ซึ่งพบว่าตลาดรวมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศผู้ให้บริการทางสุขภาพที่สำคัญในภูมิภาคนี้มีส่วนแบ่งอยู่ที่ร้อยละ 10 ของตลาดรวมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในขณะที่การคาดการณ์มูลค่าตลาดโลกจะมีทิศทางที่จะเติบโตรวมต่อปีอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 แต่สำหรับการคาดการณ์การเติบโตรวมต่อปีของเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะสูงกว่าโดยอยู่ประมาณร้อยละ 28 และจะเป็นการแบ่งส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 15 ของมูลค่าตลาดโลกในปี 2555 (Sankrusme, S. 2012)

Global Wellness Institute (2014) ได้รายงานจำนวนการเดินทางและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งตามภูมิภาคต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2555 และปี พ.ศ. 2556 จะเห็นได้ว่าทวีปเอเชียมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพร้อยละ 21 ดังตารางที่ 3 ได้คาดการณ์การเติบโตของ Wellness Tourism ของโลกระหว่างปี พ.ศ. 2558–2563 ว่าจะมีอัตราการเติบโตรายปีโดยเฉลี่ยร้อยละ 7.5 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 3 การท่องเที่ยวแบบ Wellness Tourism รายภูมิภาค

ภูมิภาค	2012		2013		อัตราการเติบโต นักท่องเที่ยว
	จำนวนการเดินทาง (ล้านครั้ง)	ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (พันล้านดอลลาร์)	จำนวนการเดินทาง (ล้านครั้ง)	ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (พันล้านดอลลาร์)	
อเมริกาเหนือ	163	181.0	172	192.5	8%
ยุโรป	203	158.4	178	178.1	12%
เอเชีย	69.4	120	84.1	152.0	21%
ละตินอเมริกา	32	22.4	36	25.9	16%
แอฟริกา	2	2.0	4	3.2	57%
ตะวันออกกลาง	5	5.3	7	7.3	39%

ที่มา: Global Wellness Institute. 2014

ตารางที่ 4 การคาดการณ์การเติบโตของ Wellness Tourism ปี 2015–2020

	การคาดการณ์ขนาดของตลาด (พันล้านดอลลาร์)		การคาดคะเนอัตรา การเติบโตรายปีโดย เฉลี่ย
	2015	2020	2015-2020
การท่องเที่ยว Wellness	\$563.2	\$808	7.5%

ที่มา : Global Wellness Summit. 2016

นอกจากนี้ Global Wellness Institute (2014) ได้การคาดการณ์ Wellness Tourism ในปี 2017 ว่าภูมิภาคที่มีจะครองส่วนแบ่งทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ทวีปเอเชีย ละตินอเมริกา อเมริกาเหนือ และตะวันออกกลาง ทั้งนี้รายได้ที่คาดการณ์ประมาณ 678.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และอัตราการเติบโตของ Wellness Tourism ประมาณ 9.1% ต่อปี นับได้ว่า Wellness Tourism เป็นมากกว่า 50% ของการท่องเที่ยวทั่วโลก นอกจากนี้ภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว Wellness มากที่สุด โดยอยู่ระหว่าง 8.5–46.1 ล้านคน ได้แก่ ทวีปอเมริกาเหนือ และทวีปเอเชีย-แปซิฟิก

สำหรับภูมิภาคเอเชียใต้และตะวันออกเฉียงใต้มีประเทศผู้ให้บริการด้านสุขภาพที่สำคัญ คือ สาธารณรัฐสิงคโปร์ ไทย สาธารณรัฐอินเดีย มาเลเซีย และสาธารณรัฐฟิลิปปินส์ โดยสาธารณรัฐสิงคโปร์มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 33 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 90,000 ล้านบาท รองลงมา คือ ไทย สัดส่วนร้อยละ 26 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 70,000 ล้านบาท และสาธารณรัฐอินเดีย สัดส่วนร้อยละ 19 คิดเป็นมูลค่าประมาณกว่า 50,000 ล้านบาท ตามลำดับ (Kasikorn Research Center. 2012) เมื่อเปรียบเทียบแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทวีปเอเชีย พ.ศ. 2555–2556 พบว่าส่วนใหญ่ประเทศในเอเชียมีขนาดของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีการเจริญเติบโตขึ้น ดังจะเห็นได้เมื่อมีการจัดอันดับแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่าประเทศไทยมีแนวโน้มขนาดของตลาดที่ดีขึ้นด้วย โดยขยับอันดับขึ้นจากอันดับที่ 14 เป็นอันดับที่ 13 (ดังตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเอเชีย พ.ศ. 2555–2556

ประเทศ	จำนวน การเดินทาง (ล้านครั้ง)	การจ้างงาน โดยตรง (คน)	ค่าใช้จ่าย (พันล้าน ดอลลาร์)	อันดับโลก ในปี 2555	อันดับโลก ในปี 2556
เกาหลีใต้	15.6	121,918	5.8	13	15
อินโดนีเซีย	4.0	433,868	4.8	41	17
ตุรกี	8.7	57,979	4.5	20	19

ที่มา: Leelawattananun, N. 2016

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย

จากการที่รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจบริการรักษาพยาบาล ธุรกิจส่งเสริมสุขภาพ และธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสมุนไพรไทยนั้น ธุรกิจบริการรักษาพยาบาลถือเป็นธุรกิจหลักที่สำคัญโดยมีผู้ประกอบการหลัก คือ โรงพยาบาลเอกชน ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการถึง 256 ราย โดยเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีศักยภาพในการรองรับผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศมากกว่า 100 แห่ง ทั้งนี้ จากการรวบรวมสถิติชาวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการรักษาพยาบาลในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา พบว่ามีชาวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการรักษาพยาบาลเป็นจำนวนมากและมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี (Tourism Authority of Thailand. 2009) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (Kasikorn Research Center. 2012) ประมาณการว่า ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพจากโรงพยาบาลเอกชนของไทยในสัดส่วนประมาณร้อยละ 55 หรือมีจำนวนประมาณ 8.1 แสนคน เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนในประเทศไทย และมีกิจกรรมด้านสุขภาพในโรงพยาบาลเอกชน ส่วนอีกร้อยละ 45 หรือมีจำนวนประมาณ 6.7 แสนคน เป็นผู้ป่วยชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพจากโรงพยาบาลเอกชนในไทย ซึ่งมักจะมีผู้ติดตามผู้ป่วยชาวต่างชาติมาด้วย (ในที่นี่จะคิดในสัดส่วน 1:1) โดยมีจำนวนประมาณ 6.7 แสนคน การใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ระหว่างที่พำนักและท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพจำนวน 8.1 แสนคน (ซึ่งประมาณการว่ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยใกล้เคียงนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยทั่วไปที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยในปี พ.ศ. 2555 ที่คาดว่าจะอยู่ในระดับเฉลี่ยคนละ 40,000 บาทต่อการเดินทางมาในแต่ละครั้ง) คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 32,500 ล้านบาท นอกจากนี้ยังมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของผู้ติดตาม ผู้ป่วยชาวต่างชาติจำนวน 6.7 แสนคน (ซึ่งประมาณการว่ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยทั่วไปที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย โดยคิดที่ระดับเฉลี่ยคนละ 26,000 บาทต่อการเดินทางมาในแต่ละครั้ง) คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 17,500 ล้านบาท ดังนั้นการใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและผู้ติดตามผู้ป่วยชาวต่างชาติในปี พ.ศ. 2555 ดังกล่าวมีแนวโน้มก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศคิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 50,000 ล้านบาท เม็ดเงินดังกล่าวมีแนวโน้มจะพัดสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจด้านที่พัก ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า ธุรกิจด้านบันเทิง และนันทนาการต่าง ๆ ธุรกิจด้านการคมนาคม และธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ เป็นต้น (Kasikorn Research Center. 2012) นอกเหนือจากเป็นธุรกิจบริการรักษาพยาบาลโดยตรงแล้ว ยังสร้างรายได้ให้กับธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ รวมถึงอุตสาหกรรมต่อเนื่องด้วย อาทิ ธุรกิจยา ธุรกิจอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ ซึ่งก่อให้เกิดการสร้างอาชีพกระจายรายได้ และการจ้างงานในสาขาวิชาชีพต่าง ๆ

ตลาดการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของไทยมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้นและเป็นอย่างรวดเร็ว ถึงแม้ว่าจะมีการพัฒนาบริการด้านสุขภาพเพื่อขยายตลาดในต่างประเทศตามหลังสาธารณรัฐสิงคโปร์ เนื่องจากความได้เปรียบในบริการด้านสุขภาพหลายประการเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน โดยเฉพาะความพร้อมในด้านบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความสามารถเชี่ยวชาญโรคเฉพาะทางและค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า ด้วยบริการที่มีคุณภาพในมาตรฐานระดับเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้ว รวมทั้งยังมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและบริการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล สิ่งเหล่านี้เกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผนวกกับกระแสความใส่ใจในสุขภาพที่มีมากขึ้นทำให้โรงพยาบาลเอกชนของไทยซึ่งเดิมเน้นบริการด้านการรักษาโรคต่าง ๆ หันมาพัฒนาบริการด้านส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งบริการด้านเสริมความงามตามความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยอาศัยความได้เปรียบจากความน่าเชื่อถือในการให้คำปรึกษาของแพทย์

จากผลการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพของประเทศไทยสู่ตลาดโลก (Sankrusme, S. 2012) พบว่าผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลส่วนใหญ่เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง โดยมีแผนเดินทางมาเพื่อการรักษาพยาบาลที่ใช้เวลาไม่เกิน 15 วันเดินทางมาพร้อมกับญาติหรือครอบครัว ผู้เข้ารับบริการรู้จักโรงพยาบาลจากอินเทอร์เน็ต คุณลักษณะโรงพยาบาลที่เลือก คือ ความทันสมัยและการมีเทคโนโลยีทางการแพทย์ หลังการรับบริการแล้วผู้เข้ารับบริการมีความพึงพอใจต่อแพทย์มีความเชี่ยวชาญรักษาโรคเฉพาะทาง ส่วนใหญ่บอกว่าจะกลับมาอีกแน่นอน และมีความสนใจใช้บริการการท่องเที่ยวที่ผนวกการตรวจสุขภาพประจำปีไว้ด้วยกัน จากข้อมูลที่กล่าวมาเป็นการท่องเที่ยวสุขภาพเชิงการแพทย์ซึ่งมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี สำหรับการท่องเที่ยวแบบ Wellness Tourism ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกรูปแบบหนึ่ง คือ เป็นการป้องกันและการสร้างเสริมสุขภาพนั้นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมสปาและสุขภาพ (Spa and Wellness) ซึ่งในระยะเวลาที่ผ่านมาอุตสาหกรรมนี้มีการเติบโตเป็นอย่างมากและยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งเป็นผลมาจากวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันที่ขาดการออกกำลังกายและการเคลื่อนไหวร่างกายในชีวิตประจำวันอย่างพอเพียง ดังนั้น คนเมืองในปัจจุบันที่ต้องการหาความสมดุลและคุณภาพชีวิตเพื่อที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานในการส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิต การใช้บริการสปาจึงมีบทบาทมากขึ้น ปัจจุบันธุรกิจสปาเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีผู้ประกอบการจำนวนมากคิดเป็นอันดับ 1 ใน 3 ของอุตสาหกรรมสปาโลก โดยในปีที่ผ่านมาตลาดธุรกิจสปาไทยมีอัตราการเติบโตและยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง สปากลายเป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับระดับสากลในด้านคุณภาพ การบริการและผลลัพธ์ที่ดีต่อสุขภาพที่มีความสำคัญไม่แพ้ธุรกิจบริการประเภทอื่น โดยแบ่งเป็นลูกค้าต่างชาติประมาณร้อยละ 80 และลูกค้าชาวไทยร้อยละ 20 อีกทั้งการนวดแผนไทยและสปาไทยที่เน้นการใช้ธรรมชาติบำบัดเพื่อปรับสมดุลแก่ร่างกายทำให้เกิดการผ่อนคลายและลดอาการปวดเมื่อย/เจ็บปวด

กล้ำเนื้อ ซึ่งเป็นบริการด้านสุขภาพที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย ศูนย์วิจัยกิจการไทยประเมินว่าค่าใช้จ่ายในด้านนวดแผนไทยและสปาของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยทั่วไปในปี พ.ศ. 2555 มีมูลค่าประมาณ 20,000 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 20 ของค่าใช้จ่ายในบริการด้านบันเทิงและนันทนาการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Kasikorn Research Center. 2012) โดยรวมจึงสามารถประเมินมูลค่าของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยในเบื้องต้นว่ามีมูลค่าไม่ต่ำกว่า 140,000 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของชาวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาใช้บริการในโรงพยาบาลเอกชนของไทยคิดเป็นมูลค่าประมาณ 70,000 ล้านบาท การใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่าประมาณ 50,000 ล้านบาท และการใช้จ่ายในด้านบริการนวดแผนไทยและสปานอกโรงพยาบาลเอกชน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 20,000 ล้านบาท (Komsit Kieanwatana et al. ม.ป.ป.)

ประเทศไทยเป็นแหล่งการให้บริการสปาและเป็นแบบอย่างสำหรับหลายประเทศ จุดแข็งของประเทศไทยในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพคือการเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีประเพณีและวัฒนธรรมเป็นของตนเอง การเดินทางสะดวก มีสิ่งแวดล้อมที่สวยงาม แปลกใหม่ มีความอบอุ่น และเป็นมิตร รวมทั้งการมีหัวใจบริการ มีการแพทย์ทางเลือกที่หลากหลาย เช่น การนวดแผนไทยมีชื่อเสียงและมีลักษณะเฉพาะตน มีสมุนไพรที่ใช้เป็นอาหารและเป็นผลิตภัณฑ์ในการดูแลสุขภาพ เป็นต้น จากรายงานการวิจัยเรื่อง การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มสุขภาพความงาม (Spa and Wellness) (Marketwise. 2010) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลด้านอุปสงค์และอุปทานของธุรกิจการท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพความงาม และนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการจัดทำแผนกลยุทธ์ การส่งเสริมการตลาด รวมทั้งพัฒนาสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวงานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะสปาและความงามที่ใช้การนวดและบริการของสปาเป็นหลักโดยไม่เกี่ยวข้องกับแพทย์หรือศัลยกรรม ผลการวิจัยพบว่าจุดแข็งที่ทำให้บริการสุขภาพความงามของประเทศไทยสร้างความพึงพอใจในระดับสูงแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้บริการที่เป็นมิตร มีมารยาท และคุณภาพ ความชำนาญของผู้ให้บริการและผลลัพธ์ที่ดี จากการใช้บริการราคาค่าบริการมีความคุ้มค่า การให้ประสบการณ์ที่ดีผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 6 ความสะดวกของที่ตั้งของประเทศไทย ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว จุดอ่อนที่พบได้แก่ ภาพลักษณ์ ด้านความปลอดภัย การควบคุมและตรวจสอบมาตรฐานของสถานประกอบการ ความสามารถในการสื่อสาร ภาษาต่างประเทศ การสื่อสารและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับบริการสุขภาพความงามทั้งในและต่างประเทศ ยังไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร เป็นต้น สำหรับโอกาสได้แก่ ผู้คนให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมากขึ้น มีแนวโน้มการเติบโตของตลาดโดยรวมในอัตราที่สูง บริการสุขภาพความงามของประเทศไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถทำตลาดและเชื่อมโยง การท่องเที่ยว

สุขภาพความงามเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลักของประเทศและส่งเสริมเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพของโลก เป็นต้น อย่างไรก็ตามในปีที่ทำการวิจัยนี้ พบว่าอุปสรรคบางประการของธุรกิจสปาและความงาม ได้แก่ ความไม่มั่นคงทางการเมืองและความไม่สงบในประเทศ ซึ่งส่งผลต่อความต่อเนื่องของนโยบายในการสนับสนุนและการทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม ความไม่แน่นอนและผลจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยของโลกและในประเทศ การแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาขึ้นของประเทศผู้ให้บริการสุขภาพความงามคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียที่สำคัญ เช่น สาธารณรัฐอินโดนีเซีย สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐสิงคโปร์ มาเลเซีย และสาธารณรัฐอินเดีย เป็นต้น

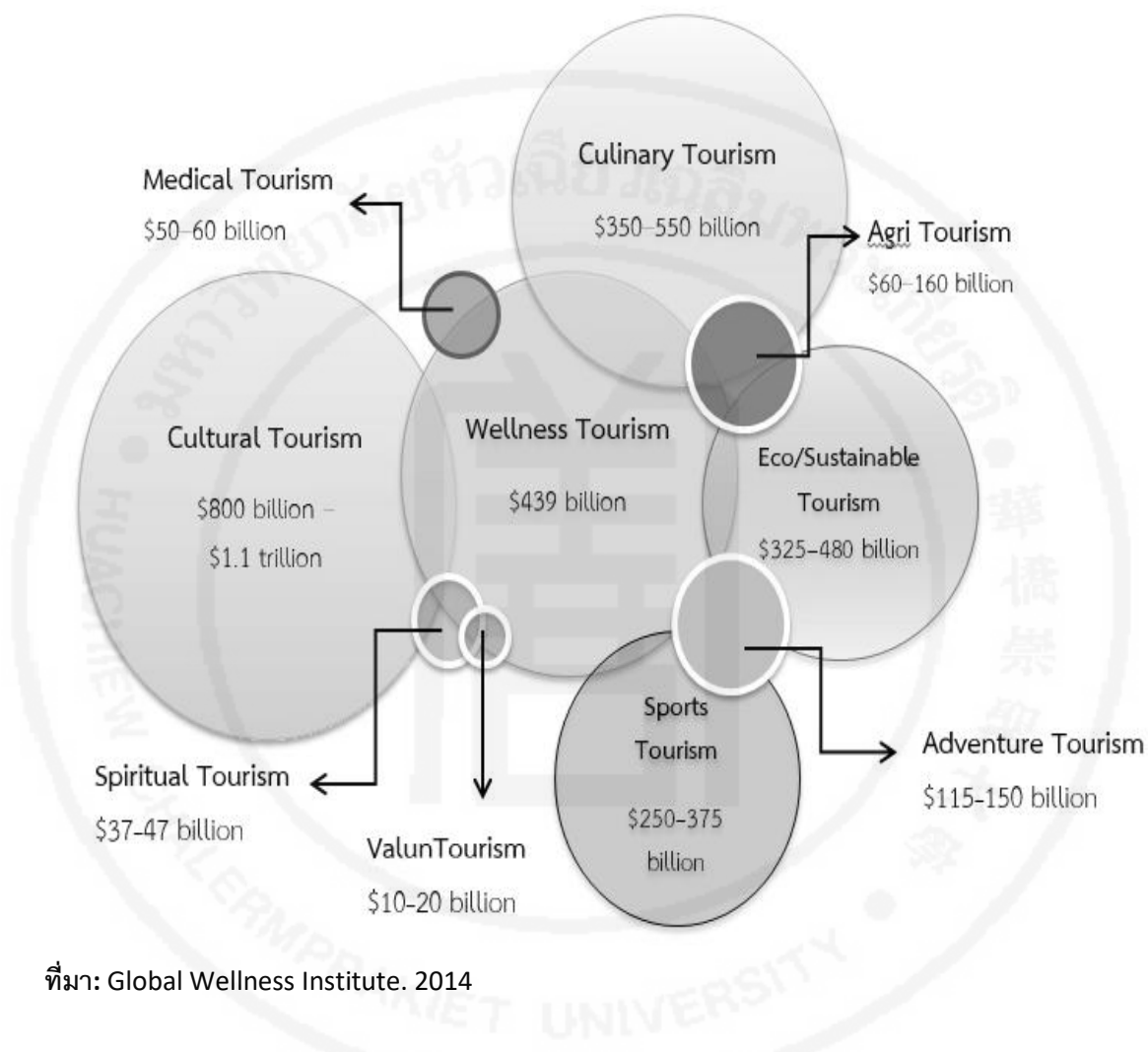
ผลการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพของประเทศไทยสู่ตลาดโลก” (Sankrusme, S. 2012) พบว่าชาวต่างชาติส่วนใหญ่ที่ใช้บริการสปาส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-44 ปี มีรายได้ต่อปี 30,001-50,000 ดอลลาร์ ส่วนใหญ่มีการเดินทางมากับครอบครัว ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจากสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ ชอบพักในสถานที่ที่มีสปาเมื่อเปรียบเทียบกับสปาในประเทศไทยกับประเทศอื่นโดยทั่วไปสปาในประเทศไทยจะมีราคาสูงกว่า ประเภทสปาส่วนใหญ่ที่ใช้ คือ รีสอร์ทสปา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ชอบบรรยากาศแบบธรรมชาติและเลือกใช้บริการสปาตามคุณภาพและมาตรฐาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลายอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ การเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยเฉลี่ยประมาณครั้งละ 1,500 บาท ใช้เวลาในการรับบริการโดยเฉลี่ย 2 ชั่วโมง และผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมากในการต้อนรับของผู้ให้บริการ

นอกจากนี้ จากรายงานการศึกษา (เพชรรัตน์ ภูพันธ์. 2550) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครในด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ และด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการและการประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีศักยภาพสูงที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในโรงแรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นศูนย์สุขภาพในกรุงเทพมหานครระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2551 จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถาม พบว่านักท่องเที่ยวศักยภาพสูงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง รู้จักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากสื่ออินเทอร์เน็ต/วารสารมากที่สุด ส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นการนวด/อบ/ประคบสมุนไพรมากที่สุด โดยเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเดือนละ 1 ครั้ง ทั้งนี้พบว่ามักไปคนเดียวหรือไปกับเพื่อนฝูง และรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวคาดหวังมากที่สุด คือ ทัวร์นวดแผนไทย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครในด้านบุคลากรอยู่ในระดับ

มากที่สุด มีความพึงพอใจในด้านสถานที่ ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และด้านข้อมูล ข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก (Phoopan. 2009)

สรุปสถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย พบว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยมีทั้งในเชิงบำบัดรักษาสุขภาพหรือเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และเชิง Wellness Tourism โดยโรงพยาบาลเอกชนมีส่วนผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงบำบัดสุขภาพ หรือเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) แม้การดำเนินการยังไม่ต่อเนื่องนักแต่การขยายตัวที่มากขึ้น เกิดจากการที่สถานประกอบการเอกชนแต่ละแห่งเร่งทำการตลาดด้วยตนเอง ในขณะที่ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพอันเป็นส่วนประกอบหลักในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของไทยมีการขยายตัว ทั้งธุรกิจสปาและนวดไทยอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐได้มีความพยายามยกระดับการให้บริการโดยพัฒนา มาตรฐานสถานประกอบการ โดยมีกองบริการสุขภาพกระทรวงสาธารณสุขให้การรับรองและจัดระดับ มาตรฐานสถานประกอบการ ตลอดจนมีการดูแลตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อให้เกิด ความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว และสร้างการยอมรับจากนานาชาติ อาจกล่าวได้ว่าความโดดเด่นของ การท่องเที่ยวแบบ Wellness Tourism ที่ผ่านมาในสายตาต่างชาติ คือนวดไทยและสปา ไทย ซึ่งแท้จริงแล้วประเทศไทยมีทรัพยากรและภูมิปัญญาไทยในการส่งเสริมสุขภาพที่สามารถ จัดเป็น Wellness Tourism ได้อีกหลากหลาย เพราะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามความหมายของ สุขภาพนั้นจะเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวเนื่องและส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบ เฉพาะกลุ่มประเภทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยว เชิงทำอาหาร (Culinary Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco Tourism) การท่องเที่ยวเชิง จิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) และ การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์

ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม
 Global Tourism Industry – \$3.2 Trillion



ที่มา: Global Wellness Institute. 2014

ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในปัจจุบันนั้น เป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สวนกระแสพฤติกรรมในอดีต กล่าวคือในอดีตผู้ป่วยหรือผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพในประเทศที่กำลังพัฒนาจะเดินทางไปยังประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา หรืออังกฤษ เพื่อเข้ารับการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพสูงกว่าในประเทศของตน อย่างไรก็ตามปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันกลายเป็นผู้ที่อยู่ในประเทศพัฒนาแล้วกลับเดินทางออกไปยังประเทศที่กำลังพัฒนาทั่วโลก เพื่อเข้ารับการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพในระดับมาตรฐาน แต่มีราคาที่ย่ำกว่ามาก ตลอดจนถึงได้ท่องเที่ยวไปในตัวอีกด้วย ซึ่งประเทศที่เป็นผู้ให้บริการทางสุขภาพในแต่ละภูมิภาคของโลก

ผลการวิจัยทั้งในอดีตและปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ของประเทศที่ได้รับความนิยมจากทั่วโลกในการเข้ามาใช้บริการท่องเที่ยวทางการแพทย์ (Das. 2014) เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้หลายล้านบาทให้กับประเทศในปี พ.ศ. 2552 ซึ่งความสำเร็จในปัจจุบันเริ่มต้นจากการที่ในช่วงปี พ.ศ. 2553 ที่ประเทศมีความเจริญทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ระดับรายได้ของประชาชนเพิ่มสูงขึ้น พร้อมกับคุณภาพการใช้ชีวิตก็สูงขึ้นเป็นลำดับ ส่งผลให้ในระยะเวลาเพียง 6 ปี เกิดการก่อตั้งโรงพยาบาลเอกชนขึ้นมารองรับการเติบโตของเศรษฐกิจในช่วงนั้นเพิ่มมากขึ้นถึง 69 โรงพยาบาล จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2540 ที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหญ่ รายได้ของประชาชนลดลงเป็นอย่างมาก ทำให้โรงพยาบาลต้องหากกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้เพื่อให้อยู่รอดในธุรกิจ หนึ่งในนั้นคือ การหาลูกค้าจากต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ ซึ่งโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เป็นโรงพยาบาลแรกที่เริ่มต้นหาลูกค้าชาวต่างชาติให้เข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย และได้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากมาจนถึงปัจจุบัน (Harryono, M., Huang, Y.-F., Miyazawa, K., & Sethapu. 2006)

เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2557 นิตยสาร Forb Online ได้ตีพิมพ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีปริมาณการให้บริการนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เป็นอันดับหนึ่งของโลก รองลงมาคือประเทศฮังการี อินเดีย สิงคโปร์ และมาเลเซีย (Das. 2014)

เนื่องจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์นั้น เป็นธุรกิจที่เกิดจากสองภาคธุรกิจบริการหลักคือ ภาคธุรกิจบริการทางการแพทย์ และภาคธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว นอกจากนั้นก็ยังมีภาคธุรกิจอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอีกหลายภาคส่วน ซึ่งสำหรับภาคธุรกิจบริการทางการแพทย์และดูแลสุขภาพนั้นประกอบไปด้วยโรงพยาบาลเอกชน สถานประกอบการพยาบาล คลินิกเอกชน และผู้ให้บริการด้านการบำรุงรักษาสุขภาพ เช่น สปา นวดแผนไทย ฝังเข็ม สมุนไพร ฯลฯ โดยมีธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเป็นผู้ขับเคลื่อนสำคัญในธุรกิจนี้ ซึ่งที่ผ่านมากลยุทธ์ที่ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนไทยนำมาใช้เพื่อความอยู่รอดและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ การควบรวมกิจการ ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเป็นอย่างมาก

ธุรกิจสปากับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

เมื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งของการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติตามเทรนด์นิยม ซึ่งไม่ใช่เฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้นแต่ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วย ธุรกิจสปากับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงเป็นการผสมผสานธุรกิจการท่องเที่ยวกับการดูแลสุขภาพไว้ด้วยกัน ประกอบกับประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการให้บริการส่งเสริมและสนับสนุนสุขภาพ (Health Promotion Services) เช่น บริการร้านนวดสปา นวดแผนไทย และธุรกิจความงาม

ในภาพรวมธุรกิจสปาไทยมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร สถานที่ให้บริการ เช่น บริการสปา ในโรงแรมที่พัก ในรีสอร์ท ร้านนวดสปาตามแหล่งท่องเที่ยว และมีทรัพยากรที่สนับสนุนการให้บริการ ด้านสุขภาพ อย่างเช่นการใช้สมุนไพรไทยซึ่งมีสรรพคุณในหลาย ๆ ด้าน สามารถใช้บำบัดรักษาสุขภาพ แบบองค์รวมใช้เป็นเครื่องดื่ม เป็นส่วนประกอบในอาหาร และใช้บำรุงดูแลผิวพรรณ ทำให้สปาถูกนำมา ผสมผสานกับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นผลให้ธุรกิจบริการในสาขานี้มีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูง

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือมีจุดมุ่งหมาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวที่มีหลายรูปแบบเป็นการผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจควบคู่กัน ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวจึงนำบริการสปาหรือนาธุรกิจสปา เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เช่น จัดเป็นกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบบริการสปาที่นำมาเป็นจุดขายได้แก่ การนวด การอบ และการประคบสมุนไพร การบริการ สุขคนธบำบัด บริการวาริบำบัด การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพระพุทธศาสนา เพื่อผ่อนคลายและมีสติ เป็นการดูแลด้านจิตใจ การท่องเที่ยวสวนสมุนไพร และเรียนรู้ภูมิปัญญาการใช้สมุนไพร ร่วมกิจกรรม โภชนาบำบัดด้วยการกินอาหารที่ปรุงจากพืชสมุนไพร

ธุรกิจสปาที่นำเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อาจให้บริการอยู่ในโรงแรมที่พัก ให้บริการอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น การนวดตัวหรือ นวดฝ่าเท้าเพื่อผ่อนคลาย หรือเป็นสปาที่ให้บริการอยู่ตามแหล่งธรรมชาติ เช่น น้ำพุร้อน หรือน้ำแร่ ธรรมชาติ ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจสปากับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพก็คือทรัพยากรหรือ รูปแบบการให้บริการสปาที่นำมาเป็นจุดขาย หากตอบโจทย์ความต้องการหรือตอบโจทย์ปัญหาสุขภาพ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว โอกาสประสบความสำเร็จในเวลาอันรวดเร็วก็เป็นไปได้สูง

1) ศักยภาพด้านปัจจัยการผลิต

ปัจจัยการผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ - **ทรัพยากรบุคคล** โดยจำแนกเป็นบุคลากรทางด้านสุขภาพและการแพทย์ และ บุคลากรด้านการโรงแรมและท่องเที่ยว บุคลากรทางด้านสุขภาพและการแพทย์ ได้แก่ แพทย์ ทันต แพทย์ เภสัชกร นักเทคนิคการแพทย์ พยาบาลวิชาชีพ พนักงานในกิจการสปา นวดแผนไทย นวด เพื่อเสริมความงาม โยคะ สมาธิ เป็นต้น บุคลากรด้านการโรงแรม และท่องเที่ยว ได้แก่ มัคคุเทศน์ ล่าม พนักงานบริษัทนำเที่ยว พนักงานโรงแรม เป็นต้น

บุคลากรด้านการโรงแรมและท่องเที่ยว มีสถาบันผู้ผลิตบุคลากรสาขาการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยว หรือสาขาที่ใช้ชื่อใกล้เคียง เช่น สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สาขาการจัดการ โรงแรมหลายแห่งทั้งสถาบันการศึกษาของรัฐและของเอกชน รวมทั้งสถาบันที่ผลิตบุคลากรด้าน การท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ โรงเรียนการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยวนานาชาติ (I-TIM) และวิทยาลัย บริหารธุรกิจและการท่องเที่ยวกรุงเทพ เป็นต้น จากการศึกษาของ รศ.ดร.ยงยุทธ แฉล้มวงษ์ นักวิชาการ

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย หรือทีดีอาร์ไอ ในปี 2558 ระบุว่า บุคลากรด้านการท่องเที่ยวของไทยขาดแคลนทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพโดยในปี 2556 พบว่ามีนักเรียนระดับ ปวช. ปีสุดท้าย ประเภทวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากกว่า 1.3 หมื่นคน ระดับ ปวส. มากกว่า 1.6 หมื่นคน และจบสาขาเกี่ยวกับโรงแรมและการท่องเที่ยวอีกมากกว่า 6,500 คน สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว ในปี 2557 มีมากกว่า 13,000 แห่ง มีความต้องการบุคลากร 2.7 หมื่นคนต่อปี แต่ไม่สามารถหาบุคลากรบรรจุได้ภายใน 6 เดือน ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้ที่เรียนจบสาขานี้ไม่ได้เข้าสู่ธุรกิจโรงแรม ภัตตาคาร และการท่องเที่ยวทั้งหมด เนื่องจากไม่ได้สนใจที่จะทำอาชีพนี้อย่างจริงจัง ทำให้ขาดแคลนแรงงาน

- **ทรัพยากรธรรมชาติและโครงสร้างพื้นฐาน** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ทะเล ฯลฯ ซึ่งประเทศไทยมีความสมบูรณ์ในด้านทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งต่างชาติและนักท่องเที่ยวในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศบริสุทธิ์เหมาะสมกับการฟื้นฟูเสริมสร้างสภาพร่างกายและจิตใจให้สมบูรณ์แข็งแรงแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องซึ่งไทยยังต้องเพิ่มความเข้มงวดด้านมาตรการดูแลคุณภาพให้พร้อมเพื่อรองรับการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวและเพื่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งเพิ่มการบริหารจัดการด้านความปลอดภัย ด้านสุขอนามัย รวมทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น การคมนาคมทางถนน ทางราง ทางน้ำ รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐาน ด้าน ICT เป็นต้น

- **ทรัพยากรด้านวัฒนธรรม** หมายถึง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต อาหาร สถาปัตยกรรม ธรรมชาติ ภาษา การแต่งกาย เป็นต้น รวมเป็น “ความเป็นไทย (Thainess)” ที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น

- **เครื่องมืออุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ** ได้แก่ เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ วิตามิน อาหารเสริม ยา ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร เสื้อผ้า อุปกรณ์ในการออกกำลังกาย หรือการทำกิจกรรมด้านสุขภาพ อาหารเพื่อสุขภาพ ผัก ผลไม้ ปลอดภัย/อินทรีย์ เป็นต้น

- **ปัจจัยด้านข้อมูลข่าวสาร** เกี่ยวกับการบริการทางการแพทย์ การเดินทาง และการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้จากหลากหลายรูปแบบ ทั้งสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ คลิป Social Media ผ่านแอปพลิเคชันของหน่วยงานเอกชนและภาครัฐ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นประโยชน์ถูกต้องครบถ้วนและเป็นปัจจุบัน เพื่อใช้ในการวางแผนการเดินทางหรือเพื่อการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์

2) ศักยภาพความต้องการของตลาดในอุตสาหกรรม

แนวโน้มความใส่ใจในสุขภาพ การย้ายถิ่นฐานเข้ามาอยู่ในเมืองใหญ่ (Urbanization) วิวัฒนาการด้านเทคโนโลยี การเจ็บป่วยจากการนั่งทำงานนาน ๆ (Office Syndrome) รวมทั้งความเครียด

จากสาเหตุต่าง ๆ ประกอบกับการเข้าสู่ภาวะสังคมสูงวัย (Silver Age Society) เป็นสาเหตุให้คนเพิ่มความสำคัญกับการดูแลสุขภาพให้แข็งแรงทั้งสุขภาพทางกายและทางจิตใจรวมทั้งด้านความงามและการชะลอวัย โดยมีพฤติกรรมเน้นการป้องกันก่อนเจ็บป่วย เลือกสินค้าและบริการที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้นพร้อมที่จะจ่ายเงินเพิ่มในการซื้อสินค้าและบริการเหล่านั้นทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีอัตราการขยายตัวทั้งด้าน จำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มสูงกว่าอัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยรวม

นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง มีความสามารถในการใช้จ่าย และเต็มใจใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยววัยอื่น ๆ เช่น สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y ถึง 3 เท่า ซึ่งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดเป็นแนวทางที่ต้องพัฒนาในระยะสั้น พ.ศ. 2560-2561 (Quick-Win) ในการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for all) ซึ่งรวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยด้วย

นักท่องเที่ยวในกลุ่ม MICE (Meeting, Incentive, Conventions and Exhibition)

เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายค่อนข้างสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 2-3 เท่า ปัจจุบันไทยเป็นอันดับหนึ่งในการจัดงานแสดงสินค้าตามด้วยสิงคโปร์และมาเลเซีย ตลาดหลักของไทย คือ กลุ่มประเทศเอเชีย-ยุโรปสหรัฐอเมริกา และโอเชียเนีย ในปี 2558 นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มาจากอินเดียมากที่สุด รองลงมาคือ จีน และสิงคโปร์

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ในตลาดโลกมีมูลค่าประมาณ 1,604 พันล้านบาท ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 28,500 ล้านบาท นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกลุ่มที่มีการศึกษาดีฐานะปานกลาง-สูง มีจำนวนวันที่พักยาวนาน และมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการท่องเที่ยวแต่ละครั้งสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปทั้งกลุ่มที่เป็นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สามารถเชื่อมโยงเป็นกิจกรรมร่วมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ได้ เปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) ของไทย มีมูลค่าประมาณ 100,700 ล้านบาท สูงกว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประมาณ 4 เท่า ซึ่งสวนทางกับข้อมูลการท่องเที่ยวโลกที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมูลค่าสูงกว่าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ถึงประมาณ 7 เท่า ในปี 2560 การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลกมีมูลค่าตลาดราว 2.9 ล้านล้านบาท และมีแนวโน้มจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไทยถือเป็นหนึ่งในประเทศจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ในปี 2560 คาดว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย 10 อันดับแรกมาจากประเทศจีน มาเลเซีย รัสเซีย เกาหลี ลาว ญี่ปุ่น อินเดีย สหรัฐอเมริกา และเยอรมนี ส่วนนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้สูง 5 อันดับแรกเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน รัสเซีย สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และเกาหลี ตามลำดับ

3) ศักยภาพของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ หรือการท่องเที่ยวลักษณะอื่น ๆ คืออุตสาหกรรมโรงแรม ซึ่งให้บริการด้านที่พักและอาหาร

อุตสาหกรรมโรงแรมของไทย ในปี 2559 มีมูลค่า 537,000-544,000 ล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 4.7-6.0 ทั้งนี้มีการแข่งขันค่อนข้างสูงในกลุ่มโรงแรมระดับกลาง-ระดับล่าง ในขณะที่โรงแรมระดับบนยังมีลูกค้าต่างชาติกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มสุขภาพ การแพทย์ การประชุม (MICE) เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่รัฐบาลมีนโยบายให้การสนับสนุนและมีอัตราการเติบโตสูง โรงแรมระดับกลางขึ้นไปมักจะมีบริการด้านสุขภาพ เช่น ฟิตเนส สปา นวดแผน ไทย เมนูอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารมังสวิรัต เป็นต้น

อุตสาหกรรมอาหารสุขภาพ จำแนกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ อาหารบำรุงสุขภาพ ช่วยบำรุงร่างกายให้แข็งแรง อาหารป้องกัน และรักษาโรคบางชนิด อาหารลดน้ำหนักช่วยเพิ่มปริมาณอาหาร มีคุณค่าทางโภชนาการ และให้พลังงานต่ำ อาหารสำหรับนักกีฬาที่เน้นการดูดซึมให้พลังงานอย่างรวดเร็ว ไทยมีตลาดอาหารสุขภาพใหญ่เป็นอันดับ 19 ของโลก ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและเครื่องดื่มฟังก์ชันแนล (Functional Foods & Drinks) รองลงมา คือ อาหารที่มาจากธรรมชาติ และดีต่อสุขภาพ (Naturally Healthy Foods) วิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Vitamins and Dietary Supplements) ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร (Herbal Products) และผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในการควบคุมน้ำหนัก (Weight Management Products) รวมแล้วในปี 2558 มีมูลค่าตลาดประมาณ 200,000 ล้านบาท จากแนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ (Health Food Mega-Trend) จึงมีผู้ประกอบการจำนวนมากนำวัตถุดิบและพืชผลทางการเกษตรคุณภาพสูงหลากหลายชนิดในประเทศไทยมาผลิต และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าอาหารของไทย และยังสามารถส่งออกเพื่อนำรายได้กลับสู่ประเทศได้อีกทางหนึ่งด้วย นอกจากนี้สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ยังให้การสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ มากขึ้น (ที่มา: วารสาร Innovation. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ)

อุตสาหกรรมการบินของไทย ระหว่างปี 2555-2558 มีปริมาณผู้โดยสารที่เดินทางมายังสนามบินในสังกัดของบริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด มหาชน และกรมท่าอากาศยานทั่วประเทศ มีการขยายตัวเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 15 ต่อปี และคาดว่าจะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจาก การขยายเส้นทางการบินที่ครอบคลุมและเชื่อมโยงไปยังเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้ ไทยมีจุดเด่นในด้านที่ตั้งซึ่งอยู่กึ่งกลางของอาเซียน รวมถึงมีความเชื่อมต่อทางภูมิศาสตร์กับประเทศ CLMV ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง หากไทยสามารถพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางทางการบินเพื่อเชื่อมต่อ CLMV

กับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้ ก็จะเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจของไทยในหลาย ๆ ด้าน ทั้งนี้ต้องพิจารณาในด้านความสามารถในการรองรับผู้โดยสารของสนามบินของไทยด้วย (ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย)

สถาบันการศึกษา มีบทบาทในการผลิตบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรม ได้แก่ บุคลากรทางการแพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร และพยาบาลวิชาชีพ ปัจจุบันไทยมีสถาบันที่มีหลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต 21 แห่ง สามารถผลิตแพทย์จำนวนปีละ 3,121 คน สถาบันที่มีทันตแพทยศาสตรบัณฑิต 13 แห่ง สามารถผลิตทันตแพทย์จำนวนปีละ 616 คน สถาบันที่มีคณะพยาบาลศาสตร์ 86 แห่ง สามารถผลิตพยาบาลจำนวนปีละ 11,000 คน สถาบันที่มีหลักสูตรเภสัชศาสตร์ 13 แห่ง ผลิตเภสัชกรจำนวนปีละ 2,000 คน สถาบันที่มีหลักสูตรเทคนิคการแพทย์ 12 แห่ง ผลิตนักเทคนิคการแพทย์จำนวนปีละ 911 คน และสถาบันที่ผลิตนักร่างกายบำบัด 12 แห่ง ผลิตนักร่างกายบำบัดจำนวนปีละ 900 คน นอกจากนี้ยังมีสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนที่เปิดหลักสูตรด้านการท่องเที่ยว เช่น ด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านการโรงแรม มัคคุเทศก์ ล่าม ฯลฯ รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนอื่น ๆ ที่มีการจัดหลักสูตรอบรมทักษะพื้นฐานและทักษะเฉพาะทางของบุคลากรกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรอีกด้วย

องค์กรและสมาคมต่าง ๆ เช่น สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย สมาคมสปาไทย สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย เป็นต้น การรวมกลุ่มของผู้ที่ประกอบอาชีพเดียวกันเป็นการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ ทักษะ ให้คำปรึกษา และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ทัดเทียมนานาชาติ นอกจากนี้ยังมีอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่น ๆ ที่เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแก่ นักท่องเที่ยว เช่น สถาบันการเงินที่ให้บริการด้านการชำระค่าสินค้าและบริการ แลกเปลี่ยนเงินตรา ธุรกิจประกันภัย ประกันสุขภาพ ธุรกิจการขนส่งผู้โดยสาร เป็นต้น

4) สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรม

สถานะการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในด้านทำเลที่ตั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น อัญมณีหายาก และความเป็นไทย ในปี 2558 ไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 29.8 ล้านคน สูงเป็นอันดับที่ 11 ของโลก และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.44 ล้านล้านบาท สูงเป็นอันดับ 6 ของโลก จากการจัดอันดับของ World Economic Forum (WEF) จัดให้ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวอยู่ในอันดับที่ 35 ดีขึ้นจากปี 2554 ซึ่งอยู่อันดับที่ 41 และในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (2560-2564) ตั้งเป้าหมายให้ไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเป็น 1 ใน 30 อันดับแรกของโลก หรือเป็น 1 ใน 7 อันดับแรกในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ตารางที่ 6 Travel and Tourism Competitiveness Index : Asia Pacific Region 2015

ประเทศ	คะแนน	อันดับในภูมิภาค	อันดับโลก
ออสเตรเลีย	4.98	1	7
ญี่ปุ่น	4.94	2	9
สิงคโปร์	4.86	3	11
ฮ่องกง	4.68	4	13
นิวซีแลนด์	4.68	5	16
จีน	4.54	6	17
มาเลเซีย	4.41	7	25
เกาหลีใต้	4.37	8	29
ไต้หวัน	4.35	9	32
ไทย	4.26	10	35

ที่มา: The Travel & Tourism Competitiveness Report. 2015

พิจารณาจากคะแนนของประเทศไทยแยกตามตัวชี้วัดย่อย 14 ตัวชี้วัด ใน 4 หมวด ที่ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน 1-30 ของโลก จาก 141 ประเทศ ซึ่งนับว่าเป็น

จุดแข็งของประเทศไทย ได้แก่

- ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) อันดับที่ 16
- โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางอากาศ (Air Transport Infrastructure)

อันดับที่ 17

- การให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Tourist Services Infrastructure) อันดับที่ 21
- ทรัพยากรบุคคลและตลาดแรงงาน (Human Resource and Labor Market)

อันดับที่ 29

จุดอ่อนของประเทศไทย พิจารณาตัวชี้วัดที่ได้รับการจัดอันดับต่ำสุด 5 ตัวชี้วัด ได้แก่

- ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (Safety and Security) อยู่ในอันดับที่ 132
- ความยั่งยืนของสภาพแวดล้อม (Environmental Sustainability) อันดับที่ 116
- สุขภาพและสุขอนามัย (Health and Hygiene) อันดับที่ 89
- โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางบกและทางน้ำ (Ground and Port Infrastructure)

อันดับที่ 71

- ความพร้อมด้าน ICT (ICT Readiness) อันดับที่ 60

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยในปี 2558 อยู่ในอันดับที่ 13 ของโลก โดยมีประเทศในเอเชียที่อยู่ในกลุ่ม 20 อันดับแรก ได้แก่ จีน (อันดับที่ 4) ญี่ปุ่น (อันดับที่ 5) อินเดีย

(อันดับที่ 12) เกาหลีใต้ (อันดับที่ 14) ออสเตรเลีย (อันดับที่ 16) และอินโดนีเซีย (อันดับที่ 17) ประเทศคู่แข่งที่สำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์และมาเลเซีย ซึ่งสิงคโปร์จะเน้นการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และความบันเทิง ในขณะที่มาเลเซียจะมีลักษณะทรัพยากรธรรมชาติ และต้นทุนที่ใกล้เคียงกับไทยจากการที่มาเลเซียขยายระยะเวลาเที่ยววีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนไปถึงสิ้นปี 2563 และการเปิดตัวฐานข้อมูลออนไลน์ “The Alitrip Malaysia Tourism Platform (MTP)” ที่ปักกิ่ง ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเข้าถึงข้อมูลและบริการด้านการท่องเที่ยวของมาเลเซียได้สะดวกยิ่งขึ้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้าไปมาเลเซียเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 2 ล้านคน ในปี 2559 ประกอบกับการเพิ่มเส้นทางและจำนวนเที่ยวบินกับจีน ในต้นปี 2560 คาดว่าจะบรรลุเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน 8 ล้านคน ในปี 2563 และนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางไปมาเลเซียมีจำนวน 36 ล้านคน ในปี 2563

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องใกล้เคียงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยบริการทางการแพทย์อาจเป็นวัตถุประสงค์หลัก หรือวัตถุประสงค์รองของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ผ่านมา มีผู้เดินทางเพื่อใช้บริการทางการแพทย์ในต่างประเทศทั่วโลกประมาณปีละ 7-8 ล้านคน ในจำนวนนี้มาใช้บริการในประเทศไทย 1.2 ล้านคน ซึ่งสูงที่สุดในโลก และก่อให้เกิดรายได้เข้าประเทศประมาณ 100,000 ล้านบาท คู่แข่งที่สำคัญในภูมิภาค คือ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดีย และเกาหลีใต้

บทบาทของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ระยะ 10 ปี (พ.ศ. 2559-2568) โดยกระทรวงสาธารณสุขร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดผลผลิตหลักทั้งหมด 4 ผลผลิต ได้แก่

(1) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) พัฒนามาตรฐานการบริการทางการแพทย์ เช่น การตรวจสุขภาพบริการเสริมความงาม และทันตกรรม

(2) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) พัฒนามาตรฐานของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ เช่น นวดไทยเพื่อสุขภาพ สปาเพื่อสุขภาพ และน้ำพุร้อน

(3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงาน (Academic Hub) พัฒนาการด้านการศึกษา เช่น แพทย์ และผู้ให้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

(4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) พัฒนาผลิตภัณฑ์ของไทย เช่น สมุนไพรไทย เป็นต้น

ทั้งนี้มีโครงการในระยะเร่งด่วน (Quick Win) ทั้งหมด 5 โครงการ ได้แก่

(1) พัฒนาระบบประกันสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย (Health Insurance Fee) โดยจัดเก็บค่าประกันสุขภาพรายละ 50 บาท

(2) ขยายเวลาพำนักในไทยสำหรับผู้ป่วยที่เดินทางเข้ามารับการรักษายาบาล และผู้ติดตาม รวม 4 รายในกลุ่มประเทศ CLMV และเงินจาก 14-30 วันเป็น 90 วัน

(3) ขยายเวลาพำนักในไทยสำหรับกลุ่มพำนักระยะยาว (Long Stay Visa) จาก 1 ปี เป็น 5 ปี และต่ออายุได้อีก 5 ปี

(4) พัฒนาสถานพยาบาลทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในจังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำโดยผลักดันให้เข้ารับการรับรองมาตรฐาน Hospital Accreditation (HA) หรือ Joint Commission International (JCI) พร้อมทั้งการพัฒนาบริการทางการแพทย์โดยการจัดตั้งศูนย์ล่ามและการพัฒนาระบบส่งต่อผู้ป่วย (Referral System)

(5) พัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนในประเทศไทยมุ่งสู่เมืองสปาและเส้นทางท่องเที่ยวสายน้ำพุร้อน ซึ่งผสมผสานการนวดไทยและสปาเพื่อสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมผลิตภัณฑ์สุขภาพของไทย ซึ่งเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

นอกจากนี้ ยังมีเตรียมจัดทำแพ็คเกจพิเศษด้านสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติ ตั้งผู้ช่วยทูตด้านสาธารณสุข (Health Attaché) จัดสร้าง Health Trade Complex ในรูปแบบ Wellness City ปรับปรุงกฎหมายเพิ่มเติมอาชีวอนามัยให้เป็นอาชีวสงวนสำหรับคนไทย ยกย่องบริการนวดไทยให้ผ่านการรับรองจาก UNESCO และประกาศให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของโลก ประชาสัมพันธ์นโยบาย Medical Hub ในรูปแบบวีดิทัศน์ผ่านระบบ In Flight Entertainment บนเครื่องบินของสายการบินไทย และเอกสารแนบในนิตยสารสวัสดี (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. กรกฎาคม 2559)

ในปี 2558 โรงพยาบาลเอกชน 16 แห่ง ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ มีกำไรสุทธิสูงขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10.9 โดยมีการขยายตัวตามการเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้ป่วยชาวต่างชาติที่เข้ามาในลักษณะของการรักษาและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงพยาบาลเอกชนที่มีขนาดใหญ่ 3 อันดับแรก ได้แก่ กลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และโรงพยาบาลสมิติเวช มีกำไรสุทธิในปี 2559 เท่ากับ 8,386.5 ล้านบาท 3,626.2 ล้านบาท และ 1,366.6 ล้านบาท ตามลำดับ รายได้จากลูกค้าต่างชาติของโรงพยาบาลเอกชนมีสัดส่วนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 25 ในปี 2554 คาดว่าจะเพิ่มเป็นร้อยละ 30 ในปี 2560 (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

กิจการสปา และการนวดเพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมความงาม ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข ในปี 2558 มีจำนวนรวมทั้งหมด 1,609 แห่ง เป็นสปาเพื่อสุขภาพ 509 แห่ง นวดเพื่อสุขภาพ 1,070 แห่ง และนวดเพื่อเสริมความงาม 30 แห่ง ในจำนวนนี้ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร 344 แห่ง (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข)

ธุรกิจที่พักแรม ที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากโรงแรมแล้วยังมีรีสอร์ท โฮมสเตย์ เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ แมนชั่น เกสต์เฮาส์ ฯลฯ จำนวนที่พักที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ รีสอร์ท

และโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 40.8 และร้อยละ 30.8 ตามลำดับ แต่ในด้านจำนวนห้องพักโรงแรมมีสัดส่วนสูงสุดร้อยละ 55.8 ในขณะที่รีสอร์ทมีจำนวนห้องพักคิดเป็นร้อยละ 29.0 และส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ นอกกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ตารางที่ 7 จำนวนที่พักและห้องพัก ปี 2560

พื้นที่	โรงแรม		รีสอร์ท	
	จำนวนที่พัก	จำนวนห้องพัก	จำนวนที่พัก	จำนวนห้องพัก
กรุงเทพฯ	398	72,857	5	421
ปริมณฑล	230	19,184	199	5,127
ภาคกลาง	401	21,888	716	17,583
ภาคตะวันออก	772	75,965	1,055	36,410
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	816	42,690	1,138	21,577
ภาคเหนือ	1,105	57,541	1,430	28,556
ภาคใต้	1,557	93,871	2,361	90,104
รวม	6,836	383,996	6,904	199,778

ที่มา: ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 61.7 สูงขึ้นกว่าปี 2557 (ร้อยละ 55.6) เป็นผลมาจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศคลี่คลายความตึงเครียดลง ประกอบกับนโยบายของรัฐบาลในการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต มีอัตราการเข้าพักอยู่ที่ร้อยละ 76.3 ร้อยละ 75.2 และร้อยละ 73.4 ตามลำดับ ตลาดธุรกิจโรงแรมในปี 2559 มีมูลค่า 537,000-544,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 4.7-6.0 โรงแรมในระดับกลางขึ้นไป จะมีบริการด้านสุขภาพต่าง ๆ เช่น สปา ฟิตเนส นวดไทย รวมทั้งเมนูอาหารสุขภาพ

ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกัน สาเหตุจากพฤติกรรมคนไทยที่นิยมรับประทานอาหารนอกบ้าน รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยเพิ่มขึ้นมาก จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2559 ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหารที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลดำเนินกิจการอยู่ทั่วประเทศมีจำนวน 11,020 ราย ทุนจดทะเบียนรวม 71,213 ล้านบาท แยกตามพื้นที่ที่จดทะเบียน ดังนี้ กรุงเทพฯ 4,801 ราย ภาคกลาง 780 ราย ภาคตะวันตก 303 ราย ภาคตะวันออก 1,694 ราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 303 ราย ภาคเหนือ 625 ราย และภาคใต้ 2,513 ราย นอกจากภัตตาคารและร้านอาหารที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลแล้วยังมีร้านอาหารริมทาง (Street Food) และ Truck Food

ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติมากขึ้นเช่นกัน ในปี 2559 สำนักข่าว CNN ได้จัดอันดับให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีอาหารริมทางดีที่สุดในโลก

จากแนวโน้มความต้องการด้านอาหาร เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารแบบผสมผสาน (Fusion Food) อาหารฮาลาล อาหารปลอดภัย อาหารสำหรับผู้สูงอายุ อาหารคูน้ำหนัก เป็นต้น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจึงมีการปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค โดยเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเจ อาหารมังสวิรัต อาหารฮาลาล อาหารแคลอรีต่ำ อาหารคลีน (Clean Food) เป็นต้น

ปลายน้ำ ในที่นี้จะพิจารณาถึงกิจกรรมซึ่งนักท่องเที่ยวจะเลือกทำระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม ธรรมชาติ กีฬา เรียนทำอาหาร โยคะ แอโรบิค สวนสนุก รวมทั้งกิจกรรม นันทนาการอื่น ๆ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

คำว่า “ผู้สูงอายุ” สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ได้กล่าวไว้ในผลงานวิชาการเรื่อง “มโนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ : มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคม และสุขภาพ” New Concept of Older Persons : The Psycho-Social and Health Perspective โดยศรีรินทร์ เกรย์ (2556) มีสาระสำคัญตอนหนึ่งว่า เมื่อพูดถึงคำว่า “ผู้สูงอายุ” คนไทยเชื่อโดยสนิทใจว่าหมายถึงคนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ความเชื่อนี้ฝังรากลึกอยู่ในสังคมไทยมานาน คนไทยเชื่อว่าอายุครบ 5 รอบปีนักษัตรคือ 60 ปี เป็นเส้นแบ่งสำคัญที่คนจะผ่านเข้าสู่วัยชรา สอดคล้องกับประเพณีจีนที่ถือว่าอายุ 60 ปีหรือ 5 รอบปีนักษัตรเป็นวาระสำคัญของชีวิตที่เรียกว่า “วัยชรา” ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายของ “วัยชรา” ว่า “วัยที่ต่อจากวัยกลางคน อายุเกิน 60 ปี” เกณฑ์อายุ 60 ปีขึ้นไปนี้ ถูกตอกย้ำลงไปในมโนทัศน์ของคนไทยว่าเป็นผู้สูงอายุด้วยกฎหมายต่าง ๆ ในพระราชบัญญัติบำเหน็จบำนาญข้าราชการ พ.ศ. 2494 มาตรา 13 “บำเหน็จบำนาญเหตุสูงอายุนั้นให้แก่ข้าราชการผู้มีอายุครบหกสิบปีบริบูรณ์แล้ว” ต่อมา เมื่อประเทศไทยมีพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ก็ได้ตอกย้ำความเชื่อว่าอายุ 60 ปีขึ้นไป คือ ผู้สูงอายุ ให้ยิ่งลึกลงไปอีก ด้วยมาตรา 3 ที่ระบุว่า “ในพระราชบัญญัตินี้ “ผู้สูงอายุ” หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย” ยิ่งไปกว่านั้นในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ซึ่งแม้จะไม่นิยามไว้ตรง ๆ ว่า ผู้สูงอายุคือ คนที่มีอายุเท่าใดแต่ก็ระบุในมาตรา 53 ว่า “บุคคล ซึ่งมีอายุเกินหกสิบปีบริบูรณ์และไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพ มีสิทธิได้รับสวัสดิการ สิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะอย่างสมศักดิ์ศรี และความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ” แสดงนัยว่า ในรัฐธรรมนูญฉบับนี้ ผู้สูงอายุคือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์แล้ว (พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ. 2546)

นอกจากนี้ องค์การสหประชาชาติไม่ได้มีการกำหนดเกณฑ์อายุเริ่มต้นที่เป็นมาตรฐาน เพียงยอมรับโดยทั่วไปว่า หมายถึง บุคคล หรือกลุ่มประชากรที่มีอายุตามปีปฏิทินตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นเกณฑ์อายุเริ่มต้นเดียวกับคำแนะนำขององค์การอนามัยโลกที่ใช้ในการกำหนดช่วงอายุ ของ ผู้สูงอายุ แต่อย่างเป็นทางการหรือในทางปฏิบัติมีความแตกต่างระหว่างประเทศ กล่าวคือ กลุ่มประเทศ พัฒนาแล้ว แม้ส่วนใหญ่ไม่ได้กำหนดระบุชัดเจนทางกฎหมาย แต่มักถูกอ้างอิงหรือตกลงไปไว้ที่เกณฑ์ อายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทยกำหนดไว้หรือ ตกลงไว้ที่อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป การกำหนดนิยามผู้สูงอายุทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ อยู่ภายใต้ แนวคิดที่ว่าผู้สูงอายุเป็นวัยที่เปราะบาง สมควรได้รับสวัสดิการ การดูแลหลังจากการทำงาน จึงมักเป็น อายุเดียวกันกับอายุเกษียณ

สำหรับประเทศไทย จำนวนและอัตราผู้สูงอายุจากสถิติผู้สูงอายุนับถึงสิ้นปี พ.ศ. 2561 มีจำนวน ทั้งสิ้น 10.6 ล้านคน เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งประเทศ 66.4 ล้านคน ผู้สูงอายุมีจำนวนคิดเป็น ร้อยละ 15.9 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ ในจำนวนนี้เป็นผู้สูงอายุเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 5.9 ล้านคน เมื่อเปรียบเทียบกับเพศชาย จำนวน 4.7 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 17.58 และ 14.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ข้อมูลประชากรและผู้สูงอายุปี พ.ศ. 2561

ข้อมูลประชากรประเทศไทย ปี พ.ศ. 2561	ชาย	หญิง	รวม
จำนวนประชากร	32,556,271	33,857,708	66,413,979
จำนวนผู้สูงอายุ	4,715,598	5,951,205	10,666,803
คิดเป็นร้อยละ	14.48	17.58	16.06

ที่มา: ข้อมูลจากระบบสถิติการลงทะเบียน กรมการปกครอง. 31 ธันวาคม 2561

ในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย จำนวนผู้สูงอายุมีมากที่สุดคือ กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 1.02 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 17.98 รองลงมาคือจังหวัดนครราชสีมา มีจำนวน 435,347 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.54 และอันดับที่ 3 คือจังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 316,847 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 17.96 ของจำนวนประชากรในแต่ละจังหวัด

ตารางที่ 9 จำนวนประชากรและผู้สูงอายุปี พ.ศ. 2561 มากที่สุดแต่ละจังหวัดอันดับที่ 1-5

อันดับจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากที่สุด	จำนวนผู้สูงอายุ	คิดเป็นร้อยละ
อันดับที่ 1 กรุงเทพมหานคร	1,020,917	17.98
อันดับที่ 2 จังหวัดนครราชสีมา	435,347	16.45
อันดับที่ 3 จังหวัดเชียงใหม่	316,847	17.96
อันดับที่ 4 จังหวัดขอนแก่น	299,639	16.59
อันดับที่ 5 จังหวัดอุบลราชธานี	264,957	14.13

ที่มา: ข้อมูลจากระบบสถิติการลงทะเบียน กรมการปกครอง. 31 ธันวาคม 2561

ปัจจุบันตลาดผู้สูงอายุ ในที่นี้หมายถึงผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นอีกตลาดหนึ่งที่มีแนวโน้มเติบโตสูงในอนาคต เนื่องจากการพัฒนาด้านการแพทย์และสาธารณสุขที่ทำให้ประชากรมีอัตราการเสียชีวิตลดต่ำลง ผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะมีอายุยืนยาวขึ้นกว่าในอดีต ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุงานประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยวอื่น ๆ และมีความพร้อมทางการเงิน การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นช่องทางการท่องเที่ยวตลาดใหม่ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่าตลาดทั่วไป องค์การสหประชาชาติ คาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้นจาก 687.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2549 เป็น 1,968 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 คนในทวีปเอเชียจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด แนวโน้มการขยายตัวของตลาดผู้สูงอายุในประเทศสมาชิกอาเซียนหลาย ๆ ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2603 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว คาดการณ์ว่าในอีก 10 ปีข้างหน้าหรือในปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนมากถึง 7 ล้านคน ในหนึ่งปีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้นจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก พักนานใช้จ่ายสูงมีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค ขณะเดียวกันค่านึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมาก (จิราวดี รัตนไพฑูรย์. 2557)

Javalgi และคณะ (1992) ได้ศึกษาความต้องการเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมใช้บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว และมีความอ่อนไหวต่อราคาเดินทาง สำหรับ Hsu (2001) ชี้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุจะให้ความสนใจซื้อเสียงหรือภาพลักษณ์ของธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นผู้จัดรายการนำเที่ยว Romsa และ Blenman (1989) ศึกษาประเภทของยานพาหนะ

และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับประเภทของพาหนะ และการจัดกิจกรรมที่สนุกสนาน และไม่พบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวสูงอายุกับนักท่องเที่ยววัยอื่น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hong และคณะ (1999) ที่พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุมิค่าใช้จ่ายในหมวดค่าพาหนะมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าอาหาร ค่าที่พัก และค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานบันเทิงต่าง ๆ

Ananth, DeMicco, Moreo และ Howey (1992) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จากทางโรงแรมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า ในส่วนของการเลือกร้านอาหาร Sun และ Morrison (2007) พบว่า ผู้สูงอายุนิยมเลือกร้านอาหารโดยพิจารณาจากปัจจัยหลัก 3 ประการได้แก่ (1) การบริการและบรรยากาศภายในร้าน (2) ประเภทของอาหารและราคา (3) ส่วนลดที่ทางร้านจัดให้ จากการศึกษาของไตรรัตน์ จารุทัศน์ และคณะ (สำนักงานงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. ม.ป.ป.) พบว่า ผู้สูงอายุนิยมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบครันรวมทั้งรายละเอียดปลีกย่อยของวัสดุอุปกรณ์ เช่น ความสูงของลูกตั้งบันได ความชัน ของทางลาด ความสูงของที่เปิดไฟฟ้าและราวจับ ลักษณะของลูกบิด กลอนประตู และก๊อกน้ำ

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

1. รายได้หลังเกษียณที่มีจำกัด
2. สุขภาพไม่สมบูรณ์แข็งแรง
3. มีภาระต้องดูแลผู้อื่น
4. ขาดเพื่อนร่วมเดินทาง

McGuire (1984) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ 5 ประการได้แก่

1. ปัจจัยแวดล้อมภายนอก เช่น ขาดข้อมูล ขาดทุนทรัพย์ ต้องเตรียมการมากเกินไป ไม่มีอุปกรณ์เครื่องใช้ในการเดินทางที่เหมาะสม และขาดพาหนะในการเดินทาง
2. ปัจจัยเรื่องเวลา เช่น มีภาระงานที่ต้องทำ
3. ปัจจัยด้านการไม่ได้รับความเห็นชอบจากบุคคลในครอบครัวหรือเพื่อน เช่น ไม่สนับสนุนให้เดินทาง หรือไม่เห็นด้วยกับสถานที่ที่เลือกไปท่องเที่ยว
4. ปัจจัยด้านสังคม เช่น คู่สมรสไม่ชอบเดินทางท่องเที่ยว และไม่มีเพื่อนร่วมเดินทาง
5. ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกาย 32 เช่น มีโรคประจำตัว กลัวการเดินทางด้วยการขนส่งบางประเภท และขาดความคล่องตัว ในการเดินทางเนื่องจากอายุมาก

งานวิจัยของ Hong และคณะ (1999) พบว่า ปัจจัยเดียวที่เป็นข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ คือ รายได้ เหตุเพราะผู้สูงอายุช่วงต้นจะมีเงินออมมากพอที่จะเดินทาง ได้ตามที่ต้องการ

ต่างกับผู้สูงอายุในช่วงปลายที่เงินออมหรือรายได้ลดลง สำหรับ Fleischer และ Pizam (Fleischer & Pizam. 2002) ให้ข้อสรุปในเรื่องของข้อจำกัดของผู้สูงอายุในการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจะขึ้นอยู่กับช่วงอายุ ระดับของรายได้ และสุขภาพ Fleischer และ Pizam เสนอว่า ธุรกิจนำเที่ยวควรมุ่งดึงดูดลูกค้าในกลุ่มอายุ 60-70 ปี เพราะเป็นผู้สูงอายุที่อยู่ในวัยที่พร้อมที่สุด เนื่องด้วยปัจจัยเกี่ยวพันหลายประการ

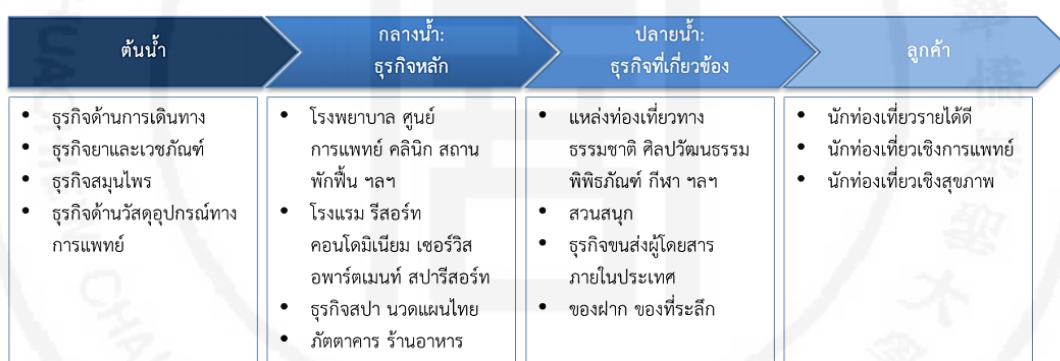
เกี่ยวกับลักษณะการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวต่างประเทศในประเทศไทย ราณี อีสซี่กุล และคณะ (2552) โดยศึกษาสภาพการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป และวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในด้านที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค รวมทั้งวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปโดยการวัดความพึงพอใจในการได้รับการบริการทั้ง 5 ด้าน ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 41.40 ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก และร้อยละ 31.86 เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่า 4 ครั้ง ด้านจำนวนวันเฉลี่ยที่ท่องเที่ยวและพำนักอยู่ในประเทศไทย ร้อยละ 58.37 มากกว่า 15 วัน ส่วนจังหวัด 3 อันดับแรกที่อยู่ในแผนการเดินทางท่องเที่ยว คือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ต โดยเหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ คนไทยมีความเป็นมิตร ธรรมชาติที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อาหารและเครื่องดื่มและความคุ้มค่าของราคา ทั้งนี้ร้อยละ 47.67 ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเลือกพักโรงแรมชั้นหนึ่งระดับ 4 ดาว ด้านแรงจูงใจและความต้องการในการท่องเที่ยวพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการพักผ่อนและคลายเครียด ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และต้องการเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ทั้งนี้ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปมีความพึงพอใจต่อการบริการของประเทศไทย คือ ความปลอดภัยที่จัดของที่พัก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณีกิจกรรมเรียนรู้ เช่น การฝึกทำอาหารไทย

2.3 แนวคิดการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

2.3.1 ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอุตสาหกรรมบริการ โดยผู้ให้บริการส่งมอบบริการทางการแพทย์ หรือบริการด้านสุขภาพให้แก่ลูกค้า พิจารณาห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมประกอบด้วย อุตสาหกรรมต้นน้ำ ได้แก่ ธุรกิจด้านการเดินทาง ธุรกิจยาและเวชภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์ สมุนไพรไทย อุตสาหกรรมกลางน้ำคือธุรกิจที่ให้บริการหลัก ๆ ได้แก่ ธุรกิจที่ให้บริการทางการแพทย์ เช่น สถานพยาบาล ศูนย์การแพทย์ คลินิก สถานพักฟื้น ฯลฯ ธุรกิจด้านที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท อพาร์ทเมนต์ ธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม เช่น ภัตตาคาร ร้านอาหาร ฯลฯ ส่วนอุตสาหกรรมปลายน้ำอาจหมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น ธุรกิจบันเทิงและนันทนาการ สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ธุรกิจค้าปลีกสินค้าและของที่ระลึก

ภาพที่ 3 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ



ที่มา: สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2560)

ต้นน้ำ เริ่มตั้งแต่การนำนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศ ซึ่งได้แก่ ธุรกิจด้านการเดินทาง (Travel Industry) ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ รวมทั้งธุรกิจในการจัดการท่องเที่ยว ธุรกิจด้านการเดินทาง นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยโดยใช้บริการสายการบินทั้งของไทยและสายการบินต่างชาติ และใช้สายการบินของไทยในการเดินทางภายในประเทศไทย ปัจจุบันไทยมีสายการบินทั้งหมด 28 สาย สายการบินชั้นนำ ได้แก่ การบินไทยและบางกอกแอร์เวย์ และมีสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ แอร์เอเชีย นกแอร์ ไทยสมายล์ กานต์แอร์ แสบปีแอร์ โอเรียนไทยแอร์ไลน์ เป็นต้น มีสนามบิน 41 แห่งทั่วประเทศ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศทางน้ำมักจะเป็นโดยเรือสำราญ หรือเรือยอร์ช ซึ่งแต่ละปีมีเรือยอร์ชเข้ามาในประเทศไทยเป็นประมาณ 1,000 ลำ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรป ฮอลแลนด์ สิงคโปร์ ที่เข้ามาใช้บริการสปา นวดแผนไทย จ่ายซื้อสินค้าและบริการทำความสะอาดและซ่อมบำรุงเรือ คาดว่าปี 2560 จะมีมูลค่าตลาดเรือยอร์ชประมาณ 5,800 ล้านบาท

กลางน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมที่ให้บริการหลักแก่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ โรงพยาบาล สปา ที่พัก และอาหาร โรงพยาบาล นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือเชิงการแพทย์ที่เป็นชาวต่างชาติ มักจะใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ขนาด ได้แก่ โรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีจำนวนเตียงผู้ป่วยมากกว่า 200 เตียง ปัจจุบันมีจำนวน 30 แห่ง จำนวนเตียงประมาณ 9,500 เตียง โรงพยาบาลขนาดกลางที่มีจำนวนเตียงผู้ป่วย 1-200 เตียง มีประมาณ 240 แห่ง รวมประมาณ 23,500 เตียง และโรงพยาบาลขนาดเล็กที่มีจำนวนเตียงผู้ป่วย 1-30 เตียง มีประมาณ 60 แห่ง จำนวน 1,100 เตียง (ที่มา: ศูนย์วิจัยกรุงศรี มิถุนายน 2559) ถ้าแบ่งตามสถานที่ตั้ง แบ่งเป็นในกรุงเทพมหานคร 104 แห่ง และในต่างจังหวัด 241 แห่ง รวม 345 แห่ง (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. 2559)

ในปี 2558 โรงพยาบาลเอกชน 16 แห่ง ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ มีกำไรสุทธิสูงขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10.9 โดยมีการขยายตัวตามการเพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้ป่วยชาวต่างชาติที่เข้ามาในลักษณะของการรักษา และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงพยาบาลเอกชนที่มีขนาดใหญ่ 3 อันดับแรก ได้แก่ กลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และโรงพยาบาลสมิติเวช มีกำไรสุทธิ ในปี 2559 เท่ากับ 8,386.5 ล้านบาท 3,626.2 ล้านบาท และ 1,366.6 ล้านบาท ตามลำดับ รายได้จากลูกค้าต่างชาติของโรงพยาบาลเอกชน มีสัดส่วนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 25 ในปี 2554 คาดว่า จะเพิ่มเป็นร้อยละ 30 ในปี 2560 กิจการสปาและการนวดเพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมความงามที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขในปี 2558 มีจำนวนรวมทั้งหมด 1,609 แห่ง เป็นสปาเพื่อสุขภาพ 509 แห่ง นวดเพื่อสุขภาพ 1,070 แห่ง และนวดเพื่อเสริมความงาม 30 แห่ง ในจำนวนนี้ ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร 344 แห่ง (อาคม ประดิษฐ์สุวรรณ. 2559)

ธุรกิจที่พักแรม ที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากโรงแรมแล้ว ยังมีรีสอร์ท โฮมสเตย์ เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ แมนชั่น เกสต์เฮาส์ ฯลฯ จำนวนที่พักที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ รีสอร์ท และโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 40.8 และร้อยละ 30.8 ตามลำดับ แต่ในด้านจำนวนห้องพัก โรงแรมมีสัดส่วนสูงสุดร้อยละ 55.8 ในขณะที่รีสอร์ทมีจำนวนห้องพัก คิดเป็นร้อยละ 29.0 และส่วนใหญ่อยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ นอกกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2560)

สินค้าของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว ในปี 2559 ตลาดของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวมีมูลค่า 18,000 ล้านบาท คาดว่าในปี 2560 จะขยายตัวประมาณ ร้อยละ 8 นักท่องเที่ยวจีนเป็นกลุ่มที่มีจำนวนการขยายตัวสูงและนิยมซื้อของไทยกลับไปเป็นของฝากสินค้าที่นิยมซื้อ ได้แก่ กลุ่มสินค้าเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สปา และสมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 50 สินค้าประเภทสเน็ก และของกิน คิดเป็นร้อยละ 40 อีกร้อยละ 10 เป็น สินค้ากลุ่มยา เวชภัณฑ์ และอาหารเสริม ทั้งนี้สินค้าที่นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ นิยมซื้อแตกต่างกันไป ได้แก่ เสื้อผ้า รองเท้า เครื่องหนัง ผ้าไหม เครื่องประดับ ไม้แกะสลัก เป็นต้น (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2560)

สินค้าและบริการในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะนำส่งให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ในปี 2559 ไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ประมาณ 1.2 ล้านคน มาจากประเทศในอาเซียน (CLM) ร้อยละ 25.6 สหรัฐอเมริการ้อยละ 12.0 สหราชอาณาจักรร้อยละ 10.3 จีนร้อยละ 9.9 ญี่ปุ่นร้อยละ 7.3 เยอรมนีร้อยละ 6.2 อินเดียร้อยละ 4.3 และมาจากประเทศอื่น ๆ ร้อยละ 24.4 นอกจากนี้นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากประเทศเมียนมาและตะวันออกกลางก็เป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวสูง ในปี 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวม 32 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 45 ล้าน คน ในปี 2563 และจำนวน 67 ล้านคนในปี 2573 และถึง 80 ล้านคน ในปี 2578 (กรมการท่องเที่ยว. 2554-2559)

2.3.2 การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

โลจิสติกส์ หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้าย คน สิ่งของ สินค้าหรือบริการทั้งภาคการผลิตและภาคบริการ (กมลชนก สุทธิวาทนฤพุดิ และคณะ. 2547 อ้างถึงใน Lambert, Stor and Ellram. 2004) การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยการบริหารจัดการระบบการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นกระบวนการไหลของสินค้า บริการ วัตถุดิบจากจุดเริ่มต้น (Points of Origin) หรือตอนต้นน้ำ (Upstream) ไปยังจุดที่มีการใช้สินค้าหรือวัตถุดิบนั้น ๆ หรือในตอนปลายน้ำ (Downstream) ครอบคลุมตั้งแต่การขนส่งนักท่องเที่ยวโดยรวมกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทานที่เกื้อกูลการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ จนลูกค้าได้รับความพึงพอใจจากการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและยินดีที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีก

สำหรับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นการบูรณาการระหว่างแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์และการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน โดยเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเริ่มตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ตลอดจนการไหลของข้อมูลสารสนเทศ การไหลของเงิน และการไหลทางด้านกายภาพเข้าด้วยกันในลักษณะของการผสมผสาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (โกศล ดีศีลธรรม. 2548 และธนิต โสรัตน์ 2549) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับหลายลักษณะ ได้แก่ สิ่งที่มีให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของยานพาหนะ ความสามารถในการเข้าถึง การบริการข้อมูลข่าวสาร เวลาในการให้บริการ ความเอาใจใส่ การอำนวยความสะดวก การสร้างความปลอดภัย ตลอดจนความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจจากการรับบริการ (คมสัน สุริยะ. 2551) อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนำเที่ยวซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจึงต้องให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อสร้างความเติบโตให้กับธุรกิจและประเทศยิ่งขึ้น (Avci, Madanonglu and Okumus. 2001) โดยเฉพาะการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ทางการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพในการบริการแก่ผู้รับบริการตั้งแต่การต้อนรับนักท่องเที่ยว การขนส่ง และกระบวนการ

อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน มีความพึงพอใจและประทับใจจากการมารับบริการในที่สุดจะกลับมาเยือนซ้ำอีก

การจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพสำหรับผู้สูงอายุมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งมีทรัพยากรและบริการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สำนวณลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ วิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพสำหรับผู้สูงอายุ และศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ

2.4 จังหวัดสมุทรปราการกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) รายงานว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดสมุทรปราการมีสถิติเพิ่มสูงขึ้นทุกปี ทั้งในส่วนนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเกินกว่าครึ่งหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 64.35 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2558 เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.3 โดยมีจำนวน 2.7 ล้านคนเศษ โดยนักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยไม่เปลี่ยนแปลงจากเดิม ซึ่งมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยจำนวน 2 วัน ในส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากนอกพื้นที่พบว่า มีการใช้จ่ายสูงขึ้นทุกปี ในปี พ.ศ. 2558 มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 ในปีพ.ศ. 2557 มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.2 โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,353 บาท และ 1,276 บาทต่อวันต่อคน ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวใช้จ่ายต่อคนต่อวันเฉลี่ยมากที่สุด จำนวน 1,710 บาท เพิ่มขึ้นจากปี 2557 ร้อยละ 5.8 นอกจากนี้ พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นในทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดสมุทรปราการมีรายได้จากการท่องเที่ยวจำนวน 4,901 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2557 ร้อยละ 21.2 โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 2,539 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 51.8

ปัจจัยภายในที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการและเป็นจุดเด่นสำคัญมีดังนี้

1. เป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการเดินทางที่สะดวก
2. มีระบบสาธารณสุขที่ดีและกระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ
3. มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่งซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์

ทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการมีมากมายหลายรูปแบบ เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังจังหวัดสมุทรปราการ ทรัพยากรการท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะเฉพาะและเป้าหมายของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประเภทคือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ
2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานวัตถุและศาสนา
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ

- วิสัยทัศน์จังหวัดสมุทรปราการ (Vision)

“เมืองอุตสาหกรรมสะอาด ปลอดภัย น่านอยู่”

ภายใต้ วิสัยทัศน์ในการพัฒนาพื้นที่ (Area Vision)

“เมืองอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ เกษตรปลอดภัย

แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความสมดุลกับการพัฒนาเมือง

ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี สังคมมั่นคงปลอดภัย”

- พันธกิจ (Mission)

- 1) ส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมให้เป็นอุตสาหกรรมสะอาดที่อยู่กับชุมชน และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
- 2) เสริมสร้างความมั่นคง ปลอดภัยให้สังคมน่านอยู่ และพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน
- 3) พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการด้าน Logistic เชื่อมโยง Supply Chain ในระบบเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การบริการและการท่องเที่ยว
- 4) ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศิลปวัฒนธรรม กีฬาและนันทนาการ
- 5) ส่งเสริมเครือข่ายอนุรักษ์ บำบัดและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความสมดุลกับการพัฒนาเมือง
- 6) ส่งเสริมการเกษตรปลอดภัย ไม่ก่อมลพิษและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (GAP)
- 7) ส่งเสริมการพัฒนาระบบบริการประชาชน และการบริหารราชการแผ่นดินด้วยระบบธรรมาภิบาล

- เป้าประสงค์รวม (Ultimate Goals)

- 1) พัฒนาภาคอุตสาหกรรมภาคการผลิตและเกษตรกรรมแบบครบวงจรให้มีศักยภาพและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม โดยการเพิ่มผลผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และฟื้นฟูแหล่งทรัพยากรธรรมชาติให้มีความอุดมสมบูรณ์
- 2) คนมีคุณภาพชีวิตที่ดี สังคมดี โดยได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพและทั่วถึง ได้รับการบริการทางการแพทย์ที่ดี มีหลักประกันความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งมีระบบสาธารณสุขป้อน และสาธารณสุขการที่เพียงพอ
- 3) ระบบสาธารณสุขป้อนที่รองรับการพัฒนาเศรษฐกิจการค้า การลงทุนและยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน เช่น ถนนสายหลัก สายรองระบบขนส่งทางราง ไฟฟ้า ประปาฯ ได้รับการปรับปรุงซ่อมแซมและพัฒนาครอบคลุมทุกพื้นที่

4) มีรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรม สันทนาการที่เพิ่มขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน โดยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวและการกลับมาเที่ยวซ้ำ

- ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Issues) (จัดลำดับความสำคัญ)

1) พัฒนาภาคอุตสาหกรรมภาคการผลิตและเกษตรกรรมแบบครบวงจรให้มีศักยภาพและปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม โดยการเพิ่มผลผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และฟื้นฟูแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ให้มีความอุดมสมบูรณ์

2) คนมีคุณภาพชีวิตที่ดี สังคมดี โดยได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพและทั่วถึง ได้รับบริการทางการแพทย์ที่ดี มีหลักประกันความมั่นคงในชีวิตและทรัพย์สิน รวมทั้งมีระบบสาธารณสุขโรค และสาธารณสุขการที่เพียงพอ

3) ระบบสาธารณสุขโรคที่รองรับการพัฒนาเศรษฐกิจการค้า การลงทุนและยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน เช่น ถนนสายหลัก สายรองระบบขนส่งทางราง ไฟฟ้า ประปาฯฯ ได้รับการปรับปรุง ซ่อมแซมและพัฒนาครอบคลุมทุกพื้นที่

4) มีรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม และกิจกรรมสันทนาการที่เพิ่มขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน โดยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวและการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าการบริการ และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักและประทับใจของนักท่องเที่ยว

ภาพที่ 4 สรุปภาพรวมประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4



ที่มา: แผนปฏิบัติการประจำปีของจังหวัดสมุทรปราการ ประจำปีงบประมาณ. 2561 : 56.

ตารางที่ 10 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสมุทรปราการ

ที่	แหล่งท่องเที่ยว	ความเป็นมา/กิจกรรมสำคัญ	ที่ตั้ง
แหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถาน			
1.	เมืองโบราณ	เป็นพิพิธภัณฑ์กลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุดในโลกปัจจุบัน มีสิ่งก่อสร้าง สถานที่สำคัญ ๆ ทั้งที่เป็นแบบจำลองจากภาคเหนือตะวันออกเฉียงเหนือ กลาง และได้ซึ่งสิ่งก่อสร้างมีทั้งขนาดย่อส่วนและเท่าขนาดจริง	ถ. สุขุมวิท กม. 33 ต. บางปูใหม่ อ. เมืองฯ
2.	อุทยานประวัติศาสตร์ทหารเรือ หรือป้อมพระจุลจอมเกล้าฯ	เป็นป้อมที่ทันสมัยและมีบทบาทสำคัญยิ่งในการปกป้องอธิปไตยของชาติ ซึ่งเป็นที่ทำการยิงต่อสู้กับบอริราชศัตรูมาแล้วครั้งหนึ่งเมื่อ ร.ศ. 112 (พ.ศ. 2436) และที่จารึกอยู่ในความทรงจำของคนไทย	ริมปากแม่น้ำเจ้าพระยา ต. แหลมฟ้าผ่า อ. พระสมุทรเจดีย์

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ที่	แหล่งท่องเที่ยว	ความเป็นมา/กิจกรรมสำคัญ	ที่ตั้ง
แหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถาน			
3.	ป้อมแผลงไฟฟ้า	เป็นป้อมปราการแห่งหนึ่งของฐานทัพเมืองนครเขื่อนขันธ์ เป็นเสมือนหนึ่งฐานทัพด้านปากแม่น้ำเจ้าพระยาและเป็นเมืองที่มีป้อมปราการหลายแห่ง เนื่องด้วยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช (รัชกาลที่ 1) มีพระราชดำริที่จะใช้ป้องกันพระราชอาณาจักร ปัจจุบันเทศบาลเมืองพระประแดงได้ทำการบูรณะเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของประชาชน โดยบริเวณข้างบนของป้อมได้จัดเป็นใหญ่โบราณหลายกระบอก ตั้งไว้ให้ชมรอบ ๆ บริเวณจัดปลูกต้นไม้ร่มรื่น	ต. ตลาด ติดกับโรงเรียนเทศบาลพระประแดง
แหล่งท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรม			
1.	องค์พระสมุทรเจดีย์	พระเจดีย์นี้ตั้งอยู่บนเกาะกลางปากแม่น้ำเจ้าพระยา ท้ายป้อมผีเสื้อสมุทร รูปทรงพระเจดีย์เป็นแบบระฆังคว่ำ สูง 38 เมตร ภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุพระชัยวัฒน์ และพระปางห้ามสมุทร	ถ. สุขสวัสดิ์ ต. ปากคลองบางปลากด อ. พระสมุทรเจดีย์
2.	พิพิธภัณฑสถานช้างเอราวัณ	เป็นสถานที่เก็บรักษาศิลปวัตถุ มรดกทางวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ซึ่งช้างเอราวัณหรือช้างสามเศียร เป็นประติมากรรมลอยตัวด้วยวิธีเคาะมือแห่งแรกที่ใหญ่ที่สุดในโลก ทำจากโลหะทองแดง แผ่น เล็กสุดขนาดเท่าฝ่ามือ	ถ. สุขุมวิท ต. บางเมืองใหม่ อ. เมือง
3.	ศาลเจ้ามูลนิธิธรรมกัตถุญ (เสียนหลอใต้เทียนกง)	เป็นศาลเจ้าที่สวยงาม สถาปัตยกรรมเพียบพร้อมไปด้วยศิลปวัฒนธรรมของชาวจีนโบราณ ฝีมือแกะสลักหินอันปราณีต เป็นที่ประดิษฐานเทพเจ้าขุนศึกที่ศักดิ์สิทธิ์ของชาวไต้หวัน 5 องค์ คือ เทพเจ้าตระกูลหลี่ เทพเจ้าตระกูลฉือ เทพเจ้าตระกูลอู่ เทพเจ้าตระกูลจู่ และเทพเจ้าตระกูลฟาน ซึ่งเรียกชื่อรวมกันว่า "อู๋ฟูเสียน ส่วย" (โหวงหวังเอี้ย) ภายในบริเวณศาลเจ้าสามารถชมภาพแกะสลัก หินเขียว เกี่ยวกับเทพนิยายจีน และตะเกียงไม้ซุบทองคำ ซึ่งตกแต่งอยู่บนฝ้าเพดาน นอกจากนี้ยังมีศาลเจ้าแม่กวนอิม และเทพ เจ้าองค์อื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนสักการะ	ถ. สุขุมวิท ต. บางปูใหม่ อ. เมือง

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ที่	แหล่งท่องเที่ยว	ความเป็นมา/กิจกรรมสำคัญ	ที่ตั้ง
แหล่งท่องเที่ยวด้านสถาปัตยกรรม			
4.	พิพิธภัณฑ์ทหารเรือ	เป็นสถานที่รวบรวมและอนุรักษ์วัตถุสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ และรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับกองทัพเรือไทยและยุทธนาวี ครั้งสำคัญ แบ่งเป็น 2 อาคาร คือ อาคาร 1 จัดแสดงประวัติ บุคคลสำคัญที่เกี่ยวกับกองทัพเรือ อาทิ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ องค์พระบิดาของทหารเรือไทย และห้องจัดแสดงเครื่องแบบต่าง ๆ ของทหารเรือไทย อาคาร 2 ชั้นล่างจัดแสดงอาวุธยุทโธปกรณ์ต่าง ๆ ชั้น 2 จัดแสดงเกี่ยวกับเรือพระราชพิธี ชั้น 3 เป็นการจัดแสดง นิทรรศการพิเศษ	ถ. สุขุมวิท ต. ปากน้ำ ตรงข้ามกับโรงเรียนนายเรือ
แหล่งท่องเที่ยวด้านประติมากรรม			
1.	พระมาลัยหน้าอุโบสถเก่า วัดพิชัยสงคราม	มีลักษณะเหมือนพระสงฆ์ธรรมดา	วัดพิชัยสงคราม ต. ปากน้ำ อ. เมือง ฯ
2.	พระประธานในอุโบสถ วัดชัยมงคล	พระประธานในอุโบสถวัดชัยมงคล	วัดชัยมงคล ต. ปากน้ำ อ. เมือง ฯ
3.	พระประธานในอุโบสถเก่า วัดกลางวรวิหาร	เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 205 ซม. สร้างด้วยศิลาแลง หุ้มปูนปิดทอง และใบเสมาที่แกะสลักจากหินแกรนิต ส่วนยอดแกะสลักเป็นพระเกี้ยว ชูมเสมา รูปกูป เอวเสมาคอดเล็ก มีลายนาคสามเศียรเป็นตัวหาง ตัวเสมาตรงกลางแกะสลักเป็น แฉวยาว กลางแถบเป็นลายประจายาม ด้านบนมีลายรูปดอกไม้	วัดกลางวรวิหาร ต. ปากน้ำ อ. เมือง ฯ
4.	หลวงพ่อสินสมุทร	เป็นพระประธานในอุโบสถวัดโศการาม เป็นพระพุทธรูปทองเหลือง ปางสมาธิอย่างอินเดีย	วัดโศการาม ต. บางปูใหม่ อ. เมือง ฯ
5.	พระประธานในอุโบสถ วัดทรงธรรมวรวิหาร	เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย สมัยสุโขทัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวพระราชทานให้	วัดทรงธรรมวรวิหาร อ. พระประแดง
6.	พระประธานในอุโบสถ วัดโพชนัดพลเสพย์	เป็นพระพุทธรูปปูนปั้นบุทอง	วัดโพชนัดพลเสพย์
7.	พระพุทธรูปปางห้ามสมุทรในพระวิหารหน้าพระสมุทรเจดีย์	สร้างในรัชสมัยพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวและมีพระพุทธรูปปางนี้ในพระอุโบสถวัดโปรดกษेत्रเชษฐารามอีกสององค์	วัดพระสมุทรเจดีย์ วัดโปรดกษेत्रเชษฐาราม อ. พระสมุทรเจดีย์

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ที่	แหล่งท่องเที่ยว	ความเป็นมา/กิจกรรมสำคัญ	ที่ตั้ง
8.	หลวงพ่อดโต	เป็นพระพุทธรูปสำริด ตามประวัติมีว่าลอยน้ำมาจากกรุงเก่า	วัดบางพลีใหญ่ใน ต. บางพลีใหญ่ อ. บางพลี
9.	พระประธานในอุโบสถ วัดป่าเกต	เป็นพระปูนปั้นลงรักปิดทอง ปางมารวิชัย ประดิษฐานชุกชี ปูนปั้นปิดทอง ประดับกระจก	วัดป่าเกต
10.	พระไสยาสน์ (พระนอน)	พระพุทธรูปปางไสยาสน์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ยาวประมาณ 53 เมตร แล้วสร้างพระวิหารคลุมที่หลัง ความสูงของวิหารเท่าอาคาร 4 ชั้น ภายในองค์พระใหญ่พอที่จะแบ่งให้มีห้องปฏิบัติธรรม เสาและผนังมีภาพเขียนเรื่องราวของเทวดา นรก สวรรค์ คติธรรม จำนวนมากมาย กว่า 100 รูป และมีห้องหัวใจพระซึ่งประชาชนนิยมมาปิดทองเพื่อเป็นสิริมงคล	วัดบางพลีใหญ่กลาง ต. บางพลีใหญ่ อ. บางพลี
11.	เจดีย์หลวงปู่เผือก	รอบองค์เจดีย์ประดับด้วยกระเบื้องสีส้มและประดับด้วยครุฑ	วัดกิ่งแก้ว ต. ราชาเทวะ อ. บางพลี
12.	หลวงพ่อบุญรอด (หลวงพ่อดำ)	เริ่มสร้างตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี เดิมเรียกว่า “วัดสุจิตตาราม” ซึ่งในสมัยนั้นยังไม่มีวิหารเท่าใดนัก ต่อมาถึงสมัยกรุงธนโกสินทร์ สมเด็จพระมหาสมณเจ้า กรมพระยาวชิรญาณวโรรสได้เสด็จมา ณ วัดสุจิตตาราม พระองค์ได้ทราบว่าเป็นประชาชนแถบนี้ เรียกท้องถิ่นนี้ว่า “บางด้วน” ดังนั้นพระองค์จึงคิดที่จะขนานชื่อวัดสุจิตตารามเสียใหม่	วัดบางด้วนนอก ต. บางด้วน อ. เมือง
แหล่งท่องเที่ยวประเภทการเล่นพื้นบ้าน			
1.	สะบ้ามอญ	เป็นประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวมอญที่พระประแดงเพื่อให้หนุ่มสาวพบปะพูดคุยกัน โดยจะเล่นในวัน นักขัตฤกษ์	อ. พระประแดง
2.	สะบ้าทอย	เป็นการเล่นของผู้ชายในวันสงกรานต์พระประแดง แตกต่างจากสะบ้ามอญตรงที่เป็นเรื่องของผู้ชาย เป็นการประลองความ แข็งแรงและความแม่นยำของการทอยสะบ้า	วัดทรงธรรมวรวิหาร อ. พระประแดง

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ที่	แหล่งท่องเที่ยว	ความเป็นมา/กิจกรรมสำคัญ	ที่ตั้ง
ขนบธรรมเนียมและประเพณีท้องถิ่น			
1.	ประเพณีรับบัว	เกิดจากชาวมอญพระประแดงที่ไปทำนาในฤดูทำนา อำเภอบางพลี และเมื่อหมดฤดูก็จะกลับไปพระประแดง ซึ่งจะพอดีกับเทศกาลออกพรรษา จึงเก็บดอกบัวที่มีอยู่มากมายที่ตำบลบางพลีใหญ่กลับไปด้วย ต่อมาเกิดความคุ้นเคยกันมากขึ้น จึงโยนบัวให้กันหากอยู่ไกล เป็นโอกาสให้ได้ร่วมทำบุญทำกุศล อีกทั้งยังเป็นการร่วมสนุกกันเป็นประจำทุกปี	วัดบางพลีใหญ่ใน ต. บางพลีใหญ่ อ. บางพลี
2.	สงกรานต์พระประแดง	เป็นงานประเพณีสงกรานต์ที่ยิ่งใหญ่ จัดโดยชาวไทยเชื้อสายมอญ โดยจะเริ่มในวันอาทิตย์แรกหลังวันที่ 13 เมษายน ซึ่งเดิมเรียกว่า สงกรานต์ปากลัด ในงานมีขบวนแห่ทางสงกรานต์ การละเล่นพื้นเมืองของชาวมอญ เช่น การสงน้ำพระรดน้ำขอพรผู้ใหญ่ ปล่อยนกปล่อยปลา การเล่นสบ้า และเล่นสาดน้ำกันอย่างสนุกสนาน ขบวนแห่ทางสงกรานต์จะมีสาวงาม แต่งชุดไทยหรือชุดราชมัญ (มอญ)	อ. พระประแดง
3.	งานนมัสการหลวงพ่อบาน วัดมงคลโคธาวาส	เป็นงานประจำปีของชาวอำเภอบางบ่อ งานนี้เกิดขึ้นจากคุณความดีแลคุณธรรมอันสูงส่งของหลวงพ่อบาน พุทธศาสนิกชน หลังไหลกันมาวัดมงคลโคธาวาส เพื่อนมัสการรูปหล่อจำลองของหลวงพ่อบานทุกปี งานนมัสการหลวงพ่อบาน จัดขึ้นในวันขึ้น 5-7 ค่ำ เดือน 12 ของปี รวม 3 วัน 3 คืน โดยในวันแรกของงานจะมีการอันเชิญรูปหล่อของหลวงพ่อบานแห่ทางเรือไปตามลำคลองปึกกา เพื่อให้ประชาชนสักการะแล้วแห่กลับวัดมงคลโคธาวาส หลังจากเสร็จสิ้นการกราบไหว้บูชาแล้ว ประชาชนจะสนุกสนานรื่นเริงกับ มหรสพต่าง ๆ	วัดมงคลโคธาวาส อ. บางบ่อ
4.	งานนมัสการองค์พระสมุทรเจดีย์	เป็นงานประเพณีที่สืบสานกันมายาวนานกว่า 185 ปี เพราะองค์พระสมุทรเจดีย์เป็นที่เคารพสักการะที่ถือเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ชาวสมุทรปราการจึงจัดให้มีการสมโภชเป็นเวลา 9 วัน 9 คืน ตั้งแต่วันแรม 5 ค่ำ เดือน 11 ในงานประเพณีจะมีมหรสพ สมโภชมีการแข่งเรือ และการจำหน่ายสินค้าชุมชน	อ. พระสมุทรเจดีย์

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ที่	แหล่งท่องเที่ยว	ความเป็นมา/กิจกรรมสำคัญ	ที่ตั้ง
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสันถนาการ			
1.	ตลาดโบราณบางพลี	เดิมชื่อ “ตลาดศิริโสภณ” เป็นตลาดเก่าแก่ตลาดหนึ่ง พื้นตลาดทำจากพื้นไม้ สามารถเดินติดต่อกันได้ถึง 500 เมตร มีอายุประมาณ 141 ปี ตลาดนี้ตั้งอยู่บนฝั่งเหนือ ของคลองสำโรงช่วง อำเภอบางพลี	ริมคลองสำโรงติด กับวัดบางพลีใหญ่ ใน ต. บางพลีใหญ่ อ. บางพลี
2.	ตลาดคลองสวน 100 ปี	ก่อตั้งขึ้นโดยชาวจีนกลุ่มหนึ่งเมื่อราว พ.ศ. 2444 นับถึง ปัจจุบันเป็นเวลามากกว่า 100 ปี ตลาดแห่งนี้ตั้งอยู่บนฝั่ง คลองประเวศบุรีรมย์เชื่อมต่อคลองพระยานาคราช ตลาดคลองสวนเป็นศูนย์รวมของการติดต่อค้าขาย และแลกเปลี่ยนสินค้าของผู้คนจากหมู่บ้านต่าง ๆ หลายหมู่บ้าน บริเวณใกล้กับตลาดคลองสวนมีฟาร์ม เพาะเลี้ยงเป็ดมากกว่า 10 แห่ง อาหารขึ้นชื่อของที่นี่ คือ เป็ดพะโล้	ต. คลองสวน อ. บางบ่อ
3.	ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง	จัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2547 นับเป็นตลาดใกล้กรุงที่มีสินค้า หลากหลายทั้งของกินของใช้ของฝากนานาชนิด จัดเป็นซุ้มให้มีทางเดินยาวกว่า 2 กิโลเมตร ขนานไปกับ คลองซอยสายเล็ก จัดจำหน่ายต้นไม้พันธุ์, ปลา สวยงามหลากชนิด, และผลิตผลของชาวบ้าน นอกจากนี้ ยังเป็นศูนย์รวม สินค้า OTOP ที่สร้างสรรค์จากคน ในชุมชนบางน้ำผึ้งและตำบลใกล้เคียงในจังหวัด สมุทรปราการ เช่น ดอกไม้เก็ดปลา บ้านรูปสมุนไพรม ผลิตภัณฑ์จากทะเล เป็นต้น	หมู่ 10
4.	สถานตากอากาศบางปู	เป็นสถานที่พักผ่อนซึ่งบริเวณโดยรอบปกคลุมล้อมรอบ ด้วยป่าชายเลนที่ยังคงความสมบูรณ์ตามระบบนิเวศวิทยา “สะพาน สุขตา” ยื่นออกไปสู่ทะเลประมาณ 500 เมตร และมี “ศาลา สุขใจ” ซึ่งเป็นร้านอาหารสวัสดิการของ กองอำนวยการสถานพักผ่อนกรมพลาธิการทหารบก สามารถนั่งรับประทานอาหาร พร้อมทั้งชมทัศนียภาพ อ่าวไทยได้ นอกจากนี้ยังมีเส้นทาง การศึกษาธรรมชาติ ให้ประชาชนอีกด้วย	เลขที่ 164 หมู่ 2 ถ. สุขุมวิท

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ที่	แหล่งท่องเที่ยว	ความเป็นมา/กิจกรรมสำคัญ	ที่ตั้ง
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและันทนาการ			
5.	ฟาร์มจระเข้และสวนสัตว์สมุทรปราการ	โดยก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2493 ปัจจุบันเป็นฟาร์มจระเข้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ภายในเป็นสถานเพาะเลี้ยงจระเข้ขนาดต่าง ๆ กว่า 60,000 ตัว เสือ ลิงชิมแปนซี ชะนี เต่า งู นก อุฐู ฮิปโปโปเตมัส กวาง และปลาจำนวนมาก	555 หมู่ 7 ถ.ท้ายบ้าน ต. ท้ายบ้าน อ. เมืองฯ
6.	บึงตะโก	เป็นบึงที่นักท่องเที่ยวนิยมเล่นกีฬาทางน้ำ ได้แก่ เคเบิลสกี และวินด์เซิร์ฟ	175/1 หมู่ 12 ถ. บางนา-ตราด กม.13 ต. บางพลีใหญ่ อ. บางพลี
7.	สวนศรีนครเขื่อนขันธ์	เป็นสวนสาธารณะที่มีเนื้อที่ 200 ไร่เศษ แวดล้อมไปด้วยสวนหมากสวนผลไม้ และเป็นพื้นที่สีเขียวที่รัฐบาลกำหนดให้เป็นปอดของประชาชนอีกแห่งหนึ่ง เป็นสถานที่พักผ่อน ออกกำลังกาย และศึกษาระบบนิเวศน์ของพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์	ถ. เพ็ชรหิรัญ ต. บางกระเจ้า อ. พระประแดง

ที่มา: แผนพัฒนาจังหวัดจังหวัดสมุทรปราการ 4 ปี. 2561-2564

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วราภรณ์ สารอินมุล (2560) ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพพระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพพระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจังหวัดนครปฐม สอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวชุมชนผู้ประกอบการและผู้นำชุมชนในตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวพอใจปานกลางต่อองค์ประกอบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำ และปัจจัยอื่น ๆ ในทุกด้านกลุ่มผู้นำชุมชนเห็นว่ามีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง ความคิดเห็นด้านความพร้อมและแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้ดีขึ้นกลุ่มต่าง ๆ อยู่ในระดับหนึ่ง โดยมีข้อเสนอแนะในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภูพฤทธิ์ กันนะ และจอมภัก คลังระหัด (2559) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวผู้สูงอายุ ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิเคราะห์พื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน เป็นเพศชายร้อยละ 49.61 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 50.39 ซึ่งมีอายุ 56-60 ปี ร้อยละ 46.75 โดยมีสถานภาพสมรสร้อยละ 83.64 มีบุตรหลานร้อยละ 91.17 มีรายต่อเดือน คือ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 43 : 12 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 65.45 ที่อยู่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในภาคกลางร้อยละ 45.79 มีสุขภาพแข็งแรงร้อยละ 77.14 มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือการพักผ่อนร้อยละ 62.8 สถานที่ในการท่องเที่ยวคือโรงแรม หรือรีสอร์ทร้อยละ 72.99 ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้งคือ 12 วัน ร้อยละ 65.1 มีช่วงเวลาในการท่องเที่ยวคือวันเสาร์-อาทิตย์ร้อยละ 37.92 มีวิธีในการเดินทางโดยรถส่วนตัวร้อยละ 51.43 มีลักษณะการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะร้อยละ 89.09 มีผู้ร่วมเดินทางคือครอบครัวหรือญาติร้อยละ 57.92 จำนวนผู้ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งคือ 47 คนร้อยละ 68.57 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งคือน้อยกว่า 10,000 บาทร้อยละ 46.23 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเป็นค่าที่พักร้อยละ 37.40 มีกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวคือ เที่ยวสวนสนุกและสวนน้ำร้อยละ 47.01 การเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกคือสินค้าประเภทเสื้อผ้าร้อยละ 34.29 การได้รับข้อมูลในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมาจากโทรทัศน์ร้อยละ 34.29 ข้อเสนอแนะนั้น ควรจะปรับปรุงเรื่องการเพิ่มระดับความปลอดภัยในการดูแลนักท่องเที่ยว ร้อยละ 22.38

กวรรณ สังกกร (2558) วิจัยเรื่อง การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นตลาดที่มีศักยภาพและน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากโครงสร้างของสังคมกำลังจะก้าวสู่สังคมของผู้สูงอายุ สหประชาชาติได้คาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้นจาก 687.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2549 เป็น 1,968 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 แนวโน้มของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้นทุกปี การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นช่องทางการท่องเที่ยวตลาดใหม่ที่ประเทศไทยจะมุ่งเน้น เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่าตลาดทั่วไป ซึ่งต้องทำการคัดสรรสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุภาคเหนือตอนบนมีความได้เปรียบทางด้านภูมิประเทศที่สวยงามและภูมิอากาศดี เย็นสบาย มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย มีประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม มีความแตกต่างทางชาติพันธุ์ มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน จึงทำให้ภาคเหนือตอนบนมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อน

นอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยผลักดันให้มีการตั้งศูนย์สุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในวัยเกษียณเพื่อสนับสนุนนโยบายการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศและภาคเหนือตอนบนและเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของภาคเหนือ

ตอนบนในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ดำเนินแผนงาน การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่ง ประกอบด้วย 3 โครงการย่อยที่ 1 คือ การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โครงการย่อยที่ 2 คือ การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้ เพื่อการบริการและการจัดการ การท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โครงการย่อยที่ 3 คือ แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน

พัชรี หล้าแหล่ง (2557) ศึกษาระบบโลจิสติกส์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย (Royal Coast) ในจังหวัดชุมพรและพื้นที่เชื่อมโยง ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมักประสบปัญหา ในเรื่องการดำเนินการปรับปรุงเส้นทางเดินทางและจัดระบบการขนส่งให้เดินทางได้สะดวกขึ้น ได้แก่ การปรับปรุงถนนที่มีอยู่ให้ดีขึ้น เพิ่มจำนวนถนน เพิ่มแบบเส้นทางเข้าแหล่งท่องเที่ยวให้ หลากหลาย เพิ่มจำนวนโคมไฟส่องทาง มีรถสาธารณะเพิ่มมากขึ้น และให้บริการตรงตาม เวลา รถเช่า ราคายุติธรรม นอกจากนี้ควรดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำป้ายบอกทางเพิ่มจำนวนให้มากยิ่งขึ้น และควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรมีการให้บริการข้อมูลระหว่างเดินทาง เพิ่มขึ้น มีคำแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง มีการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต และแผ่นพับเพิ่ม ตลอดจนควรมีสั่งอำนวยความสะดวก มีที่จอดรถ มีสถานที่พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้เพียงพอ มีห้องน้ำ/สุขาที่สะอาด/สะดวกใช้งานได้เพิ่มขึ้น มีการอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น โดยอบรมคนในชุมชน ในการให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว และมีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

จิราวดี รัตนไพฑูรย์ (2557) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้นจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือเน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดีคุ้มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ ให้ความสำคัญ กับความพึงพอใจเป็นหลัก พักนานใช้จ่ายสูง มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูงเนื่องจากมี เงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิตจึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค ขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นใจ ด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและ สุขภาพ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางเนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ ในการใช้ชีวิตจึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มากยิ่งขึ้นและเนื่องจาก ผู้สูงอายุมักมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับ ตลาดกลุ่มนี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมากและควรมีการเตรียมการที่ดี

จักรกฤษณ์ แสนพรหม (2556) ศึกษาเรื่อง ความจำเป็นของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้สูงอายุในพื้นที่ กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นพระธาตุบวรวิหารของ พระธาตุพนมจังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

ผู้สูงอายุที่สำคัญได้แก่ การจัดทำป้ายแจ้งข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นให้กับนักท่องเที่ยว การจัดพิมพ์แผนที่ที่เข้าใจง่าย การจัดสถานที่จอดรถหรือยานพาหนะประเภทต่าง ๆ ของพระธาตูปริวารของพระธาตุนม โดยปัจจัยต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ระดับนัยสำคัญ .05

เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ (2555) ศึกษาเรื่องการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในปัจจุบันอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เพื่อหาแนวทางการพัฒนาปรับปรุงยกระดับความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นด้านความพร้อมและแนวทางการพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้ดีขึ้น กลุ่มต่าง ๆ มีความเห็นว่ามีความพร้อมระดับหนึ่งและให้ข้อเสนอแนะไปในทางเดียวกันได้แก่ การทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย การรวมกลุ่มของบุคคลหรือหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่และบทบาทต่าง ๆ กัน การจัดการประชุมผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์ทั้งภายในและภายนอกชุมชน การส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมเสริมสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง การสนับสนุนด้านงบประมาณ และพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจขององค์ประกอบการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการมีความแตกต่างกัน

จันทร์จิตร เขียรสิริ และคณะ (2555) ศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบนพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อศักยภาพการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนที่สำคัญคือปัจจัยการเมือง ได้แก่ เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยและปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุมีผลทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีแนวโน้มเจริญเติบโต ในอนาคตภาคเหนือตอนบนมีศักยภาพการตลาดในการจัดการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีลักษณะใกล้เคียงกันคือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 60-64 ปีแหล่งรายได้มาจากเงินเบี้ยหวัดเงินบำนาญและไม่มีปัญหาเรื่องสุขภาพและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุดคือธรรมชาติที่สวยงาม

แต่อย่างไรก็ตามในด้านพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติมีพฤติกรรมที่ค่อนข้างแตกต่างกันคือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยจะมีบุตร/หลานเป็นผู้วางแผนและเดินทางท่องเที่ยวด้วย โดยแหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวมาจากการสอบถามญาติ คนรู้จัก หรือเพื่อนเป็นหลัก เดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ และระยะเวลาท่องเที่ยวในแต่ละครั้งไม่เกิน 3 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติจะวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง และเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส โดยแหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต เดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดาและระยะเวลาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง 4-7 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดคือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายจึงใช้กำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดว่า “ภาคเหนือตอนบนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุด้วยธรรมชาติที่งดงามและแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่หลากหลาย” ในด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวนำเสนอสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวคือ 1) ความงามของธรรมชาติ 2) วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่หลากหลาย 3) ศาสนสถานอันทรงคุณค่า 4) ตำนานประวัติศาสตร์และโบราณคดี ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ได้แก่ การเข้าร่วมประเพณีท้องถิ่นการศึกษาวิถีท้องถิ่น กิจกรรมทางศาสนา และกิจกรรมเชิงสุขภาพ มีการกำหนดราคาเพื่อจูงใจให้มาเที่ยว เช่น การกำหนดราคาตามกลุ่มลูกค้าตามช่วงเวลาหรือการให้ส่วนลด มีช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งการซื้อโดยตรงและผ่านตัวกลางทางการตลาด มีการส่งเสริมการตลาดที่เข้าถึงผู้สูงอายุทั้งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ รวมถึงการส่งเสริมการขายเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวมีการพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการทั้งในเรื่องของความรู้ในการดูแลผู้สูงอายุความรู้ด้านภาษาต่างประเทศและการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ปรับปรุงลักษณะทางกายภาพของการท่องเที่ยวให้เหมาะสมพัฒนากระบวนการให้บริการอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุทั้งบริการขนส่งและอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองบริการข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยวรวมถึงบริการด้านความปลอดภัย

อัศวพงศ์ อันทอง (2555) ศึกษาเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบอิทธิพลของคุณค่าที่ได้รับจากสิ่งดึงดูดใจและการจัดการโลจิสติกส์ในการท่องเที่ยวที่มีต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อการท่องเที่ยวเชียงใหม่ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณค่าที่ได้รับความพึงพอใจและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว และใช้แบบจำลองสมการโครงสร้างวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ แบบจำลองประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 10 ตัวแปร และตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร เป็นตัวแปรแฝงภายนอก 2 ตัวแปร คือ คุณค่าที่ได้รับความพึงพอใจและการจัดการโลจิสติกส์ ส่วนตัวแปรแฝงภายใน 2 ตัวแปร ได้แก่ ความพึงพอใจและความภักดีต่อการท่องเที่ยวเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าการจัดการโลจิสติกส์ในการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อการท่องเที่ยวเชียงใหม่ เช่นเดียวกับสิ่งดึงดูดใจ โดยการจัดการการไหลเวียนทางด้านข้อมูลข่าวสารเป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ในการท่องเที่ยว แม้ว่าจังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการได้ดีในเรื่องข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว แต่มีจุดอ่อนในเรื่อง ข้อมูลการเดินทางภายในจังหวัด (แผนที่หรือป้ายบอกทาง) และเว็บไซต์ (Web site) ควรมีความทันสมัย และถูกต้อง เพื่อใช้ประกอบในการเดินทาง ขณะที่การจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพ เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญรองลงมาเชียงใหม่สามารถจัดการด้านความพร้อมของบริษัททัวร์หรือแพ็คเกจทัวร์ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว แต่ยังคงต้องปรับปรุงในเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่หรือ

กิจกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะความคับคั่งของการจราจรภายในตัวเมืองเชียงใหม่ ระบบขนส่งมวลชนที่ขาดประสิทธิภาพในการให้บริการและการอำนวยความสะดวก

วาริษฐ์ มัชฌมบุรุษ (2554) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถซึมซับความรู้สึกได้ยาวนาน เป็นการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าไม่เร่งรีบ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเพราะไม่สามารถเดินทางได้รวดเร็วเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการความช่วยเหลือ และการดูแลมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านร่างกายของนักท่องเที่ยวด้านความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า ผู้สูงอายุต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางชมสถานที่ท่องเที่ยวทั้งโดยทางเท้าและทางรถยนต์ ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดด้านสภาพร่างกาย และผู้สูงอายุต้องการบริการที่ดีหรือบริการในระดับสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น โดยยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังต้องการได้รับข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ละเอียดและข้อมูลเชิงลึกกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปเนื่องจากส่วนหนึ่งเคยมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนี้มาก่อนแล้ว ดังนั้น ผู้ให้บริการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ควรมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอย่างละเอียด สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการให้มีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม เช่น ป้ายบอกทางและป้ายแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่มีตัวอักษรขนาดใหญ่และแสดงรายละเอียดที่สำคัญอย่างชัดเจน ระยะเวลาการท่องเที่ยวไม่ควรเกินครึ่งชั่วโมงต่อรอบเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายของผู้สูงอายุ ทางเดินควรมีความลาดชันน้อยทางเรียบ และสามารถใช้รถเข็นได้ นอกจากนี้ ควรมีห้อง พยาบาลหรือจุดบริการด้านสุขภาพเพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านสุขภาพ ควรมีสถานที่ที่สามารถใช้สังสรรค์และจัดงานเลี้ยงระหว่างผู้สูงอายุด้วยกัน ควรปรับปรุงสถานที่จอดรถและ เส้นทางเดินไปยังห้องพักให้เหมาะสมกับการเดินทางของผู้สูงอายุและควรมีสว่างที่เพียงพอ

สมยศ วัฒนาภรณ์ชัย (2553) ศึกษาเรื่อง นักท่องเที่ยวสูงอายุ : กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว พบว่าผู้สูงอายุจัดว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่อาจช่วยฟื้นฟูธุรกิจการท่องเที่ยวไทยในปัจจุบัน เพราะมีศักยภาพและมีกำลังซื้อ เนื่องจากจำนวนของคนสูงอายุมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปี และยังสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ไม่มีเงื่อนไขด้านเวลา แต่การศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุยังไม่ได้รับความสนใจมากเท่าที่ควร ดังนั้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมของประเทศให้สามารถรองรับกับสถานการณ์การฟื้นตัวในธุรกิจท่องเที่ยวไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้สูงอายุจากแหล่งต่าง ๆ เช่น ค้นคว้าจากงานวิจัยทั้งภายในและต่างประเทศ รวมทั้งผลักดันให้นักวิจัยไทยศึกษาด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ เพื่อเป็นข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลเชิงกว้าง

และเชิงลึกที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการนำมาใช้ประกอบการพิจารณาจัดดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวให้ได้ตรงตามเป้าหมาย

ราณี อธิชัยกุล และคณะ (2552) วิจัยเรื่อง การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป และวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค รวมทั้งวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป วัดความพึงพอใจในการได้รับการบริการทั้ง 5 ด้าน โดยใช้วิธีการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไปที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และการสัมภาษณ์หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของไทยทั้งภาครัฐและเอกชน ผลการศึกษาพบว่า ร้อยละ 41.40 ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก และร้อยละ 31.86 เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่า 4 ครั้ง ด้านจำนวนวันเฉลี่ยที่ท่องเที่ยวและพำนักอยู่ในประเทศไทยร้อยละ 58.37 มากกว่า 15 วัน ส่วนจังหวัด 3 อันดับแรกที่อยู่ในแผนการเดินทางท่องเที่ยว คือ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ต โดยเหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ คนไทยมีความเป็นมิตร ธรรมชาติที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อาหารและเครื่องดื่ม และความคุ้มค่าของราคา ทั้งนี้ร้อยละ 47.67 ของนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรปเลือกพักโรงแรมชั้นหนึ่งระดับ 4 ดาว ด้านแรงจูงใจและความต้องการในการท่องเที่ยวพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความต้องการพักผ่อนและคลายเครียด ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และต้องการเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ทั้งนี้ องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสูงอายุจากยุโรปมีความพึงพอใจต่อการบริการของประเทศไทย คือ ความปลอดภัย ที่ตั้งของที่พัก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติราคาของที่พัก ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร โครงสร้างพื้นฐาน คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุในโรงแรม เทศกาลและงานประเพณีกิจกรรมเรียนรู้ เช่น การฝึกทำอาหารไทย

Suki (2014) วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการของโรงงานและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวมีการแข่งขันในด้านการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้สถานประกอบการท่องเที่ยวต้องพัฒนาคุณภาพในการให้บริการดีขึ้น และส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การจัดการธุรกิจการโรงแรมจะต้องเข้าใจผลกระทบของ

อิทธิพลตัวแปรในความสัมพันธ์ระหว่างขอบเขตคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งมอบบริการของโรงแรม ขอบเขตความสามารถในการเข้าใจความรู้สึกของลูกค้าจึงเป็นตัวทำนายความพึงพอใจของลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว โดยเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อคุณภาพของการให้บริการ รวมทั้งการติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับพนักงานของโรงแรม สถานประกอบการควรจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างมืออาชีพ และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ตลอดไป

Tosun, Pinar, Timothy and Fyal (2007) ศึกษาเรื่อง ประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจับจ่ายซื้อสินค้า วัตถุประสงค์เพื่อรับรู้ถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมการจับจ่ายซื้อของ คุณภาพการให้บริการของพนักงาน คุณค่าของผลิตภัณฑ์และความน่าเชื่อถือ ลักษณะของร้าน ช่องทางการชำระเงิน และคุณลักษณะของร้านค้าในเมืองแคปฮาเซีย ประเทศตุรกี โดยใช้เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า การตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับความหลากหลายของคุณลักษณะการจับจ่าย และลักษณะของร้านค้าที่แตกต่างกัน สรุปผลการวิจัยได้ข้อเสนอแนะว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวและการเพิ่มขึ้นของการจับจ่ายซื้อสินค้า โดยเฉพาะสินค้าในท้องถิ่น สินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง และสินค้าของที่ระลึกต่าง ๆ การบรรลุระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อกำไรที่สถานประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวจะได้รับ และยังส่งผลดีต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นอีกด้วย

Choi Soojin (2007) ได้วิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนแผ่นดินส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวในมาเก๊า โดยตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจากการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ และใช้ระบบออนไลน์ในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จากผลการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังมาเก๊า สาธารณรัฐประชาชนจีนในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนกันยายน ปีค.ศ. 2005 จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 3,220,660 คน พบว่ามีจำนวน 1,725 คน ที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศจีนด้วยเหตุผลที่ว่า ประเทศจีนเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่มีชื่อเสียง

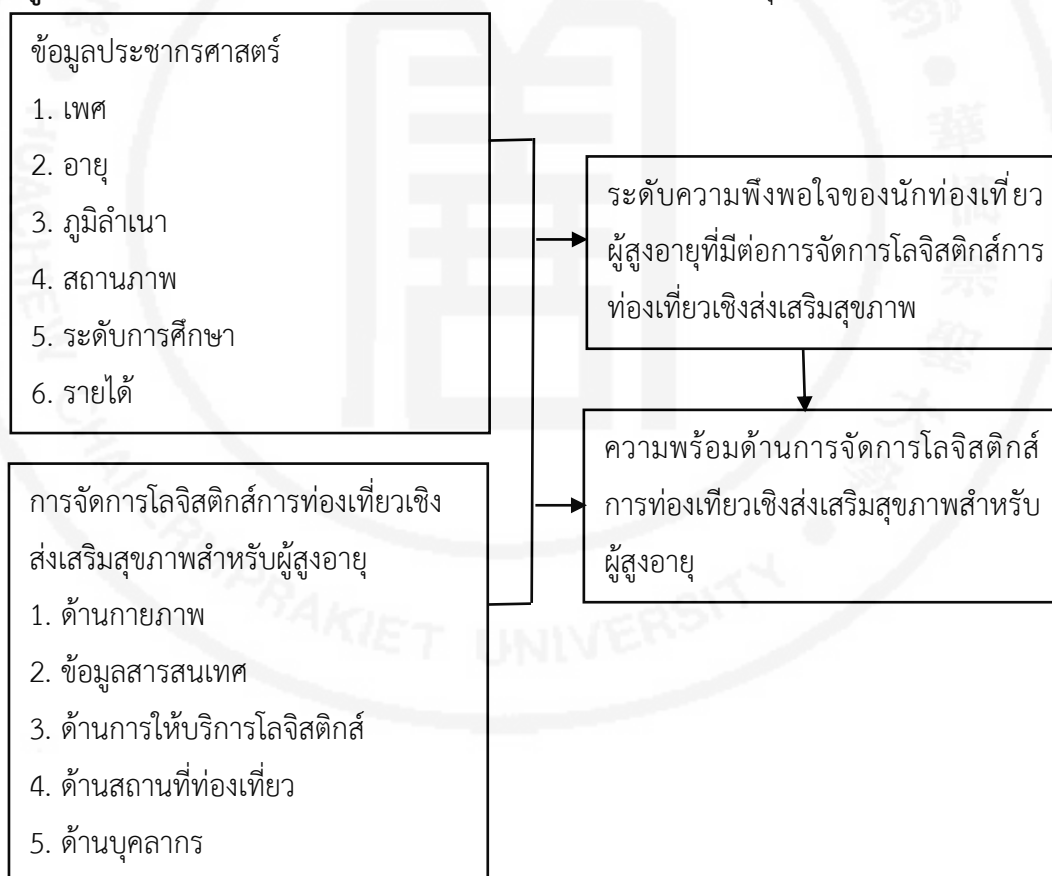
Elaline Ruth (1984) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อন্নันทนาการและสวนสาธารณะของเอกชนในมหานครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา วัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในการบริการ การนันทนาการและสภาพสวนสาธารณะ โดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 980 คน ใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ร้อยละ 68.82) ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่ในระดับมาก ทั้งเพศชายและเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพนักธุรกิจและมีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว การนันทนาการ ในระดับมาก รองลงมาอาชีพข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา

สำหรับข้อเสนอแนะได้แก่ ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านผู้ให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย และประสิทธิภาพและจำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความทันสมัย

2.6 กรอบแนวคิดการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ประยุกต์จากแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และแผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ได้จำแนกองค์ประกอบออกเป็น 5 ด้าน ด้านกายภาพ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านการให้บริการโลจิสติกส์ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากรดังนี้

แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ



บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามลำดับต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การทดสอบความแม่นยำและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ จัดเป็นประเภทประชากรที่มีจำนวนไม่จำกัด (Infinite Population) จึงใช้สูตรคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } n &= \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ} \\ z &= 1.96 \text{ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ} \\ e &= \text{ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5\% เมื่อแทนค่าในสูตร} \\ n &= (1.96)^2 / 4(0.05)^2 \\ &= 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

แบ่งได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำนวน 385 คน
2. ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำนวน 5 ราย
3. ตัวแทนสถานประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 3 ราย
4. ตัวแทนชุมชน จำนวน 2 ราย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม โดยมีการจำแนกประเภทของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

3.2.1 แบบสอบถาม

มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close Ended Question) และแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended Question) ลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ แบ่งเป็น 8 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้ของผู้สูงอายุ และแหล่งที่มาของรายได้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำนวน 15 ข้อ

โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายสำหรับในแต่ละช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 แปลความหมาย ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 แปลความหมาย ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 แปลความหมาย ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 แปลความหมาย ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 แปลความหมาย ระดับความคิดเห็นเห็นด้วยมากที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจ แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ด้านกายภาพ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านการให้บริการโลจิสติกส์ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากร จำนวน 25 ข้อ โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

พึงพอใจมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
พึงพอใจมาก	เท่ากับ	4	คะแนน

พึงพอใจปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
พึงพอใจน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
พึงพอใจน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายสำหรับในแต่ละช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	แปลความหมาย	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.81-2.60	แปลความหมาย	มีความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61-3.40	แปลความหมาย	มีความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41-4.20	แปลความหมาย	มีความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21-5.00	แปลความหมาย	มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.2.2 แบบสัมภาษณ์

มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) โดยเป็นทั้งแบบปลายปิดและแบบปลายเปิด จำนวน 7 ข้อ สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการศึกษา

ผู้ศึกษาดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ร่างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์
2. มีหนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือวิจัย จำนวน 3 คน
3. นำเครื่องมือที่ได้รับการตรวจแก้แล้วร่างฉบับจริง
4. ใช้เครื่องมือที่แก้ไขแล้วทดลองกับบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน (Pre-test)
5. ปรับปรุงแบบสอบถาม
6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเก็บข้อมูลจากตัวอย่างที่ศึกษา

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และผู้สูงอายุที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อหาค่าความเชื่อมโยงของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alfa Coefficient) ของคอนบราค (Cronbach) ในการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ และนำเครื่องมือไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.3 การทดสอบความแม่นยำและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามพร้อมนำเสนอที่ปรึกษาเพื่อแก้ไข แนะนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว จากนั้นผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดสอบกับผู้ประเมินซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ

เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิได้ทำการประเมินแล้ว ผู้ศึกษาได้หาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับลักษณะของคำถาม (Index Consistency : IOC) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. หาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 117)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดย IOC	หมายถึง	ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อสอบกับจุดประสงค์
R	หมายถึง	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน
N	หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีเกณฑ์กำหนดการให้คะแนน IOC ของผู้เชี่ยวชาญ กำหนดเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ไม่สอดคล้อง หมายถึง ระดับคะแนนเท่ากับ -1

ไม่แน่ใจ หมายถึง ระดับคะแนนเท่ากับ 0

สอดคล้อง หมายถึง ระดับคะแนนเท่ากับ +1

เกณฑ์การแปลความหมาย มีดังนี้

ค่า IOC \geq .50 หมายความว่า คำถามนั้นตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ค่า IOC $<$.50 หมายความว่า คำถามนั้นไม่ตรงวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ซึ่งได้ค่า IOC เท่ากับ 0.87 แสดงว่าแบบสอบถามสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

2. จากการทดสอบนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และผู้สูงอายุที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alfa Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแต่ละด้านมีค่าเท่ากับ 0.97 แสดงว่าเครื่องมือมีคุณภาพผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จากนั้นปรับปรุงบางข้อตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ประเภทของข้อมูล

- ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่เก็บจากกลุ่มตัวอย่างโดยตรงจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

- ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมจากสิ่งที่มีผู้จัดทำไว้แล้ว ได้แก่ ข้อมูลจากรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ข้อมูลตัวเลข สถิติต่าง ๆ เอกสารเผยแพร่ของทางราชการ เช่น แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) หนังสือและตำรา ได้แก่ หนังสือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หนังสือการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เป็นต้น

3.4.2 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการตามขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1) การสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือผู้สูงอายุคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

2) ขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยในการอนุเคราะห์เก็บข้อมูลจัดทำแบบฟอร์ม บท-9 คำร้องเกี่ยวกับการทำคุณนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/การศึกษาอิสระ ถึงคณะบริหารธุรกิจ ได้มาซึ่งหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลและแจกแบบสอบถาม

3) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยว 2 กลุ่ม คือ บางกระเจ้า และสถานตากอากาศบางปู

4) วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาบันทึกในเครื่องคอมพิวเตอร์ ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5) สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากได้ค่าโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วนำมาสรุปผล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์เพื่อคำนวณค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ สัดส่วน อัตราส่วน ค่าเฉลี่ย สำหรับข้อมูลทั่วไป และข้อมูลการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และใช้สถิติค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test, F-test

3.6 สถิติที่ใช้ในการศึกษา

3.6.1 สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาอย่างง่าย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ พร้อมทั้งเสนอข้อมูลในตารางประกอบคำบรรยายเปรียบเทียบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวข้องเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ วิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การทำงานเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ ได้แก่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ตัวแทนสถานประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตัวแทนสมาคมการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ และตัวแทนชุมชน ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3.6.2 สถิติในการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน

เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม โดยการใช้การทดสอบที (T-test) หาค่าทดสอบเอฟ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Anova)

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อสำรวจลักษณะการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ วิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ และศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ใช้วิธีการสัมภาษณ์จำนวน 11 คน และแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 192 ชุด ซึ่งแบบสอบถามจะถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 3 การจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ชาย	167	43.37
2. หญิง	218	56.63
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 56.63 และเพศชายจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 43.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. 60-64 ปี	144	37.40
2. 65-69 ปี	152	39.48
3. 70-74	48	12.47
4. 75-79	35	9.09
5. 80 ปีขึ้นไป	6	1.56
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 65-69 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.48 รองลงมาช่วงอายุ 60-64 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 และน้อยที่สุด 80 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.56

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. กรุงเทพมหานคร	104	27.01
2. ภาคเหนือ	23	5.97
3. ภาคกลาง	144	37.40
4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	59	15.32
5. ภาคตะวันออก	36	9.35
6. ภาคใต้	19	4.95
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา ภาคกลาง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมามีภูมิลำเนากรุงเทพมหานคร จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 27.01 และน้อยที่สุดภาคใต้ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.95

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. โสด	142	35.88
2. สมรส	205	54.27
3. หย่า	20	5.20
4. หม้าย	18	4.65
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 54.27 รองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.88 และน้อยที่สุดสถานภาพหม้าย จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.65

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประถมศึกษา	67	17.17
2. มัธยมศึกษา	112	29.00
3. ปริญญาตรี	168	44.40
4. สูงกว่าปริญญาตรี	38	9.61
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 และน้อยที่สุดสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.61

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุ จำแนกตามสมาชิกในครอบครัว

สมาชิกในครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. 1 คน	28	7.25
2. 2-3 คน	168	40.43
3. 4-5 คน	136	35.12
4. 5 คนขึ้นไป	53	17.80
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 2-3 คน จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 40.43 รองลงมา มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-5 คน จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.12 และน้อยที่สุดคือ 1 คน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุ จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	115	29.87
2. 10,000-20,000 บาท	123	31.95
3. 20,001-30,000 บาท	72	18.70
4. 30,001-40,000 บาท	33	8.57
5. 40,001-50,000 บาท	14	3.64
6. 50,001 บาทขึ้นไป	28	7.27
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุส่วนใหญ่มีรายได้ 10,000-20,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 31.95 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.87 น้อยที่สุด 40,001-50,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.64

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามแหล่งที่มาของรายได้

แหล่งที่มาของรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รายได้จากการทำงานในปัจจุบัน	217	56.36
2. บำเหน็จ/บำนาญจากการเกษียณอายุราชการ	53	13.77
3. ได้รับจากลูกหลาน	61	15.84
4. เงินออม	31	8.05
5. ค่าเช่าบ้าน/ที่ดิน	11	2.86
6. อื่น ๆ	12	3.12
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของรายได้จากการทำงานในปัจจุบัน จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 56.36 รองลงมามีรายได้ที่ได้รับจากลูกหลานจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.84 และน้อยที่สุดค่าเช่าบ้าน/ที่ดินจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.12

4.2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ เพื่อใช้อธิบายถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามการเคยมาเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ

ก่อนหน้านี้นักท่องเที่ยวเคยมาเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไม่เคย	78	20.26
2. เคย	307	79.74
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 79.74 และไม่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 20.26

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการของท่าน โดยปกติใช้ระยะเวลากี่วันโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 1 วัน	241	62.60
2. 1-2 วัน	96	24.94
3. 3-4 วัน	32	8.31
4. ตั้งแต่ 4 วันขึ้นไป	16	4.15
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการใช้ระยะเวลาไม่เกิน 1 วัน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมา 1-2 วัน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุด ตั้งแต่ 4 วันขึ้นไปจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เดินทาง มาท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เขิงนิเวศ นันทนาการ (ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง/ตลาดโบราณบางพลี/ ตลาดคลองสวน 100 ปี/ฟาร์มจระเข้)	223	57.92
2. ศิลปะวิทยาการ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ (พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ/ เมืองโบราณ/ป้อมพระจุล/พระสมุทรเจดีย์)	18	4.68
3. พักผ่อน ดูแลสุขภาพ (สถานตากอากาศบางปู/สวนศรีนครเขื่อนขันธ์)	144	37.40
4. อื่น ๆ	-	-
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่พบว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการคือแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นันทนาการ (ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง/ตลาดโบราณบางพลี/ตลาดคลองสวน 100 ปี/ฟาร์มจระเข้) จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 57.92 รองลงมาคือแหล่งท่องเที่ยว พักผ่อน ดูแลสุขภาพ (สถานตากอากาศบางปู/สวนศรีนครเขื่อนขันธ์) จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 37.40 และน้อยที่สุดศิลปะวิทยาการ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ (พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ/เมืองโบราณ/ป้อมพระจุล/พระสมุทรเจดีย์) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.68

ตารางที่ 22 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามบุคคลที่ร่วมเดินทาง

ส่วนใหญ่บุคคลที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. คู่สมรส	119	30.91
2. บุตร	58	15.06
3. หลาน	26	6.75
4. ญาติ	55	14.29
5. เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด	109	28.31
6. คนเดียว	18	4.68
7. อื่น ๆ	-	-
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับคู่สมรส จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.91 รองลงมาเดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.31 และน้อยที่สุดคนเดียว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.68

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว

ลักษณะการท่องเที่ยวของท่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง	199	51.69
2. ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	13	3.38
3. ครอบครัวเป็นผู้วางแผน	119	30.91
4. เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดวางแผน	47	12.20
5. อื่น ๆ	7	1.82
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีลักษณะการท่องเที่ยวโดยการวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 51.69 รองลงมา มีลักษณะการท่องเที่ยวโดยครอบครัวเป็นผู้วางแผน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 30.91 และน้อยที่สุดอื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.82

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามช่วงเวลาท่องเที่ยว

ท่านชอบไปเที่ยวช่วงเวลาไหนมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วันธรรมดา	122	31.69
2. วันเสาร์-อาทิตย์	196	50.91
3. ช่วงเทศกาลประเพณี/วันหยุดยาว	35	9.09
4. วันหยุดนักขัตฤกษ์	32	8.31
5. อื่น ๆ	-	-
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ชอบเดินทางท่องเที่ยวช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 50.91 รองลงมาชอบไปเที่ยวช่วงวันธรรมดา จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.69 และน้อยที่สุดวันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.31

ตารางที่ 25 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามลักษณะการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยว

ท่านมีลักษณะการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด	207	53.75
2. ออกค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทาง	56	14.55
3. ออกค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าที่พัก	19	4.94
4. ใช้เงินส่วนใหญ่สำหรับซื้อของที่ระลึกและอาหาร	88	22.86
5. อื่น ๆ	15	3.90
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวคือเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 53.75 รองลงมา มีลักษณะการใช้จ่ายเงินสำหรับซื้อของที่ระลึกและอาหาร จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.86 และน้อยที่สุดออกค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าที่พักจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.94

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนใหญ่เป็นลักษณะใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไปเข้าเียนกลับ	303	78.70
2. พักค้างคืนที่สถานที่ท่องเที่ยว	34	8.83
3. พักในที่พักอาศัยของญาติสนิท	35	9.09
4. พักในที่พักของเพื่อน	13	3.38
5. อื่น ๆ (ที่พักรของทางราชการ วัด ฯลฯ)	-	-
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นลักษณะไปเข้าเียนกลับ จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 78.80 รองลงมาพักในที่พักรของญาติสนิท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 น้อยที่สุดคือพักในที่พักรของเพื่อน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.38

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการ ของท่านเป็นแบบใดมากที่สุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ทางรถยนต์ส่วนบุคคล	313	81.30
2. ทางรถโดยสารสาธารณะ	53	13.77
3. ทางรถไฟ	8	2.08
4. ทางเรือ	8	2.08
5. อื่น ๆ (ทางรถจักรยาน จักรยานยนต์ ฯลฯ)	3	0.77
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการทางรถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 81.30 รองลงมาเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการทางรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.77 และน้อยที่สุดอื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามลักษณะอาหารที่ชอบ

ลักษณะอาหารส่วนใหญ่ที่ท่านชอบ เมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการคือข้อใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. อาหารทะเล	111	28.83
2. อาหารในท้องถิ่น	94	24.42
3. อาหารทั่วไป	180	46.75
4. อื่น ๆ	-	-
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ลักษณะอาหารที่ท่านชอบเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการคืออาหารทั่วไปจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาอาหารทะเล จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.83 และน้อยที่สุดอาหารในท้องถิ่น จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 24.42

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่ท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ไม่เกิน 300 บาท	35	9.09
2. 301-500 บาท	82	21.30
3. 501-1,000 บาท	143	37.14
4. เกินกว่า 1,001 บาท	125	32.47
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ 501-1,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 37.14 รองลงมาค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการเกินกว่า 1,001 บาท จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 น้อยที่สุดไม่เกิน 300 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามสิ่งที่ประทับใจมากที่สุด

สิ่งที่ท่านประทับใจมากที่สุดในการเดินทาง ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. สถานที่ท่องเที่ยว	257	66.75
2. การต้อนรับและให้บริการ	27	7.01
3. อาหาร	45	11.69
4. ประโยชน์ด้านสุขภาพ	56	14.55
5. อื่น ๆ	-	-
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการคือสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.75 รองลงมาคือประโยชน์ด้านสุขภาพ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 และน้อยที่สุดคือการต้อนรับและให้บริการ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.01

4.3 ผลการวิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เพื่อใช้อธิบายถึงระดับความถี่ความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 3 การจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ต้นน้ำ (ก่อนเดินทาง) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

ความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการ โลจิสติกส์ต้นน้ำ (ก่อนเดินทาง) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดสมุทรปราการ	\bar{X}		S.D.		ระดับความคิดเห็น	
	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู
1. มีข้อมูลการจัดการโลจิสติกส์เส้นทาง ท่องเที่ยวที่ชัดเจน	3.67	3.82	0.678	0.830	มาก	มาก
2. การนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	3.62	3.77	0.758	0.645	มาก	มาก

หลากหลายรูปแบบ						
----------------	--	--	--	--	--	--

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการ โลจิสติกส์ต้นน้ำ (ก่อนเดินทาง) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดสมุทรปราการ	\bar{X}		S.D.		ระดับความคิดเห็น	
	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู
3. มีการอัปเดตข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทันสมัยอยู่เสมอ	3.60	3.59	0.703	0.667	มาก	มาก
4. ความปลอดภัยในการเดินทางตั้งแต่จุดเริ่มต้น	3.68	3.82	0.809	0.710	มาก	มาก
5. ข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	3.63	3.68	0.768	0.698	มาก	มาก
รวม	3.64	3.74	0.743	0.710	มาก	มาก

จากตารางที่ 31 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุจำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ ต้นน้ำ (ก่อนเดินทาง) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างบางกระเจ้า พบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นในระดับที่มาก โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของต้นน้ำ (ก่อนเดินทาง) พบว่าอยู่ในระดับที่มาก ความปลอดภัยในการเดินทางตั้งแต่จุดเริ่มต้น มีค่า $\bar{X} = 3.68$ รองลงมาการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบมีค่า $\bar{X} = 3.67$ และข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเที่ยวมีค่า $\bar{X} = 3.63$ การนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ $\bar{X} = 3.62$ มีการอัปเดตข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทันสมัยอยู่เสมอ $\bar{X} = 3.60$

ในประเด็นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุจำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ ต้นน้ำ (ก่อนเดินทาง) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างบางปู พบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นในระดับที่มาก โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของต้นน้ำ (ก่อนเดินทาง) พบว่าอยู่ในระดับที่มาก มีข้อมูลการจัดการโลจิสติกส์เส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน และความปลอดภัยในการเดินทางตั้งแต่จุดเริ่มต้นมีค่า $\bar{X} = 3.82$ รองลงมา มีข้อมูลการจัดการโลจิสติกส์เส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจนมีค่า $\bar{X} = 3.77$ และข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจเที่ยวมีค่า $\bar{X} = 3.68$ มีการอัปเดตข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทันสมัยอยู่เสมอมีค่า $\bar{X} = 3.59$

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์กลางน้ำ (ในระหว่างการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

ความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์กลางน้ำ (ในระหว่างการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	\bar{X}		S.D.		ระดับความคิดเห็น	
	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู
1. ระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว	3.57	3.74	0.786	0.761	มาก	มาก
2. คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับผู้สูงอายุ	3.50	3.66	0.778	0.794	มาก	มาก
3. ประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว	3.58	3.68	0.796	0.809	มาก	มาก
4. ความปลอดภัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.58	3.72	0.850	0.744	มาก	มาก
5. บริการด้านสาธารณสุขสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ	3.55	3.69	0.798	0.823	มาก	มาก
รวม	3.56	3.70	0.644	0.786	มาก	มาก

จากตารางที่ 32 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์กลางน้ำ (ในระหว่างการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการกลุ่มตัวอย่างบางกระเจ้า พบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นในระดับที่มาก โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของการจัดการโลจิสติกส์กลางน้ำ (ในระหว่างการท่องเที่ยว) พบว่าอยู่ในระดับที่มาก ประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว และความปลอดภัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยวมีค่า $\bar{X} = 3.58$ รองลงมาระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวมีค่า $\bar{X} = 3.57$ และบริการด้านสาธารณสุขสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุมีค่า $\bar{X} = 3.55$ คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับผู้สูงอายุ $\bar{X} = 3.50$

ในประเด็นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์กลางน้ำ (ในระหว่างการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการกลุ่มตัวอย่างบางปู พบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่มาก โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของการจัดการโลจิสติกส์กลางน้ำ (ในระหว่างการท่องเที่ยว)

พบว่าอยู่ในระดับที่มาก ระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวมีค่า $\bar{X} = 3.74$ รองลงมา ความปลอดภัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่า $\bar{X} = 3.72$ และบริการด้านสาธารณสุขสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีค่า $\bar{X} = 3.69$ ประสิทธิภาพการให้บริการด้าน โลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว มีค่า $\bar{X} = 3.68$ คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับผู้สูงอายุมีค่า $\bar{X} = 3.66$

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ปลายทาง (เมื่อเสร็จสิ้นการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

ความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ปลายทาง (เมื่อเสร็จสิ้นการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	\bar{X}		S.D.		ระดับความคิดเห็น	
	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู
1. ศูนย์บริการเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทำงานมีประสิทธิภาพ	3.54	3.66	0.755	0.739	มาก	มาก
2. การเอาใจใส่ดูแลของพนักงานแหล่งท่องเที่ยวต่อผู้สูงอายุ	3.58	3.67	0.827	0.748	มาก	มาก
3. ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในระยะเวลาที่เหมาะสม	3.60	3.75	0.854	0.651	มาก	มาก
4. จะให้คำแนะนำบุคคลที่รู้จักให้มาท่องเที่ยวอีก	3.68	3.72	0.832	0.791	มาก	มาก
5. ยินดีให้คำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่แหล่งท่องเที่ยวถ้ามีโอกาส	3.60	3.72	0.726	0.791	มาก	มาก
รวม	3.60	3.70	0.799	0.744	มาก	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ปลายทาง (เมื่อเสร็จสิ้นการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างบางกระเจ้า พบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นในระดับที่มาก โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของการจัดการโลจิสติกส์ปลายทาง (เมื่อเสร็จสิ้นการท่องเที่ยว) พบว่าอยู่ในระดับที่มาก จะให้คำแนะนำบุคคลที่รู้จักให้มาท่องเที่ยวอีกมีค่า $\bar{X} = 3.68$ รองลงมาความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในระยะเวลาที่เหมาะสม และยินดีให้คำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่แหล่งท่องเที่ยวถ้ามีโอกาสมีค่า $\bar{X} = 3.60$ การเอาใจใส่ดูแลของพนักงานแหล่งท่องเที่ยวต่อผู้สูงอายุมีค่า $\bar{X} = 3.58$ ศูนย์บริการเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทำงานมีประสิทธิภาพ $\bar{X} = 3.54$

ในประเด็นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ปลายทาง (เมื่อเสร็จสิ้นการท่องเที่ยว) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการกลุ่มตัวอย่างบางปู พบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นในระดับที่มาก โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของการจัดการโลจิสติกส์ปลายทาง (เมื่อเสร็จสิ้นการท่องเที่ยว) พบว่าอยู่ในระดับที่มาก ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในระยะเวลาที่เหมาะสมมีค่า $\bar{X} = 3.75$ รองลงมาจะให้คำแนะนำบุคคลที่รู้จักให้มาท่องเที่ยวอีกและยินดีให้คำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่แหล่งท่องเที่ยวถ้ามีโอกาสมีค่า $\bar{X} = 3.72$ และการเอาใจใส่ดูแลของพนักงานแหล่งท่องเที่ยวต่อผู้สูงอายุมีค่า $\bar{X} = 3.67$ และศูนย์บริการเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทำงานมีประสิทธิภาพ มีค่า $\bar{X} = 3.66$

4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น เพื่อใช้อธิบายถึงระดับความถี่ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านกายภาพ

ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านกายภาพ	\bar{X}		S.D.		ระดับความคิดเห็น	
	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู
1. คุณภาพของถนนหรือเส้นทาง	3.49	3.84	0.710	0.799	มาก	มาก
2. สภาพการจราจรทางถนน	3.39	3.65	0.792	0.795	ปานกลาง	มาก
3. ความสะดวกสบายในการเดินทาง	3.48	3.73	0.788	0.710	มาก	มาก
4. ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.40	3.74	0.793	0.704	ปานกลาง	มาก
5. การรักษาเวลาในการเดินทาง	3.47	3.72	0.788	0.735	มาก	มาก
รวม	3.45	3.74	0.774	0.749	มาก	มาก

จากตารางที่ 34 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างบางกระเจ้า จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านกายภาพพบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยด้านกายภาพพบว่าอยู่ในระดับที่มาก คุณภาพของถนนหรือเส้นทางมีค่า $\bar{X} = 3.49$ รองลงมาความสะดวกสบายในการเดินทางซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.48$ การรักษาเวลาในการเดินทางซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.47$ และในระดับความคิดเห็นปานกลางความปลอดภัยในการเดินทาง $\bar{X} = 3.40$ สภาพการจราจรทางถนน $\bar{X} = 3.39$

ในประเด็นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างบางปู จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านกายภาพพบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยด้านกายภาพพบว่าอยู่ในระดับที่มาก คุณภาพของถนนหรือเส้นทางมีค่า $\bar{X} = 3.84$ รองลงมาความปลอดภัยในการเดินทางซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.74$ ความสะดวกสบายในการเดินทางซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.73$ การรักษาเวลาในการเดินทาง $\bar{X} = 3.72$ และสภาพการจราจรทางถนน $\bar{X} = 3.65$

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านข้อมูลสารสนเทศ

ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านข้อมูลสารสนเทศ	\bar{X}		S.D.		ระดับความคิดเห็น	
	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู
1. มีเอกสารการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว	3.34	3.39	0.750	0.973	ปานกลาง	ปานกลาง
2. เว็บไซต์การเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว	3.39	3.53	0.781	0.898	ปานกลาง	มาก
3. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.45	3.30	0.765	0.836	มาก	ปานกลาง
4. พนักงานมีการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	3.46	3.43	0.755	0.857	มาก	มาก
5. ป้ายแสดงสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวชัดเจน	3.52	3.73	0.686	0.796	มาก	มาก
รวม	3.43	3.48	0.747	0.872	มาก	มาก

จากตารางที่ 35 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านข้อมูลสารสนเทศพบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของด้านข้อมูลสารสนเทศพบว่าอยู่ในระดับที่มากที่สุด แสดงสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวชัดเจนมีค่า $\bar{X} = 3.52$ รองลงมาพนักงานมีการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.46$ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.45$ และในระดับความคิดเห็นปานกลางเว็บไซต์การเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.39$ มีเอกสารการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.34$

ในประเด็นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างบางปู จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านข้อมูลสารสนเทศพบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของด้านข้อมูลสารสนเทศพบว่าอยู่ในระดับที่มากที่สุด แสดงสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวชัดเจนมีค่า $\bar{X} = 3.73$ รองลงมาเว็บไซต์การเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.53$ พนักงานมีการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง $\bar{X} = 3.43$ และในระดับความคิดเห็นปานกลางมีเอกสารการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.39$ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.30$

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการให้บริการโลจิสติกส์

ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านการให้บริการโลจิสติกส์	\bar{X}		S.D.		ระดับความคิดเห็น	
	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู
1. มีการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ	3.57	3.79	0.741	0.766	มาก	มาก
2. คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว	3.62	3.80	0.700	0.740	มาก	มาก
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอ	3.59	3.66	0.794	0.728	มาก	มาก
4. นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์คุ้มกับการท่องเที่ยว	3.53	3.77	0.697	0.730	มาก	มาก
5. การจัดระบบการเข้าชมงานในสถานที่ท่องเที่ยว	3.54	3.71	0.777	0.749	มาก	มาก
รวม	3.57	3.75	0.742	0.743	มาก	มาก

จากตารางที่ 36 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มบางกระเจ้า จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านการให้บริการโลจิสติกส์พบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยด้านการให้บริการโลจิสติกส์พบว่าคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีค่า $\bar{X} = 3.62$ รองลงมาซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอมีค่า $\bar{X} = 3.59$ มีการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ $\bar{X} = 3.57$ การจัดระบบการเข้าชมงานในสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.54$ นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์คุ้มกับการท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.53$

ในประเด็นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มบางปู จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านการให้บริการโลจิสติกส์พบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยด้านการให้บริการโลจิสติกส์พบว่าคุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวมีค่า $\bar{X} = 3.80$ รองลงมาซึ่งมีการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมีค่า $\bar{X} = 3.79$ นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์คุ้มกับการท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.77$ การจัดระบบการเข้าชมงานในสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.71$ สถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอ $\bar{X} = 3.66$

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	\bar{X}		S.D.		ระดับความคิดเห็น	
	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู
1. ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพ ในสถานที่ท่องเที่ยว	3.59	3.83	0.825	0.752	มาก	มาก
2. ความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยว	3.64	3.81	0.754	0.770	มาก	มาก
3. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว	3.68	3.93	0.790	0.753	มาก	มาก
4. ความน่าสนใจในการเรียนรู้ เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.68	3.85	0.801	0.774	มาก	มาก
5. สถานที่จอดรถเพียงพอและมี ความปลอดภัย	3.75	3.98	0.748	0.767	มาก	มาก
รวม	3.67	3.88	0.784	0.763	มาก	มาก

จากตารางที่ 37 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างบางกระเจ้า จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านสถานที่ท่องเที่ยวพบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของด้านสถานที่ท่องเที่ยวพบว่าสถานที่จอดรถเพียงพอและมีความปลอดภัยมีค่า $\bar{X} = 3.75$ รองลงมาความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวและความน่าสนใจในการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.68$ ความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.64$ ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพในสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.59$

ในประเด็นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างบางปู จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านสถานที่ท่องเที่ยวพบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากโดยรวมเท่ากับ 3.88 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของด้านสถานที่ท่องเที่ยวพบว่าสถานที่จอดรถเพียงพอและมีความปลอดภัยมีค่า $\bar{X} = 3.98$ รองลงมาความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งมีค่า $\bar{X} = 3.93$ ความน่าสนใจในการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.85$ ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพในสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.83$ ความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยว $\bar{X} = 3.81$

ตารางที่ 38 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ ด้านบุคลากร

ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านบุคลากร	\bar{X}		S.D.		ระดับความคิดเห็น	
	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู	บางกระเจ้า	บางปู
1. พนักงานขับรถให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	3.60	3.89	0.691	0.754	มาก	มาก
2. ความเอาใจใส่ต่อกฎจราจรของพนักงานขับรถ	3.50	3.81	0.767	0.737	มาก	มาก
3. พนักงานสถานที่ท่องเที่ยวต้อนรับมีอัธยาศัยดี	3.66	3.81	0.716	0.725	มาก	มาก
4. ความกระตือรือร้นให้บริการของพนักงาน	3.61	3.76	0.725	0.745	มาก	มาก
5. คุณภาพการให้บริการของพนักงานในสถานที่ท่องเที่ยว	3.67	3.76	0.665	0.712	มาก	มาก
รวม	3.61	3.81	0.713	0.735	มาก	มาก

จากตารางที่ 38 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างบางกระเจ้า จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านบุคลากรพบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของด้านบุคลากรพบว่าคุณภาพการให้บริการของพนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีค่า $\bar{X} = 3.67$ พนักงานสถานที่ท่องเที่ยวต้อนรับมีอัตราดีมีค่า $\bar{X} = 3.66$ ความกระตือรือร้นให้บริการของพนักงาน $\bar{X} = 3.61$ พนักงานขับรถให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร $\bar{X} = 3.60$ ความเอาใจใส่ต่อกฎจราจรของพนักงานขับรถ $\bar{X} = 3.50$

ในประเด็นเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างบางปู จำแนกตามปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการด้านบุคลากรพบว่าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากโดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และเมื่อพิจารณาแต่ละข้อย่อยของด้านบุคลากรพบว่าพนักงานขับรถให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตรมีค่า $\bar{X} = 3.89$ ความเอาใจใส่ต่อกฎจราจรของพนักงานขับรถ และพนักงานสถานที่ท่องเที่ยวต้อนรับมีอัตราดี มีค่า $\bar{X} = 3.81$ ความกระตือรือร้นให้บริการของพนักงาน และพนักงานสถานที่ท่องเที่ยวต้อนรับมีอัตราดี มีค่า $\bar{X} = 3.76$

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ข้อมูลประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ และรายได้) ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

ในด้าน เพศ อายุ และรายได้ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือสถิติ Independent t-test ในด้านเพศ และในด้านอายุ และรายได้ สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานคือสถิติ One-way ANOVA (One-Way Analysis of Variance)

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ (เพศ) ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้เปรียบเทียบระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก Independent T-test (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตารางที่ 39 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำแนกตามเพศ (กลุ่มตัวอย่างบางกระเจ้า)

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Levene's Test for Equality of Variances		เพศ	\bar{X}	S.D.	T	df	Sig.
	F	Sig.						
1. ด้านกายภาพ	.085	.771	ชาย	3.5609	.65268	1.485	118	.140
			หญิง	3.3784	.65590			
2. ด้านข้อมูลสารสนเทศ	4.071	.046	ชาย	3.5609	.65540	1.822	78.686	.072
			หญิง	3.3541	.51236			
3. ด้านการให้บริการโลจิสติกส์	.885	.349	ชาย	3.6391	.64721	.969	118	.334
			หญิง	3.5297	.57092			
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	.018	.894	ชาย	3.7435	.58676	1.051	118	.295
			หญิง	3.6189	.65724			
5. ด้านบุคลากร	1.558	.214	ชาย	3.7087	.63485	1.494	118	.138
			หญิง	3.5432	.56035			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 39 พบว่าจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ (Independent Sample T-test) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุจำแนกตามเพศ ที่มีการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านการให้บริการโลจิสติกส์ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานหลักคือไม่มีความแตกต่างกันของตัวแปรในแต่ละด้าน กล่าวคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ (อายุ) ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติค่า F แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตารางที่ 40 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำแนกตามอายุ (กลุ่มตัวอย่างบางกระเจ้า)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์	แหล่งความแปรปรวน	ss	df	ms	F	Sig.
1. ด้านกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.989	4	.247	.563	.690
	ภายในกลุ่ม	50.531	115	.439		
	รวม	51.520	119			
2. ด้านข้อมูลสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2.779	4	.695	2.164	.077
	ภายในกลุ่ม	36.927	115	.321		
	รวม	39.707	119			
3. ด้านการให้บริการโลจิสติกส์	ระหว่างกลุ่ม	1.585	4	.396	1.101	.360
	ภายในกลุ่ม	41.399	115	.360		
	รวม	42.984	119			
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.495	4	.624	1.595	.180
	ภายในกลุ่ม	44.972	115	.391		
	รวม	47.467	119			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.969	4	.242	.681	.606
	ภายในกลุ่ม	40.866	115	.355		
	รวม	41.835	119			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 40 พบว่าจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test (One-way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานหลักคือ ไม่มีความแตกต่างกันของตัวแปรในแต่ละด้าน กล่าวคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ข้อมูลประชากรศาสตร์ (รายได้) ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติค่า F แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตารางที่ 41 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำแนกตามรายได้ (กลุ่มตัวอย่างบางกระเจ้า)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์	แหล่งความแปรปรวน	ss	df	ms	F	Sig.
1. ด้านกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.580	5	.316	.721	.609
	ภายในกลุ่ม	49.940	114	.438		
	รวม	51.520	119			
2. ด้านข้อมูลสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	1.054	5	.211	.622	.684
	ภายในกลุ่ม	38.653	114	.339		
	รวม	39.707	119			
3. ด้านการให้บริการโลจิสติกส์	ระหว่างกลุ่ม	.951	5	.190	.516	.764
	ภายในกลุ่ม	42.033	114	.369		
	รวม	42.984	119			

ตารางที่ 41 (ต่อ)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการ โลจิสติกส์	แหล่ง ความแปรปรวน	ss	df	ms	F	Sig.
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.244	5	.049	.118	.988
	ภายในกลุ่ม	47.222	114	.414		
	รวม	47.467	119			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.767	5	.153	.426	.830
	ภายในกลุ่ม	41.068	114	.360		
	รวม	41.835	119			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 41 พบว่าจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test (One-way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานหลักคือ ไม่มีความแตกต่างกันของตัวแปร กล่าวคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ข้อมูลประชากรศาสตร์ (เพศ) ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานจะใช้เปรียบเทียบระหว่างค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก Independent T-test (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตารางที่ 42 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำแนกตามเพศ (กลุ่มตัวอย่างบางปู)

ตัวแปรที่ทำการศึกษา	Levene's Test for Equality of Variances		เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
	F	Sig.						
1. ด้านกายภาพ	.085	.771	ชาย	3.5609	.65268	1.485	118	.140
			หญิง	3.3784	.65590			
2. ด้านข้อมูลสารสนเทศ	4.071	.046	ชาย	3.5609	.65540	1.822	78.686	.072
			หญิง	3.3541	.51236			
3. ด้านการให้บริการโลจิสติกส์	.885	.349	ชาย	3.6391	.64721	.969	118	.334
			หญิง	3.5297	.57092			
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	.018	.894	ชาย	3.7435	.58676	1.051	118	.295
			หญิง	3.6189	.65724			
5. ด้านบุคลากร	1.558	.214	ชาย	3.7087	.63485	1.494	118	.138
			หญิง	3.5432	.56035			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 42 พบว่าจากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ (Independent Sample T-test) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำแนกตามเพศที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านการให้บริการโลจิสติกส์ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานหลักคือไม่มีความแตกต่างกันของตัวแปรในแต่ละด้าน กล่าวคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 ข้อมูลประชากรศาสตร์ (อายุ) ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

H_1 : อายุ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้สถิติค่า F แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตารางที่ 43 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำแนกตามอายุ (กลุ่มตัวอย่างบางปู)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์	แหล่งความแปรปรวน	ss	df	ms	F	Sig.
1. ด้านกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.989	4	.247	.563	.690
	ภายในกลุ่ม	50.531	115	.439		
	รวม	51.520	119			
2. ด้านข้อมูลสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	2.779	4	.695	2.164	.077
	ภายในกลุ่ม	36.927	115	.321		
	รวม	39.707	119			
3. ด้านการให้บริการโลจิสติกส์	ระหว่างกลุ่ม	1.585	4	.396	1.101	.360
	ภายในกลุ่ม	41.399	115	.360		
	รวม	42.984	119			
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2.495	4	.624	1.595	.180
	ภายในกลุ่ม	44.972	115	.391		
	รวม	47.467	119			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.969	4	.242	.681	.606
	ภายในกลุ่ม	40.866	115	.355		
	รวม	41.835	119			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4-33 พบว่า จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test (One-way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานหลักคือ ไม่มีความแตกต่างกันของตัวแปรในแต่ละด้าน กล่าวคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 6 ข้อมูลประชากรศาสตร์ (รายได้) ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างกันอย่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างกันอย่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพแตกต่างกัน

H_1 : รายได้ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างกันอย่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติค่า F แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตารางที่ 44 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำแนกตามรายได้ (กลุ่มตัวอย่างบางปู)

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์	แหล่งความแปรปรวน	ss	df	ms	F	Sig.
1. ด้านกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.580	5	.316	.721	.609
	ภายในกลุ่ม	49.940	114	.438		
	รวม	51.520	119			
2. ด้านข้อมูลสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	1.054	5	.211	.622	.684
	ภายในกลุ่ม	38.653	114	.339		
	รวม	39.707	119			
3. ด้านการให้บริการโลจิสติกส์	ระหว่างกลุ่ม	.951	5	.190	.516	.764
	ภายในกลุ่ม	42.033	114	.369		
	รวม	42.984	119			
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	.244	5	.049	.118	.988
	ภายในกลุ่ม	47.222	114	.414		
	รวม	47.467	119			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.767	5	.153	.426	.830
	ภายในกลุ่ม	41.068	114	.360		
	รวม	41.835	119			

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 44 พบว่า จากการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F-test (One-way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านข้อมูลสารสนเทศ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากกว่า 0.05 แสดงว่าปฏิเสธสมมติฐานหลักคือ ไม่มีความแตกต่างกันของตัวแปรในแต่ละด้าน กล่าวคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

4.6 สรุปผลการสัมภาษณ์

บริษัทนำเที่ยว

1. บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นลักษณะการประชาสัมพันธ์ให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาหาร ชีวิตความเป็นอยู่ และเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดของจังหวัดสมุทรปราการ รวมทั้งเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน
2. สำหรับมูลเหตุจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ เรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ ระบบขนส่งที่สามารถเข้าถึงได้ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลากหลายรูปแบบ อาหารหากินง่ายและราคาไม่แพงเกินไป
3. ปัจจัยสำคัญที่เป็นปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวสูงอายุในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการคืออะไร เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ระยะทางในการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการยังไม่มีการพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพียงพอ และมีมิจฉาชีพจำนวนมาก เช่นที่บริเวณพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติช้างเอราวัณ นอกจากนี้ การฉวยโอกาสขายสินค้าราคาแพง เช่นผู้ขายพวงมาลัยราคาสูงเกินความเป็นจริง
4. การจัดการระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุมีความพร้อมหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด และควรได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในด้านใดบ้าง สำหรับความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่าอยากให้ภาครัฐเห็นถึงความสำคัญในการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น พัฒนาระบบสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย อาจจะมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้มีความน่าสนใจมากขึ้น นอกจากนี้ ภาครัฐควรส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามชุมชนหรือจังหวัด เพื่อให้ชาวต่างชาติซึมซับวัฒนธรรมมากขึ้น
5. ในประเด็นที่เกี่ยวกับแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ในความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ได้แก่ ภาวะการเข้าสู่สังคมสูงวัย ทำให้ลูกค้าหลายท่านให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพจิตใจมากขึ้นโดยคนกลุ่มนี้จะสนใจท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อผ่อนคลายให้กับ

ความเหนียวล้ามาตลอด การที่มีผู้สูงอายุมากขึ้น คนกลุ่มนี้ก็จะหาที่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนจิตใจ หรือแม้แต่ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ พัฒนาระบบการท่องเที่ยวได้ดีก็จะมีคนเที่ยวมากขึ้น

6. ข้อคิดเห็นเสนอแนะ ได้แก่

- ควรจัดสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับคนสูงวัยมากขึ้น
- สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ ควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้น

ตัวแทนสถานประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากผลการสัมภาษณ์ตัวแทนสถานประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ร้านคุณสำอาง เนาว์อยู่คุ้ม ร้านคุณสุรพล โรจนดุล ร้านคุณชูลีภาณูญ์ ไตรวีรพงศ์ ร้านคุณเอี่ยมพร บรรจงเพียร และร้าน OTOP สรุปลงได้ดังนี้

คุณสำอาง เนาว์อยู่คุ้ม ประกอบธุรกิจผลิตและขายสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สินค้า ได้แก่ เสื้อคอกระเช้าที่ตัดเย็บเองและขายสินค้าที่ทำด้วยมือ (Handmade) เช่น พวงกุญแจ หูหิ้วแก้วน้ำ ที่เป็นผลิตภัณฑ์จากทางมะพร้าว แก้วน้ำที่ผลิตจากไม้ หลอดที่ผลิตจากท่อไม้ไผ่ เป็นธุรกิจของครอบครัว ร้านค้าตั้งอยู่ใกล้กับสวนสาธารณะจึงมีบุตรหลานของผู้สูงอายุเดินทางมาพักผ่อนเป็นจำนวนมาก การประกอบธุรกิจได้รับความสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ และสร้างโอกาสให้ผู้สูงอายุที่เกษียณจากการทำงานมาประกอบอาชีพได้

คุณสุรพล โรจนดุล ก่อนที่จะทำ OTOP ประเภทสินค้าหัตถกรรม เคยทำงานบริษัทนำเข้าส่งออก เมื่อเกษียณอายุจึงมาเป็นอาจารย์ผู้สอนทำสินค้าหัตถกรรม เช่น การเย็บปักถักร้อย สินค้าที่มีวัตถุดิบจากธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากมือ การแกะสลักให้เป็นรูปทรงต่าง ๆ สินค้าส่วนใหญ่ทำจากไม้ ใบตอง เช่น หลอดดูดน้ำผลิตจากไม้ไผ่ มีอายุนาน ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม หูหิ้วรักษ์โลกเป็นภาชนะใส่น้ำดื่มทำจากทางมะพร้าว หวีไม้ ชัน แก้วน้ำ และที่ทับกระดาษ เป็นต้น

คุณชูลีภาณูญ์ ไตรวีรพงศ์ เริ่มต้นธุรกิจจากการอยู่ในกลุ่มสมาชิกที่ต้องการทำธุรกิจผลิตสินค้าสำหรับชุมชน สินค้าได้แก่ สมุนไพรไล่ยุง ซึ่งเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จำหน่าย และส่งออกไปจำหน่ายในร้านค้าต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร เป็นการผลิตโดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพจากธรรมชาติ เช่น ตะไคร้หอม มะกรูด ขมิ้นชัน เป็นต้น นำมาผลิตเป็นยาไล่ยุง ไม่มีควันมาก มีกลิ่นเหม็น มีกำยานที่ผู้สูงอายุนิยม รวมทั้งสินค้าประเภทธูปไร้ควัน มีกลิ่นหอม ไม่แสบตา มีหลายสีให้เลือก

คุณเอี่ยมพร บรรจงเพียร เป็นสถานประกอบการธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าประเภทสมุนไพร เช่น ผลิตภัณฑ์ยาสระผม สบู่ ครีมหมักผม พิมเสน สเปรย์บำรุงหน้า เจลแอลกอฮอล์ที่มีส่วนผสมของใบบัวบกต่าง ๆ เป็นสินค้าประเภทออร์แกนิก วัตถุดิบจากธรรมชาติ เช่น มะกรูด อัญชัน ขมิ้น ประคำดีควาย พักข้าวผลิตเป็นสบู่ล้างหน้าที่มีสรรพคุณช่วยให้ผิวขาว นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความนิยมเนื่องจากเป็นสิ่งที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติไม่มีอันตรายต่อร่างกาย

1. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการให้สัมภาษณ์ มีบทบาทการดำเนินธุรกิจในลักษณะรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดสมุทรปราการ โดยการร่วมทุนกับสมาชิกมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนส่งเสริมการผลิตสินค้าให้กับสมาชิก สมาชิกบางรายเริ่มประกอบธุรกิจด้วยตนเอง เช่น การเปิดร้านภูตะวัน จำหน่ายสินค้าสุขภาพในลักษณะสินค้าออร์แกนิกทั้งหมด เช่น ผลิตภัณฑ์ยาสีฟันที่ทำจากมะพร้าว เจลล้างมือที่มีส่วนผสมเป็นว่านหางจระเข้ เพื่อสร้างความชุ่มชื้นให้กับผิวหนัง สครับลิปเป็นลิปสติคสำหรับการเสริมความงามที่เป็นสารสกัดจากสตอเบอร์รี่ แอปเปิ้ล และมะนาว รวมทั้งลิปสติคที่สกัดจากสมุนไพรประเภทต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีเครื่องหอมกลิ่นต่าง ๆ สำหรับใช้ในห้องกันความเหม็นอับหรืออับชื้น น้ำมันมะพร้าวที่นำมาเป็นผลิตภัณฑ์แชมพู ครีมหักัดจากน้ำมันมะพร้าว รวมทั้งผลิตภัณฑ์บำรุงผิวอีกหลายชนิด

2. สำหรับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจก็คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก โดยนอกจากจะซื้อไปใช้เองแล้ว ยังนิยมซื้อสำหรับเป็นของขวัญบุคคลรู้จักหรือใกล้ชิด เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีผิวหนังที่แห้งตามวัย เมื่อนำไปใช้ก็ทำให้มีความชุ่มชื้นแก่ผิวหนังและยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้สารเคมีเป็นส่วนผสม สำหรับช่องทางการจำหน่ายของสถานประกอบการธุรกิจนอกจากจะเป็นขายโดยตรงที่ร้านแล้วยังสามารถสั่งซื้อผ่านออนไลน์ได้อีกด้วย เหมาะสำหรับลูกค้าผู้สูงอายุที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดที่ห่างไกลและไม่ได้เดินทางมาที่จังหวัดสมุทรปราการ ปริมาณการขายที่เพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งได้มาจากการนำไปใช้แล้วมีการบอกต่อกัน โดยผู้ที่ใช้ได้เห็นประโยชน์จากการทดลองใช้จึงแนะนำบุคคลอื่น อนึ่ง ผู้สูงอายุยังมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมกับธุรกิจการผลิตและขายสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการโดยเข้ามาร่วมลงทุนในสัดส่วนที่กำหนดและจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของกำไรที่นำมาจัดสรรในหมู่สมาชิกของวิสาหกิจชุมชน ทำให้ธุรกิจดังกล่าวมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3. สำหรับมูลเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้สูงอายุเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการที่สำคัญได้แก่ ประการแรก จังหวัดสมุทรปราการมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโบราณสถานโบราณวัตถุ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และการท่องเที่ยวในลักษณะสันตนาการ มีสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุหลายแห่ง เช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่บางปู คุ้งบางกระเจ้า เมืองโบราณ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่นอกจากจะนิยมในแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังสามารถผ่อนคลายความเครียดและมีการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ รวมทั้งการมีอาหารและบรรยากาศที่เงียบสงบ

4. ปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ ประการแรก เป็นเรื่องเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้บริการ สถานที่บางแห่งไม่ได้เตรียมการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุเป็นการเฉพาะ ต้องรวมใช้บริการกับนักท่องเที่ยวทั่วไป ประการที่สอง สถานที่ท่องเที่ยวไม่ได้ส่งเสริมการขายโดยตรงสำหรับผู้สูงอายุ ทางจังหวัดจึงน่าที่จะให้การส่งเสริม

และสนับสนุนในด้านดังกล่าว และประการสุดท้ายเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพปัญหาจราจรในสถานที่ท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดพิเศษมีความคับคั่ง

5. การจัดการโลจิสติกส์หรือการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ มีความพร้อมในระดับที่เหมาะสม หากแต่ลักษณะการบริหารจัดการในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมากทำให้ต้องประสบปัญหาความหนาแน่นของการจราจร

6. แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้จะได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และจะไม่ใช่แต่ผู้สูงอายุชาวไทยเท่านั้น ยังมีผู้สูงอายุจากประเทศเพื่อนบ้านรวมทั้งประเทศจีนเข้ามาเป็นจำนวนมาก ซึ่งทางราชการควรมีการเตรียมไว้เนิ่น ๆ สำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวดังกล่าว

ตัวแทนชุมชนสถานที่ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

เป็นการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวแทนชุมชนสถานที่ท่องเที่ยว 2 แห่ง ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวบางปู และสถานที่ท่องเที่ยวคุ้งบางกระเจ้า

1. หน้าที่และความรับผิดชอบเป็นผู้ประสานงานการจัดกิจกรรมร่วมกับสถานประกอบการธุรกิจในพื้นที่ ร่วมแสดงความคิดเห็นเสนอแนะในด้านการแก้ปัญหาและพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

2. บทบาทเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดจากการท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และการขนส่งในพื้นที่ท่องเที่ยว

3. สำหรับมูลเหตุจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้ามาในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ประการแรก มีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลาย ประการที่สอง เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เงียบสงบเหมาะแก่การพักผ่อน และประการที่สาม มีบรรยากาศดีและอาหารอร่อย

4. ปัจจัยสำคัญที่เป็นปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ความแออัดในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดพิเศษ ความไม่เพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และปัญหาสถานพยาบาลสำหรับดูแลผู้สูงอายุในสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

5. การจัดการระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุมีความพร้อมในระดับหนึ่ง เนื่องจากยังขาดแคลนอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น ห้องน้ำ ห้องปฐมพยาบาล หรือสถานที่นั่งพัก ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้เพิ่มขึ้น

6. แนวโน้มในอนาคตสำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในความเห็นส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอีกหลายเท่าตัวเนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุ

จะเพิ่มขึ้นเป็นเกือบร้อยละ 15-20 ทำให้ต้องมีการจัดเตรียมแผนรองรับล่วงหน้าไม่ว่าจะเป็นความสะดวก
ของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง และการบริการที่มีประสิทธิภาพของ
แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

รายงานผลการศึกษาเรื่อง การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ และวิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สรุปผลการศึกษาดังนี้

1. ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 65-69 ปี ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดในภาคกลาง โดยมีสถานภาพสมรส และมีรายได้ปานกลางระหว่าง 10,000-20,000 บาท ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด และมีสมาชิกในครอบครัวระหว่าง 4-5 คน รายได้ส่วนใหญ่มาจากการทำงานในปัจจุบัน รวมทั้งเคยเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการมาก่อน และเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นันทนาการ และพักผ่อน ดูแลสุขภาพ เป็นลักษณะของการวางแผนเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองและออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด โดยเดินทางรถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด

2. ผลการวิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเริ่มตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยในการเดินทางตั้งแต่จุดเริ่มต้น ประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว การมีข้อมูลการจัดการโลจิสติกส์เส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน การให้คำแนะนำบุคคลที่รู้จักให้มาท่องเที่ยวอีก ตลอดจนความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในระยะเวลาที่เหมาะสม

3. ด้านผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่าปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในความเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนก 5 ด้านดังนี้

- ด้านกายภาพ ให้ความพึงพอใจกับความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่บางกระเจ้ามากที่สุด สำหรับที่บางปูจะให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเดินทาง สำหรับความพึงพอใจที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวบางกระเจ้าและบางปูมีลักษณะเหมือนกัน ได้แก่ สภาพการจราจรทางถนน

- ด้านข้อมูลสารสนเทศ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวบางกระเจ้าและบางปูจะมีความพึงพอใจกับป้ายแสดงสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวชัดเจน น้อยที่สุด ได้แก่ การมีเอกสารการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

- ด้านการให้บริการโลจิสติกส์ ความพึงพอใจมากที่สุดของสถานที่ท่องเที่ยวบางกระเจ้าและบางปูเช่นเดียวกัน ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว

- ด้านสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความพึงพอใจกับสถานที่ท่องเที่ยวบางกระเจ้าและบางปูเช่นเดียวกัน ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และความน่าสนใจในการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

- ด้านบุคลากร สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวบางกระเจ้า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความพึงพอใจกับคุณภาพการให้บริการของพนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวบางปูจะให้ความพึงพอใจกับพนักงานขับรถให้บริการด้วยความเป็นมิตรและสุภาพมากที่สุด

4. การทดสอบสมมติฐานจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างมีความพึงพอใจต่อการจัดการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่แตกต่างกัน เป็นการยอมรับสมมติฐานหลักของการศึกษาที่ว่า ตัวแปรเพศ อายุ และรายได้ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทุกด้าน

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่ว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเริ่มตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยในการเดินทางตั้งแต่จุดเริ่มต้น ประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว การมีข้อมูลการจัดการโลจิสติกส์เส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครพงศ์ อันทอง (2555) ที่ว่าการจัดการโลจิสติกส์ในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความภักดีต่อการท่องเที่ยวทั้งในด้านข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวบางกระเจ้าและบางปูมีลักษณะเหมือนกัน ได้แก่ สภาพการจราจรทางถนน ทางด้านข้อมูลสารสนเทศ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวบางกระเจ้าและบางปูจะมีความพึงพอใจกับป้ายแสดงสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวชัดเจน น้อยที่สุด ได้แก่ การมีเอกสารการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พัชรี หล้าแหล่ง (2557) ที่ว่า นักท่องเที่ยวมักประสบปัญหาในเรื่องการดำเนินการปรับปรุงเส้นทางการเดินทางและจัดระบบการขนส่งให้เดินทางได้สะดวกขึ้น ได้แก่ การปรับสภาพถนนที่มีอยู่ให้ดีขึ้น เพิ่มรูปแบบเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้

หลากหลาย ดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำป้ายบอกทางเพิ่มขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมความร่วมมือ การจัดการแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่ว่า ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่วางแผน เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองและออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จันทรจิตร เรียรสิริ และคณะ (2555) ที่ว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยจะวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยแหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวมาจากการสอบถามญาติ คนรู้จัก หรือเพื่อเป็นหลัก และเดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากสรุปผลความก้าวหน้าของงานการศึกษา เรื่อง การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่ายังมีปัญหาและอุปสรรคที่ค้นพบจาก ผลการศึกษาในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) จากผลการศึกษาความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ในตอนต้นน้ำ แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ประเด็นที่ได้คะแนนจากผลสำรวจน้อยที่สุด ได้แก่ มีการอัปเดต ข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทันสมัยอยู่เสมอ จึงควรจัดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการปรับปรุงข้อมูล สารสนเทศแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลที่ต้องการ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

2) จากผลการศึกษาความพึงพอใจการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่าคุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมี คะแนนเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ดังนั้น จึงน่าที่จะมีการสำรวจปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านโลจิสติกส์สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยตรง เพื่อรับทราบปัญหาสำหรับเป็นแนวทางในการแก้ไขต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ศึกษาวิจัยต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่เหมาะสม ไม่ควรมีค่าใช้จ่ายเท่ากับนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป

2) ศึกษาในลักษณะการจัดทำตัวแบบหรือแผนงานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในแต่ละ ช่วงระยะเวลา และมีรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กมลชนก สุทธิวาหนฤพุดิ และคณะ. (2547) **การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ท็อปแมคกรอ-ฮิล.
- กรวรรณ สังขกร และคณะ. (2558) **การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ**. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560) **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)**. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554) **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ**. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ. (2547) **พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546**. กรุงเทพมหานคร : เจ เอส การพิมพ์.
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2559) **ความได้เปรียบในการแข่งขันของบริการทางการแพทย์**. รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มรายได้ดี และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.
- กรมการท่องเที่ยว. (2559) **สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (2554-2559)**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.tourism.go.th> (15 มกราคม 2563)
- กระทรวงพาณิชย์ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559) **ธุรกิจภัตตาคาร / ร้านอาหาร**. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงพาณิชย์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551) **แผนการตลาดการท่องเที่ยว 2552**. กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- โกศล ดีศีลธรรม. (2548) **การบริหารแบบโลจิสติกส์**. กรุงเทพมหานคร : ผู้จัดการ.
- _____. (2551) **Modern Business Logistics & Supply Chain Management โลจิสติกส์ และห่วงโซ่อุปทานสำหรับการแข่งขันยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร : ฐานการพิมพ์.
- คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2018) **สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกและประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คมสัน สุริยะ. (2551) **การวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์สำหรับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชนในล้านนา**. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิราวดี รัตน์ไพฑูรย์ชัย. (2557) **ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ : โอกาสใหม่ไทยเติบโตรับ AEC**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- จันทร์จิตร เขียรศิริ, ฉันทวัต วันดี, สุรีย์ บุญญานพวงศ์ และกรวรรณ สังขกร. (2555) การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จักรกฤษณ์ แสสนพรหม. (2556) ความจำเป็นของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้สูงอายุในพื้นที่กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นพระธาตุบริวารของพระธาตุพนม. วศ.ม. (สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค) นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- นิชาพิชญ์ กลิ่นชื่น และชวลีย์ ณ ถกลาง. (มกราคม - เมษายน 2560) แนวทางการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำการ จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 11 (1) หน้า 167-181.
- สามเถิกศักดิ์ ชัยชาญ. (2555) การจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา : สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ธนิต โสรรัตน์. (2549) การพัฒนาระบบโลจิสติกส์. กรุงเทพมหานคร : วีซีพี โลจิสติกส์.
- ปริญญา นาคปฐม และคณะ. (มกราคม - เมษายน 2561) “การพัฒนาคุณภาพงานบริการทางการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ” วารสารบัณฑิตศึกษา. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 12 (1) หน้า 255-269.
- แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 4 ปี (2561-2564) สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ. (2559) สมุทรปราการ : สำนักงานจังหวัดสมุทรปราการกลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด.
- พัชรี หล้าแหล่ง. (2556) ระบบโลจิสติกส์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย (Royal Coast) กรณีศึกษาจังหวัดชุมพรและพื้นที่เชื่อมโยง. กรุงเทพมหานคร : ฐานข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานภาครัฐด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540) วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- เพชรรัตน์ ภูพันธ์. (2550) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์การกีฬา) กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภูพฤทธิ กัณณะ และจอมภัก คคลังระหัด. (2560) “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ใน การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนประเทศไทย 4.0” มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วันที่ 7-9 สิงหาคม 2560 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี. หน้า 1302-1311. นครปฐม : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ยุทธศักดิ์ สุภสร. (2559) แนวโน้มการเจริญเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.thansettakij.com/content/92864> (2 มีนาคม 2562)
- ยงยุทธ แฉล้มวงษ์. (2558) บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของไทย. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ).
- รศรินทร์ เกรย์. (2556) มโนทัศน์ใหม่ของนิยามผู้สูงอายุ : มุมมองเชิงจิตวิทยาสังคม และสุขภาพ. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ราณี อีสัยกุล และคณะ. (2552) การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วาริษฐ์ มัชยมบุรุษ. (2554) “แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ กรณีศึกษา พื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง” ใน การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554 “การพัฒนาอนาคตชนบทไทย : ฐานรากที่มั่นคง เพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน” วันที่ 27 - 29 มกราคม 2554 ณ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. หน้า 189 - 193. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วรรณมา วงษ์วานิช. (2546) ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560) [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://intelligencecenter.tat.or.th> (24 ตุลาคม 2562)
- สมยศ วัฒนากมลชัย และคณะ. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2553) “นักท่องเที่ยวสูงอายุ : กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว” วารสารปัญญาภิวัฒน์. (2) 1 หน้า 95-103.
- สิริวาริ รำเพย. (2019) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : Health Tourism. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <http://www.touraseanworld.com> (24 ตุลาคม 2562)
- สถาบันทรัพยากรเส้นทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560) รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : ไข่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. หน้า 42-43.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- อาคม ประดิษฐ์สุวรรณ. (2559) **เจาะลึกระบบสุขภาพ**. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ : กระทรวงสาธารณสุข. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.hfocus.org/content/cus.org/content/2016/03/11943> (10 พฤศจิกายน 2562)
- Aanth, M., DeMicco, F.J., Moreo, P. J., & Howey, R. M. (1992) Marketplace lodging needs of mature travelers. [doi: DOI: 10.1016/0010-8804(92)90005-P]. **The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 33 (4), page 12-24.
- Cohen, E. (1972) Towards a sociology of international tourism. **Social Research**, 39. page 64-82.
- Cohen, E. (1979) **A Phenomenology of Tourist Experience**, **Sociology**, 13, page 179-201.
- Cohen. (2008) Erfurt-Cooper and Cooper. (2009 : 5) **Understanding the Global Spa Industry**. Butterworth Heinemann.
- Cooper, Chris et al. (2008) **Tourism Principles and Practice**, 4th edition, Prentice-Hall, Essex.
- Fleischer, A., & Pizam, A. (2002) Tourism constraints among Israeli seniors. [doi: DOI: 10.1016/S0160-7383(01)00026-3]. **Annals of Tourism Research**, 29 (1), page 106-123.
- Font, X., Tapper, R., Schwartz, K. & Kornilaki, M. (2008) ‘Sustainable supply chain. Global Wellness Institute. (2014) **กระแสวัฒนธรรม : สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก**. การท่องเที่ยวแบบ Wellness Tourism วิทยุภาค. (79)
- Global Wellness Summit. (2016) **กระแสวัฒนธรรม : สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก**. การคาดการณ์การเติบโตของ Wellness Tourism ปี 2015–2020. (80)
- Hong, G.-S., Morrison, A. M., & Cai, L. A. (1996). Household Expenditure Patterns for Tourism Products and Services. **Journal of Travel & Tourism Marketing**. 4 (4) page 15-40.
- Horwath HTL. (2015) **Tourism Megatrends 10 things you need to know about the future of Tourism**. [On-line] available at : <http://horwathhtl.com/files/2015/12/Tourism-Mega-Trends2.pdf>
- Harryono, M., Huang, Y.-F., Miyazawa, K., & Sethaput, (2006) **Thailand Medical Tourism Cluster**. Thailand : Harvard Business School.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Javalgi, R. G., Thomas, E. G., & Rao, S. R. (1992) Consumer behavior in the U.S. pleasure travel marketplace : An analysis of senior and nonsenior travelers. **Journal of Travel Reserch**. 31 (2) page 14-19.
- Kasikorn Research Center. (2012) **สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย. กระแสวัฒนธรรม**. (82).
- Komsit Kianwatana et al. **Situations and Trends of World and Thailand Health Tourism**. Srinakharinwirot University.
- Lambert Douglas M. and Cooper Martha C. (2000). **Issues in Supply Chain Management. Industrial Marketing Management 29**. page 65-83.
- Leelawattananun N. (2016) **เปรียบเทียบแนวโน้มของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเอเชีย พ.ศ. 2555–2556. กระแสวัฒนธรรม**. (81)
- Marketwise. (2010) **การสำรวจพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กลุ่มสุขภาพความงาม**.
- McGuire, F. A. (1984) A factor analytic study of leisure constraints in advanced adulthood. *Leisure Sciences. An Interdisciplinary Journal*. 6 (3) page 313-326.
- Nimrod, G. (2008) Retirement and tourism Themes in retirees' narratives. **Annals of Tourism Research**. 35 (4) page 859-878.
- Phoopan, Petcharat. (2009) Satisfaction of Thai Tourists and Foreign Tourists towards Health Tourism in Bangkok. **Journal of Sports Science and Health**. 10 (1) page 67-81.
- RTA Royal Transcontinental Australia. (2019) **ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสุขภาพ**. [ออนไลน์] แหล่งที่มา : <https://www.royaltranscontinentalaustralia.com>
- Romsa, G., & Blenman, M. (1989) Vacation patterns of the elderly German. [doi : DOI: 10.1016/0160-7383(89)90066-2]. **Annals of Tourism Research**. 16 (2) page 178-188.
- Sankrusme, S. (2012) **กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพของประเทศไทยสู่ตลาดโลก**.
- Sun & Morrison, A. M. (2007) Senior citizens and their dining-out traits: Implications for restaurants. **International Journal of Hospitality Management**. 26 (2) page 376–394.

บรรณานุกรม (ต่อ)

The Travel & Tourism Competitiveness Report. (2015) **Travel and Tourism Competitiveness Index : Asia Pacific Region 2015.**

Tourism Authority of Thailand. (2009) **สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย. กระแสวัฒนธรรม.** page 82-83.

Suki, N. M. (2014) Passenger satisfaction with airline service quality in Malaysia: A structural equation modeling approach. **Research in Transportation Business & Management.** 10 page 26-32.

Tosun, C. Pinar, T.S. Timothy, D.J. & Fyal, A. (2007). Tourist shopping experiences and satisfaction. **International Journal of Tourism Research.** 9 (2) page 87-102.

Choi Soojin. (2007). **Information search behavior of Chinese leisure travelers.** United States – Indiana : Purdue University.

Ealine, Ruth. (April 1984) Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York. **Dissertation Abstracts International.** 44 (10) page 1120-1128 A.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
HUACHIEW CHALERM PRAKIET UNIVERSITY
18/18 ถนนพหลโยธิน กม.ที่18 (บางนา-ตราด) อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
18/18 Debaratana Road, k.m. 18 (Bangna-Trad) Bangplee District, Samutprakarn 10540, THAILAND
โทร. 0-2312-6300 โทรสาร 0-2312-6237 Tel. (662) 312-6300-73 Fax. (662) 312-6237
<http://www.hcu.ac.th>

มฉก.น.016

ที่ มฉก.0103/ว.763

12 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือวิจัย
เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ ทรताल

ด้วย นางสาวอัญชญา สมบัติพิบูลย์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ อยู่ระหว่างการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อนำไปเป็นหลักฐานประกอบในการศึกษาวิชา IM8996 วิทยานิพนธ์ 2

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยแบบสอบถามและ/หรือแบบสัมภาษณ์ ตามที่แนบมาพร้อมกันนี้

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ หากท่านต้องการข้อมูลเพิ่มเติมโปรดติดต่อ นางสาวอัญชญา สมบัติพิบูลย์ เบอร์โทรฯ 094-593-8549

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ยอดนิล)
รักษาการรองคณบดี ปฏิบัติการแทน
รักษาการคณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

โทร. 0 - 2312 - 6300 ต่อ 1484,1522 (อาจารย์ ดร.สิทธิโชค สิ้นรัตน์)

โทรสาร. 0 - 2312 - 6409

วิทยาเขตยศเส 121 ถนนอนันตนาถ เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ 10100 โทร.0-2621-7070-4 โทรสาร 0-2621-7075 <http://www.hcu.ac.th>



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

HUACHIEW CHALERPRAKIET UNIVERSITY

18/18 ถนนพหลโยธิน กม.ที่18 (บางนา-ตราด) อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

18/18 Debaratana Road, k.m. 18 (Bangna-Trad) Bangplee District, Samutprakarn 10540, THAILAND

โทร. 0-2312-6300 โทรสาร 0-2312-6237 Tel. (662) 312-6300-73 Fax. (662) 312-6237

<http://www.hcu.ac.th>

มฉก.กน.016

ที่ มฉก.0103/ว.763

12 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตีระ ระบอบ

ด้วย นางสาวอัญชญา สมบัติพิบูลย์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ อยู่ระหว่างการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อนำไปเป็นหลักฐานประกอบในการศึกษาวิชา IM8996 วิทยานิพนธ์ 2

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยแบบสอบถามและ/หรือแบบสัมภาษณ์ ตามที่แนบมาพร้อมกันนี้

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ หากท่านต้องการข้อมูลเพิ่มเติมโปรดติดต่อ นางสาวอัญชญา สมบัติพิบูลย์ เบอร์โทรฯ 094-593-8549

ขอแสดงความนับถือ

an

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ยอดนิล)

รักษาการรองคณบดี ปฏิบัติการแทน

รักษาการคณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

โทร. 0 - 2312 - 6300 ต่อ 1484,1522 (อาจารย์ ดร.สิทธิโชค สีนรัตน์)

โทรสาร. 0 - 2312 - 6409

วิทยาเขตยศเส 121 ถนนอนันตนาถ เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ 10100 โทร.0-2621-7070-4 โทรสาร 0-2621-7075 <http://www.hcu.ac.th>



เรียนรู้อะไรก็ใช้ได้

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

HUACHIEW CHALERM PRAKIET UNIVERSITY

18/18 ถนนพรรัตน์ กม.ที่18 (บางนา-ตราด) อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

18/18 Debaratana Road, k.m. 18 (Bangna-Trad) Bangplee District, Samutprakarn 10540, THAILAND

โทร. 0-2312-6300 โทรสาร 0-2312-6237 Tel. (662) 312-6300-73 Fax. (662) 312-6237

http://www.hcu.ac.th

มฉก.กท.016

ที่ มฉก.0103/ว.763

12 ธันวาคม 2562

เรื่อง ขออนุญาตตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.วิรัตน์ ทองรอด

ด้วย นางสาวอัญญา สมบัติพิบูลย์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ อยู่ระหว่างการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ” เพื่อนำไปเป็นหลักฐานประกอบในการศึกษาวิชา IM8996 วิทยานิพนธ์ 2

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ จึงใคร่ขออนุญาตจากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบเครื่องมือวิจัยแบบสอบถามและ/หรือแบบสัมภาษณ์ ตามที่แนบมาพร้อมกันนี้

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ หากท่านต้องการขอข้อมูลเพิ่มเติมโปรดติดต่อ นางสาวอัญญา สมบัติพิบูลย์ เบอร์โทรฯ 094-593-8549

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ยอดนิล)

รักษาการรองคณบดี ปฏิบัติการแทน

รักษาการคณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

โทร. 0 - 2312 - 6300 ต่อ 1484,1522 (อาจารย์ ดร.สิทธิโชค สิ้นรัตน์)

โทรสาร. 0 - 2312 - 6409

วิทยาเขตยศเส 121 ถนนอนันตนาถ เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ 10100 โทร.0-2621-7070-4 โทรสาร 0-2621-7075 http://www.hcu.ac.th

ภาคผนวก ค

หนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูลและแจกแบบสอบถาม



มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
HUACHEW CHALERM PRAKIET UNIVERSITY
18/18 ถนนเพชริน กม.ที่18 (บางนา-ตราด) อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540
18/18 Debaratana Road, k.m. 18 (Bangna-Trad) Bangplee District, Samutprakarn 10540, THAILAND
โทร. 0-2312-6300 โทรสาร 0-2312-6237 Tel. (662) 312-6300-73 Fax. (662) 312-6237
<http://www.hcu.ac.th>

มฉก.กน.016

ที่ มฉก.0103/ว.858

30 มกราคม 2563

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลและแจกแบบสอบถาม
เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้วย นางสาวอัญชญา สมบัติพิบูลย์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ อยู่ระหว่างการเก็บข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ” มีความประสงค์จะขอเก็บข้อมูลและเข้าแจกแบบสอบถาม เพื่อรับทราบข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินะ ระบอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ จึงใคร่ขออนุญาตให้ นางสาวอัญชญา สมบัติพิบูลย์ เข้าเก็บข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านในครั้งนี้ และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ หากท่านต้องการข้อมูลเพิ่มเติมโปรดติดต่อ นางสาวอัญชญา สมบัติพิบูลย์ ที่หมายเลขโทรศัพท์ 094-593-8549

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรรยา ยอดนิล)
รักษาการรองคณบดี ปฏิบัติการแทน
รักษาการคณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

โทร. 0-2312-6300 ต่อ 1484,1522 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินะ ระบอบ)

โทรสาร. 0-2312-6409

วิทยาเขตยศเส 121 ถนนอนันตนาถ เขตป้อมปราบฯ กรุงเทพฯ 10100 โทร.0-2621-7070-4 โทรสาร 0-2621-7075 <http://www.hcu.ac.th>

ภาคผนวก ง

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง “การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ วิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ และศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ เนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวสุขภาพผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 3 การจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามที่ตรงกับความคิดเห็น และความเป็นจริงมากที่สุดสำหรับใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษา คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ และจะนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบคุณล่วงหน้า ณ โอกาสนี้

ผู้ศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สูงอายุ

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

- 1) ชาย 1) หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ภูมิลำเนา

- 1) กรุงเทพมหานคร 2) ภาคเหนือ
 3) ภาคกลาง 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 5) ภาคตะวันออก 6) ภาคใต้

4. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส 3) หย่า
 4) หม้าย

5. ระดับการศึกษา

- 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษา
 3) ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี

6. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- 1) 1 คน 2) 2-3 คน 3) 4-5 คน
 4) 5 คนขึ้นไป

7. รายได้ของผู้สูงอายุ

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท 2) 10,000-20,000 บาท
 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท
 5) 40,001-50,000 บาท 6) 50,001 บาทขึ้นไป

8. แหล่งที่มาของรายได้

- 1) รายได้จากการทำงานในปัจจุบัน
 2) บำเหน็จ/บำนาญจากการเกษียณอายุราชการ
 3) ได้รับจากลูกหลาน
 4) เงินออม
 5) ค่าเช่าบ้าน/ที่ดิน
 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

9. ก่อนหน้านี้ท่านเคยมาเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการหรือไม่

- 1) ไม่เคย 2) เคย จำนวน.....ครั้ง

10. การท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการของท่านโดยปกติใช้ระยะเวลากี่วันโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

- 1) ไม่เกิน 1 วัน 2) 1-2 วัน
 3) 3-4 วัน 4) ตั้งแต่ 4 วันขึ้นไป

11. แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการ

- 1) เขิงนิเวศ นันทนาการ (ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง/ตลาดโบราณบางพลี/ตลาดคลองสวน 100 ปี/ฟาร์มจระเข้)
 2) ศิลปะวิทยาการ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ (พิพิธภัณฑ์ช้างเอราวัณ/เมืองโบราณ/ป้อมพระจุล/พระสมุทรเจดีย์)
 3) พักผ่อน ดูแลสุขภาพ (สถานตากอากาศบางปู/สวนศรีนครเขื่อนขันธ์)
 4) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

12. ส่วนใหญ่บุคคลที่ท่านเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย

- 1) คู่สมรส 2) บุตร
 3) หลาน 4)ญาติ
 5) เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิด 6) คนเดียว
 7) อื่น ๆ โปรดระบุ (.....)

13. ลักษณะการท่องเที่ยวของท่าน

- 1) วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเอง 2) ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว
 3) ครอบครัวเป็นผู้วางแผน 4) เพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดวางแผน
 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (.....)

14. ท่านชอบไปเที่ยวช่วงเวลาไหนมากที่สุด

- 1) วันธรรมดา 2) วันเสาร์-อาทิตย์
 3) ช่วงเทศกาลประเพณี/วันหยุดยาว 4) วันหยุดนักขัตฤกษ์
 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (.....)

15. ท่านมีลักษณะการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวได้แก่

- 1) เป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งหมด
- 2) ออกค่าใช้จ่ายเฉพาะการเดินทาง
- 3) ออกค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าที่พัก
- 4) ใช้เงินส่วนใหญ่สำหรับซื้อของที่ระลึกและอาหาร
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (.....)

16. การท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการส่วนใหญ่เป็นลักษณะใด

- 1) ไปเข้าเียนกลับ
- 2) พักค้างคืนที่สถานที่ท่องเที่ยว
- 3) พักในที่พักอาศัยของญาติสนิท
- 4) พักในที่พักของเพื่อน
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (.....)

17. การเดินทางท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการของท่านเป็นแบบใดมากที่สุด

- 1) ทางรถยนต์ส่วนบุคคล
- 2) ทางรถโดยสารสาธารณะ
- 3) ทางรถไฟ
- 4) ทางเรือ
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (.....)

18. ลักษณะอาหารส่วนใหญ่ที่ท่านชอบเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรปราการคือข้อใด

- 1) อาหารทะเล
- 2) อาหารในท้องถิ่น
- 3) อาหารทั่วไป
- 4) อื่น ๆ โปรดระบุ (.....)

19. ค่าใช้จ่ายโดยประมาณต่อครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ

- 1) ไม่เกิน 300 บาท
- 2) 301-500 บาท
- 3) 501-1,000 บาท
- 4) เกินกว่า 1,001 บาท

20. สิ่งที่ท่านประทับใจมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

- 1) สถานที่ท่องเที่ยว
- 2) การต้อนรับและให้บริการ
- 3) อาหาร
- 4) ประโยชน์ด้านสุขภาพ
- 5) อื่น ๆ โปรดระบุ (.....)

ส่วนที่ 3 การจัดการโลจิสติกส์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

ความเหมาะสมเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ (ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ) แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย มากที่สุด	เห็นด้วย มาก	เห็นด้วย ปานกลาง	เห็นด้วย น้อย	เห็นด้วย น้อยที่สุด
ต้นน้ำ (ก่อนเดินทาง)					
1. มีข้อมูลการจัดการโลจิสติกส์เส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจน					
2. การนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ					
3. มีการอัปเดตข้อมูลการท่องเที่ยวให้ทันสมัยอยู่เสมอ					
4. ความปลอดภัยในการเดินทางตั้งแต่จุดเริ่มต้น					
5. ข้อมูลข่าวสารมีประโยชน์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว					
กลางน้ำ (ในระหว่างการท่องเที่ยว)					
1. ระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว					
2. คุณภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับผู้สูงอายุ					
3. ประสิทธิภาพการให้บริการด้านโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยว					
4. ความปลอดภัยด้านโลจิสติกส์ของแหล่งท่องเที่ยว					
5. บริการด้านสาธารณสุขสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ					
ปลายน้ำ (เมื่อเสร็จสิ้นการท่องเที่ยว)					
1. ศูนย์บริการเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวทำงานมีประสิทธิภาพ					
2. การเอาใจใส่ดูแลของพนักงานแหล่งท่องเที่ยวต่อผู้สูงอายุ					
3. ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำในระยะเวลาที่เหมาะสม					
4. จะให้คำแนะนำบุคคลที่รู้จักให้มาท่องเที่ยวอีก					
5. ยินดีให้คำแนะนำแก่เจ้าหน้าที่แหล่งท่องเที่ยวถ้ามีโอกาส					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านกายภาพ					
1. คุณภาพของถนนหรือเส้นทาง					
2. สภาพการจราจรทางถนน					
3. ความสะดวกสบายในการเดินทาง					

ปัจจัยการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านกายภาพ					
4. ความปลอดภัยในการเดินทาง					
5. การรักษาเวลาในการเดินทาง					
ด้านข้อมูลสารสนเทศ					
1. มีเอกสารการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว					
2. เว็บไซต์การเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว					
3. การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว					
4. พนักงานมีการประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง					
5. ป้ายแสดงสัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวชัดเจน					
ด้านการให้บริการโลจิสติกส์					
1. มีการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ					
2. คุณภาพการให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว					
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพียงพอ					
4. นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์คุ้มกับการท่องเที่ยว					
5. การจัดระบบการเข้าชมงานในสถานที่ท่องเที่ยว					
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว					
1. ความปลอดภัยจากมิจฉาชีพในสถานที่ท่องเที่ยว					
2. ความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยว					
3. ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว					
4. ความน่าสนใจในการเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว					
5. สถานที่จอดรถเพียงพอและมีความปลอดภัย					
ด้านบุคลากร					
1. พนักงานขับรถให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร					
2. ความเอาใจใส่ต่อกฎจราจรของพนักงานขับรถ					
3. พนักงานสถานที่ท่องเที่ยวต้อนรับมีอัธยาศัยดี					
4. ความกระตือรือร้นให้บริการของพนักงาน					
5. คุณภาพการให้บริการของพนักงานในสถานที่ท่องเที่ยว					

ภาคผนวก จ
แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เรื่อง “การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจลักษณะการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ วิเคราะห์การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ และศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการ

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามที่ตรงกับความคิดเห็น และความเป็นจริงมากที่สุดสำหรับใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษา คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับ และจะนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบคุณล่วงหน้า ณ โอกาสนี้
ผู้ศึกษา

คำชี้แจง : ตอบคำถามแบบสัมภาษณ์ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดในหัวข้อต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไป

1.1 ชื่อ-นามสกุล.....

1.2 ตำแหน่งงาน.....

1.3 หน้าที่และความรับผิดชอบปัจจุบัน.....

2. ท่านมีบทบาทเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการในด้านใดบ้าง

3. ท่านคิดว่าอะไรเป็นมูลเหตุจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการ (โปรดระบุ 3 ข้อ ตามลำดับความสำคัญ)

1.

2.

3.

4. ในความเห็นของท่าน ปัจจัยสำคัญที่เป็นปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวสูงอายุในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรปราการคืออะไร (โปรดระบุ 3 ข้อ ตามลำดับความสำคัญ)

1.

2.

3.

5. ท่านคิดว่าการจัดการระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุมีความพร้อมหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด และควรได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในด้านใดบ้าง

6. ท่านคิดว่าแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุจะเป็นอย่างไร

7. ข้อคิดเห็นเสนอแนะ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นางสาวอัญชนา สมบัติพิบูลย์
วัน เดือน ปีเกิด	5 มิถุนายน 2537
ที่อยู่ปัจจุบัน	กรตาแมนชั่น (ซอยบางนาตราด 37) ซอยเปรมฤทัย 26 (ล๊อค 10/19) ถนนบางนา-ตราด ตำบลบางแก้ว อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2560	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน)
ตำแหน่งและสถานที่ทำงานในปัจจุบัน	
พ.ศ. 2560 - ปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการเรือ บริษัท เอสซีจี โลจิสติกส์ จำกัด เลขที่ 88 ถนนเดอะพาร์คแลนด์ แขวงบางนาเหนือ เขตบางนา กรุงเทพมหานคร 10260