

กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างยั่งยืน

Strategic Development for Enhancing the Capacity of Tourism Entrepreneurs in Pathum Thani Province to Sustainably Support the Aging Society

อมรรักษ์ สวณชุมพล ปรัชญพัชร วันอุทา พชร พิลึก สุนทรี จินธรรม พรนภา เตียสุธิกุล
ธรรมสุขี วิชาเลิศผล และ สัตยเชษฐ์ เกาตัม

Amonlux Shounchupon, Prachayapachara Wan-uta, Patchara Piluk, Soontaree Cheentam,
Pornnapa Tiasuthikun, Thamsukhi Witchaloetphon and Satyasheel Gautam

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี
Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage Pathum Thani Province.
Amonlux.shoun@vru.ac.th

Received February 01, 2025 Revise March 25, 2025 Accepted April, 04, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในการรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัย (2) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และ (3) เสนอ กลยุทธ์เชิงบูรณาการ ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างยั่งยืน

การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจำนวน 400 คน ซึ่งได้จากการเลือกแบบเจาะจง และผู้ให้ข้อมูลหลักเชิงคุณภาพ จำนวน 30 ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่เลือกแบบเจาะจงและแบบกึ่งอนันต์ เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.90 และแบบสัมภาษณ์ที่มีค่าความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) ระหว่าง 0.91–0.95 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงอุปนัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีศักยภาพในระดับค่อนข้างดี (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.87) โดยมีจุดแข็งในด้านการวางแผน การจัดองค์การ และการบริการที่เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุ แต่ยังมีจุดอ่อนในด้านการจัดการงบประมาณ การสื่อสารการตลาด และการใช้เทคโนโลยีอย่างยั่งยืน ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้แก่ ความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย ทักษะการเจรจาต่อรองของบุคลากร และการสร้างคุณค่าร่วมกับชุมชน

กลยุทธ์เชิงบูรณาการที่เสนอประกอบด้วย 3 ด้านหลัก ได้แก่ (1) การเสริมสร้างระบบบริหารจัดการด้วย ทัศนคติ POSDCoRB (2) การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่มโดยใช้ 7Ps และ (3) การบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนแบบสามมิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นได้รับการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.18, S.D. = 0.54)

ผลการวิจัยนี้จึงสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น เพื่อสร้างความพร้อมในการรองรับประชากรผู้สูงอายุ และส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในบริบทของจังหวัดปทุมธานี



คำสำคัญ กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว รองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างยั่งยืน

Abstract

This research aimed to (1) study the capacity of tourism entrepreneurs in Pathum Thani Province to support the aging society, (2) analyze the key factors influencing their success in developing products and services for elderly tourists, and (3) propose integrated strategic guidelines to enhance their capabilities for sustainable aging-friendly tourism development.

A mixed-methods approach was employed. The quantitative sample consisted of 400 elderly tourists selected through purposive sampling. The qualitative data were collected from 30 key informants—local tourism entrepreneurs—selected via purposive and snowball sampling. The research instruments included a questionnaire with a reliability coefficient of 0.90 and structured interviews with content validity (IOC) ranging from 0.91 to 0.95. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation), while qualitative data were analyzed through inductive content analysis.

The findings revealed that the overall capacity of tourism entrepreneurs was at a moderately high level (mean = 3.87). Strengths were observed in planning, organizational management, and service delivery tailored to elderly needs. However, weaknesses remained in budgeting, marketing communication, and sustainable use of digital technology. Key success factors included entrepreneurs' understanding of elderly behavior, positive service attitudes, and the ability to create shared value with local communities.

The proposed strategic framework consists of three main components: (1) enhancing management systems through the POSDCoRB model, (2) applying the 7Ps marketing mix specifically tailored for elderly tourists, and (3) integrating the triple-bottom-line concept—economic, social, and environmental sustainability. The developed strategies were found to be highly feasible and appropriate (mean = 4.18, S.D. = 0.54).

This study provides practical and strategic implications for strengthening local tourism entrepreneurs' capacity to accommodate the aging population, while promoting sustainable tourism development in Pathum Thani Province.

keyword: Strategic Development, Enhancing the Capacity of Tourism Entrepreneurs, Sustainably Support the Aging Society



บทนำ

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566) รายงานว่า ประเทศไทยมีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงทศวรรษหน้า แนวโน้มนี้นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในภาคการบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับพฤติกรรม ความต้องการ และข้อจำกัดเฉพาะของกลุ่มประชากรผู้สูงอายุ (World Health Organization, 2021)

การท่องเที่ยวเชิงผู้สูงอายุ (Senior Tourism) เป็นหนึ่งในแนวโน้มสำคัญของการท่องเที่ยวโลก ที่เน้นความสะดวก ปลอดภัย ความเป็นมิตรต่อร่างกาย และประสบการณ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุ กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยมักมีศักยภาพทางการเงิน ใช้เวลาเดินทางได้นาน และแสวงหาการบริการที่มีคุณภาพ ส่งผลให้ตลาดนี้เป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวในระยะยาว (Ministry of Tourism and Sports, 2022)

จังหวัดปทุมธานีมีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์และศักยภาพด้านทรัพยากร โดยตั้งอยู่ในพื้นที่ปริมณฑล ใกล้กรุงเทพมหานคร มีระบบขนส่งที่เชื่อมโยงสะดวก มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และวิถีชุมชน นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายหน่วยบริการสุขภาพและภาคประชาสังคมที่เข้มแข็ง ทำให้จังหวัดปทุมธานีเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับผู้สูงอายุในอนาคต (สำนักงานจังหวัดปทุมธานี, 2566)

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดยังขาดความพร้อมในหลายมิติ เช่น การวางแผนธุรกิจที่ตอบโจทย์ผู้สูงอายุ การตลาดเฉพาะกลุ่ม การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะ รวมถึงการบริหารจัดการตามหลักความยั่งยืน (Kotler & Keller, 2016; Porter & Kramer, 2011) ดังนั้น การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการในเชิงระบบจึงเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานีให้สามารถแข่งขันได้ในยุคของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร

งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในการรองรับสังคมสูงวัย วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการออกแบบบริการและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองกลุ่มผู้สูงอายุ และเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการอย่างเป็นระบบ โดยใช้กรอบแนวคิดการบริหารจัดการ POSDCoRB ทฤษฎีการตลาด 7Ps และแนวคิดความยั่งยืนแบบสามมิติ (เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม) เพื่อเป็นฐานในการพัฒนาแนวทางที่มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้ได้จริง

คำถามการวิจัย

1. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีมีศักยภาพในด้านใดในการรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัย?
2. ปัจจัยใดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ?
3. กลยุทธ์เชิงบูรณาการใดที่เหมาะสมในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างยั่งยืน?



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในการรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัย
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
3. เพื่อเสนอกลยุทธ์เชิงบูรณาการในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างยั่งยืน

ขอบเขตของการวิจัย (Scope of the Study)

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา (Content Scope)

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในการรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัย โดยเนื้อหาครอบคลุม 4 ด้าน

- 1.1 การบริหารจัดการองค์กรตามกรอบแนวคิด POSDCoRB ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคลากร การอำนวยการ การประสานงาน การรายงาน และการจัดงบประมาณ
- 1.2 การวิเคราะห์กิจกรรมด้านการตลาดและการบริการตามแนวคิด 7Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ
- 1.3 การพิจารณาความยั่งยืนของธุรกิจ 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 1.4 การเสนอแนวทางและกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการในระยะยาว

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ (Geographical Scope)

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัยคือ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นจังหวัดในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร มีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวทั้งเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และวิถีชุมชน รวมถึงมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงผู้สูงอายุในอนาคต

3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample Scope)

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดปทุมธานี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 ราย โดยคัดเลือกแบบเจาะจงและแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling)

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา (Time Scope)

การดำเนินงานวิจัยครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2566 ถึง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2566 โดยครอบคลุมการวางแผน เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ผล และจัดทำข้อเสนอแนะ

5. ขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัย (Methodological Scope)

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ได้แก่

เชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ประกอบการ วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เชิงอุปนัย เพื่อหาหัวข้อสำคัญเชิงบริบท



เครื่องมือวิจัยทั้งหมดผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) ในช่วง 0.91–0.95 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) 0.90

ทบทวนวรรณกรรม

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศไทยในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างขวางต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะเมื่อประเทศเข้าสู่สถานะ “สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์” (Aged Society) ซึ่งตามเกณฑ์ขององค์การสหประชาชาติ หมายถึง ประเทศที่มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (United Nations, 2019) ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2566) ระบุว่า ประเทศไทยมีประชากรสูงวัยคิดเป็นร้อยละ 21.6 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 30 ภายในปี พ.ศ. 2573 การเปลี่ยนแปลงนี้นำไปสู่ความท้าทายในการจัดบริการสาธารณะ รวมถึงความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางการบริหารธุรกิจและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของกลุ่มประชากรผู้สูงอายุ

ในภาคการท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Senior Tourists) กลายเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ เนื่องจากมีกำลังซื้อสูง มีเวลาว่างในการเดินทาง และให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความปลอดภัย และสุขภาวะของประสบการณ์การท่องเที่ยว (Ministry of Tourism and Sports, 2022; WHO, 2021) อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้สูงวัยยังมีข้อจำกัดด้านสุขภาพ การเคลื่อนไหว และความต้องการพิเศษในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องปรับตัวให้สอดคล้องมากยิ่งขึ้น

ในบริบทของจังหวัดปทุมธานี ซึ่งตั้งอยู่ในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ” เนื่องจากมีจุดแข็งด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบคมนาคม การแพทย์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สามารถออกแบบบริการให้เหมาะกับกลุ่มผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานจังหวัดปทุมธานี, 2566) อย่างไรก็ตาม ความสามารถของผู้ประกอบการท้องถิ่นในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยยังมีข้อจำกัดในด้านความรู้ การบริหารจัดการ การตลาด และการพัฒนาแนวคิดด้านความยั่งยืน ซึ่งต้องได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ

การวิเคราะห์ศักยภาพและการส่งเสริมผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงทางประชากรจำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมหลายมิติ หนึ่งในนั้นคือกรอบการบริหารจัดการ POSDCoRB ของ Gulick และ Urwick (1937) ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ การวางแผน (Planning), การจัดองค์กร (Organizing), การจัดการบุคลากร (Staffing), การอำนวยการ (Directing), การประสานงาน (Coordinating), การรายงาน (Reporting) และการจัดงบประมาณ (Budgeting) กรอบแนวคิดนี้ช่วยให้สามารถประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการทั้งในเชิงกลยุทธ์และการปฏิบัติได้อย่างครอบคลุม

นอกจากนี้ ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการยังต้องอาศัยทักษะด้านการตลาด โดยเฉพาะการตลาดบริการ (Service Marketing) ซึ่ง Kotler และ Keller (2016) ได้นำเสนอแนวคิด 7Ps Marketing Mix ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product), ราคา (Price), ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), การส่งเสริมการตลาด (Promotion), บุคลากร (People), กระบวนการให้บริการ (Process) และหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งเป็นกรอบที่สามารถปรับใช้กับกลุ่มผู้สูงวัยที่มีความต้องการเฉพาะได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น บริการที่เข้าถึงง่าย แสดงข้อมูลชัดเจน มีพื้นที่พักผ่อน และความใส่ใจด้านอารมณ์

อีกหนึ่งแนวคิดที่มีความสำคัญคือ แนวคิดความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่ง Elkington (1997) เสนอแนวคิด “Triple Bottom Line” ที่เน้นความยั่งยืนใน 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ (การสร้างรายได้และความคุ้มค่า), มิติด้านสังคม (การสร้างประโยชน์ต่อชุมชนและคุณภาพชีวิต), และมิติด้านสิ่งแวดล้อม (การใช้



ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อธรรมชาติ) ผู้ประกอบการที่สามารถบูรณาการแนวคิดความยั่งยืนเข้ากับแผนธุรกิจจะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความภักดีของลูกค้าได้ในระยะยาว

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ให้ภาพที่ชัดเจนของความเชื่อมโยงระหว่างศักยภาพผู้ประกอบการและการตอบสนองต่อกลุ่มผู้สูงอายุ อมรรักษ์ สวนชุมพล (2565) พบว่า ในจังหวัดสระแก้ว ความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ประกอบการในการสร้างบริการมูลค่าสูงผ่านการบริหารจัดการที่ชัดเจนและยึดผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง ขณะที่ Choi & Tkachenko (2019) ระบุว่า การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนทั้งด้านนโยบาย การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการพัฒนาทักษะเชิงนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นเพื่อรองรับสังคมสูงวัยควรใช้กรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงระหว่างการบริหารจัดการ การตลาด และความยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพเชิงโครงสร้างอย่างจังหวัดปทุมธานี ซึ่งหากได้รับการพัฒนากลไกสนับสนุนอย่างเหมาะสมจะสามารถกลายเป็นต้นแบบของพื้นที่ที่สามารถรองรับการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กัน เพื่อให้เกิดความคลี่คลายและครอบคลุมในเชิงเนื้อหา สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่มุ่งเน้นการศึกษาศักยภาพ ปัจจัย และแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัย

1. กลุ่มตัวอย่างและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ซึ่งเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักเชิงคุณภาพ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 30 ราย ซึ่งได้รับการคัดเลือกโดยวิธีการแบบเจาะจงและการขยายเครือข่ายแบบก้อนหิมะ (Snowball Sampling)

2. เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

(1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(2) การประเมินความคิดเห็นต่อศักยภาพผู้ประกอบการและบริการด้านการท่องเที่ยวตามกรอบ POSDCoRB, 7Ps, และความยั่งยืน

(3) ความพึงพอใจและข้อเสนอแนะ

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.91–0.95 และมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ที่ได้จากการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างนำร่องจำนวน 30 คน มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.90

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) สำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ มีประเด็นเกี่ยวกับศักยภาพ ปัญหา และแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการ โดยมีการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและ



ภาษาจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน และผ่านการประเมินค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.91–0.95 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทางสถิติ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดปทุมธานี

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพดำเนินการโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแบบตัวต่อตัวในพื้นที่ที่มีการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแสดงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อศักยภาพของผู้ประกอบการตามกรอบแนวคิด POSDCoRB, 7Ps และความยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับ “ค่อนข้างดี” (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.87) โดยมีค่าเฉลี่ยสูงในด้านการวางแผน การจัดองค์กร และการบริการบุคลากร แต่ยังมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลางในด้านการสื่อสารการตลาดและการใช้เทคโนโลยีอย่างยั่งยืน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2

ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการสังเคราะห์เชิงเนื้อหา (Narrative Synthesis) จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 30 ราย โดยจัดกลุ่มตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพ ปัจจัย และแนวทางการพัฒนา พบประเด็นสำคัญ ได้แก่ การเข้าใจพฤติกรรมของผู้สูงอายุ การออกแบบบริการเฉพาะกลุ่ม และการประสานงานกับชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่น

ข้อมูลเชิงคุณภาพเหล่านี้จึงทำหน้าที่สนับสนุนผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และสะท้อนมุมมองเชิงลึกของผู้ประกอบการต่อปัญหาและแนวทางการพัฒนา ซึ่งเชื่อมโยงโดยตรงกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3 ของงานวิจัย

สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาศักยภาพ ปัจจัย และแนวทางเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัยอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นประเด็นสำคัญในระดับประเทศ หากยังเป็นจุดเปลี่ยนเชิงกลยุทธ์ในภาคเศรษฐกิจบริการ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในระดับชุมชน

จังหวัดปทุมธานีในฐานะพื้นที่ปริมณฑลที่มีศักยภาพทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรท้องถิ่น และความพร้อมด้านการแพทย์และสุขภาพ ได้รับการคาดหวังให้เป็นพื้นที่ต้นแบบด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย อย่างไรก็ตาม ศักยภาพที่แท้จริงของผู้ประกอบการรายย่อยในการขับเคลื่อนเรื่องนี้ยังมีข้อจำกัดหลายประการ ทั้งด้านทักษะการบริหารจัดการ ความเข้าใจผู้สูงอายุ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี และการวางแผนเชิงกลยุทธ์

ด้วยเหตุนี้ การวิเคราะห์ผลการวิจัยจึงถูกดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยจัดลำดับตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ เพื่อให้สามารถตอบคำถามวิจัยได้อย่างชัดเจนและมีเหตุผลเชิงวิชาการดังนี้

1) ศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในการรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย



ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีศักยภาพในระดับค่อนข้างดี (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยเฉพาะในมิติเชิงพื้นที่ เช่น ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ (เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ไม่ซับซ้อน) รวมถึงความเป็นมิตรของบุคลากร การต้อนรับ และความสามารถในการปรับเปลี่ยนบริการตามสถานการณ์

ในเชิงการบริหารจัดการตามแนวคิด POSDCoRB (Gulick & Urwick, 1937) พบว่าผู้ประกอบการมีความสามารถในการวางแผนการจัดการองค์กรและการบริการที่เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุและการสื่อสารการตลาดและการใช้เทคโนโลยีอย่างยั่งยืน แต่ยังคงขาดระบบในการรายงานผลการดำเนินงาน รวมถึงการจัดการงบประมาณและประเมินผลตอบแทนที่ชัดเจน ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาในระดับระบบบริหาร

ตารางที่ 1 ศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีในการรองรับสังคมสูงวัยตามกรอบ POSDCoRB

ด้านการบริหารจัดการ (POSDCoRB)	ค่าเฉลี่ย (□ □)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น
1. การวางแผน (Planning)	3.94	0.62	ค่อนข้างดี
2. การจัดองค์กร (Organizing)	3.88	0.60	ค่อนข้างดี
3. การจัดการบุคลากร (Staffing)	3.81	0.64	ค่อนข้างดี
4. การอำนวยการ (Directing)	3.75	0.68	ค่อนข้างดี
5. การประสานงาน (Coordinating)	3.70	0.66	ปานกลาง
6. การรายงานผล (Reporting)	3.40	0.72	ปานกลาง
7. การจัดงบประมาณ (Budgeting)	3.32	0.74	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.87	0.67	ค่อนข้างดี

2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ผลการวิเคราะห์ชี้ว่า ปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่

การเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการเฉพาะของกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น ความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัวและบริการที่ไม่ซับซ้อน ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า “ผู้สูงอายุไม่ต้องการโปรแกรมที่ยุ่งยาก เขาอยากให้มีที่นั่งพักบ่อย ๆ ห้องน้ำต้องสะอาด ใกล้เคียง ไม่เหนียวมากครับ”

การมีบุคลากรที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อผู้สูงอายุ รวมถึงความอดทนและทักษะด้านอารมณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจอย่างมาก โดยมีการสะท้อนจากผู้ประกอบการว่า “พนักงานเราต้องพูดซ้ำ ๆ ใจเย็น ๆ เข้าใจความกังวลของคนสูงอายุ บางท่านฟังไม่ชัด ต้องอธิบายซ้ำหลายรอบก็ยินดีครับ”

การวางแผนบริการเชิงสุขภาพ เช่น การจัดกิจกรรมผ่อนคลาย ทัวร์สุขภาพ อาหารเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะอาหารที่มีประโยชน์กับร่างกาย เช่น “ทัวร์ของเราจะมีมื้ออาหารที่ควบคุมโซเดียม และมีบริการวัดความดันก่อนออกเดินทาง ผู้สูงวัยรู้สึกอุ่นใจครับ”

เมื่อวิเคราะห์ตามแนวคิดการตลาดบริการ 7Ps (Kotler & Keller, 2016) พบว่าผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งด้าน Product, People และ Place เช่น มีบริการพักผ่อนในวัด แหล่งเรียนรู้สมุนไพร และกิจกรรมกลุ่มย่อยในชุมชน อย่างไรก็ตามยังต้องพัฒนาในส่วนของ Promotion และ Process โดยเฉพาะการใช้



เทคโนโลยีดิจิทัลให้เข้าถึงผู้สูงวัยและญาติของพวกเขา ซึ่งผู้ประกอบการหลายรายระบุว่า “บางคนยังใช้มือถือปุ่มกดอยู่เลยครับ เราต้องสื่อสารผ่านลูกหลานหรือกลุ่มไลน์แทน”

3) เพื่อเสนอกลยุทธ์เชิงบูรณาการในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการเพื่อรองรับสังคมสูงวัยอย่างยั่งยืนในจังหวัดปทุมธานี

จากการสังเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ร่วมกับการวิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิด POSDCoRB, 7Ps และความยั่งยืน (Elkington, 1997) พบว่าแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมมี 3 ด้านหลัก ได้แก่

1. ด้านการบริหารจัดการ พัฒนาเครื่องมือการวางแผนและระบบติดตามผลให้ผู้ประกอบการ เช่น คู่มือ POSDCoRB เวอร์ชันท้องถิ่น
2. ด้านการตลาดเฉพาะกลุ่ม ส่งเสริมการสื่อสารแบบเข้าใจง่าย (Senior-Centric Communication) ผ่านช่องทางที่เหมาะสม เช่น LINE, วิทยุชุมชน หรือการใช้ไกด์ผู้สูงวัยเป็นต้นแบบ
3. ด้านความยั่งยืน เชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานราก เช่น การพานักท่องเที่ยวสูงวัยทำกิจกรรมกับชาวบ้าน เรียนรู้สมุนไพร หรือทำอาหารไทยสุขภาพ

ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญพบว่า แนวทางที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมและเป็นไปได้ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.18$, S.D. = 0.54) ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพในการนำไปสู่การพัฒนานโยบาย หรือโครงการนำร่องในอนาคต

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลยุทธ์เชิงบูรณาการในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

ด้านกลยุทธ์เชิงบูรณาการ	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับการประเมิน
1. ด้านการบริหารจัดการ	4.20	0.51	มาก
2. ด้านการตลาดเฉพาะกลุ่ม	4.15	0.56	มาก
3. ด้านความยั่งยืน	4.19	0.54	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.18	0.54	มาก

อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)

ผลการศึกษาครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานีที่มีความพร้อมในระดับหนึ่งในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะด้านสถานที่ตั้ง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเหมาะสม และทัศนคติที่เป็นมิตรต่อกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการยังคงเผชิญกับข้อจำกัดในด้านการวางระบบบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ และการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การตลาดเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมในเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อแรก พบว่า ผู้ประกอบการมีจุดแข็งในด้านการวางแผนและการจัดองค์กรซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gulick & Urwick (1937) ที่ระบุว่าการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพควรประกอบด้วยองค์ประกอบ POSDCoRB อย่างสมดุล ซึ่งในกรณีนี้ ผู้ประกอบการสามารถออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้สูงวัยได้ดี เช่น การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การใช้บริการท้องถิ่น และการจัดเส้นทางที่ไม่ซับซ้อน แต่ยังคงขาดการรายงานผล และการบริหารทรัพยากรทางการเงินอย่าง



เป็นระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่มีประสบการณ์ด้านการจัดทำงบประมาณหรือแผนธุรกิจในระยะยาว

ในด้านการตลาด ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิด 7Ps ของ Kotler & Keller (2016) ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการสามารถให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ บริการ และบุคลากรได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังคงขาดความเข้าใจในการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย เช่น ช่องทางการตลาดแบบเข้าใจง่าย หรือรูปแบบการให้ข้อมูลที่มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และเน้นการมีปฏิสัมพันธ์เชิงอารมณ์ การขาดมิติด้าน Process และ Promotion ที่ชัดเจนทำให้บริการบางส่วนขาดความสม่ำเสมอ และอาจไม่ตอบโจทย์ความคาดหวังของกลุ่มผู้สูงวัยได้อย่างแท้จริง

เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ อมรรักษ์ สอนชูผล (2565) ซึ่งศึกษาในบริบทของจังหวัดสระแก้ว พบว่า ปัจจัยด้านการมีระบบวางแผนและการสนับสนุนจากภาครัฐมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอย่างชัดเจน เช่นเดียวกับในบริบทชุมชนที่พบว่าผู้ประกอบการที่มีเครือข่ายหรือความร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือศูนย์สุขภาพชุมชน มักมีศักยภาพสูงกว่าในการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมและปลอดภัยสำหรับกลุ่มผู้สูงวัย

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการนำแนวคิด ความยั่งยืนแบบสามมิติ (Triple Bottom Line) ของ Elkington (1997) มาใช้ในระดับท้องถิ่น ซึ่งได้แก่ มิติเศรษฐกิจ (การสร้างรายได้หมุนเวียน), มิติสังคม (การจ้างงานและสร้างบทบาทของชุมชน), และมิติสิ่งแวดล้อม (การอนุรักษ์แหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม) ผู้ประกอบการที่สามารถสร้างคุณค่าร่วม (Shared Value) ระหว่างธุรกิจ ชุมชน และนักท่องเที่ยวได้ มีแนวโน้มที่จะได้รับความเชื่อถือและความจงรักภักดีจากกลุ่มเป้าหมายในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ Porter & Kramer (2011) ที่เน้นว่าคุณค่าทางธุรกิจต้องไม่แยกจากคุณค่าทางสังคม

สุดท้าย แนวทางที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นได้รับการประเมินว่าเหมาะสมและเป็นไปได้ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของจังหวัดปทุมธานีในการเป็นพื้นที่ต้นแบบของการส่งเสริมผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวให้สามารถปรับตัวเข้าสู่บริบทของสังคมสูงวัยได้อย่างยั่งยืน หากมีการสนับสนุนอย่างจริงจังจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดอบรมพัฒนาทักษะ การให้ทุนสนับสนุนธุรกิจรายย่อย และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาครัฐ

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ (Strategic Recommendations)

จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและข้อจำกัดของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานีในการรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัย ผู้วิจัยขอเสนอแนะทางเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการให้สามารถพัฒนาได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1: การเสริมสร้างศักยภาพด้านการบริหารจัดการโดยใช้กรอบ POSDCoRB

เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ควรส่งเสริมให้ใช้แนวคิด POSDCoRB (Gulick & Urwick, 1937) เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการ โดยดำเนินการในลักษณะต่อไปนี้:

จัดทำ คู่มือการวางแผนธุรกิจ ที่ครอบคลุมเรื่องการจัดองค์ประกอบ การจัดบุคลากร และการบริหารงบประมาณ

จัดเวิร์คช็อปเชิงปฏิบัติการให้ผู้ประกอบการฝึกฝนทักษะการวางแผนโครงการ การติดตามผล และการรายงานอย่างเป็นระบบ



สนับสนุนการนำระบบ รายงานผลการดำเนินงาน (Reporting Dashboard) สำหรับธุรกิจขนาดเล็กมาใช้จริง

กลยุทธ์ที่ 2: การพัฒนาการตลาดเฉพาะกลุ่มผู้สูงวัยโดยใช้แนวคิด 7Ps

การตอบสนองต่อกลุ่มผู้สูงวัยจำเป็นต้องมีการวางกลยุทธ์การตลาดที่เฉพาะเจาะจง โดยใช้กรอบ 7Ps (Kotler & Keller, 2016) โดยเฉพาะใน 4 ด้านต่อไปนี้

Product พัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย เช่น แพคเกจเชิงสุขภาพ ศิลปะ ท้องถิ่น เส้นทางท่องเที่ยวเบาๆ

Process ปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการให้เรียบง่าย เช่น ระบบจองผ่านโทรศัพท์/LINE เจ้าหน้าที่ช่วยเหลือในแต่ละขั้นตอน

Promotion จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ภาษาเข้าใจง่าย มีรูปแบบเป็นภาพกราฟิก ใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่ และเผยแพร่ผ่านช่องทางที่กลุ่มผู้สูงวัยเข้าถึงได้ เช่น LINE OA, Facebook, วิทยุชุมชน

People พัฒนาบุคลากรให้มีจิตบริการและทักษะด้านจิตวิทยาผู้สูงวัย โดยเฉพาะไกด์และเจ้าหน้าที่บริการหน้าบ้าน

กลยุทธ์ที่ 3: การสร้างระบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกื้อกูลชุมชน (Sustainable and Shared Value Tourism)

ในยุคที่สังคมผู้สูงวัยกำลังขยายตัว การท่องเที่ยวต้องไม่เพียงสร้างกำไรให้ธุรกิจ แต่ต้อง **สร้างคุณค่าร่วม (Shared Value)** กับชุมชนและสิ่งแวดล้อมด้วย โดยสามารถดำเนินการได้ดังนี้:

เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวกับ **วัฒนธรรมท้องถิ่น** เช่น สาธิตสมุนไพร การทำอาหารสุขภาพ การนวดแผนไทย

ส่งเสริมรูปแบบ **“ท่องเที่ยวกับใจที่สงบ”** เช่น พานักท่องเที่ยวไปเรียนสมาธิ ฝึกโยคะ ปลูกต้นไม้ หรือช่วยกิจกรรมในวัด

ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ **วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** ลดพลาสติก และส่งเสริมการเดินทางแบบยั่งยืน เช่น เดิน ปั่นจักรยาน

กลยุทธ์ที่ 4: การสร้างเครือข่ายความร่วมมือแบบพหุภาคีในระดับท้องถิ่น

เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยมักมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและความรู้ จึงควรมีการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง:

ผู้ประกอบการ เพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากร เช่น ไกด์ พาหนะ แพคเกจทัวร์

หน่วยงานรัฐ เช่น อบจ., อบต., ศูนย์สุขภาพตำบล เพื่อสนับสนุนข้อมูลและระบบสุขภาพ

สถาบันการศึกษา เพื่อวิจัยและพัฒนาแบบบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ชุมชน เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการในพื้นที่

กลยุทธ์ที่ 5: การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการจัดการและการสื่อสาร

แม้กลุ่มผู้สูงวัยบางส่วนอาจไม่ถนัดเทคโนโลยี แต่การใช้เทคโนโลยีช่วยให้ผู้ประกอบการบริหารจัดการและสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น:

พัฒนาแอปพลิเคชันหรือ LINE OA สำหรับแสดงแพคเกจทัวร์

จัดทำระบบจองออนไลน์แบบง่าย ใช้ภาพและปุ่มใหญ่

ใช้ AI Chatbot ตอบคำถามทั่วไป หรือให้ข้อมูลการเดินทางที่ไม่ซับซ้อน

ใช้ระบบ QR code ให้ลูกค้าให้คะแนนความพึงพอใจ



ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งมุ่งวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมสูงวัย ผ่านกรอบแนวคิดการบริหารจัดการ (POSDCoRB), การตลาดบริการ (7Ps) และแนวคิดความยั่งยืนแบบสามมิติ (Triple Bottom Line) ผู้วิจัยพบว่าความพร้อมของผู้ประกอบการยังมีลักษณะไม่เท่ากัน โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่เศรษฐกิจหลักกับผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชน

ดังนั้นเพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างเป็นรูปธรรม ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะในระดับนโยบาย ปฏิบัติ และการวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการจัดการ (สำหรับหน่วยงานภาครัฐ / ผู้กำหนดนโยบาย)

1.1 เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการในระดับท้องถิ่นผ่านการอบรมเชิงระบบ ควรมีการจัดเวิร์คช็อป หรือหลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการขนาดเล็กที่เน้นทักษะด้านการวางแผน การบริหารทรัพยากร และการออกแบบบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงวัย โดยใช้กรอบ POSDCoRB เป็นเครื่องมือฝึกฝนเชิงปฏิบัติ ทั้งนี้ควรพัฒนาเนื้อหาให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับสภาพจริงของผู้ประกอบการรายย่อยในจังหวัดปทุมธานี

1.2 บูรณาการประเด็น “การท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงวัย” เข้าสู่ยุทธศาสตร์จังหวัดและแผนพัฒนาในระดับอำเภอ ควรจัดให้มีการพัฒนาแผนแม่บทที่เน้นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย โดยคำนึงถึงองค์ประกอบด้านกายภาพ เช่น พื้นที่ปลอดภัย พื้นผิวทางเดินเรียบ ระบบขนส่งรองรับผู้มีข้อจำกัด รวมถึงการอบรมผู้ให้บริการในพื้นที่ให้เข้าใจผู้สูงวัยทั้งในมิติทางกายภาพ จิตใจ และสังคม

1.3 สนับสนุนสิทธิประโยชน์และงบประมาณสำหรับผู้ประกอบการที่พัฒนาแนวทางรองรับสังคมสูงวัย เช่น การจัดตั้งกองทุนสนับสนุนธุรกิจเชิงสุขภาพ การให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีแก่ธุรกิจที่มีการลงทุนในการพัฒนาบริการเฉพาะทาง หรือการสนับสนุนให้มีระบบให้คะแนนเชิงคุณภาพแก่ผู้ประกอบการที่ใส่ใจกลุ่มผู้สูงอายุตามเกณฑ์ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ (สำหรับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว)

2.1 พัฒนาทักษะบุคลากรและจิตบริการที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย ผู้ประกอบการควรลงทุนในการพัฒนาทักษะของบุคลากรทุกระดับให้เข้าใจในลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวสูงวัย เช่น ความต้องการด้านความปลอดภัย ความเข้าใจง่าย การบริการที่ช้าลงแต่ใส่ใจมากขึ้น ควรจัดอบรมในด้านจิตวิทยาการบริการ การสื่อสารแบบอบอุ่น และการช่วยเหลืออย่างสุภาพและเหมาะสมกับวัย

2.2 ออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เข้าถึงใจ ไม่ใช่แค่เข้าถึงได้ ผู้สูงอายุในปัจจุบันมองหาการท่องเที่ยวที่มีความหมาย มีคุณค่าทางอารมณ์และสังคม ดังนั้น ควรออกแบบบริการ เช่น การพาไปพบปะชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมศิลปะ/สมาธิ การเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือกิจกรรมที่สร้างความรู้สึกร่วมกัน (meaningful engagement) ซึ่งช่วยเสริมสุขภาวะทั้งกายใจ และจิตวิญญาณของผู้สูงวัย

2.3 นำเทคโนโลยีมาใช้แบบเข้าใจง่ายและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย เทคโนโลยีควรเป็นเครื่องมือที่ทำให้บริการง่ายขึ้น ไม่ซับซ้อน เช่น เว็บไซต์หรือ LINE OA ที่มีภาพใหญ่ ตัวอักษรชัดเจน ระบบตอบกลับอัตโนมัติที่ใช้ภาษาธรรมดา ระบบจองบริการแบบไม่ต้องลงทะเบียนซับซ้อน รวมถึงการมีพนักงานช่วยเหลือผ่านสายด่วนหรือแชทบอทเป็นมิตร



2.4 สร้างเครือข่ายความร่วมมือในพื้นที่เพื่อเสริมความมั่นคงทางธุรกิจ ผู้ประกอบการควรรวมกลุ่มกันเพื่อแบ่งปันทรัพยากร เช่น รถโดยสาร ไกด์ ผู้ช่วย บริการสุขภาพ หรือข้อมูลนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น เช่น โรงพยาบาล ศูนย์พัฒนาผู้สูงอายุ หรือ อบต. จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและลดความเสี่ยงทางธุรกิจ

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

3.1 ศึกษาโมเดลความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับภาคส่วนสุขภาพและชุมชนท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเป็นแนวทาง “การท่องเที่ยวแบบพึ่งพาได้” ที่สามารถดูแลผู้สูงอายุในกรณีฉุกเฉิน หรือสามารถให้บริการแบบองค์รวมทั้งสุขภาพกายและใจ

3.2 วิจัยเปรียบเทียบบริบทระหว่างจังหวัดที่มีลักษณะทางพื้นที่หรือประชากรต่างกัน เช่น เปรียบเทียบจังหวัดในกลุ่มปริมณฑล (ปทุมธานี-นนทบุรี-สมุทรปราการ) กับจังหวัดในภาคกลางตอนบน เพื่อหาแนวทางพัฒนาเครือข่ายระดับภูมิภาคที่ยั่งยืน

3.3 ศึกษารูปแบบ “การออกแบบประสบการณ์เชิงอารมณ์” สำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากงานวิจัยในประเทศไทยยังไม่ค่อยมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการออกแบบประสบการณ์ที่สร้างผลทางจิตวิทยาในผู้สูงอายุ เช่น ความรู้สึกมีคุณค่า ความทรงจำ ความผูกพันกับสถานที่ ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นแนวทางการตลาดแบบใหม่ได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

- สำนักงานจังหวัดปทุมธานี. (2566). แผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานี พ.ศ. 2566–2570. ปทุมธานี: สำนักงานจังหวัด.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566). รายงานประชากรสูงอายุของประเทศไทย ปี 2566. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- อมรรักษ์ สวนจุฬ. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการเพิ่มการบริการมูลค่าสูงของจังหวัดสระแก้ว. **วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 12 (2). พฤษภาคม – สิงหาคม 2565 : 99-117.
- Choi, J., & Tkachenko, T. (2019). Developing tourism SMEs in transitional economies. **Journal of Tourism Management Studies**, 31(2), 123–138.
- Elkington, J. (1997). **Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business**. Capstone.
- Gulick, L., & Urwick, L. (1937). **Papers on the science of administration**. Institute of Public Administration.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). **Marketing management** (15th ed.). Pearson Education.
- Ministry of Tourism and Sports. (2022). **Thailand tourism statistics and trends for elderly tourists**. Bangkok: Tourism Intelligence Center.



Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. **Harvard Business Review**, 89(1–2), 62–77.

United Nations. (2019). **World population ageing 2019**. Department of Economic and Social Affairs, Population Division. <https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WorldPopulationAgeing2019-Highlights.pdf>

World Health Organization. (2021). **World report on ageing and health**. WHO Press.