

การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร : โอกาสจากตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ Volunteer Tourism: Chances from Elderly Tourist Market

ใบเฟิร์น วงษ์บัวงาม* ขวลิย์ ณ ถลาง เสรี วงษ์มณฑา

Baifern Wongbuangam, Chawalee Na Thalang, Seri Wongmontha

สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา^{*,2,3}

Tourism and Hotel management University of phayao

bfern_77@hotmail.com

Received: April 13, 2020

Revised: July 4, 2020

Accepted: July 8, 2020

บทคัดย่อ

บทความเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร: โอกาสจากตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค นิยามศัพท์ ความหมายของผู้สูงอายุ แนวโน้มและสัดส่วนประชากรสถานการณ์ผู้สูงอายุ ธุรกิจบริการทางสังคมผู้สูงอายุ รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวสูงอายุ รวมไปถึงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครอันเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมานาน แต่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาของธุรกิจการท่องเที่ยวในหลายมิติ ทั้งด้านสังคม วัฒนธรรม ตลอดจนด้านเศรษฐกิจ จึงกลายเป็นอีกโอกาสของการพัฒนาของตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในการจับคู่กับการใช้ประโยชน์จากความรู้และประสบการณ์ที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวสูงอายุ อีกทั้งยังเป็นการจัดการเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศได้เรียนรู้ปรับตัวและเตรียมความพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้อย่างมีมาตรฐาน เพื่อสร้างโอกาสและความได้เปรียบให้กับธุรกิจทั้งระดับในประเทศและระดับโลกต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสูงอายุ การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร

Abstract

This article is a literature review related to the "Volunteer tourism: Chances from Elderly Tourist Market". It discusses the consumer behavior theory, the meaning and situation of an aging society, social service business for the elderly, tourism behavior patterns and elderly tourists. The article also mentions volunteer tourism, which is new but important for the development of the tourism business in many dimensions, social and cultural as well as economic. It has become a chance for the development of the volunteer tourism market in matching full use of the elderly's knowledge and various experiences. Thailand's domestic tourism business has to learn, adapt and prepare to meet the standards in order to create opportunities and advantages for both local and global businesses.

Keywords: Tourism Management, Elderly tourist, Volunteer tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และเติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก ส่งผลต่อความเจริญทางเศรษฐกิจ สร้างรายได้นำเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศนั้น ๆ และกระจายรายได้ไปยังส่วนธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมกับกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น ก่อเกิดการจ้างงานสร้างอาชีพและโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ (UNWTO, 2016) ซึ่งปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และอรรถาธิบายไมตรีของคนไทย อันเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญของประเทศไทย อีกทั้งอุตสาหกรรมนี้ยังสามารถกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจอื่น ๆ ที่หลากหลายได้ ส่งผลให้การท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยนั้นทวีความสำคัญในฐานะอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย (แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564))

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลาดของนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นตลาดที่สำคัญซึ่งเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีพลังที่มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ทั้งด้านเวลา และกำลังซื้อ อีกทั้งปัจจุบันนักท่องเที่ยวสูงอายุจำนวนมากยังมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง พร้อมกับการเดินทางท่องเที่ยวและกลายเป็นกลุ่มตลาดที่ทรงอิทธิพลในการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก สะท้อนได้จากข้อมูลของ Horwath HTL ที่ระบุว่าในปี 2558 กลุ่มผู้สูงวัยทั่วโลกมีค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยว เฉลี่ยอยู่ที่ 8,736 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี สูงกว่านักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่น เช่น กลุ่ม Millennials และ Gen Y ถึง 3 เท่า อีกทั้งองค์การการท่องเที่ยวโลกได้มีการทำนายแนวโน้มการท่องเที่ยวภายในปี ค.ศ. 2020 ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะส่งผลกระทบสำคัญต่อตลาดการท่องเที่ยวโลก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุเกิน 55 ปี (Alan, et al, 2012)

แนวคิดและนิยามที่เกี่ยวข้อง

บทความนี้ได้นำเสนอแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคตาม American Marketing Association ที่ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภคว่า หมายถึง ปฏิกริยาทางความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของมนุษย์ อันจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิต

1. พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อบุคคลด้าน ความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลง เคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิด ความรู้สึกและการกระทำกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้นความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษา ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม

3. พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (กัลป์กร วรกุลสถฐานีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2553)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่ง เป็นไปตามปัจจัยภายในและภายนอก จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาทำความเข้าใจเพื่อให้สามารถสนองความต้องการได้

ผู้สูงอายุ หรือบางคนเรียกว่า ผู้สูงวัย เป็นคำที่บ่งบอกถึงตัวเลขของอายุว่า มีอายุมากโดยนิยมนับตามอายุตั้งแต่แรกเกิด (Chronological Age) หรือทั่วไปเรียกว่า คนแก่ โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของคำว่า คนแก่ คือ มีอายุมาก หรืออยู่ในวัยชรา และให้ความหมายของคำว่า ชรา คือ แก่ด้วยอายุชำรุดทรุดโทรม

องค์การสหประชาชาติได้ให้นิยามว่า "ผู้สูงอายุ" คือ ประชากรทั้งเพศชาย และเพศหญิงซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป (60+) โดยเป็นการนิยามนับตั้งแต่อายุเกิด ส่วนองค์การอนามัยโลกยังไม่มี การให้นิยามผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่าประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม วัฒนธรรม และสภาพร่างกาย เช่นในประเทศที่เจริญแล้วมักจัดผู้สูงอายุนับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกาย โดยผู้หญิงสูงอายุอยู่ในช่วง 45-55 ปี ส่วนชายสูงอายุอยู่ในช่วง 55-75 ปี นอกจากนั้น องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) และองค์การสหประชาชาติ (United Nations, UN) ใช้คำในภาษาอังกฤษของผู้สูงอายุว่า Older Person or Elderly Person สำหรับประเทศไทย "ผู้สูงอายุ" ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 หมายความว่าบุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย ส่วนคำว่า "สังคมผู้สูงอายุ" องค์การสหประชาชาติแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society หรือ Aging Society) ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) และระดับ สังคมผู้สูงอายุระดับสูงสุด Super - aged society โดยให้นิยามของระดับต่าง ๆ ซึ่งทั้งประเทศไทย และรวมทั้งประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ใช้ความหมายเดียวกันในนิยามของทุกระดับของสังคมผู้สูงอายุดังนี้

1. การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society หรือ Aging Society) คือ การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปรวมทั้งเพศชายและเพศหญิงมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีเกิน 7% ของประชากรทั้งประเทศ
2. สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) คือ เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็น 20% หรือ ประชากรอายุ 65 ปีเพิ่มขึ้น เป็น 14% ของประชากรทั้งประเทศ
3. สังคมผู้สูงอายุระดับสูงสุด (Super-Aged Society) คือ สังคมที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่า 20% ของประชากรทั้งประเทศ

แนวโน้มและสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุโลก

จากข้อมูลการพยากรณ์จำนวนประชากรของโลก พบว่า การเติบโตของประชากรโลกกำลังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วอันมีผลมาจากการพัฒนาด้านการแพทย์ จากความก้าวหน้าด้านสาธารณสุข โดยเฉพาะการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการแพทย์ที่ใช้ในการบำบัดโรค การดูแลสุขภาพ ส่งผลให้อัตราการเสียชีวิตลดลง ผู้สูงอายุมีแนวโน้มอายุยืนยาวขึ้น ซึ่งได้นำพาสังคมโลกเดินทางสู่ "สังคมผู้สูงอายุ" มากขึ้นทุกขณะ ในหลายส่วนภูมิภาคของโลก ประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปมีอัตราการเพิ่มขึ้นมากกว่าประชากรเด็กและผู้ใหญ่วัยทำงานอย่างเห็นได้ชัด (United Nations, 2015)

องค์การอนามัยโลก (WHO) คาดการณ์ว่าในอีก 12 ปีข้างหน้า สัดส่วนผู้สูงอายุของโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 16.5% ของประชากรโลก และในปี พ.ศ. 2593 โลกจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ด้วยสัดส่วนของผู้สูงวัยมากถึง 1 ใน 5 ของประชากร คิดเป็น 21.5% ของประชากรโลก โดยภูมิภาคที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมากกว่าภูมิภาคอื่น ๆ คือ ยุโรป และอเมริกาเหนือ ซึ่งมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากถึง

20% ไปแล้ว (United Nations, 2015) ทั้งนี้ การคาดการณ์ว่าโลกกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในศตวรรษแห่งผู้สูงอายุช่วงปีค.ศ. 2001-2100 นั้น แต่ละประเทศจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม เช่น ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การพัฒนาทางด้านการแพทย์ สะท้อนให้เห็นว่าจำนวนประชากรมีภาวะสูงวัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่ต้องตระหนัก คือ ประชากรเหล่านี้เป็นกลุ่มใหญ่ของประเทศที่มีความท้าทายต่ออุตสาหกรรมบริการต่าง ๆ อย่างมาก เพราะเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ในชีวิตสูง มีความเชื่อมั่นในตนเองมีความอนุรักษนิยมกึ่งสมัยใหม่ มีภาพลักษณ์ที่ดี ใช้ชีวิตเรียบง่าย เป็นผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด และส่วนใหญ่เก็บเงินสะสมเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังพบว่ามีพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวและมีความต้องการใช้เงินในเรื่องนี้เป็นจำนวนมาก (พงษ์ ชัยชนะวิจิตร และคณะ, 2552) ซึ่งการศึกษาของ วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์ (2557) ก็แสดงผลว่าประชากรที่มีช่วงอายุระหว่าง 51 ปี ถึง 69 ปี มากกว่าร้อยละ 72 ใช้เวลาให้มีความสุขกับตนเองโดยการท่องเที่ยว ผู้สูงอายุจึงถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะเป็นกลุ่มคนมีกำลังซื้อ ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทาง และยังมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจึงควรตระหนักถึงช่องทางการเพิ่มโอกาสทางการตลาดจากกลุ่มคนเหล่านี้ (สมยศ วัฒนากมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน, 2553)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ประมาณการว่า จะมีนักท่องเที่ยวสูงอายุเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกถึงประมาณ 611 ล้านคน ในปี ค.ศ. 2030 และจะก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวกว่า 672,100 ล้านเหรียญสหรัฐ คนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีเวลาท่องเที่ยวที่มากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่น ๆ จากการไม่มีภาระทางภาระงานและครอบครัว ความพร้อมด้านการเงินที่สะสมจากการทำงาน ต้องการพักผ่อนหรือแสวงหากำไรชีวิตโดยการเดินทางไปท่องเที่ยว (UNWTO, 2016) มีผลทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวตระหนักถึงศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มากขึ้น ดังนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่กลายเป็นตลาดนักท่องเที่ยวที่หลายประเทศมุ่งให้ความสนใจ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศของตน ดังเช่นในประเทศมาเลเซียให้สิทธิผู้สูงอายุจากญี่ปุ่นเข้าประเทศได้โดยไม่ต้องขอวีซ่า (จิราวุธ รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) และหลาย ๆ ประเทศได้กำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายในการออกมาตรการต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจ และอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวสูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ทางเดินที่นั่งพัก การสื่อสารที่สามารถเข้าถึงผู้สูงอายุได้ง่าย รวมถึงบุคลากรที่คอยให้ความช่วยเหลือดูแล ด้านประเทศไทยก็มีการวางแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวใน ปี พ.ศ. 2560 ซึ่งมีเป้าหมายการสร้างรายได้จากการเจาะกลุ่มตลาดศักยภาพสูง นักท่องเที่ยวคุณภาพที่มุ่งเจาะกลุ่มผู้สูงวัยด้วย

สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย

นับตั้งแต่ประเทศไทยได้ประกาศนโยบายงานวางแผนครอบครัว เมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2513 พบว่าประเทศไทยประสบความสำเร็จอย่างยิ่งยวดในการลดอัตราการเกิดของประชากร ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรในประเทศ โดยที่ประชากรวัยเด็กกลดสัดส่วนลง ประชากรวัยทำงานเพิ่มสัดส่วนขึ้น และประชากรผู้สูงอายุเพิ่มสัดส่วนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์, 2562)

ประเทศไทยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นสัดส่วน 10 เปอร์เซ็นต์ของประชากรทั้งหมดในปี พ.ศ. 2548 ซึ่งทำให้ไทยถูกจัดเข้าอยู่ในเกณฑ์ ‘สังคมผู้สูงอายุ’ (Aging Society) ตามนิยามขององค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) (ชมพูนุช พรหมภักดี, 2556) ซึ่งปัจจุบันสัดส่วนผู้สูงอายุของไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562 อยู่ที่ 16.73 เปอร์เซ็นต์ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2563) และคาดการณ์กันว่า ภายในปี 2564 ประชากรสูงวัยจะเพิ่มขึ้นเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ เข้าเกณฑ์ ‘สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์’ (Aged Society) และภายในปี 2574 ประชากรสูงวัยจะเพิ่มเป็น 28 เปอร์เซ็นต์ เรียกได้ว่าเตรียมก้าวสู่การเป็น ‘สังคมสูงวัย

ระดับสูงสุด' (Super-Aged Society) และคาดการณ์ว่าภายในปี 2583 จะมีประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 1 ใน 3 ของประชากรทั้งประเทศ ขณะที่คนวัยทำงานหรือประชากรวัยแรงงาน อายุ 15-59 ปี เริ่มมีสัดส่วนที่ลดลง เช่นเดียวกับเด็กอายุ 0-14 ปี ก็มีจำนวนลดลงอย่างเห็นได้ชัด (เวทย์แมกกาซีนออนไลน์, 2560) จากข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับบทความของเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2557) กล่าวว่าทิศทางในอนาคตสำหรับสังคมไทย คือ ลักษณะทางสังคมต้องปรับเปลี่ยนเป็นสังคมที่เอื้อเฟื้อ คำนึงถึง และให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุมากขึ้น มีการอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุไทยโดยเฉพาะ ทั้งสินค้าและบริการ รวมไปถึงจะมีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุโดยตรงมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจบริการทางสังคมผู้สูงอายุ

การเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุทั่วโลกทำให้เกิดระบบเศรษฐกิจใหม่ซึ่งเรียกกันว่าเศรษฐกิจสูงวัย หรือ Silver Economy ซึ่งถือเป็นระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการและความจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุเป็นหลัก ปัจจุบันผู้สูงอายุมีทางเลือกในการใช้ชีวิตมากขึ้น มีศักยภาพสูงขึ้น ช่วยเหลือตัวเองได้ดี ทำให้บางรายเลือกจะอยู่ลำพังคนเดียวโดยไม่พึ่งพาผู้อื่น มีการเรียนรู้จะเตรียมความพร้อมที่จะอยู่ด้วยตนเอง ดังนั้น ธุรกิจบริการจึงมีความจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุที่มีทางเลือกมากในการใช้บริการแต่ละครั้ง ต้องตรงใจ สิ่งที่หลายคนต้องการ คือ สังคมและสภาพแวดล้อม ความมั่นคง การเข้าถึงสังคมที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ สิทธิชัย ธรรมเสนห์ (2555) พบว่า สิ่งที่สำคัญต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทัศนคติและสถานะของผู้สูงอายุ ซึ่งต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐในรูปแบบของเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ บริการทิวผู้สูงอายุ และการบริการกิจกรรมให้ความบันเทิง ส่วนแนวคิดในการดำเนินธุรกิจบริการเพื่อผู้สูงอายุแต่ละชาติจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยมและวัฒนธรรมที่ต่างกัน ในประเทศไทยพบว่า ผู้สูงอายุต้องการมีอายุยืนยาว ต้องการปัจจัยพื้นฐาน มีบรรยากาศที่ดีสร้างความรู้สึกรอบอุ่นแบบครอบครัวผ่อนคลาย การให้บริการที่ส่งเสริมสุขภาพกายใจ และมีผู้ดูแลช่วยเหลือรักษาจิตใจในกรณีที่อยู่โดดเดี่ยวหรือแยกจากครอบครัว และไม่เป็นภาระต่อสังคม ซึ่งธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุที่สำคัญ ได้แก่

1. ด้านความบันเทิง วัยสูงอายุต้องการกิจกรรมบันเทิงเพื่อผ่อนคลายด้านร่างกาย อารมณ์และจิตใจ เช่น การร้องเพลง การชมการแสดง ส่งเสริมการแสดงออก สร้างมนุษยสัมพันธ์ และสะท้อนภาพความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน การสร้างความรู้สึกรัก เช่น การดูโทรทัศน์ ชมภาพยนตร์ เล่นดนตรี งานเทศกาลประเพณี

2. ด้านการท่องเที่ยว วัยสูงอายุเป็นช่วงที่มีเวลามากที่สุด เพราะไม่ต้องทำงาน และอาจต้องการใช้ชีวิตในบั้นปลาย เพื่อให้มีความสุขที่สุดกับชีวิตที่เหลืออยู่ ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุอยากกระทำ เพราะช่วยให้ได้เปิดโลกกว้าง ได้พบปะเพื่อนฝูง สถานที่ที่อยากไปมากที่สุด ส่วนมากเป็นวัดที่มีชื่อเสียง นอกจากจะได้เปิดหูเปิดตาแล้วยังเป็นโอกาสให้พูดคุยระลึกความหลัง เป็นการปลดปล่อยความในใจได้พูดคุยเรื่องที่ก่อให้เกิดเพลิดเพลิน เป็นการท่องเที่ยวที่ดีต่อสุขภาพจิต

3. ด้านกีฬาและนันทนาการ เมื่อถึงวัยที่ถูกลดบทบาทลง ผู้สูงอายุเองก็เริ่มผ่อนคลายทุกวัน สิ่งเหล่านี้มีผลต่อร่างกายและอารมณ์ เมื่อเป็นวัยที่มีเวลามากเป็นพิเศษ การเล่นกีฬาและนันทนาการก็ช่วยให้ผู้สูงอายุมีความสุขขึ้น เพราะได้ทำกิจกรรมร่วมกับผู้อื่น ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์และสร้างความสุขทางใจให้กับผู้สูงอายุ

4. ด้านการติดต่อสื่อสาร คือ สิ่งสำคัญในชีวิตมนุษย์นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่ว่าหาไม่ได้เกี่ยวข้องกับโดยตรงกับชีวิตมนุษย์แต่สิ่งที่จะต้องมาต้องใช้การติดต่อสื่อสารเป็นเครื่องมือ เป็นการสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน

5. ด้านการดูแล ธุรกิจด้านการดูแล เช่น สร้างความพึงพอใจในการดำเนินชีวิต มีรายได้ที่เป็นเงินตรา ทำให้รู้สึกภาคภูมิใจในตนเองที่สามารถสร้างงาน แรงจูงใจทำให้เกิดความมานะพยายาม ประสบความสำเร็จ มองโลกในแง่ดี รู้สึกว่าเป็นผู้มีประโยชน์มีเกียรติจากความสามารถของตน

6. ด้านกิจกรรมส่งเสริมภูมิปัญญาและการศึกษา การสนับสนุนให้เข้าร่วมกิจกรรม เป็นสิ่งหนึ่งที่ช่วยให้มีความสุข ถ้าบุคคลประสบผลสำเร็จในการทำกิจกรรม ส่งผลโดยตรงต่อการนับถือตนเอง การร่วมงานทางสังคมก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้สูงอายุอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณค่าและมีความสุข เช่น อาสาสมัครร่วมงานกับองค์กรอื่น และกิจกรรมส่งเสริมอาชีพ เช่น การแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้าน

ดังนั้น จะเห็นว่าธุรกิจบริการทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ มีปัจจัยที่น่าสนใจ ได้แก่ ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ทำการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความบันเทิง เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ทั้งร่างกายและจิตใจ หรือเป็นการยืดอายุการเจ็บป่วยออกไป โดยจากเหตุที่ผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงมีความเสื่อมด้านต่าง ๆ ของระบบการทำงานในร่างกาย อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุยังต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ร่วมด้วย เนื่องจากเป็นกลุ่มตลาดที่ต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีความคุ้มค่า เช่น ด้านความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและเพียงพอ ปัจจัยด้านจิตวิทยาเช่นความใส่ใจของผู้ให้บริการต่อนักท่องเที่ยวสูงอายุแต่ละคน การสร้างบรรยากาศให้ผู้สูงอายุรู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง ความเข้าใจถึงความเสื่อมถอยและข้อจำกัดของผู้สูงอายุ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมนันทนาการอีกรูปแบบหนึ่งของผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มการเติบโตทางการตลาดสูงในอนาคต

รูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวสูงอายุ

Cohen, E (1979) ได้แบ่งรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยทั่วไปไว้ 4 รูปแบบ ดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบที่ต้องการได้รับความสำราญ (Recreational Tourists) เน้นความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนร่างกาย เน้นความสำราญเพลิดเพลิน
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์จริงจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส
3. กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบต้องการสัมผัสกับคนท้องถิ่น (The Experimental Tourists) โดยมีลักษณะเด่นคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ มีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
4. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีความต้องการใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น ชอบใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน

จากงานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษารูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีพฤติกรรมเหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไปตามรูปแบบของ Cohen, E (1979) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบที่ต้องการได้รับความสำราญ ซึ่งอาศิรา ราชเวียง (2560) ที่พบว่านักท่องเที่ยวถือว่าเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้เกิดความผ่อนคลายในการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับ พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ (2559) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุเน้นการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบพฤติกรรมท่องเที่ยวที่มุ่งหาประสบการณ์ ซึ่ง วาริชต์ มัธยมบุรุษ (2554) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการได้รับข้อมูลความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวที่ละเอียดมากกว่าปกติ เพราะว่าเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว จึงต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวควรมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้น ในการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องให้มีการอธิบายถึงรากเหง้ามากกว่าแค่ภาพลักษณ์ภายนอก ควรเน้นประวัติศาสตร์ ผวนวกกับวิถีชีวิตความเชื่อและคุณค่าของสถานที่ท่องเที่ยวเข้าไปด้วย (กรวรรณ

สังขกร และคณะ, 2558) รวมถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรปเองก็พบว่า เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ และเพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่เช่นเดียวกัน นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบต้องการสัมผัสกับคนท้องถิ่น ดังที่ (Eliopoulos, 1987, อ้างถึงใน สามารถ สุวรรณรัตน์ และคณะ, 2558) ได้กล่าวว่า สังคมควรให้การสนับสนุนให้มีกิจกรรมที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้สูงอายุด้วยกัน และสุดท้ายนักท่องเที่ยวมีรูปแบบพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น ชอบใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน ซึ่งงานวิจัยของ วาริชต์ มัธยมบุรุษ (2554) พบว่า นักท่องเที่ยวสูงอายุเน้นท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสัมผัสความรู้สึกได้ยาวนานเหมือนการท่องเที่ยวแบบเนิบช้าหรือแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism)

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวสูงอายุนั้นจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก พักนานใช้จ่ายสูง มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค ขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตจึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น และเนื่องจากผู้สูงอายุมักมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว ดังนั้น การเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมาก และควรมีการเตรียมการที่ดี (จิราวัต รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) เนื่องด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความเฉพาะตัวโดยมีความสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละประเภทดังนี้ คือ

พงศ์เสวก อเนกจรรย์พร (2558) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร เสนอแนะว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงคุณลักษณะของประชากรรุ่นเบบี้บูมโดยเฉพาะด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตร ภาวะครอบครัว อาชีพ ระดับการศึกษา สุขภาพ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เพราะมักจะมีประสบการณ์ในการพิจารณาข้อมูล เช่น ความคุ้มค่าของราคาในการให้บริการ สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยและมีความพร้อมมากน้อยเพียงใด ความเหมาะสมในการให้บริการต่อความหลากหลายในครอบครัว บุคคลที่มีความต้องการพิเศษ สมาชิกในครอบครัว การวางแผนเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้ร่วมทางที่มีความหลากหลาย เป็นต้น ซึ่งข้อมูลข้างต้นสามารถเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวรุ่นเบบี้บูมที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยตระหนักถึงบริบทปัจจัยด้านจิตวิทยาและปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมประกอบในการจัดบริการต่าง ๆ ด้วย เช่น การพัฒนารูปแบบการให้ข้อมูลที่หลากหลายรูปแบบและทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ต เฟสบุ๊ก และการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัย ซึ่ง อาศิรา ราชเวียง (2560) พบว่าปัจจุบันปริมาณการใช้เครือข่ายออนไลน์ของกลุ่มผู้สูงอายุมีมากขึ้น องค์การธุรกิจท่องเที่ยวจึงต้องเรียนรู้และปรับตัว โดยต้องสามารถสร้างสื่อการโฆษณาที่มีความเหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุที่ชื่นชอบเดินทางท่องเที่ยว โดยองค์การธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องเห็นความสำคัญการออกแบบสื่อโฆษณาที่มีการใช้รูปแบบของตัวอักษร สี รูปภาพประกอบหรือภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสม นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มเป้าหมายสามารถใช้บริการด้วยความสะดวกสบายและเข้าถึงการใช้งานได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้ผู้สูงอายุเลือกใช้ช่องทางดังกล่าวในการติดตามข้อมูลข่าวสาร และใช้เป็นช่องทางในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์และบริการ นอกจากนั้นควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้โดยคำนึงถึงความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น อีกทั้งปิยฉัตร ทองแพง (2555)

ได้นำเสนอรูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุภาคกลาง เรียกชื่อว่า “TOUR RESPECT MODEL” ประกอบไปด้วย Tour Operator: ผู้ประกอบการนำเที่ยว Responsible guide: ความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์ ต้องมีความเข้าใจธรรมชาติและจิตวิทยาของผู้สูงอายุ Equip with Appropriate Equipment: การแสวงหาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ Superior in Quality Services: การบริการที่มีคุณภาพดี Prepare for Right Activities: การจัดเตรียมกิจกรรมที่เหมาะสม Entertainment for happiness: การสร้างความบันเทิง ความสุขทางกายและใจให้เกิดความเพลิดเพลิน และส่งผลดีต่อสุขภาพ Caring for Safety: การใส่ใจในเรื่องความปลอดภัย และสุดท้าย Trusty Marketing Management: ความเชื่อถือได้ทางการจัดการด้านการตลาด

ดังนั้น จากข้อมูลแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นสามารถสรุปปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาบริการเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้ดังนี้

1. บริษัทนำเที่ยว พิจารณาจากรายการนำเที่ยว ความยืดหยุ่นของการเที่ยวชมสถานที่แต่ละแห่ง การให้บริการมัคคุเทศก์ที่เข้าใจนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. พาหนะเดินทาง พิจารณาจากความปลอดภัย และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกขณะเดินทาง
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรมท่องเที่ยว พิจารณาจากที่จอดรถ ทางลาด ราวจับบันได ทางเดินเชื่อม ป้ายสัญลักษณ์ ห้องน้ำ และศาลาที่นั่งพัก
4. ร้านอาหาร พิจารณาจากประเภทของอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ
5. ประเภทกิจกรรมที่ชื่นชอบ เช่น การเที่ยวชมธรรมชาติ การเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม และการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม
6. สื่อสารเครือข่ายออนไลน์ พิจารณาจากการสามารถสร้างและเลือกสื่อการโฆษณา สื่อออนไลน์ที่มีความเหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิต เพื่อส่งข่าวสารที่ต้องการสื่อถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่ชื่นชอบเดินทางท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร

การท่องเที่ยวนั้นถูกแบ่งออกเป็นหลายประเภท ซึ่งการแบ่งลักษณะการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจะมีอยู่ 2 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบมวลชนหรือการท่องเที่ยวในกระแสหลัก (Mass Tourism) โดยจะให้ความสำคัญกับความเป็นมาตรฐาน (Standard) ของการบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก เน้นความประหยัด ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวทางเลือกหรือการท่องเที่ยวกระแสใหม่ (Alternative Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นปัจเจก ความเฉพาะเจาะจง (Specialization) การเข้าถึงคุณค่า ความเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรมและบทบาทในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

ในการท่องเที่ยวกระแสหลัก นักท่องเที่ยวเป็นเพียงผู้เฝ้ามองชุมชนหรือพื้นที่สถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น ๆ เพื่อชื่นชมในความสวยงามหรือความโดดเด่นในด้านใดด้านหนึ่ง แต่ในการท่องเที่ยวแบบทางเลือก นักท่องเที่ยวจะเข้าไปเป็นผู้มีส่วนร่วมกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวในทางใดทางหนึ่งที่จะสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวแบบทางเลือกก็ได้หลายแบบ เช่น การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) และการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร (Volunteer Tourism) ซึ่งล้วนเป็นรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่เน้นการพัฒนา ซึ่งครอบคลุม 3 มิติ คือ มิติด้านสังคม มิติด้านสิ่งแวดล้อม และมิติด้านเศรษฐกิจ โดยดำเนินงานอย่างสมดุลระหว่างกัน โดยไม่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายในพื้นที่ท่องเที่ยว รวมทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่

เน้นการท่องเที่ยวที่นำเสนอกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมด้านศิลปะ หัตถกรรม หรือการทำอาหาร เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น (ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ ชีระวัฒน์ จันทิก, 2561) ซึ่งล้วนได้รับความสนใจมากขึ้น (Stoddart and Rogerson, 2004) เมื่อรูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป กลุ่มนักท่องเที่ยวเหล่านี้ก็ได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดไปด้วยซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้ คือ การแสวงหาประสบการณ์ และในเวลาเดียวกันการเดินทางจะต้องมีคุณค่าและมีความหมาย จึงเลือกใช้เวลาว่างในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมาร่วมทำประโยชน์ให้กับชุมชน เปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากการเป็นผู้รับกลายเป็นผู้ให้ กลายเป็นที่มาของการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร หรือ Volunteer Tourism (Coldwell, 2014) การศึกษาของ Chen, L. and Chen, J., (2011) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครเป็นการไปทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ซึ่งกันและกัน นั่นก็คือ ตัวอาสาสมัครเองและชุมชนรวมถึงบุคคลที่มีส่วนร่วมในการทำประโยชน์ การเป็นอาสาสมัครยังค้นพบอีกว่า เป็นการรู้จักตัวเองและวัฒนธรรมต่าง ๆ ผ่านการเปิดโลกทัศน์ที่จะนำไปสู่การเข้าใจในวัฒนธรรมอื่น ๆ

จากการศึกษาของ Grimm and Needham (2012) พบว่า ทวีปหรือประเทศที่ด้อยพัฒนาจะมีความสามารถในการดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครได้เป็นอย่างดี เนื่องจากคนกลุ่มนี้มองว่าสถานที่เหล่านี้ต้องการความช่วยเหลือจากพวกเขามากกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งแรงจูงใจที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังต่างประเทศเพื่อประกอบกิจกรรมอาสาสมัคร จากการศึกษาของนักวิจัยหลายท่านพบว่า แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้เปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนทั่วไปเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร ได้แก่ ความประสงค์ที่จะช่วยเหลือผู้อื่น ความสนใจเฉพาะส่วนบุคคล ความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ตลอดจนการได้รับมิตรภาพจากผู้อื่น (Campbell & Smith, 2005 ; Chen & Chen, 2011 ; Wearing, 2001) ในขณะที่ Sin (2009) พบว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครมักจะเกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะไปเที่ยวเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม ความต้องการช่วยเหลือผู้อื่น การไม่เห็นแก่ตนเองก็ยังเป็นแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในการศึกษาหลายครั้ง เช่นเดียวกับการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร ที่จังหวัดหนองคายของปสุตา โพธิ์งาม (2555) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร สนใจในกิจกรรมของมูลนิธิอิสระ นักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์โดยเฉพาะการพัฒนาตนเอง และก่อให้เกิดสำนึกและความรับผิดชอบต่อสังคม

การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร มีลักษณะผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวในรูปแบบความสนใจพิเศษกับการทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ในพื้นที่ท่องเที่ยวที่ได้ไปเยี่ยมชมเยือน การท่องเที่ยวความสนใจพิเศษ อาทิ เชิงนิเวศ วัฒนธรรม การศึกษาด้านภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ เกษตร กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ (Voluntary activities) อาทิ การปลูกป่า การสอนภาษาอังกฤษ การสร้างโรงเรียน การสร้างฝายแม้ว การทำเส้นทาง ศึกษาธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งการขยายตัวของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้นั้นเริ่มเป็นที่นิยมในหมู่นักศึกษา หรือคนทำงานที่เอาวันหยุดยาว ๆ ในการปิดเทอมหรือลาพักร้อนของตนเองไปให้ประโยชน์เพื่อความสุขของตนเองในขณะเดียวกันก็ได้มอบความสุขนี้ให้กับคนอื่นในเวลาเดียวกันด้วย ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีการกระจายกิจกรรมดังกล่าวออกไปในเกือบจะทุกทวีปทั่วโลก (Sin, H. L., 2010) ซึ่งประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครที่ได้รับคามนิยมจากนักท่องเที่ยวรูปแบบนี้ จากการจัดกลุ่มของ Handups Holidays (2012), Cheung, Michel & Miller (2010) และ Callanan & Thomas (2005) ซึ่งได้จัดกลุ่มกิจกรรมไว้ 10 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มประชาสัมพันธ์ 2) กลุ่มการสอน 3) กลุ่มการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม 4) กลุ่มพัฒนาธุรกิจ 5) กลุ่มก่อสร้าง

6) กลุ่มพัฒนาวัฒนธรรม 7) กลุ่มการวิจัยและศึกษาสภาพแวดล้อม 8) กลุ่มทางการแพทย์ 9) กลุ่มการพัฒนาชุมชน 10) กลุ่มท่องเที่ยวในชุมชน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในประเทศไทยเกิดขึ้นมาเป็นเวลานานแล้ว โดยเกิดมาจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยสึนามิ การที่องค์กรพัฒนาเอกชนรับชาวต่างประเทศเข้ามาทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ให้กับท้องถิ่น โดยในเดือนมกราคม พ.ศ. 2548 ได้มีการจัดตั้งศูนย์อาสาสมัคร “The Tsunami Volunteer Center” ขึ้นในอำเภอเขาหลัก จังหวัดพังงา ซึ่งมีอาสาสมัครจากนานาชาติจาก 51 ประเทศทั่วโลก จำนวน 3,500 คน อายุระหว่าง 19 - 67 ปี เข้ามาเพื่อช่วยสร้างบ้าน สอนภาษาอังกฤษ ต่อเรือ และเมื่อเสร็จภารกิจ อาสาสมัครต่างประเทศเหล่านั้นก็จะเดินทางท่องเที่ยวภายในพื้นที่ คำว่า การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร ได้รับการเผยแพร่และความสนใจมากขึ้นหลังจากการฟื้นฟูชุมชนจากภัยพิบัติสึนามิ และยังได้ทำให้เกิดความตื่นตัวของการทำงานอาสาสมัครและพัฒนาเป็นกระบวนการและเครือข่ายจิตอาสาในประเทศไทยที่ชัดเจนมากขึ้น (สุนิตย์ เชมภู และวินัย เมฆไตรภพ, 2548) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในปัจจุบันกำลังได้รับความสนใจทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครมีอายุระหว่าง 13-70 ปี ขึ้นอยู่กับประเทศภูมิลำเนา และส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (Stoddart & Rogerson 2004, Sin, 2010) แต่ พรณี สอนเพลง (2559) พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยว Gen Y (อายุ 17-34 ปี) จะเป็นกลุ่มหลัก ๆ ที่ทำให้กระแสการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ หรือหากจะเรียกว่าเป็นเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในกลุ่มวัยรุ่นก็คงจะไม่ผิดนัก เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบการเดินทางเพื่อการมองหาสิ่งใหม่ ๆ มีความกระตือรือร้นที่อยากทำประโยชน์ให้กับสังคม เช่นเดียวกับ กาญจนา สมมิตรและนิทัศน์ บุญไพศาลสถิตย์ (2556) ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครในประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากทวีปยุโรปและอเมริกา เป็นเพศชายมากกว่าหญิง อายุระหว่าง 11-35 ปี เป็นกลุ่มนักเรียนที่อายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.25 มีช่วงอายุประมาณ 21-30 ปี จากงานวิจัยของ พงษ์จันทร์ คล้ายอุดมและคณะ (2555) พบว่า กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครของต่างชาติที่เข้ามาทำในไทยคือ 1) ด้านการสอนและให้ความรู้ โดยจะเข้ามาสอนภาษาอังกฤษให้เด็ก ๆ ในโรงเรียน สอนศาสนา สอนทำของฝาก 2) ด้านการดูแลผู้ป่วย โดยจะเข้ามาดูแลผู้ป่วยที่เป็นชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย 3) ด้านการดูแลเด็ก เช่นดูแลเด็กในศูนย์รับเลี้ยงเด็ก 4) ด้านการดูแลสัตว์ เช่นช้าง เสือ สุนัข แมว 5) ด้านการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานเช่น การทำถนน สร้างอ่างเก็บน้ำ การทำฝาย 6) ด้านการเรียนรู้ร่วมกันกับชุมชน เช่นการสร้างบ้านดิน การทำเกษตรและหัตถกรรม 7) ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่าชายเลน เก็บขยะ เป็นต้น ในขณะที่การศึกษาของ Pongponrat (2017) เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร: การรับรู้ของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยของไทยพบว่า นักศึกษาในมหาวิทยาลัยของไทยไม่ค่อยได้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครเนื่องจากขาดข่าวสารข้อมูล ไม่มีเวลา และสนใจในการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นที่มีกิจกรรมที่น่าดึงดูดมากกว่า จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครไม่ค่อยได้รับความนิยมนักสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศไทยแม้จะอยู่ในวัยหนุ่มสาวที่เป็นเยาวชนของชาติ

จากแนวโน้มการเติบโตอย่างรวดเร็วของกลุ่มผู้สูงอายุทั้งระดับโลกและในประเทศ ซึ่งส่งผลให้เกิดการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครที่กำลังกลายเป็นที่นิยมแผ่ขยายในวงกว้างของสังคมโลก ซึ่งมีความเกี่ยวข้อง สอดคล้องกับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงทำให้ทั้งสองกลุ่มนี้น่าจับตามอง และควรสร้างโอกาสด้วยการจับคู่ จากความรู้ ประสบการณ์ และเวลาว่างที่มีของผู้สูงอายุ กับการเดินทางท่องเที่ยวที่สามารถใช้ประโยชน์จากความรู้และประสบการณ์อันมากมายเหล่านั้น เพื่อก่อให้เกิดคุณค่ากับบุคคลอื่นในสังคม ควบคู่ไปกับการสร้างความสุข

ให้กับตัวนักท่องเที่ยวเอง โดยการได้ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและการมีโอกาสดูแลเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม อีกทั้งยังส่งผลต่อความสุขทางใจ สภาพทางจิตวิทยาของผู้สูงอายุเองที่มีแนวโน้มที่ดีจากการได้แสดงให้เห็นว่าตนเองยังมีคุณค่า มีประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม จากหลากหลายกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครที่ได้ร่วมทำ ซึ่งผลจากงานวิจัยของ กิริยา ตันสวัสดิ์ และบุญเชิด หนูอิม (2557) พบว่า หลังการเข้าร่วมทำงานอาสาสมัคร สุขภาวะของผู้สูงอายุทุกด้าน ได้แก่ สุขภาวะทางกาย ทางจิต ทางสังคม และทางจิตวิญญาณ ดีกว่าก่อนการเข้าร่วมทำงานอาสาสมัครอย่างมีนัยสำคัญ

สิ่งที่ควรพิจารณาจัดการ คือ แนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และสร้างให้นักท่องเที่ยวสูงอายุที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายใจ เพราะลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ในบางประการ ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครควรพิจารณาจากปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาบริการ เพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่ได้นำเสนอไปข้างต้น ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมอาสาสมัครที่เป็นความสนใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุแต่ละกลุ่ม การผลักดันกิจกรรมอาสาสมัครที่น่าสนใจและเป็นที่ต้องการในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ เข้าเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยว อีกทั้งจากกระแสกิจกรรมจิตอาสาในประเทศขณะนี้ก็น่าจะสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวสูงอายุให้มีความสนใจ มีโอกาสเข้าร่วมท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงอาสาสมัครนี้ได้ การได้เข้าไปมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาในแต่ละพื้นที่ ก็น่าจะเป็นกิจกรรมที่ส่งผลดีกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งสำหรับชุมชนในพื้นที่ยังเป็นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริงอีกด้วย

บทสรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอแนวคิด เรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร: โอกาสจากตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ” นั้น พบว่า ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุนั้นมีความสำคัญที่ทุกภาคส่วนต้องตระหนักถึง อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรซึ่งส่งผลต่อการให้บริการธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุ พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ และแนวคิดที่นับว่าเป็นทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้ (Alternative Tourism) คือ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครที่ต้องจัดการให้สามารถรองรับความต้องการที่แตกต่างของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการเป็นกลไกในการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะเรื่องของการสร้างและศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวเป้าหมายอย่างถ่องแท้เพื่อเตรียมความพร้อมเป็นสิ่งที่สำคัญ ซึ่งสิ่งที่จำเป็นต้องรู้ คือ สถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อทราบว่ามีสิ่งใดได้เกิดขึ้น และการคาดการณ์แนวโน้มที่จะเป็นไป เพื่อที่จะสามารถคาดการณ์รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่จะเป็นไปในอนาคตได้อย่างแม่นยำ ก่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจนผลิตเป็นองค์ความรู้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจในทุกระดับได้

เอกสารอ้างอิง

กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 สืบค้นเมื่อ 1กรกฎาคม 2563, จาก <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/275>

- กรวรรณ สังขกรและคณะ. (2558). *การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- กัลป์กร วรกุลสถฐานี และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). *การโฆษณาเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา สมมิตร และนิทัศน์ บุญไพศาลสถิต. (2556). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 7(1) มิถุนายน 2556 - พฤศจิกายน 2556, 47-58.
- กิริยา ตันสวัสดิ์และบุญเชิด หนูอิม. (2557). ปัจจัยเกี่ยวพันและสุขภาวะที่ผู้สูงอายุได้รับจากการเข้าร่วมทำงานอาสาสมัครในโรงพยาบาลชลบุรี. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 22(39) (พฤษภาคม-สิงหาคม 2557), 263-277
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2557). *แนวโน้มโลก 2050 (ตอนที่ 3) : สังคมโลก...สังคมผู้สูงอายุ*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.kriengsak.com/elderly-world-3>
- จิราวัต รัตนไพฑูรย์ชัย. (2557). *ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ: โอกาสใหม่ไทย เด็บโตรับ AEC*. สืบค้นเมื่อ 27 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.itd.or.th>
- ชมพูนุช พรหมภักดี. (2556). *การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2560, จาก library.senate.go.th/document/Ext6078/6078440_0002.PDF
- ทิพย์สุดา ปทุมมานนท์. (2552). *จิตวิทยา สถาปัตยกรรม มนุษย์ ปฏิสัมพันธ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์.
- ปสุตา โพธิ์งาม. (2555). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร: กรณีศึกษามูลนิธิอิสระ จังหวัดหนองคาย ประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- ปิยฉัตร ทองแพง. (2555). รูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุภาคกลาง. *วารสารศรีวนาลัยวิจัย*. 1(2).135-143
- พงศ์เสวก อนเนกจำนงพร. (2558). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- พงษ์ ชัยชนะวิจิตร และคณะ. (2552). *Lifestyle ของกลุ่ม Baby boomers*. วิทยาลัยการจัดการ มหิดล. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2560, จาก <http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt>
- พรรณี สวนเพลง. (2559). *การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำเพ็ญประโยชน์ในกลุ่มจังหวัดสนุก (สกลนคร-นครพนม-มุกดาหาร)*. กรุงเทพมหานคร. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- เมเนเจอร์ออนไลน์. (2560). *ล้นต่อเนื่อง! ประชากรไทยปี 59 กทม. 5.68 ล้านคน*, สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560, จาก <https://mgronline.com/politics/photo-gallery/9600000032639>
- ราณี อธิชัยกุล และคณะ. (2552). *การวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ ประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล และ อีระวัฒน์ จันทิก. (2561). การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวสูงอายุ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*. 4(1) (กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2561). 12-28
- วลัยพร ธีวระกุลไพฑูรย์. (2557). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- วราชต์ มัยยมบุรุษ. (2554). แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ กรณีศึกษาพื้นที่รอบการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554; “การพัฒนาอนาคตชนบทไทย : ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน” 27-29 มกราคม 2554: 189-193.
- เวย์แมกกาซีน. (2560). *สังคมสูงวัย & วิถีชีวิตไลฟ์สไตล์*, สืบค้นเมื่อ 28 สิงหาคม 2560 จาก https://waymagazine.org/aging_society/
- ศิริวรรณ อรุณทิพย์ไพฑูรย์. (2562). สังคม...สิ่งแวดล้อม สำคัญอย่างไรต่อผู้สูงอายุ. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2563, จาก <http://www.dop.go.th/th/know/3/279>
- สมยศ วัฒนากมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน. (2553). นักท่องเที่ยวสูงอายุ: กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 2(1), 95-103.
- สามารถ สุวรรณรัตน์ และคณะ. (2558). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมระหว่าง นักท่องเที่ยวสูงอายุและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2555). รูปแบบการจัดการธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*. 6(1), 88-99.
- สุนิตย์ เชรษฐาและวินัย เมฆไตรภาพ. (2548). รายงานฉบับสมบูรณ์ “การศึกษาและประยุกต์บทเรียนงาน อาสาสมัครจากต่างประเทศเพื่อการพัฒนาอาสาสมัครในประเทศไทย”. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- องค์การสหประชาชาติ. (2015). *World Population Prospects: The 2015 Revision*
- อาศิรา ราชเวียง. (2560). การโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มผู้สูงอายุ. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 12 (1) (มกราคม – เมษายน 2560)
- Alan et al. (2012). *New opportunities for the Tourism Market: Senior Tourism and Accessible Tourism*, University of Vigo, Spain, pp.139-166. INTECH Open Access Publisher.
- Amadeus. (2013). “*Shaping the Future of Travel in Asia Pacific: The Big Four TravelEffects.*” www.apacwhitepapers.amadeus.com (accessed August 11, 2017).
- Callanan, M. & Thomas, S. (2005). Volunteer tourism: Deconstructing volunteer activities within a dynamic environment. In Marina Novelli (editor). *Niche Tourism Contemporary issues, trends and cases*. (pp. 183-200). Wallington: Elsevier
- Campbell, L. M., & C. Smith. (2005). Volunteering for Sea Turtles? Characteristics and Motives of Volunteers Working with the Caribbean Conservation Corporation in Tortuguero, Costa Rica.” *MAST*. 3, 169-93.
- Chen, L. and Chen, J., (2011). The motivations and expectations of international volunteer tourists: A case study of Chinese Village Traditions. *Tourism Management*. 32, 435-442.
- Cheung, S. Michel, m. & Miller, D. (2010). *Voluntourism, Give a little Gain a lot*. Research Analyst Program April 8, 2010. Gorgian College. Retrieved July 11, 2017, from <https://www.ecotourism.org/voluntourism-guidelines>.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13, 170–201.

- Coldwell, W. (2014). Volunteer Holidays : How to Find an Ethical Project. *The Guardian*, Retrieved June 28, 2015, from <http://www.theguardian.com/travel/2014/feb/17/volunteer-holidays-how-to-find-right-project>
- Eliopoulos, S. (1987). *Gerontological nursing*. Philadelphia: J.B. Lippincott.
- Grimm, K. E., & Needham, M. D. (2012). Moving beyond the “I” in Motivation: Attributes and Perception of Conservation Volunteer Tourists. *Journal of Travel Research*. 51(4), 488-501
- Handup Holidays. (2012). *Meaningful Taste of Volunteering Projects for You to Choose*. Retrieved July 11, 2017, from <http://www.handsupholidays.com/read/Volunteer-Projects>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. (9th ed). Bangkok: N.H. Group, Ltd.
- Manager online. (2017). Available <https://mgronline.com/politics/photo-gallery/9600000032639>(in Thai) (20 August 2017)
- Pongponrat, Kannapa. (2017). Volunteer Tourism Development: Perceptions from University Students in Thailand. *Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities, and Arts*. 17(1) 115- 148.
- Sin, H.L. (2010). Who are we responsible to? Locals’ tales of volunteer tourism. *Geoforum* 41: 983-992.
- Stoddart & Rogerson. (2004). Volunteer tourism: The case of Habitat for Humanity South Africa. *GeoJournal*. 60(3), pp 311–318.
- United Nations. (2015). *World Population Prospects: The 2015 Revision*
- UNWTO. (2016). *World Tourism Barometer*, Volume 14. <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometereng/14/3> (20 August 2017)
- Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism: Experiences that Make a Difference*. Wallingford. CABI Publishing

Translated Thai References

- Anekchumnongporn, P. (2015). *Tourism Behavior of Baby Boom Generation in Bangkok*. Thesis (M.A.) Hospitality and Tourism Industry Management Program Bangkok University.
- Arunthippaitoon, S. (2019). *Society ... Environment How important it is to the elderly*. Available <http://www.dop.go.th/en/know/3/279> (1 July 2020)
- Chaichanavijit, P. et al. (2009). *Lifestyle of the Baby Boomers group*. Available <http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt> (1 October 2017)
- Chareonwongsak, K.. (2014). *World’s trend 2050(Part3): World Society...Aging Society*, Available <http://www.kriengsak.com/elderly-world-3> (20 August 2017)

- Chetha, S. and Mektripop, W. (2005). *Study and apply lessons from foreign volunteer work for the development of the volunteer system in Thailand*. Bangkok: Thai Health Promotion Foundation.
- Department of Older Persons. (2020). *Statistics of Older Persons in Thailand 77 at 31 December 2019*. Available <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/275>. (1 July 2020).
- Klaiudom, P. et. al (2012). *Tourism promotion strategy to create learning for volunteer tourists*. The Thailand Research Fund (TRF)
- Manager online. (2017). <https://mgronline.com/politics/photo-gallery/9600000032639>(in Thai) (20 August 2017)
- Matthayomburuj, W. (2011). *Guidelines for tourism route development for elderly tourists Case study of the area surrounding the Mae Moh Electricity Generating Authority Lampang*. Academic Conference Khon Kaen University; “Future development of Thai rural areas: a stable foundation for sustainable national development” 27-29 January 2011: 189-193
- Prompak, C. (2013). *Entering the aging society in Thailand*. Available library.senate.go.th/document/Ext6078/6078440_0002.PDF (27 August 2017)
- Ratchawieng, A. (2017). Online advertising in tourism for the elderly. *VRU research and development journal*. 12(1) (January-April 2017)
- Rattanaphaitoonchai, J. (2014). *Elderly tourist market: Thai new opportunities to grow for the AEC*. Available <http://www.itd.or.th> (27 August 2017)
- Rewtrakulphaibul, W. (2014). *Tourist Behavior*. (5th ed). Pathumthani: Bangkok University.
- Sangkhakorn, K. et al. (2015). *Tourism Administration and Management in the Upper North to support the elderly tourists* Bangkok: The National Research Council of Thailand (NRCT) and the Thailand Research Fund (TRF).
- Sommitr, K. and Boonpaisarnsatit, N. (2013). *Guidelines for Volunteer Tourism Development in the Upper North of Thailand*. *FEU Academic* 7(1), 47-58.
- Sriampornekkul, L. (2018). Quality tourism for elderly tourists. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*. Vol.4(1) (February-May 2018). 12-28
- Suanpleng, P. (2016). *Development of Service Tourism in Sanook Province Cluster (Sakonnakhon-Nakhonpanom-Mookdahan)*. Bangkok. The Thailand Research Fund (TRF)
- Suwannarat, S. (2015). *Guidelines for the development of participatory tourist attractions between elderly tourists and communities in the upper northern tourist attractions*. National Research Council of Thailand and The Thailand Research Fund (TRF)
- Thamsane, S. (2012). Service management model for the elderly in Thailand. *FEU Academic Review*. 6(1), 88-99

- Thongpang, P. (2011). Tourism Business Development Model for the Elderly: A Case Study of the Elderly in the Central Region. *Journal of Srivanalai Vijai*. 1(2),135-143
- Tunsawat, K and Noo-im, B. (2014). Supporting factors and wellness that elderly people receive from volunteering in Chon Buri Hospital. *Journal of Humanities and Social Sciences*. .22(39), 263-277.
- Watthanakamolchai, S. and Yim-on, Y. (2010). Elderly tourists: Potential target group. *Panyapiwat Journal*, 2(1), 95-103
- Way magazine. (2017). *Aging Society & Slow life crisis*. Available https://waymagazine.org/aging_society/ (28 August 2017)
- Worakullatanee, K. and Sampatwanich, P. (2010). Basic advertising. Bangkok: Thammasat University.