

การพัฒนาคุณภาพงานบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

SERVICE QUALITY DEVELOPMENT OF TOURISM FOR THE SENIOR TOURISTS

ปริญญานาคปทุม¹ และระชานนท์ ทวีผล²

Parinya Nakpathom¹ and Rachanon Taweephol²

¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมนานาชาติ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา

²อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

E-mail: mr.bozo@msn.com

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการศึกษาและวิเคราะห์คุณภาพการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายการสร้างคุณภาพงานบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ การศึกษาองค์ประกอบในการให้บริการทางการท่องเที่ยว การกำหนดคุณภาพบริการ รวมถึงการศึกษาความต้องการพิเศษเพื่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาบูรณาการและดำเนินการปรับใช้ให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังจะเพิ่มจำนวนมากขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ

คุณภาพบริการ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ABSTRACT

The article was studied and analyzed the service quality for senior tourists. The objectives were to explain the construction of service quality for senior tourists, the components of service quality, specification of service quality and the special requirements for tourism's success. As a consequence, knowledge of appropriation was integrated and adapted for increment of senior tourists in the future.

Keywords

Service Quality, Senior Tourists

บทนำ

การก้าวเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ” เป็นประเด็นที่ท้าทายที่ทุกประเทศในโลกกำลังประสบ ซึ่งองค์การสหประชาชาติได้มีการคาดการณ์จำนวนประชากรผู้สูงอายุในปี 2568 หรืออีก 9 ปีข้างหน้า

ประชากรผู้สูงอายุจะมีสูงถึง 800 ล้านคน การเพิ่มจำนวนของผู้สูงอายุมีสาเหตุหลายประการนอกจากการเริ่มต้นเกษียณของกลุ่มประชากรที่เกิดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (Baby Boomers) แล้ว (ธีร์ ติระจินดา และสมบัติ กาญจนกิจ, 2557) สาเหตุอีกประการหนึ่งที่ทุกประเทศไม่สามารถปฏิเสธได้ นั่นคือวิวัฒนาการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพและมีการพัฒนาอย่างชัดเจนอันส่งผลให้ประชากรมีอายุที่ยาวขึ้น (วาร์ชต์ มัธยมบุรุษ, 2552) นอกจากนี้อัตราการแต่งงานและการมีบุตรก็ลดน้อยลง สะท้อนถึงจำนวนแรงงานในอนาคตที่จะมาขับเคลื่อนประเทศก็ลดน้อยลงไปด้วย ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลต่ออุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและบริการที่จะขาดแรงงานในการขับเคลื่อนอีกด้วย แต่ปัญหาในปัจจุบันที่ทุกประเทศต้องเร่งดำเนินการ ก็คือ การเร่งพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ (สมยศ วัฒนากมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน, 2553)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่สร้างความสุขให้กับผู้สูงอายุ ดังนั้นทุกประเทศควรส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุที่มีสภาพร่างกายแข็งแรง และมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี เป็นกลุ่มที่มีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวสูง เพราะมีเวลาดำรงในการพักผ่อน และมีกำลังทรัพย์ที่สามารถใช้จ่ายใช้สอย ที่สำคัญนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมเดินทางเป็นหมู่คณะโดยวัตถุประสงค์หลักเพื่อต้องการแสวงหาความสุขสบายให้ชีวิต (ธีร์ ติระจินดา และสมบัติ กาญจนกิจ, 2557)

การสร้างคุณภาพทางการบริการทางการท่องเที่ยว จึงถือเป็นประเด็นสำคัญที่สามารถเสริมศักยภาพทางการแข่งขันเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยต้องศึกษาพฤติกรรมความต้องการทางการบริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งก่อนรับบริการ ระหว่างบริการ และหลังรับบริการ เพื่อประเมินความต้องการและความพึงพอใจของผู้สูงอายุ รวมทั้งการศึกษาข้อมูลของคู่แข่งชั้นก็เป็นปัจจัยสำคัญเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยวที่เหนือชั้นยิ่งขึ้น

เนื้อหา

1. การท่องเที่ยวโลกและการท่องเที่ยวไทย

ตั้งแต่ศตวรรษที่ 21 เป็นต้นมา ประชากรโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 6,070.6 ล้านคนในปี 2543 เป็น 7,851.4 ล้านคนในอีก 25 ปีข้างหน้าคือ ในปี 2568 ซึ่งประชากรผู้สูงอายุในทวีปเอเชียจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม, 2549) การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของประชากรโลกดังกล่าว สืบเนื่องมาจากโครงสร้างประชากรโลกที่มีสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีสาเหตุมาจากกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วง baby boom ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรกลุ่มใหญ่ของโลกได้ก้าวเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ นอกจากนี้ อัตราการเกิดของประชากรที่เพิ่มขึ้นในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ส่งผลให้อีกไม่เกิน 10 ปีจะมีผู้สูงอายุจำนวนเพิ่มขึ้น และกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุ (วาร์ชต์ มัธยมบุรุษ, 2552) อีกประการหนึ่ง คือ ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการทางการแพทย์ที่ล้ำสมัยทำให้มนุษย์สามารถบรรเทาอาการเจ็บป่วย และสามารถต่อสู้กับโรคภัยต่าง ๆ ทำให้อัตราการตายของประชากรน้อยลง จนปัจจุบันนี้หลายประเทศได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ โดยสามประเทศที่มีจำนวนผู้สูงอายุสูงสุดในโลก ได้แก่ ญี่ปุ่น อิตาลี และเยอรมัน ด้วยสัดส่วนร้อยละ 32, 26.9 และ 26.8 ตามลำดับ สำหรับประชากรกลุ่มผู้สูงอายุของไทยก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันจาก 62.2 ล้านคนในปี 2543 เป็น 72.3 ล้านคน

ในปี 2568 โดยมีอัตราผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ทำให้ประเทศไทยต้องเตรียมการเพื่อรองรับปัญหาดังกล่าวที่จะส่งผลกระทบต่อสังคม เศรษฐกิจ รวมทั้งการท่องเที่ยวในอนาคต (สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2557)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของโลกและเป็นที่ยอมรับกันในหลายประเทศว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้หลักเข้าสู่ประเทศ ซึ่งอยู่ในอันดับ 1 - 3 จาก 10 อันดับแรก ในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศนั้น ๆ รวมทั้งประเทศไทยด้วย (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548) แต่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาวิกฤตและความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ทั้งวิกฤตการณ์โรคซาร์ส (SARS) เหตุการณ์สึนามิ (Tsunami) การรัฐประหาร การเกิดวิกฤตราคาน้ำมัน โรคระบาดไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่ 2009 ซึ่งทำให้เกิดข้อจำกัดในการพัฒนาตลาดทางการท่องเที่ยวไทย นอกจากนี้สถานการณ์ทางการเมืองที่ยังไม่นิ่งอันส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในอนาคตมีความท้าทายมากขึ้น เนื่องจากนโยบายของผู้บริหารประเทศ แนวทางการปฏิบัติงานของกระทรวง ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามผู้มีอำนาจในแต่ละช่วงเวลา อันส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้า - ออกประเทศ และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของประเทศไทยก็ยังมี ความสำคัญ เนื่องจากผู้บริหารหลายประเทศให้ความสำคัญและผลักดันเพื่อใช้ในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศตนเอง

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงความได้เปรียบ เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายที่มีความสวยงามระดับโลกกระจายอยู่ในทุกภูมิภาค รวมทั้งศักยภาพที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภูมิภาค โดยเฉพาะความความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถพัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่สนับสนุนเชื่อมโยง หากพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยกับประเทศในทวีปเอเชีย พบว่าแหล่งท่องเที่ยวของไทยมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวประมาณ 100 แห่ง ซึ่งเป็นรองประเทศจีน ญี่ปุ่นและอินเดีย ตามลำดับ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2555) ความได้เปรียบด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยจึงเป็นจุดแข็งสำคัญที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นที่รู้จักแพร่หลาย รวมถึงการได้รับรางวัลจากการจัดอันดับทางการท่องเที่ยวในเวทีระดับโลก แสดงให้เห็นว่ารางวัลที่ไทยได้รับเหล่านี้ สะท้อนภาพลักษณ์ด้านบวกของประเทศไทย และเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงศักยภาพที่ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีประสิทธิภาพอีกด้วย

การพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของไทย มีการศึกษาและวางแผนในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ด้านการคมนาคม ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ด้านข้อมูล และจำนวนของนักท่องเที่ยวในช่วงอายุต่าง ๆ ก็เป็นองค์ประกอบสำคัญ โดยการท่องเที่ยวปัจจุบันได้ส่งผ่านปรัชญาทางการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงจากยุคสมัยใหม่สู่ยุคแนวสมัย นั่นคือการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และวิถีชีวิต (Sanitmatcharo, 2006) ส่งผลให้เกิดการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย หนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะมีจำนวนมากในอนาคต นั่นคือ “กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ” ในปี 2566 ประชากรชาวไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยมีสัดส่วนประชากรที่มีอายุเกิน 60 ปี

มากกว่าร้อยละ 20 ทำให้ทุกภาคส่วนต้องวางโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2541)

2. การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติ (United Nation - UN) ได้สรุปว่าในอนาคตอันใกล้ การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจะมีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นกว่ากลุ่มอื่น โดยองค์การสหประชาชาติให้นิยามคำว่า “ผู้สูงอายุ” คือ คนที่มีอายุ “60 ปี” ขึ้นไป เนื่องจากปกติตามระบบราชการจะให้หยุดทำงานประจำ หรือเกษียณอายุ เป็นช่วงอายุที่ควรใช้เงินตอบแทนที่ราชการจ่ายให้เพื่อกิจการต่าง ๆ ตามแต่ประสงค์ เช่น การพักผ่อน การท่องเที่ยว โดยสมยศ วัฒนามงคลชัย และ เยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน (2553) อ้างจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้แบ่งผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) 2) ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) และ 3) ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป) โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุต้องการ ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการซึ่งถือว่าการกระทำกิจกรรมยามว่าง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความบันเทิง โดยอาจจะกระทำคนเดียวหรือเป็นหมู่คณะก็ได้ เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมนันทนาการอีกรูปแบบหนึ่งที่มีแนวโน้มการเติบโตทางการตลาดสูงในอนาคต โดยพิจารณาจากแนวโน้มด้านโครงสร้างของประชากรผู้สูงอายุของไทยและของโลกที่มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น

นโยบายทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุของไทย เริ่มศึกษามาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2493 โดยเน้นศึกษาด้านอนามัย และสุขภาพประชากร จนในปี พ.ศ. 2510 เริ่มกระจายการศึกษาสู่ภาคสังคม และเศรษฐกิจ (สุมาลย์ โทมัส, 2534) ในส่วนของภาครัฐบาลเริ่มสร้างแผนการบริการสำหรับผู้สูงอายุครั้งแรกในแผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 และพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 โดยภาครัฐได้มียุทธศาสตร์และมาตรการเพื่อพัฒนาคุณภาพการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว และสร้างหลักประกันเพื่อผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านสุขภาพ ด้านรายได้ ด้านที่อยู่อาศัย ด้านความปลอดภัย และด้านการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2551 และแนวโน้มปี 2552, 2551)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548) ได้อธิบายองค์ประกอบทางการจัดการอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สามารถจำแนกออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำเที่ยวโดยตรง ได้แก่ กิจกรรมการขนส่ง ที่พัก ภัตตาคาร บริการนำเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว 2) กิจกรรมเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมทางบันเทิง พักผ่อนสินค้าที่ระลึก 3) กิจกรรมบริการอื่น ๆ เช่น สถานีน้ำมัน ร้านขายของชำ กิจกรรมการรักษาพยาบาล และเสริมสร้างสุขภาพ เป็นต้น และ 4) กิจกรรมการพัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว และบุคลากรการท่องเที่ยว แต่การวัดผลความสำเร็จทางการท่องเที่ยว พิจารณาจากความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว ในส่วนของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสามารถประเมินผล ได้จากการทำให้ผู้สูงอายุเหล่านั้นเกิดความสุข ความสบายใจ ความสะดวกสบาย (ปิยฉัตร ทองแพง, มปป.) นอกจากนี้ ปัจจัยที่ควรพิจารณาเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเกิดการท่องเที่ยว ก็คือการบริการที่ตรงตามความต้องการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล จนกลายเป็นองค์ความรู้

ทางด้าน “การสร้างคุณภาพงานบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุต่อไป

3. แนวคิดเกี่ยวกับ “การบริการ”

“การบริการ” ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทุกประเทศให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นประเด็นชีวิตในการแบ่งตลาดสำหรับการเข้ามาท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูง เนื่องจากผู้สูงอายุมีความต้องการทางด้านการบริการมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยความต้องการด้านการบริการดังกล่าว เกิดจากปัญหาที่ผู้สูงอายุประสบไม่ว่าจะเป็น ปัญหาทางด้านร่างกาย ปัญหาทางด้านจิตใจ และปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2551 และแนวโน้มปี 2552, 2551) ซึ่งปัญหาเหล่านี้จะทำให้ผู้สูงอายุไม่มีความสุข แต่หากได้รับการบริการที่ดีก็สามารถส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างความพึงพอใจทางการท่องเที่ยวได้

นักวิชาการหลายท่านได้ให้นิยามของคำว่า “การบริการ” ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

Kotler (1997) ได้นิยามคำว่า การบริการ หมายถึง การกระทำที่บุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกบุคคลหนึ่ง เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่สามารถแสดงกรรมสิทธิ์ในสินค้า ซึ่งตรีเพอร์ อ่าเมื่อง และคณะ (2556) ได้อธิบาย การบริการ หมายถึง กิจกรรมที่จะต้องมีการให้บริการจัดทำสินค้าหรือกระบวนการ สร้างความพึงพอใจให้แก่ ผู้รับบริการ ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่ปรากฏรูปร่างหรือตัวตน ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้ และสามารถเสื่อมสลายได้ง่าย ซึ่งทั้งสองคนเห็นว่า การบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่มีเจ้าของ และสามารถหายไปได้ตามระยะเวลา

นอกจากนี้ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) และ กตัญญู หิรัญญสมบุรณ์ (2557) ได้กล่าวว่า การบริการ เป็นวิธีการส่งมอบสินค้าที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน ของกิจการให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าหรือบริการเหล่านั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า จนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ โดยเน้นว่าความพึงพอใจทางงานบริการต้องบริการได้โดยพนักงานที่มีการบริการที่ดี โดยมีสาเหตุมาจากทักษะการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีศักยภาพสูง

หากพิจารณาจากนิยามที่นักวิชาการได้กล่าวไว้สามารถสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ สามารถเสื่อมสลายได้ โดยผู้ให้บริการต้องศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการเป็นหลัก เนื่องจากลูกค้าแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นการส่งผ่านความต้องการต่าง ๆ ต้องอาศัยพนักงานหรือผู้ให้บริการที่มีความสามารถ เพื่อการออกแบบกระบวนการบริการที่มีมาตรฐาน ให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูงสุด โดยมีการประเมินความต้องการของลูกค้าเป็นระยะ

3.1 การบริการเพื่อผู้สูงอายุ

การให้บริการผู้สูงอายุจำเป็นต้องคำนึงระดับช่วงอายุที่มีความแตกต่าง จากรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2551 และแนวโน้มปี 2552 (2551) อธิบายระดับสังคมผู้สูงอายุสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- Aging Society: มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ

- Aged Society: มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ
- Super-Aged Society: มีมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ

จากการแบ่งระดับผู้สูงอายุดังกล่าว ทำให้การออกแบบการบริการมีความครบวงจรมากขึ้น โดยอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน ร่วมกับสำนักส่งเสริมและสนับสนุนวิชา โดยจำแนกการบริการมี 4 รูปแบบ ดังนี้ (เอกวรา ธรรมกิตติวงศ์ และคณะ, 2556) 1) การจัดการบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพ เป็นวิธีการป้องกันและฟื้นฟูสภาพร่างกายให้แข็งแรง มีความเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุที่ไม่ประสบปัญหาด้านสุขภาพหรือมีโรคประจำตัว เช่น การบริการสปา สมุนไพรไทย การเข้าฟิสิกส์ การประกอบอาหาร การนั่งสมาธิ การตรวจสุขภาพในสถานพยาบาล เป็นต้น 2) การจัดการบริการด้านกิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยว ควรออกแบบให้เหมาะสมกับช่วงอายุของนักท่องเที่ยว เนื่องจากผู้สูงอายุบางกลุ่มไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการบางประเภท ที่ต้องใช้ความแข็งแรงของร่างกาย อีกทั้งต้องคำนึงความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ และกิจกรรมต้องสามารถสร้างความรู้และมนุษยสัมพันธ์ที่ร่วมกับผู้อื่น เช่น การเดินลีลาศ การเรียนทำอาหาร การเรียนรู้งานหัตถกรรมและสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์จากเศษวัสดุ การรับฟังคำปรึกษาด้านการดำเนินชีวิตจากผู้เชี่ยวชาญ การขับร้องเพลงและการรับชมภาพยนตร์ย้อนยุค การกำหนดระยะทางในการท่องเที่ยวที่ใช้ระยะเวลาในการเดินทางที่ไม่ไกล 3) การจัดการบริการด้านการบำบัดรักษาสุขภาพ เหมาะสำหรับผู้สูงอายุที่มีอาการเจ็บป่วยเรื้อรังหรือมีโรคประจำตัว เช่น การนวดบำบัด การฝังเข็ม และการตรวจรักษาอาการเจ็บป่วยจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง รวมถึงการประเมินผลการรักษาและติดตาม เพื่อวินิจฉัยอาการเจ็บป่วยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคต และ 4) การจัดการบริการด้านการดูแลผู้สูงอายุ เป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ โดยจะมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด เช่น การบริการจัดส่งอาหาร การบริการทำความสะอาดที่พัก การบริการรับส่งตามสถานที่ต่าง ๆ และการบริการซักผ้า เป็นต้น

นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังมีความต้องการบริการจากผู้ให้บริการ ซึ่งสามารถแบ่งผู้ให้บริการออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มอาสาสมัครที่เข้ามาดูแลทำหน้าที่ในการคอยให้ข้อมูลคำปรึกษา พร้อมอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรมต่าง ๆ และ 2) กลุ่มผู้ให้บริการตามศูนย์บริการสาธารณสุขที่เข้าถึงง่ายในแต่ละชุมชน รวมถึงการดูแลสุขภาพด้านร่างกายและจิตใจควบคู่กันไป (วิราพรณ วิโรจน์รัตน์ และคณะ, 2557)

การจัดสรรรูปแบบการบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุ จำเป็นที่จะต้องศึกษาขนาดของกลุ่มประชากรผู้สูงอายุในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้ทราบถึงจำนวนของผู้สูงอายุที่แน่นอน โดยเฉพาะอัตราส่วนของประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่เกษียณจากอาชีพและไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ เกิดความต้องการรูปแบบการบริการที่อำนวยความสะดวกสบายและเสริมสร้างความสุขในชีวิตประจำวัน เช่น การบริการส่งเสริมและรักษาฟื้นฟูสุขภาพสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวและผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพ การบริการท่องเที่ยวและกิจกรรม

นันทนาการตามสมรรถนะร่างกายของผู้สูงอายุในแต่ละช่วง และ การบริการอาสาสมัครหรือผู้ดูแล
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในการดำเนินกิจกรรมประจำวัน

3.2 องค์ประกอบของการบริการ

การบริการ เป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ โดยองค์ประกอบทางการบริการ
ด้านการท่องเที่ยวมีมากมาย แต่องค์ประกอบทางการบริการที่มีคุณภาพ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ
สำคัญ ภายใต้แนวคิด EECE มีรายละเอียด ดังนี้

- ผู้ให้บริการ (Employee) ทำหน้าที่เป็นตัวแทนในการส่งมอบการบริการ โดยต้อง
อาศัยองค์ความรู้ ทักษะ ความชำนาญ ประสบการณ์ในการทำงาน รวมถึงทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและ
ลูกค้า ผู้ให้บริการที่ดีต้องยึดหลักองค์ประกอบ 7 ประการ ตามพยานะที่ปรากฏในคำว่า
“SERVICE” เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการได้ (จินตนา บุญบังการ, 2539) ดังนี้

S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้ม ใส่ใจต่อความลำบาก

E = Early Response ตอบสนองต่อความต้องการ

R = Respectful แสดงออกถึงการยกย่องนับถือผู้ใช้บริการ

V = Voluntariness Manner บริการด้วยความเต็มใจ หรือสมัครใจทำ

I = Image Enhancing รักษาภาพลักษณ์ตนเองและองค์กร

C = Courtesy สุภาพและมีมารยาทดี

E = Enthusiasm การแสดงออกถึงความว่องไวและบริการให้เหนือระดับกว่าความ
คาดหวัง

- องค์การหรือกิจการ (Enterprise) ทำหน้าที่ออกแบบสินค้าและบริการภายใต้ในการ
สร้างความพึงพอใจและการสร้างมูลค่า รวมถึงเป็นจุดนัดพบระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ เช่น
โครงสร้างอาคาร การจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อม เป็นต้น

การออกแบบการบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องอาศัยความ
ร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อจัดวิธีการในการอำนวยความสะดวกและให้ข้อมูลผู้สูงอายุ
อย่างใกล้ชิด โดยจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมในแต่ละช่วงอายุ สามารถกำหนดแนวทางในการ
จัดการบริการออกมาเป็น 3 ประเภท (วิราพรธน์ วิโรจน์รัตน์ และคณะ, 2557) ได้แก่ 1) การ
ประสานงานในสถานที่บริการส่งเสริมและรักษาฟื้นฟูสุขภาพ คือ การดูแลกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอาการ
เจ็บป่วยหรือมีโรคประจำตัว และการเข้ารับการรักษาสุขภาพต่าง ๆ เช่น การประสานงานกับแพทย์ผู้
ชำนาญเพื่อการรักษาโรค รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความต้องการเสริมสร้างสุขภาพและป้องกันโรคภัย
ไข้เจ็บ เช่น บริการสปา การเข้าโรงยิมฟิตเนส 2) การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
และกิจกรรมนันทนาการ คือ การเตรียมความพร้อมในสถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้สูงอายุกำลังจะเดินทางไป
เช่น การเยี่ยมชมความงดงามทางธรรมชาติ การเข้าปศุศึกษาศิลปวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น
ที่ต้องอาศัยป้ายสื่อความหมายในการอธิบายรายละเอียดที่เป็นข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว
รวมถึงกิจกรรมที่มีส่วนช่วยให้ผู้สูงอายุได้ผ่อนคลาย เช่น การเรียนทำอาหาร การนั่งสมาธิ การขับร้อง
เพลงและกิจกรรมเข้าจังหวะ การลงมือประดิษฐ์สิ่งของ เป็นต้น ซึ่งการบริการการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมนันทนาการต้องออกแบบให้เหมาะสมกับสุขภาพของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มด้วย ตลอดจนการ
คำนึงถึงความปลอดภัยที่จะส่งผลต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว 3) การแสวงหากำลังคนที่จะ

มาเป็นอาสาสมัครหรือผู้ดูแลเฉพาะ คือ การคัดเลือกกลุ่มคนที่มีความสมัครใจในการเข้ามาส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือผู้สูงอายุในการดำเนินกิจวัตรประจำวัน เช่น การเคลื่อนย้ายผู้สูงอายุในแต่ละสถานที่ การทำอาหาร การทำความสะอาด เป็นต้น ซึ่งอาสาสมัครจะต้องคอยดูแลผู้สูงอายุตลอดเวลา อาจจะต้องพักอาศัยในบริเวณเดียวกัน รวมถึงต้องประสานงานไปยังครอบครัวและสถานพยาบาลที่เกี่ยวข้อง

- ผู้ใช้บริการ (Customer) เป็นผู้รับมอบอาจแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมและความต้องการของแต่ละบุคคล อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการควบคุมได้ยาก เนื่องจากมีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยใหม่

สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มีความต้องการทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ซึ่งสำนักงานส่งเสริมรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2551) ได้สรุปความต้องการของผู้สูงอายุไว้ 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ผู้สูงอายุมีความต้องการด้านการบริการสุขภาพที่สนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ การป้องกันโรคและฟื้นฟูสภาพร่างกาย เช่น การส่งเสริมให้มีการออกกำลังกาย การให้ความรู้เกี่ยวกับการโภชนาการอาหาร การให้คำแนะนำแนวทางการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การบริการในศูนย์สุขภาพ การบริการสปา การบริการฟิตเนส การบริการนวดแผนต่าง ๆ 2) ผู้สูงอายุมีความต้องการด้านการบริการด้านนันทนาการและการท่องเที่ยว เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีสภาพร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ สามารถดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น กิจกรรมการเข้าไปเยี่ยมชมและจับจ่ายซื้อสินค้าท้องถิ่น 3) ผู้สูงอายุมีความต้องการด้านการบริการสุขภาพที่เน้นการรักษาและฟื้นฟูสภาพร่างกายและจิตใจ โดยจะดำเนินกิจกรรมในส่วนของโรงพยาบาล และ 4) ผู้สูงอายุมีความต้องการด้านการบริการดูแล เป็นการจัดสรรผู้ดูแลประจำตัวให้แก่ผู้สูงอายุเป็นรายบุคคล ซึ่งเป็นการดูแลกิจกรรมต่าง ๆ ภายในที่พักอาศัย เช่น ทำความสะอาดบ้าน เป็นการบริการที่มีค่าใช้จ่ายที่สูง อีกทั้งยังไม่มีกำหนดมาตรฐานในการให้บริการ

- ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นหน่วยงานที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์และความคิดสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมาย กำหนดสร้างค่านิยมองค์กร พร้อมใช้ทักษะในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ และเป็นศูนย์กลางระหว่างลูกค้ากับพนักงาน

ผู้ประกอบการจะสร้างคุณภาพบริการให้ประสบความสำเร็จได้ โดยจะต้องสร้างความเข้าใจในกระบวนการในการสร้างคุณภาพบริการ โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงลำดับขั้นตอน ตามที่ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) ได้อธิบายไว้เป็น 3 ระดับ ดังนี้ 1) ก่อนการบริการ (Before) ต้องศึกษาความคาดหวังของลูกค้า พร้อมเลือกกลุ่มลูกค้าที่ผู้ประกอบการต้องการ และกำหนดช่องทางในการสื่อสาร รวมถึงช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูล 2) ระหว่างการบริการ (Process) เช่น การต้อนรับ การสร้างจุดเด่นที่แตกต่าง การชำระเงิน และการบริการจัดส่งถึงบ้าน และ 3) หลังจากรับบริการ (After) เป็นขั้นตอนสุดท้าย ที่ลูกค้าจะเฝ้าความคุ้มค่ากับราคาที่เสียไป ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกหรือลบต่อกิจการ ขึ้นอยู่กับการบริการที่ได้รับ

นอกจากนี้ผู้ประกอบการต้องกำหนดวิธีการดำเนินงาน ซึ่งสามารถแบ่งวิธีการดำเนินงานออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ความคาดหวังและความต้องการ โดยจะต้องศึกษาลักษณะของพฤติกรรมผู้สูงอายุ 2) กำหนดวิธีการสื่อสารไปยังช่องทางต่าง ๆ ที่ผู้สูงอายุ สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้ 3) การสร้างความแตกต่างในการบริการลูกค้าผู้สูงอายุ เช่น การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของลูกค้าผู้สูงอายุ ก่อนเดินทางมาใช้บริการ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายการอาหารที่ส่งผลเสียต่อสุขภาพ และ 4) การ

ประเมินการบริการหลังจากที่ผู้สูงอายุใช้บริการเสร็จสิ้นแล้ว เช่น การโทรศัพท์ไปสอบถามพูดคุยเกี่ยวกับข้อผิดพลาดในการให้บริการ การให้ทำแบบประเมินความพึงพอใจ และ 5) การวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการแสดงความคิดเห็นของการบริการที่ผิดพลาด พร้อมแก้ไขรายละเอียดของการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุ (ฤดี หลิมไพโรจน์, 2557)

การให้บริการสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะเกิดขึ้นได้ ต้องอาศัยองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ผู้ให้บริการ (Employee) เป็นผู้มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้สูงอายุ จำเป็นต้องมีคุณลักษณะที่เหมาะสม มีความรู้เกี่ยวกับงานที่ปฏิบัติ มีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้บริการ 2) องค์การหรือกิจการ (Enterprise) เป็นสถานที่สำหรับการปรนนิบัติแก่ผู้รับบริการ ต้องคำนึงการออกแบบโครงสร้างอาคาร การจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมโดยรอบ 3) ผู้รับบริการ (Customer) เป็นผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาใช้บริการ ในแต่ละรายจะมีความต้องการที่แตกต่างกันไปตามช่วงอายุ และ 4) ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินกิจการ โดยจะต้องอาศัยประสบการณ์ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ ในการผลักดันให้เกิดกลยุทธ์ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ

4. คุณภาพของงานบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

คุณภาพบริการ (Service Quality) หมายถึง การมอบการบริการให้ตรงตามความต้องการหรือเกินกว่าความต้องการของผู้ใช้บริการ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และเกิดความภักดี (Customer Loyalty) (Lloy-Walker & Cheung, 1998) ซึ่งคุณภาพของการบริการถือว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินผลการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อการบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งวัดผลจากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อเป็นการยืนยันศักยภาพของกิจการอีกด้วย (อรทัย เลิศวรรณวิทย์ และณัฏฐ์ กุลิษฐ์, 2554)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภักทรวดี วงศ์ปิ่นทนน (2557) ได้ให้นิยาม “คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยว” ซึ่งในทางธุรกิจ หมายถึง กระบวนการที่คาดคะเนถึงการกลับมาใช้ซ้ำ โดยพิจารณาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) การบริการตามมาตรฐานที่กำหนด 2) การบริการต้องสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร 3) การบริการต้องเน้นต้นทุนในการดำเนินงานที่เหมาะสม และ การบริการต้องส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หมายถึง การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้สูงอายุที่มาใช้บริการทางการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือเกินกว่าความคาดหวัง โดยสามารถตรวจสอบความพึงพอใจซึ่งวัดจากความรู้สึกของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ เมื่อเทียบกับพฤติกรรมการใช้จ่ายที่เกิดขึ้น ทั้งก่อน ระหว่าง และหลังการซื้อบริการด้านการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการจำเป็นต้องตรวจสอบข้อผิดพลาดและอุปสรรคในกระบวนการบริการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานคุณภาพบริการให้ตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

4.1 การสร้างคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

การสร้างคุณภาพบริการ ต้องคำนึงถึงความพึงพอใจและมูลค่าที่ลูกค้าได้รับ พิจารณาจาก 6 หลักการ (สมวงศ์ พงศ์สถาพร, 2550) ดังนี้ 1) การเป็นมืออาชีพ (Professional: Knowledge & Skill) 2) ทศนคติและพฤติกรรม (Attitude & Behavior) 3) การเข้าถึงง่ายและการอำนวยความสะดวก (Position & Facilities) 4) ความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ (Trust & Assurance) 5) การแก้ไขสถานการณ์ให้สู่ภาวะปกติ (Applied) และ 6) ชื่อเสียง (Branding)

การสร้างคุณภาพบริการ เป็นการเสนอแนวทางในการควบคุมกระบวนการปฏิบัติงานให้แก่กิจการ สามารถขับเคลื่อนภายใต้นโยบายหรือกฎระเบียบที่ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนด สามารถนำไปเป็นตัวชี้วัดในการปรับปรุงคุณภาพบริการในครั้งต่อไป สำหรับการควบคุมมีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้ 1) การควบคุมวัตถุดิบ 2) การควบคุมเครื่องจักรกลในการผลิต อุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ 3) การควบคุมวิธีการผลิต 4) การควบคุมสภาพแวดล้อมในระหว่างการผลิต และ 5) การควบคุมแรงงานและฝีมือการปฏิบัติ ซึ่งการควบคุมในประเด็นต่าง ๆ สามารถช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานและสินทรัพย์ของกิจการได้

4.2 มิติคุณภาพงานบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความคาดหวังที่สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคาดหวังทางคุณภาพทางด้านงานบริการที่พึงประสงค์ โดยการวัดมิติคุณภาพบริการมีวิธีการวัดระดับ (SERVQUAL) ประกอบด้วยหลายปัจจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงแนวคิดเกี่ยวกับมิติคุณภาพบริการทางการท่องเที่ยว

จิตตินันท์ นันท์ไพบูลย์ (2556)	ทัตดาว คำยอดใจ (2556)	กตัญญู หิรัญญ สมบูรณ์ (2557)	อริสรา เสยานนท์ (2558)
1) ความน่าเชื่อถือ 2) การให้ความมั่นใจ 3) การตอบสนอง ลูกค้า 4) การดูแลเอาใจใส่ 5) รูปลักษณ์	1) ความน่าเชื่อถือ 2) ความไว้วางใจได้ 3) การตอบสนองความต้องการ 4) การเข้าถึงการบริการ 5) ความเป็นรูปธรรมของการ บริการ 6) การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า 7) การติดต่อสื่อสาร 8) ความสามารถของผู้ให้บริการ 9) ความปลอดภัย 10) ความมีอัธยาศัย	1) ความน่าเชื่อถือได้ 2) ความมั่นใจ 3) การตอบสนอง 4) ความเอาใจใส่ 5) ความมีตัวตน 6) ความ สะดวกสบาย 7) ความรวดเร็ว	1) ความน่าเชื่อถือ 2) การให้ความ มั่นใจ 3) การตอบสนอง ลูกค้า 4) การดูแลเอาใจใส่ 5) ลักษณะทาง กายภาพ

ที่มา: (จิตตินันท์ นันท์ไพบูลย์ และ ทัตดาว คำยอดใจ, 2556, กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์, 2557 และ อริสรา เสยานนท์, 2558)

จากตารางดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การวัดระดับคุณภาพงานบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา ได้ให้ความสำคัญกับมิติที่สำคัญ 5 ประการ ได้แก่

1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นคำมั่นสัญญาในมาตรฐานที่ประกาศออกไป มีเงื่อนไขพิจารณาจากเวลาและความถูกต้อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้มั่นใจกับสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยว

2) การให้ความมั่นใจ (Assurance) เป็นการแสดงออกถึงศักยภาพหรือสมรรถนะในการบริการ เช่น ใบประกอบวิชาชีพ ใบอนุญาตต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ องค์กร หน่วยงานทางการท่องเที่ยว

3) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) เป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น การไม่ปล่อยให้ลูกค้ารอนาน การตอบสนองสิ่งที่นักท่องเที่ยวร้องขอ เป็นต้น

4) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) เป็นการแสดงความห่วงใยและความเอาใจใส่แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เช่น การไต่ถามหลังการบริการ การจดจำรายละเอียดสำคัญของลูกค้า นำไปสู่การสร้างมูลค่าและต่อยอดกิจการ เป็นต้น

5) ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) เป็นลักษณะทางกายภาพขององค์กร และลักษณะภายนอกของพนักงาน ตลอดจนการจัดวางอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ อีกหลายประการที่สามารถเป็นองค์ประกอบทางการวัดคุณภาพทางการบริการ ได้แก่ การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) ความปลอดภัย (Security) และความมีอัธยาศัย (Courtesy) เป็นต้น

นอกจากนี้ การวิเคราะห์สาเหตุของคุณภาพด้านการบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ ก็เป็นปัจจัยที่ผู้ให้บริการกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องนำมาวิเคราะห์ โดยบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภัสร์วดี วงศ์ปันทะนัน (2557) ได้อธิบายสาเหตุดังกล่าวไว้ 5 ข้อ ดังนี้ 1) การคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้ของผู้ประกอบการ เช่น ขาดการวิจัยตลาด การเพิกเฉยต่อข้อร้องเรียน และการติดต่อสื่อสารภายในที่ไร้ประสิทธิภาพ 2) มาตรฐานคุณภาพบริการของการท่องเที่ยวที่กำหนดขึ้นไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่ฝ่ายบริหารรับรู้ ได้แก่ ขาดทักษะในการบริหารจัดการ และการสื่อสารและการตีความที่ผิดความหมาย 3) การให้บริการที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ รวมถึงการขาดการทบทวนมาตรฐานที่ผู้ประกอบการได้กำหนด 4) การนำเสนอการบริการที่ไม่ตรงตามสัญญากับลูกค้า และการติดต่อสื่อสารผิดความหมาย 5) การบริการท่องเที่ยวที่ลูกค้ารับรู้ไม่ตรงตามความคาดหวัง อาจมีผลมาจากประสบการณ์ของลูกค้าที่เคยใช้บริการในอดีต ข้อมูลที่มาจากคำบอกเล่าไม่ตรงตามสถานการณ์จริง รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากคู่แข่งกัน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพบริการภายในกิจการเพื่อการแข่งขันที่เหนือชั้นยิ่งขึ้น

4.3 ความต้องการพิเศษเพื่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุมีความต้องการรับบริการที่นอกเหนือจากการบริการทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงการควบคุมคุณภาพ และการสอดคล้องกับหลักกฎหมายทางการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุในปัจจุบัน โดยภูมิ โชคเหมาะ (2552)

ให้ความสำคัญกับความต้องการที่พิเศษเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไว้ 6 ลำดับ ดังนี้ 1) มีความต้องการให้มีการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพอนามัยทางกายและจิตใจของผู้สูงอายุ 2) มีความต้องการให้มีการจัดสวัสดิการ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงได้ง่าย 3) มีความต้องการความมั่นคงในการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ จะส่งผลให้เกิดความมั่นใจและมีกำลังใจที่ดีในการดำเนินชีวิต 4) มีความต้องการสังคมและวัฒนธรรมระหว่างผู้สูงอายุมากขึ้น มีการนัดหมายทำกิจกรรมร่วมกัน 5) มีความต้องการรายได้เลี้ยงชีพ เนื่องจากผู้สูงอายุบางกลุ่มจำเป็นต้องหารายได้เลี้ยงตนเอง และ 6) มีความต้องการการศึกษาและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ส่งผลให้ผู้สูงอายุปรับเปลี่ยนมุมมองในการดำเนินชีวิต เกิดแนวคิดใหม่ในการตระหนักถึงคุณค่าของตนเอง

หากผู้สูงอายุที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในการบริการจะส่งผลต่อคุณภาพในการดำรงชีวิต การแสดงออกถึงการมีพื้นที่ทางสังคม การยอมรับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวิถีชีวิต ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (ชวกร ชมภูคา, 2555) สามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านจิตใจ เป็นการรับรู้สภาพจิตของตนเองมีความพึงพอใจในตนเอง และความเชื่อทางศาสนามีผลต่อการดำเนินชีวิต ลดระดับความวิตกกังวล 2) ด้านร่างกายเป็นการเสริมสร้างสุขภาพร่างกายในการดำเนินชีวิต หลีกเลี่ยงสาเหตุการเกิดโรคร้ายไข้เจ็บ มีความปรารถนาที่อยากจะมีชีวิตต่อไปในวันพรุ่งนี้ 3) ด้านสัมพันธ์ทางสังคม เป็นการแสดงความมีน้ำใจในการช่วยเหลือผู้อื่นในสังคม และชื่นชอบการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์ 4) ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการตระหนักถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ ที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ พร้อมมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้คงอยู่

การชี้วัดผลลัพธ์ของการควบคุมคุณภาพบริการในกลุ่มผู้สูงอายุ สามารถพิจารณาได้จาก 1) ความสัมพันธ์ในระดับสังคม เป็นการเพิ่มทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ร่วมกันผู้อื่น โดยการบริการที่มีคุณภาพจะต้องสนับสนุนให้ผู้สูงอายุสามารถทำกิจกรรมร่วมกัน มุ่งเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้สูงอายุ 2) การเสริมสร้างความแข็งแรงทางด้านร่างกาย โดยการบริการที่มีคุณภาพต้องสามารถสนับสนุนให้ผู้สูงอายุสภาพร่างกายที่แข็งแรง หันมาใส่ใจรูปร่างและนียมการออกกำลังกายเพิ่มขึ้น และ 3) การเสริมสร้างการตระหนักในคุณค่าตนเอง เป็นการบริการที่ให้ผู้สูงอายุได้เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงทุกสรรพสิ่งรอบตัว ลดระดับความเครียดในการดำเนินชีวิตลดลง เกิดความภาคภูมิใจในการมีชีวิต

สรุป

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ต้องทบทวนองค์ประกอบบริการที่มีคุณภาพสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ภายใต้แนวความคิด EECE ประกอบไปด้วย ผู้ให้บริการ (Employee) องค์กรหรือกิจการ (Enterprise) ผู้ใช้บริการ (Customer) และผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เพื่อเข้าใจถึงศักยภาพในแต่ละด้านของกิจการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถเสริมสร้างศักยภาพทางการท่องเที่ยวได้ โดยเริ่มจากการพัฒนาพนักงานบริการ การออกแบบสถานที่ในการให้บริการ ศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และดำเนินการปรับวิสัยทัศน์ของตนเองในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเริ่มต้นการออกแบบบริการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ ทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ 1) การบริการส่งเสริมและรักษา

ฟื้นฟูสุขภาพ เหมาะสำหรับผู้สูงอายุที่มีอาการเจ็บป่วยหรือมีโรคประจำตัว และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความต้องการและป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ 2) การบริการการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ ซึ่งต้องศึกษาและออกแบบให้เหมาะสมกับสุขภาพของผู้สูงอายุในแต่ละกลุ่มด้วย 3) การบริการอาสาสมัครหรือผู้ดูแลเฉพาะในการช่วยเหลือผู้สูงอายุในการดำเนินกิจวัตรประจำวัน ซึ่งการบริการสำหรับผู้สูงอายุจะมีคุณภาพที่ดี ผู้ประกอบการต้องกำหนดระดับในการวัดประสิทธิภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพสามารถแบ่งมาตรฐานการออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2) การให้ความมั่นใจ (Assurance) 3) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) 4) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) 5) ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) นอกจากนี้การสร้างคุณภาพบริการสำหรับผู้สูงอายุ สามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ความคาดหวังและความต้องการ 2) กำหนดวิธีการสื่อสารไปยังช่องทางต่างๆ 3) การสร้างความแตกต่างในการบริการลูกค้าผู้สูงอายุ 4) การประเมินการบริการหลังจากที่ผู้สูงอายุใช้บริการเสร็จสิ้นแล้ว 5) การวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการแสดงความคิดเห็นของการบริการที่ผิดพลาดพร้อมปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น ซึ่งผลแห่งความสำเร็จในการจัดการคุณภาพบริการจะส่งผลลัพธ์แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เกิดการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ต่อตนเอง ผู้อื่น สังคมและสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญเป็นการสร้างการตระหนักรู้ถึงการมีชีวิตอยู่ในแต่ละวัน เกิดทัศนคติที่ดีต่อตนเอง พร้อมทั้งริเริ่มให้ความสำคัญกับการเอาใจใส่สุขภาพร่างกายมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กตัญญู หิรัญญสมบุญ. (2557). **การจัดการการบริการ Service Management**. กรุงเทพฯ: มปท.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2555). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- จินตนา บุญบงการ. (2539). **การสร้างจิตสำนึกการให้บริการปรับปรุงการบริการภาครัฐ**. กรุงเทพฯ: ฟอรัมเทพรินต์.
- จิตตินันท์ นันทไพบุลย์. (2556). **ศิลปะการให้บริการ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). **การวางแผนการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: เกษตรศาสตร์.
- ชวกร ชมภูคา. (2555). **นโยบายสร้างหลักประกันรายได้ผู้สูงอายุกับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในเขตเทศบาล ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). **การตลาดบริการ ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ตรีเพ็ชร อ่ำเมือง และคณะ. (2556). **คู่มือ - เทคนิคการให้บริการด้วยใจ**. งานเลขานุการกิจและสมาคมอาจารย์กองบริหารงานทั่วไป สำนักงานอธิการบดี. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- หัตถดาว คำยอดใจ. (2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้ารับบริการทางการแพทย์ของผู้สูงอายุในโรงพยาบาลของรัฐบาลอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่**. เศรษฐศาสตร์บัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีร์ ธีระจินดา และสมบัติ กาญจนกิจ. (2557). **การส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นใน ตลาดท่องเที่ยวไทย**. วารสารวิชาการ สถาบันการพลศึกษา. 6(1), 111-125.

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และพรภัทรวดี วงศ์ปิ่นทั้นนา. (2557). **จิตวิทยาบริการและคุณภาพบริการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: เฟิร์นเข้าหลวง พรินต์แอนด์พับลิชชิง.
- ปิยฉัตร ทองแพง. (มปป.). รูปแบบการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุกรณีศึกษาผู้สูงอายุภาคกลาง. **วารสารศรีนาลัยวิจัย**. 1(2), 70-75.
- ภูมิ โชคเหมาะ. (2552). **กฎหมายการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในประเทศไทย**. เข้าถึงได้จาก http://www1.nrct.go.th/downloads/ac/branch/08_law/report_Law_for_Quality_of_Life_Promotion_of_the_Old_Age_Persons_in_Thailand.pdf. สืบค้นวันที่ 13 มีนาคม 2559.
- รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2551 และแนวโน้มปี 2552. (2551). **การพัฒนาศักยภาพธุรกิจบริการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของประเทศ**. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/White%20Paper/2551/chapter-10.pdf>. สืบค้นวันที่ 13 มีนาคม 2559.
- วาริชต์ มัชฌมบุรุษ. (2552). **รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่**. เชียงใหม่: ดุษฎีนิพนธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ฤดี หลิมไพจน์. (2557). **การตลาดบริการ (Service Marketing)**. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม. (2549). **การฉายภาพประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2548 - 2568 : มหาวิทยาลัยมหิดล (เดือนมีนาคม)**. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2557). **คู่มือแนวทางการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (สำหรับชุมชนท่องเที่ยว)**. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎามนตรี. (2541). **สถานภาพของผู้สูงอายุไทย: สถานการณ์ด้านสุขภาพ และอนามัยสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย**. เข้าถึงได้จาก <http://advisor.anamai.moph.go.th/main.php?filename=env106>. สืบค้นวันที่ 29 มกราคม 2559.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2551). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2551 และแนวโน้มปี 2552**. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สุมาลย์ ไหมส. (2534). **รายงานการวิจัยเรื่องพัฒนาการศึกษาเรื่องผู้สูงอายุในประเทศไทย**. ปทุมธานี: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมยศ วัฒนากมลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน. (2553). **นักท่องเที่ยวสูงอายุ: กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว**. **วารสารปัญญาวิวัฒน์**. 2(1), 95-103.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). **เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ยูนิซีแอลบุ๊กส์.
- วิราพรรณ วิโรจน์รัตน์ และคณะ. (2557). **การพัฒนาระบบบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องพึ่งพาผู้อื่น**. **วารสารสภาการพยาบาล**. 29(3), 104-115.

- เอกรา ธรรมกิริติวงศ์ และคณะ. (2556). **ทิศทางการให้บริการของธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่ก้าวเข้าสู่วัยสูงอายุ**. ชลบุรี: สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 3.
- อรัญญ์ เลิศวรรณวิทย์ และณัฏฐ์ กุลิษฐ์. (2554). **คุณภาพการให้บริการ และความภักดีด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางการแพทย์ในเขตกรุงเทพฯ**. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- อริสรา เสยานนท์. (2558). **การจัดการที่พักตากอากาศ**. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- Kotler, P. (1997) **Marketing Management: Analysis planning Implementation and Control**. 8th ed. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice – Hall Inc.
- Lloyd-Walker, B. and Cheung. Y.P. (1998). IT to Support Service Quality Excellence in Australia Banking Industry. **Managing Service Quality**. 8(November), 350-358.
- Sanitmatcharo, P. (2006). A study of Tourist Behavior: A case Study of Independent European Travelers in Bangkok. **Language Institute Journal**. 3, 126-146.