

การจัดการที่พักอาศัยประเภทระยะยาวและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ  
วัยหลังเกษียณ

Management of Long Stay Accommodation and Expectation of Retired Tourists

อรัชพร กันทะวงศ์

อีเมล: aratchaporn\_k@yahoo.com

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

ดร.จิราภา ปราเตราดิเอส

E-mail: jirapa.won@mfu.ac.th

สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาบริบทของธุรกิจที่พักอาศัยในระยะยาว ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย (2) ศึกษาพฤติกรรม และ (3) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักอาศัยในระยะยาว 10 แห่ง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาพักอาศัยระยะยาว ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักตั้งแต่ 15 วันขึ้นไป โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในที่พักทั้ง 10 แห่ง แห่งละ 10 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 100 คน การศึกษาบริบทของธุรกิจที่พักอาศัยในระยะยาว พบว่าผู้ประกอบการมีการวางแผนกลยุทธ์และปรับแผนการดำเนินธุรกิจโดยการให้บริการที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ ซึ่งเป็นกลุ่มชาวเอเชียมากขึ้น โดยมีการเน้นกลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาเปรียบเทียบกับคู่แข่ง อีกทั้งมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก บริการ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ อย่างไรก็ตามการบริหารงานแบบโครงสร้างอย่างง่าย ไม่มีการวางโครงสร้างองค์กรที่เป็นระบบ เน้นการบริหารงานภายในครอบครัว ซึ่งในปัจจุบันบุคลากรส่วนใหญ่เป็นคนที่มีความสามารถและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานในตำแหน่งนั้นๆ โดยอาศัยทักษะความรู้ความสามารถที่มาจากประสบการณ์เดิม เนื่องจากบุคลากรขาดโอกาสในการพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญ จึงเน้นการสอนและการถ่ายทอดงานจากบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ภายในองค์กร ผู้ประกอบการมีการให้เงินเดือน เงินโบนัสประจำปี สวัสดิการอื่น ๆ มีการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นการเป็นเจ้าของร่วมกัน ให้ความใกล้ชิด และเน้นการ

ให้บริการที่ประทับใจ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน จากการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว โดยการใช้กรอบแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแบบ 7Os พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 61-65 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่น ซึ่งเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยว อิทธิพลในการตัดสินใจเข้ามาพักคือมาจากคนรู้จัก อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวมีการศึกษาประวัติความเป็นมาและข้อมูลการท่องเที่ยวก่อนการเข้ามาพัก โดยไม่ได้กำหนดช่วงเวลาในการเข้าพักที่แน่นอนซึ่งส่วนใหญ่เลือกที่จะพักในเขตชุมชนหรือหมู่บ้านมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อบริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในเรื่องของพนักงานที่ให้บริการมีทักษะทางด้านการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารของผู้ให้บริการ บรรยากาศและความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักมากที่สุด

**คำสำคัญ:** ธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว, นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณ, พฤติกรรมผู้บริโภค, ความคาดหวัง

### Abstract

The purpose of this independent study was to study the context of longstay business, behavior of the customers and their expectation. The samples were foreigners at the retirement age and ten owners of long stay business which selected by using purposive sampling method in Mueng, Chiang Rai, Thailand. The samples were ten foreigners who has been living for more than 15 days from ten customers each. The business owner are adjusted the business plan and strategies to response to the new group of customer, mostly are Asian tourist. They're focusing on the price competitive with the other business in the same industry. However, the organizational simple structure is not systematically administration because most of employees are local people as a family-liked company. Due to the employees are lacking the opportunity to develop their skills so they used the local expert to train from generation to generation. The welfares which employees obtained were insurance, food and beverage while in charge and costume including annual bonus and salary. The companies attempted to build the culture as co-owner-liked to feel closer and emphasized of impressive service for the business profitability. The observation of the foreigner's behavior who have been living at the long stay customers by using 7 Os analysis

method. The results revealed most of the clients were Japanese male at the age between 61-65 years old, bachelor's degree graduated, work for government or state enterprise employee and the average salary was 40,000 baht. Guesthouse was the most popular type of customer was selected with the purpose to travel. The factor of decision making was friends or relative suggestion. Anyway, most of the travelers have researched local history and travel information and no duration fixed for the journey, they picked the customers which located in village or community area. In conclude, travelers mostly expected in staff's good communication skill, land scape, security and facilities in the area of Mueng, Chiang Rai.

**Keywords:** Long Stay Accommodation, Retired Tourists, Consumer Behavior, Expectation

## บทนำ

สถานการณ์สังคมผู้สูงอายุที่เกิดขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วในภูมิภาคเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยเฉพาะในวัยหลังเกษียณ มีความต้องการที่จะพักผ่อนในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน หรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ ทั้งนี้ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ได้แก่ ระดับรายได้ สุขภาพร่างกาย และเพื่อนร่วมเดินทาง เพื่อการเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากการท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น จากสถิติจากกรมการกงสุล (2560) พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากมีการยื่นขอวีซ่าแบบ Non-Immigrant Visa รหัส O-A (Long Stay) ซึ่งเป็นการตรวจลงตราสำหรับคนต่างชาติซึ่งมีอายุไม่ต่ำกว่า 50 ปีบริบูรณ์ ซึ่งมีความประสงค์เดินทางเข้ามาประเทศไทยเพื่อพักผ่อน โดยจะได้รับอนุญาตให้พำนักในประเทศไทยได้ไม่เกิน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่เดินทางเข้ามา และจากการยื่นขอวีซ่าประเภทคนอยู่ชั่วคราว โดยวัตถุประสงค์เพื่อใช้ชีวิตบั้นปลายในส่วนของจังหวัดเชียงรายนั้นมีสถิติเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด (สำนักงานการตรวจคนเข้าเมือง, 2560)

การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay Tourism) เป็นรูปแบบที่นักท่องเที่ยวสูงอายุวัยหลังเกษียณให้ความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวเป็นการผสมผสานบริการต่าง ๆ รวมทั้งสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกัน จูดีพร ศรีอักษรณ์ (2559) กล่าวเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay Tourism) มีการเชื่อมบริการด้านสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือ ทางศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจพำนักระยะยาวนั้นย่อมส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับเศรษฐกิจ

โดยการมีการใช้จ่ายที่สูงขึ้นทั้งด้านการท่องเที่ยว และการบริการอย่างอื่นที่เป็นธุรกิจที่สนับสนุนกัน เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยมีอำนาจในการซื้อที่สูงมากกว่าวัยอื่น ๆ

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทย มีประชากรหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยพื้นราบ ชาวไทยภูเขา และชาวจีนฮ่อที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่บนดอยสูง แต่ละชนชาติจะมีประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ เป็นเสน่ห์อีกอย่างที่ทำให้เชียงรายได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย, 2561)

ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการมาพักในที่อยู่อาศัยประเภทระยะยาว (Long Stay) พื้นที่จังหวัดเชียงราย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและการบริการสามารถวางแผนและพัฒนาธุรกิจของตนเองได้ เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพที่จะพำนักระยะยาวได้ ค่าครองชีพที่ไม่สูงมาก อีกทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการจะพำนักระยะยาวในวัยหลังเกษียณ

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณต่อธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในจังหวัดเชียงราย

### ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ประกอบการธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว (Long Stay) ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย โดยมีระยะเวลาในการพำนักเป็นเวลา 15 วันขึ้นไป (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ได้แก่ โรงแรม วาย เอ็ม ซี เอ เชียงราย Akha River House เป็นเกสต์วิลล่า สับนังานโฮสเทล บ้านบารมี เบนเกสต์เฮาส์ บ้านมาลัยเกสต์เฮาส์ กัลยาเพลส ธรรญาเฮาส์ และบ้านบัว เกสต์เฮาส์

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาพำนักระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่ เข้าพักในที่พักรั้ง 10 แห่ง แห่งละ 10 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. บริบทของธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดการวิเคราะห์กลยุทธ์ของ 7s ของ McKinsey ประกอบด้วย กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร สไตล์ ระบบ บุคลากร ทักษะ และค่านิยม มาเป็นกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา และแนวทางการพัฒนาธุรกิจ

2. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่ พำนักระยะยาว (Long Stay) ในจังหวัดเชียงรายโดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 7 ประการ หรือ 7Os ซึ่งประกอบไปด้วย ลูกค้ายุคใหม่ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการ ใช้บริการ การตัดสินใจใช้บริการ การตัดสินใจใช้บริการ โอกาสในการใช้ สถานที่ให้บริการ

3. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติวัยหลังเกษียณต่อธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในจังหวัดเชียงราย โดยใช้แนวคิดการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของการ บริการ (7Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

**การทบทวนวรรณกรรม**

การศึกษาบริบทของธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย และศึกษา พฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่ พำนักระยะยาว ในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้ประกอบการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549) ได้นิยามความหมายของคำนี้ไว้แตกต่างกัน โดย แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางไว้ 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่ม ที่ต้องการเข้ามาใช้ชีวิตบนปลายในการท่องเที่ยว กลุ่มที่เข้ามาเพื่อรักษาสุขภาพ กลุ่มที่มีจุดประสงค์ เพื่อการศึกษา และ กลุ่มที่เข้ามาเพื่อฝึกซ้อมกีฬา

กระทรวงการต่างประเทศ (2552) ได้ให้ความหมายการพำนักระยะยาว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่พำนักอยู่ในเมืองไทยเกิน 90 วันขึ้นไป โดยถือวีซ่าประเภท Non-Immigrant Visa

รหัส “O-A” (Long Stay) เป็นการตรวจลงตราสำหรับคนต่างชาติซึ่งมีอายุไม่ต่ำกว่า 50 ปีบริบูรณ์ ซึ่งประสงค์จะเดินทางเข้าประเทศไทยเพื่อพักผ่อน โดยจะได้รับอนุญาตให้พำนักในราชอาณาจักรได้ไม่เกิน 1 ปี นับตั้งแต่วันที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร และไม่ได้รับอนุญาตให้ทำงานในระหว่างที่พำนักในประเทศไทย

กวิน วงศ์ลีดิ (2558) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่างวัยกลางคนถึงวัยสูงอายุ หรือวัยเกษียณอายุที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อ การพักผ่อนและฟื้นฟูสภาพร่างกายไปพร้อมกัน ส่งผลให้ในการเดินทางแต่ละครั้งต้องใช้เวลาอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเวลานาน บางรายมากกว่า 15 วันหรือ 1 เดือนก็เป็นได้ คุณลักษณะพิเศษของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือเป็นผู้มีฐานะทำให้สามารถซื้อสินค้าและบริการที่มีราคาแพงได้หากสอดคล้องกับความต้องการของตน หากประเทศไทยเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ

ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิด และความรู้สึกเพื่อตอบสนองสิ่งเร้า (สุปัญญา ไชยชาญ ,2550) และเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่งๆ (ปณิศา มีจินดา ,2553) อีกทั้งยังหมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน (ชูชัย สมมติไกร ,2554)

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำในการค้นหา เลือกสรร การตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการแบบ 7Ps

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ โดยจะถูกนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558 ; อ้างถึงใน Kotler, 1997, 92) นอกจากนั้น Kotler ได้แบ่งส่วนประสมทางการตลาดออกเป็นแบบเดิมและแบบใหม่ โดยแบบเดิมนั้นมีเพียง 4 ตัวแปร (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ภายหลังจากนั้นมีการเพิ่มอีก 3 ตัวแปรเข้ามา เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทาง

กายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) จึงได้กลายมาเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

ความหมายของความคาดหวัง

จากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวัง พบว่า มีนักวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ต่างกัน ดังนี้

ชิษณุกร พรภาณวิษญ์ (2540) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ หรือคาดหวังเอาไว้ อีกทั้ง เจตชาติ ดวงสงค์ (2553) กล่าวว่า ความคาดหวัง เป็นการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อการแสดงออกและพฤติกรรม ส่วนฉัฐวุฒิ สังข์ทอง (2556) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า ความคาดหวังเป็นระดับพฤติกรรมของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่อาศัยประสบการณ์เดิมของตนในการตัดสินใจสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่กำหนดหรือต้องการให้เป็นไปตามความต้องการของตน

จากการศึกษาความหมายของความคาดหวัง สามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคิดและความปรารถนาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการรับรู้ประสบการณ์ก่อนหน้าจึงส่งผลต่อการคาดการณ์ว่าสิ่งนั้นๆจะเป็นอย่างไรในอนาคต โดยความคาดหวังเป็นตัวกำหนดและกระตุ้นพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (2551) ได้วิจัยเรื่อง “รูปแบบที่พักแบบพำนักระยะยาวที่เหมาะสมกับประเทศไทย” โดยทำการศึกษากิจการจัดทำมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวสำหรับที่พักแบบพำนักระยะยาวส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป เป็นผู้มียาได้สูง มีความสามารถในการใช้จ่าย ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและพักในสถานที่พักใดที่พักหนึ่งเป็นเวลามากกว่า 15 วัน นักท่องเที่ยวเหล่านี้มากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นผู้เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยนักท่องเที่ยวจะจัดรายการนำเที่ยวเอง จากการศึกษาค้นคว้าและปรึกษาเพื่อนฝูงหรือญาติมิตร โดยมีสัดส่วนการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเองต่อการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวโดยผ่านบริษัทนำเที่ยวคิดเป็นอัตราส่วน 58: 42 และศิตาจตุร เหลียงรุ่งเรือง (2553) ได้ศึกษา พฤติกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวพำนักระยะยาว : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ด้านสภาพสังคมเศรษฐกิจ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ระดับการศึกษาสูง ฐานะทางการเงินมั่นคง

สุขภาพแข็งแรงช่วยเหลือตนเองได้ ชอบกีฬาบอลล์ เลือกรมาพำนักระยะยาวในเชียงใหม่เพราะค่าครองชีพต่ำ ผู้คนมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีน้ำใจ เมืองมีความปลอดภัย ภูมิประเทศและภูมิอากาศดี มีวัฒนธรรมคล้ายกัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกทาง การแพทย์ มีการวางแผนช่วงเวลาที่มาพำนักระยะยาวตลอดชีวิต โดยนิยมเลือกคอนโดมิเนียมในเขตเมือง อีกทั้งเฉลิมพล แจ่มจันทร์ และ อรไท โสภารัตน์ (2555) ได้ศึกษาการพำนักระยะยาวของชนผู้ป่วนในจังหวัดเชียงใหม่: การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดในช่วงก่อนและหลังการพำนัก ด้วยการวิเคราะห์แบบย้อนหลัง พิจารณาระดับความสำคัญและเปรียบเทียบอิทธิพลของปัจจัยแต่ละด้านที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ในช่วงก่อนเข้ามาพำนัก กับประสบการณ์ที่ได้รับช่วงหลังการเข้ามาพำนัก พบว่า “ปัจจัยกำหนด” เรียงตามระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้าน ค่าครองชีพ (เมื่อเทียบกับมาตรฐานชีวิต) คนท้องถิ่น (ความเป็นมิตรและความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่) ความปลอดภัยและความมั่นคง ความสวยงามและสิ่งดูของสถานที่ท่องเที่ยว อาหารและวัฒนธรรม ภาษา การมีญาติหรือเพื่อนอาศัยอยู่ด้วย และแคมเปญส่งเสริมและสนับสนุนการพำนักระยะยาว

โดยจะเห็นได้วยังไม่มีผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง การจัดการที่พักอาศัยประเภทระยะยาวและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติวัยหลังเกษียณมากนัก ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของการวิจัยในพื้นที่อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการ และให้ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้ำในอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย

### วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

1. ศึกษาบริบทของธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว (Long Stay) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง แล้วทำการเลือกที่พักที่มีผู้ใช้บริการแบบระยะยาว (Long Stay) โดยมีระยะเวลาในการพำนักเป็นเวลา 15 วันขึ้นไป (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) จำนวน 10 แห่ง คือ โรงแรม วาย เอ็ม ซี เอ เชียงราย กัลยาเพลส Akha River House บ้านเกตุวิลล่า สบับงาน โฮสเทล บ้านบารมี เบน เกสต์เฮาส์ บ้านมาลัยเกสต์เฮาส์ ธรรมชาติเฮาส์ และบ้านบัว เกสต์เฮาส์

2. ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในจังหวัดเชียงราย โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (quota sampling) เนื่องจากผู้ศึกษาต้องการกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพักตั้งแต่ 15 วันขึ้นไป และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในที่พักทั้ง 10 แห่ง แห่งละ 10 คน



### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Focus Group Interview) สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และแบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ทำไปสัมภาษณ์กับเจ้าของธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

2.แบบสอบถาม (Questionnaire) ทำไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay)

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์แบบ Thematic Analysis ไว้ 6 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การทำความเข้าใจกับข้อมูลให้มาก ขั้นตอนที่ 2 การเริ่มต้นสร้างรหัส ขั้นตอนที่ 3 การค้นหาสาระหรือแก่นหลัก (Themes) ขั้นตอนที่ 4 การตรวจสอบสาระหรือแก่นหลัก (Themes) ขั้นตอนที่ 5 การให้คำจำกัดความและตั้งชื่อ และขั้นตอนที่ 6 การเขียนรายงาน การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ศึกษาได้ทำการจัดบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์แล้วนำมาเขียนอธิบายเชิงคุณภาพโดยการจัดกลุ่มข้อมูลแล้วเขียนสรุปผลโดยแยกออกเป็น กลยุทธ์ โครงสร้างองค์กร รูปแบบการปฏิบัติงาน ระบบบุคลากร ทักษะ และค่านิยม การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนและเชื้อชาติ ที่เป็นข้อมูลที่ใช้วัดมาตรวัดแบบนามบัญญัติ เป็นการจัดข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ แยกตามประเภทหรือชนิด โดยถ้ามีลักษณะหรือคุณสมบัติหรือคุณภาพเหมือนกันก็ให้อยู่กลุ่มเดียวกัน โดยไม่มีการจัดอันดับ จึงเป็นเพียงการกำหนดเป็นชื่อหรือเป็นตัวเลขให้กับประเภทหรือชนิดนั้น ๆ เช่น จำแนกคนตามเพศเป็นชาย – หญิง ระดับการศึกษา ซึ่งตัวเลขที่กำหนดให้ดังกล่าวนี้จะนำมา บวก ลบ คูณ หัก กันไม่ได้ เพราะไม่มีความหมายในเชิงปริมาณ จึงสรุปได้ว่ามาตรนามบัญญัติเป็นการกำหนดชื่อหรือหมายเลขให้กับสิ่งนั้น ๆ เพื่อประโยชน์ในการสื่อความหมายให้เข้าใจได้ตรงกันว่าสิ่งนั้น ๆ คืออะไร หรือมีหน้าที่อะไร หรืออยู่ที่ใด หรือมีคุณสมบัติอย่างไร เป็นต้น

### ผลการวิจัย

จากกระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย จำนวน 10 แห่ง ซึ่งมี

2 แห่ง เป็นที่พักประเภทโรงแรม คือ โรงแรม วาย เอ็ม ซี เอ เชียงราย และ กัลยา เพลส มี 2 แห่ง เป็นที่พักประเภทรีสอร์ท คือ Akha River House และ แป้นเกิ้ลดวิลล่า มี 1 แห่ง เป็นที่พักประเภทโฮสเทล คือ สับงานโฮสเทลและมี 5 แห่ง เป็นที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ คือ บ้านบารมี เบนเกสต์เฮาส์บ้านมาลัยเกสต์เฮาส์ ธรรมชาติเฮาส์ และบ้านบัวเกสต์เฮาส์

### ผลการศึกษาริบทของธุรกิจที่พำนักอาศัยในระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย

ผู้ประกอบการมีการวางกลยุทธ์และปรับแผนการดำเนินธุรกิจโดยการให้บริการที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเอเชียมากขึ้น โดยมีการเน้นกลยุทธ์ด้านการกำหนดราคาโดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่ง อีกทั้งมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริมอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น บริการรถจักรยาน บริการรถรับส่ง และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ การบริหารงานองค์กรเป็นโครงสร้างอย่างง่าย (Simple Structure) ไม่มีการวางโครงสร้างองค์กรที่เป็นระบบ เน้นการบริหารงานภายในครอบครัว หรือระบบหุ้นส่วนที่เป็นเพื่อนหรือคนรู้จัก อำนาจการตัดสินใจและบริหารงานเป็นของเจ้าของธุรกิจและหุ้นส่วนที่มีจำนวนหุ้นสูงสุด อีกทั้งผู้ประกอบการเชื่อว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดระบบการบริหารงาน ได้แก่ ความรู้ความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจ การวางแผนปรับตัวกับความเปลี่ยนแปลง จำนวนเงินทุน และพนักงาน ซึ่งในปัจจุบันบุคลากรส่วนใหญ่เป็นคนที่มีความสามารถและความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานในตำแหน่งนั้น ๆ โดยอาศัยทักษะความรู้ความสามารถเชิงการปฏิบัติงานที่มาจากประสบการณ์เดิม เนื่องจากบุคลากรขาดโอกาสในการพัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญ จึงเน้นการสอนและการถ่ายทอดงานจากบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ภายในองค์กร ผู้ประกอบธุรกิจมีการส่งเสริมและตอบแทนบุคลากรส่วนใหญ่จะเป็นในรูปแบบของเงินเดือนและเงินโบนัสประจำปี การให้สวัสดิการอื่นๆ ได้แก่ ประกันสังคม อาหารและเครื่องดื่มในช่วงปฏิบัติงาน และยูนิฟอร์มของพนักงาน และมีการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรแบบเน้นการเป็นเจ้าของร่วมกัน ให้ความใกล้ชิด และเน้นการให้บริการที่ประทับใจ เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน

### ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

จากการศึกษา โดยการใช้กรอบแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคแบบ 70s พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay)

ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 61-65 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่น ซึ่งเลือกพักในที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการพำนักระยะยาว (Long Stay) เพื่อท่องเที่ยว ทั้งนี้ผลการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลในการตัดสินใจเข้ามาพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงรายจากคนรู้จัก อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวมีการศึกษาประวัติความเป็นมาและข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายก่อนการเข้ามาพำนักระยะยาว โดยไม่ได้กำหนดช่วงเวลาในการเข้าพักที่แน่นอนซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่จะพักในเขตชุมชนหรือหมู่บ้านมากที่สุด (ตามตารางที่ 1 )

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์

สิ่งที่ต้องการศึกษา	คำถาม	ผลที่ได้	เหตุผล
ลักษณะทางประชากรศาสตร์	1.เพศ	1.ชาย	จากการศึกษาพฤติกรรม
	2.อายุ	2.61-65 ปี	ของนักท่องเที่ยว
	3.ระดับการศึกษา	3.ปริญญาตรี	ชาวต่างชาติวัยหลัง
	สูงสุด		เกษียณที่เลือกใช้บริการ
	4.อาชีพ	4.รับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่
	5.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5.มากกว่า 40,000 บาท	อำเภอเมือง จังหวัด
	6. มาจากประเทศไหน	6.ญี่ปุ่น	เชียงราย สอดคล้องกับ
	7.ที่พัก	7.เกสต์เฮาส์	การศึกษาของ ศิตรงค์
8.วัตถุประสงค์ในการพำนักระยะยาว (Long Stay)	8.ท่องเที่ยว	เหลียวรุ่งเรือง (2553) พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ยคือ 65 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีฐานะทางการเงินมั่นคง อาชีพเดิมเป็นพนักงานบริษัท รับราชการ และธุรกิจส่วนตัว	

ผลการศึกษาความคาดหวังต่อธุรกิจที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณ

จากการศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณต่อบริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงรายโดยใช้กรอบแนวคิดของส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ (7Ps) ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในเรื่องของทักษะทางด้านการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารของผู้ให้บริการ รองลงมาได้แก่ การ ลักษณะทางกายภาพ ช่องทางการจัดจำหน่าย/ให้บริการ ด้านราคา กระบวนการ และการส่งเสริมการขายตามลำดับ

เมื่อพิจารณาสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณมีความคาดหวังต่อบริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในเรื่องของทักษะทางด้านการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารของผู้ให้บริการ บรรยากาศและความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักมากที่สุด

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากพฤติกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่ใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 96 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 61-65 ปี มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท ส่วนใหญ่เป็นชาวญี่ปุ่น กระบวนการตัดสินใจเข้ามาพำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงรายโดยพิจารณาจากประวัติความเป็นมา ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายมากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (2551), ฐิติพร ศรีอรกรณ์ (2559) และ ศิตางศุ์ เหลียวรุ่งเรือง (2553) ซึ่งผลการศึกษาของผู้ศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่ใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างสูง ดังนั้นการจัดที่พักที่มีความปลอดภัยจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรพิจารณา การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่เลือกใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์มากที่สุด อีกทั้งยังพบว่านักท่องเที่ยวนิยมพักตามชุมชนและหมู่บ้าน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เฉลิมพล แจ่มจันทร์, อรทัย โสภารัตน์ (2553) และ วิลาสินี ยนต์วิทย์ (2562) ผลการศึกษาของผู้ศึกษา พบว่า จากการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่ใช้บริการธุรกิจที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ยังพบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการเลือกที่พักประเภทเกสต์เฮาส์มากที่สุด อีกทั้งยังพบว่านักท่องเที่ยวนิยมพักตามชุมชนและหมู่บ้าน ผลการศึกษาดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติวัยเกษียณต้องการที่จะมาท่องเที่ยวพักผ่อนในสถานที่ที่ใกล้ชิดกับชุมชน ได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่แปลกใหม่ ซึ่งเป็นการพักผ่อนในรูปแบบหนึ่ง

### ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ประกอบการ ควรคำนึงถึงระบบรักษาความปลอดภัยของที่พัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งต้องการการดูแลเป็นพิเศษโดยสามารถเพิ่มระบบการรักษาความปลอดภัยภายในที่พักที่ทันสมัยมากขึ้น และควรส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมหรือฝึกฝนทั้งทางด้านการใช้บริการและการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร เนื่องจากในอนาคตกลุ่มของนักท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนไป ดังนั้นความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศ จึงมีความสำคัญในอุตสาหกรรมบริการ

สำหรับภาครัฐควรมีการผลักดัน ตามวิสัยทัศน์ของรัฐบาล โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ กล่าวคือ สร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชน เพื่อให้เกิดคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว ในขณะที่เดียวกัน จะต้องทำให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้เพื่อฟื้นฟูสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศระยะสั้น

สำหรับภาคการศึกษาเห็นได้ว่าการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีแนวคิด ทฤษฎี ด้านบุคลากร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในเรื่องของทักษะทางด้านการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารของผู้ให้บริการ เนื่องจากการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวนับว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่มีวิวัฒนาการจากความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานการดำรงชีวิตรวมทั้งความต้องการที่ไม่เหมือนกัน แต่มีจุดมุ่งหมายที่คล้ายกันคือ การพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation) โดยที่การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวก็เป็นผลมาจากโครงสร้างของประชากรโลกมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aged society) ผู้ประกอบการด้านที่อยู่อาศัยและด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง ควรคำนึงถึงความต้องการของตลาด จึงต้องมีการบริหาร จัดการที่เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้และสะท้อนให้เห็นถึงวิถีคิดของส่วนอุปสงค์หรือผู้ที่มีความต้องการเสนอซื้อ ซึ่งก็คือ ผู้สูงอายุที่มาพำนักระยะยาว ให้นำไปสู่การพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลของฝ่ายอุปทาน หรือผู้ที่มีความต้องการเสนอขายซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมีฐานความคิดเรื่องการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขโดยทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งการให้บริการ ความพึงพอใจในการบริการของการพำนักระยะยาวได้อย่างตรงเป้าหมาย

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อธุรกิจที่พำนักระยะยาวในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบเพื่อหาแนวทางพัฒนาธุรกิจในอนาคตต่อไป
2. ควรมีการศึกษาถึงปัญหาที่ผู้ใช้บริการพบในการใช้บริการที่พัก หรือปัญหาที่ผู้ประกอบการพบระหว่างการดำเนินธุรกิจ นำผลการศึกษาที่ได้มาหาสาเหตุเพื่อปรับปรุง หรือต่อ ยอดในธุรกิจให้รองรับกับความต้องการของลูกค้าในอนาคต
3. งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาก่อนเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 แพร่กระจายไปทั่วโลก ที่มีการห้ามการเดินทางทั้งระหว่างประเทศและในประเทศ ส่งผลให้การท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก สำหรับการศึกษาค้างต่อไปควรศึกษาผลกระทบของธุรกิจการท่องเที่ยวหรือการพำนักระยะยาวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ หลังจากเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ และการรองรับนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ

### รายการอ้างอิง

- กรมการกงสุล. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 13 มิถุนายน 2562, จาก <http://www.consular.go.th/main/th/organize/111060-%E0%B8%AA.html>
- กวิน วงศ์ลีตี. (2558). ความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาดที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยนานาชาติ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). กรอบนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2562, จาก <http://thai.tourismthailand.org/>
- กระทรวงการต่างประเทศ. (2552). กฎบัตรอาเซียน. กรุงเทพฯ: กรมอาเซียน กลุ่มงานนโยบาย.
- เจตชาติ ดวงสงค์. (2553). ทฤษฎีความคาดหวัง. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เฉลิมพล แจ่มจันทร์ และอรทัย โสภารัตน์. (2553). การพำนักระยะยาวของคนญี่ปุ่นในจังหวัดเชียงใหม่: การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดในช่วงก่อนและหลังการพำนัก. วารสารญี่ปุ่นศึกษา, 1(29), 16-34 <https://sites.google.com/a/asia.tu.ac.th/japanese-studies-journal/f-chbab-yxn-hlang/vol-29-no-1>

- ชัยฉกร พรภาณุวิชญ์. (2540). *ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบทบาทการจัดการ  
ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของสมาชิกองค์การบริหารการบริการส่วนตำบล:  
กรณีศึกษาจังหวัดแพร่*. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม.  
มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.
- ชูชัย สมितिไกร. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติพร ศรีอาภรณ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในจังหวัด  
เชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น. *Journal of Graduate Research*, 6(1), 177-184.  
<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/banditvijai/article/view/96588>
- ณัฐวุฒิ สังข์ทอง. (2556). *ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการมาศึกษา ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
สวนดุสิต ศูนย์ชลบุรี*. สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2562, จาก  
[http://newtdc.thailis.or.th/docview.aspx?t\\_dcid=27327](http://newtdc.thailis.or.th/docview.aspx?t_dcid=27327)
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ชรรรมสาร.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2551). *รูปแบบที่พึงเหมาะพำนักระยะยาวที่เหมาะสมสำหรับ  
ประเทศไทย. รายงานผลการวิจัยเสนอต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวง  
การท่องเที่ยวและกีฬา*. สืบค้นเมื่อ 21 สิงหาคม พ.ศ. 2562, จาก  
<http://www.oknation.net/blog/TourismNU/2007/09/08/entry-3>
- วิลาสินี ยนต์วิทย์. (2562). แนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ  
ในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 428-438. สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2563  
<https://dtc.ac.th/wp-content/uploads/2019/08/28.-.pdf>
- ศิตางค์ เหลือรุ่งเรือง. (2553). *พฤติกรรมทางเลือกที่อยู่อาศัยของผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยว  
พำนักระยะยาว : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2550). *การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 5)*. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง.
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ  
ในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพฯ*. การ  
ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
กรุงเทพฯ.
- สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง. (2560). *สถิติการเข้า-ออก คนต่างชาติ ประจำปี 2560*. สืบค้นเมื่อ  
13 มิถุนายน 2562, จาก [https://www.immigration.go.th/immigration\\_stats](https://www.immigration.go.th/immigration_stats)
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงราย. (2561). *จังหวัดเชียงราย*. สืบค้นเมื่อ 6 กรกฎาคม  
2562, จาก [https://chiangrai.mots.go.th/group\\_ebook.php](https://chiangrai.mots.go.th/group_ebook.php)