

การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในประเทศไทย



นายไพโรจน์ จันทรฤทธิ์

รายงานวิชาการส่วนบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตร  
ชั้นสูง การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 2

สถาบันพระปกเกล้า

พ.ศ. 2547

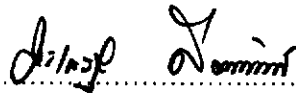
ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า

รายงานวิชาการส่วนบุคคล เรื่อง การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในประเทศไทย

โดย นายไพโรจน์ จันฤทธิ เลขประจำตัว 2051

เป็นส่วนเพิ่มเติมจากรายงานวิชาการกลุ่ม เรื่อง ศักยภาพการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยผ่านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

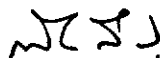
อาจารย์ที่ปรึกษา



( รองศาสตราจารย์ ประเสริฐ ศิลพิพัฒน์ )

---

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้รายงานเอกสารวิชาการส่วนบุคคลฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับสูงประกาศนียบัตรชั้นสูง การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับ นักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 2



( ศาสตราจารย์ ดร.เทียนฉาย กิระนันท์ )

ประธานคณะกรรมการ

หลักสูตรการบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง

## บทคัดย่อ

เอกสารวิชาการเรื่อง	การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในประเทศไทย
ผู้จัดทำ	นายไพโรจน์ จันฤทธิ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ประเสริฐ ศิลพิพัฒน์
หลักสูตร	การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสาธรรณะสำหรับนักบริหารระดับสูง
ปีการศึกษา	2547

ในการศึกษา การพำนักระยะยาวในประเทศไทย ผู้ศึกษาได้มุ่งประเด็นความสนใจไปที่ บทบาทของภาครัฐบาลที่มีผลต่อการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว และความเป็นไปได้ที่ประเทศไทย จะเป็นแหล่งที่พำนักระยะยาว ทั้งนี้เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นว่า การพำนักระยะยาว เป็นหนึ่งโครงการ ในการพัฒนาการบริการการท่องเที่ยวที่ภาครัฐในความสนใจ และต้องการจะผลักดันให้ประเทศไทย ตรงกับความต้องการของตลาด ผู้ศึกษาจึงได้รวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน รวมถึงรายงานการวิจัยและบทความต่างๆ เพื่อมาประมวล ว่าประเทศไทยมีความ เป็นไปได้ที่จะก้าวเป็นหนึ่งใน การพำนักระยะยาวในตลาดโลกหรือไม่

ในส่วนของการศึกษาผู้ศึกษาได้จัดระบบข้อมูลออกเป็นส่วนๆ ดังนี้

บทที่ 1 บทนำและระเบียบวิธีวิจัย ได้กล่าวเปิดเรื่องถึงการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวระยะยาว พร้อมทั้งบอกถึงรายละเอียดระเบียบวิธีวิจัย รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการ ทำเอกสารวิชาการฉบับนี้

บทที่ 2 การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว โดยเบื้องต้นกล่าวถึงความเป็นมา ของการท่องเที่ยว และคำจำกัดความการท่องเที่ยวระยะยาว

บทที่ 3 บทบาทของภาครัฐบาลที่มีต่อการพัฒนาบริการ ท่องเที่ยว โดยได้นำ ประวัติถึงการพัฒนากการท่องเที่ยวไทย จากอดีตถึงปัจจุบัน และทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับ ที่ 9 โดยดูถึงรายละเอียด การให้ความสำคัญและส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวเพียงใด

บทที่ 4 ตลาดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว กล่าวถึงลักษณะของตลาด และ กลุ่มเป้าหมาย ความต้องการของตลาด และประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมายที่ทางภาครัฐให้ความสำคัญ รวมทั้งมองถึงแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วของประเทศไทย ว่าเพียงพอและมีความพร้อมมากน้อยเพียงใด

บทที่ 5 ความเป็นไปได้ในการเป็นที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย โดยได้รวบรวมรายละเอียดของเอกสารวิชาการต่างๆ ที่กล่าวถึงประเทศไทยว่ามีความเป็นไปได้มากน้อย เพียงใดที่จะแข่งขันกับตลาดโลก ไม่ว่าจะเป็ตลาดในภูมิภาคเดียวกันหรือต่างภูมิภาค รวมทั้ง

มองถึงจุดแข็ง จุดอ่อน จุดด้อย และโอกาส ของประเทศไทยที่จะก้าวมาเป็นผู้นำตลาดการพำนักระยะยาว

บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ ได้นำข้อมูลที่ได้รวบรวมมาอธิบายเพื่อให้เข้าใจถึงรายละเอียดการศึกษาและข้อเสนอแนะที่ทางผู้จัดทำเพิ่มเติมขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

ด้วยความตั้งใจ ในที่สุดก็มาถึงการเขียนกิตติกรรมประกาศ โดยตั้งใจไว้แต่แรกว่าในส่วนนี้จะเขียนเป็นลำดับสุดท้าย ซึ่งก็หมายความว่า ความเหน็ดเหนื่อย ความวิตกกังวล และความเครียดต่างๆ เกี่ยวกับงานวิจัยได้สิ้นสุดลงแล้ว

ก่อนอื่นคงต้องกล่าวถึงการเรียนที่สถาบันพระปกเกล้าแห่งนี้ ตลอดระยะเวลาเกือบ 1 ปีที่ผ่านมา ผมได้รับความรู้ความเข้าใจจากคณาจารย์ และมีมิตรภาพที่สวຍงามจากเพื่อนร่วมสถาบัน กิจกรรมต่างๆ ที่กระทำร่วมกันสร้างความสามัคคีในหมู่คณะระหว่างพี่น้องร่วมสถาบัน ล้วนแต่เป็นภาพแห่งความประทับใจที่ผมไม่มีวันลืม

การจัดทำเอกสารฉบับนี้ ผมคงต้องขอขอบคุณ พี่เยียรยง ที่ให้ความกรุณาหาหนังสือที่มีประโยชน์ ที่ใช้ประกอบการจัดทำเอกสารนี้ รวมถึงต้องขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุดการทอญ เที่ยวแห่งประเทศไทย ที่แนะนำแหล่งของเอกสาร และข้อมูลที่มีประโยชน์เพื่อประกอบการจัดทำเอกสารฉบับนี้

ที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นคือผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เกี่ยวกับการศึกษาครั้งนี้ แต่มีบุคคลอีกกลุ่มหนึ่งที่ต้องกล่าวถึงเป็นลำดับสุดท้าย ไม่ใช่เพราะว่ามีความสำคัญน้อย แต่ในทางตรงกันข้ามบุคคลกลุ่มนี้กลับมีความสำคัญอย่างมากและสำคัญที่สุดกับผม เพราะบุคคลกลุ่มนี้ไม่ได้ให้ความช่วยเหลือและผลักดันให้เกิดงานฉบับนี้เพียงเท่านั้นหากแต่เป็นแรงผลักดันอันสำคัญ เป็นกำลังใจให้มีความพยายามจนสำเร็จ นั่นคือ พ่อ แม่ ภรรยา และลูกทั้ง 2 ของผม

สุดท้ายนี้ต้องขอขอบคุณสถาบันพระปกเกล้า ที่ทำให้ได้รับประสบการณ์และโอกาสต่างๆ มากมาย รวมถึงการนำประสบการณ์และโอกาสที่ได้รับไปทำให้เกิดประโยชน์ต่อไป

ขอขอบคุณทุกคนและทุกสิ่งทุกอย่างด้วยความจริงใจมา ณ. ที่นี้ครับ

นายไพโรจน์ จันฤทธิ

## คำนำ

การท่องเที่ยวนับเป็นประตูสำคัญด่านหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยกันจนถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ การท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีหลายรูปแบบ ทั้งการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวที่กล่าวในเอกสารวิชาการฉบับนี้

การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว คือ การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางให้นักท่องเที่ยวมาอาศัยอยู่เป็นเวลานาน ซึ่งหมายถึงระยะเวลาตั้งแต่ 2 สัปดาห์จนถึง 2-3 เดือน หรือ 2-3 ปี นั้น เรายุ้เน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ชาวต่างชาติ ที่ต้องการจะเข้ามาศึกษาในประเทศไทย หรือกลุ่มผู้เกษียณอายุ โดยเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีฐานะดี

เนื้อหาของเอกสารวิชาการประกอบด้วยรายละเอียดของการพำนักระยะยาวในประเทศไทย และมีจังหวัดใดบ้างที่มีชาวต่างชาตินิยมเข้ามาท่องเที่ยวพำนักระยะยาว โดยมองถึงคู่แข่งทั้งในภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาค ในจุดนี้เองทำให้ผู้ศึกษามองเห็นจุดแข็ง จุดอ่อน ข้อดี และโอกาสของประเทศไทย ที่จะก้าวเป็นผู้นำในด้านการพำนักระยะยาว รวมถึงการมองบทบาทของภาครัฐบาลที่ให้การสนับสนุน ส่งเสริม การท่องเที่ยว

เอกสารวิชาการฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะ สาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง ทางผู้ศึกษามุ่งหวังว่าเอกสารวิชาการฉบับนี้คงจะมีประโยชน์ แก่ผู้อ่าน ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว หรือผู้ที่ต้องการรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปศึกษาต่อ ไม่มากก็น้อย หากมีข้อผิดพลาดประการใด ทางผู้จัดทำขอภัยไว้ ณ ที่นี้

นายไพโรจน์ จันตฤทธิ

## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ	ก-ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
คำนำ	ง
สารบัญ	จ-ฉ
สารบัญตาราง	ช
<b>บทที่ 1</b>	<b>บทนำและระเบียบวิธีวิจัย</b>
	1.1 บทนำ 1-2
	1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา 2
	1.3 วิธีการศึกษา 2
	1.4 ขอบเขตการศึกษา 2
	1.5 ประโยชน์ของผลการศึกษา 3
<b>บทที่ 2</b>	<b>การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว</b>
	2.1 ความเป็นมาของการพัฒนาการท่องเที่ยว 4-9
	2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว 9-10
<b>บทที่ 3</b>	<b>บทบาทของรัฐบาลที่มีต่อการพัฒนาบริการท่องเที่ยว</b>
	3.1 ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว 11-13
	3.2 แผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ 13-14
	3.3 แผนการตลาดท่องเที่ยวปี 2547 14
	3.4 การดำเนินงานโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว พำนักระยะยาวแห่งชาติ 15-16
	3.5 กลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาด 16
<b>บทที่ 4</b>	<b>ตลาดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว</b>
	4.1 ลักษณะของตลาด 18-19
	4.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก 19-20
	4.3 กลุ่มประเทศเป้าหมาย 20-23
	4.4 ความต้องการของตลาด 23-24
	4.5 ประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย 24

เรื่อง		หน้า
	4.6 การเตรียมการรองรับตลาด	25
	4.7 แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย	25-28
<b>บทที่ 5</b>	<b>ความเป็นไปได้ในการเป็นที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย</b>	
	5.1 โครงการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศอื่นๆ	29-30
	5.2 โครงการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในภูมิภาคอื่น	30-32
	5.3 ปัจจัยที่เชื่ออำนาจให้ประเทศไทยจะเป็นแหล่ง พำนักระยะยาว	33-34
	5.4 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่ประเทศไทยจะเป็นแหล่ง พำนักระยะยาว	35-36
<b>บทที่ 6</b>	<b>บทสรุปและข้อเสนอแนะ</b>	37-38
ส่วนอ้างอิง		39
ภาคผนวก ก		40-43
ประวัติผู้จัดทำ		44



## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 3-1	กลุ่มเป้าหมายตลาดต่างประเทศ	13
ตารางที่ 4-1	ภาพแสดงวิวัฒนาการของประชากรโลกของคนในช่วงอายุต่ำกว่า 15 และ ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป	19
ตารางที่ 4-2	สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเดินทางเข้าประเทศไทย	20
ตารางที่ 4-3	สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเกษียณอายุเดินทางเข้าประเทศไทย	20
ตารางที่ 4-4	สถิตินักท่องเที่ยวสูงอายุ (+55) ของโลก	21

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 บทนำ

จากอดีตที่ผ่านมา ภาครัฐบาลได้ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมและสนับสนุนท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น มีการจัดตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และจนถึงโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

ประเทศไทยมีความโดดเด่นของทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ประชาชนมีอัธยาศัยไมตรี รวมทั้งความได้เปรียบด้านสถานที่ตั้งทางสภาพภูมิศาสตร์ ประกอบกับความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก รัฐบาลจึงวางกลยุทธ์ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการภายในประเทศไทยมากขึ้น

จากการดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวจำเป็นต้องมีหน่วยงานหรือองค์กรกลางทำหน้าที่บริหารงานตามนโยบายรัฐบาลให้เกิดเป็นรูปธรรม รวมทั้งเพื่อจัดการธุรกิจเชื่อมโยงและประสานผลประโยชน์ระหว่างผู้ลงทุน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงได้ดำเนินโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว โดยใช้รูปแบบการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน มีการจัดตั้งบริษัทไทยจัดการล่องสแคว์จำกัด (Thai Longstay Management Corporation Limited) เพื่อดำเนินการรองรับโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวและมีศูนย์บริการครบวงจร (Longstay One Stop Service Center) ทั้งนี้ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งบริษัทไทยจัดการล่องสแคว์จำกัดเพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลในการให้บริการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่มีความสมบูรณ์แบบมีมาตรฐานและให้บริการครบวงจร

ในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความเจริญเติบโตโดยตลอดและมีการลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวในระดับที่ได้มาตรฐานสากล เช่น โรงแรม สนามกอล์ฟ สปา ศูนย์การค้า และโรงพยาบาล ทำให้สามารถบริการรับรองความต้องการของนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพสูง การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เข้าประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งโดยมีมูลค่า 323,500 ล้านบาทในปี 2545 และมีจำนวนนักท่องเที่ยว 10.79 ล้านคน อย่างไรก็ตาม อัตราการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับ 3,750 บาทต่อหัวต่อปีเป็นเวลาหลายปี จึงมีความจำเป็นต้องหามาตรการส่งเสริมให้มีการใช้จ่ายมากขึ้น และควรผลักดันให้เกิดการขยายสัดส่วนของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูงให้มากขึ้น

เพื่อให้การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีประสิทธิภาพ กระทรวงพาณิชย์โดยกรมการส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงสาธารณสุข

สถานเอกอัครราชทูตไทยประจำประเทศต่างๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงพยาบาลเอกชน สมาคมโรงแรมไทย สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว จึงส่งเสริมความเชื่อมั่นด้านการให้บริการพักผ่อนพร้อมการดูแลสุขภาพอย่างครบวงจร การเพิ่มขีดความสามารถ และการสร้างความเชื่อมั่นด้านการให้บริการ โดยจัดโครงการมอบประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานสถานบริการ ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพพระยยะยาว (Silver Merit Award) แก่สถาบันบริการ (Long stay Provider) ที่ได้มาตรฐาน เพื่อประกันความมั่นใจให้แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการ และมาตรการอำนวยความสะดวกการพักพระยยะยาวในไทย

อีกทั้งเราต้องมองถึงภาพรวม ปัจจัยต่างๆ ที่สนับสนุนให้ประเทศไทยจะเป็นแหล่งผู้พักนักระยะยาว โดยเรามองถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และจุดด้อย ของประเทศไทย เปรียบเทียบกับคู่แข่งทั้งในภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาค เพื่อที่เราจะได้นำกลับมาพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวให้ยั่งยืน และมีศักยภาพสูงสุด

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพำนักระยะยาวในประเทศไทย
- 1.2.2 เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว กฎหมาย/กฎระเบียบตลอดจนวิธีการในการให้การสนับสนุนของภาครัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้องในการรองรับนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว
- 1.2.3 เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูล ถึงความเป็นไปได้ที่ประเทศไทยจะรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพำนักระยะยาว
- 1.2.4 เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลของคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกันและต่างภูมิภาคเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

## 1.3 วิธีการศึกษา

รวบรวมข้อมูล รายงานการวิจัยจากแหล่งต่างๆ ที่เคยทำทั้งจากภาครัฐและเอกชน เกี่ยวกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจากข้อมูลออนไลน์ในเวปไซต์ต่างๆ

## 1.4 ขอบเขตของการศึกษา

กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทต่างๆ กลุ่มผู้เกษียณอายุ กลุ่มที่เข้ามารักษาสุขภาพ กลุ่มที่เข้ามาเพื่อการศึกษา และกลุ่มที่เข้ามาเพื่อฝึกซ้อมกีฬา ที่มีความต้องการพำนักระยะยาวในประเทศต่างๆ รวมถึงการรองรับตลาดการพำนักระยะยาวของภาครัฐบาลในประเทศไทย

## 1.5 ประโยชน์ของผลการศึกษา

- 1.1.1 เพื่อให้บุคคลที่สนใจได้รับทราบถึงการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย
- 1.1.2 อาจเป็นตัวแทนหนึ่งในการกระตุ้นการรับรู้เพื่อที่จะพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในโอกาสต่อไป

## บทที่ 2

### การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

#### 2.1 ความเป็นมาของการพัฒนาการท่องเที่ยว

##### 2.1.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยว

เกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกา ใน พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้น ทำหน้าที่รับรอง และ ให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทย รวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทย ให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ มีสำนักงานตั้งอยู่ที่กรมรถไฟ เชียงพานนพวงศ์ ต่อมาได้ย้ายมาตั้งที่สถานีรถไฟหัวลำโพง เมื่อพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ทรงย้ายไปดำรงตำแหน่งเสนาบดีกระทรวงพาณิชย์ และคมนาคม งานด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้ย้ายไปอยู่ที่กระทรวงพาณิชย์ และคมนาคมด้วย แต่ยังคงทำงานร่วมกับกรมรถไฟ มีสำนักงานตั้งที่ถนนเจริญกรุง หน้าไปรษณีย์กลาง<sup>1</sup>

การส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นอย่างชัดเจนใน พ.ศ. 2479 เมื่อ กระทรวงเศรษฐกิจเสนอโครงการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศสยามต่อคณะรัฐมนตรี โดยเสนอแผนและวัตถุประสงค์ของการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3 ประการคือ

- ประการที่ 1 งานโฆษณาชักชวนนักท่องเที่ยว
- ประการที่ 2 งานรับรองนักท่องเที่ยว
- ประการที่ 3 งานบำรุงสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก

ในการเสนอโครงการนี้ กระทรวงเศรษฐกิจได้เสนอให้จัดเป็นรูปของสมาคมการท่องเที่ยว คณะรัฐมนตรีประชุมปรึกษา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2479 มีมติรับหลักการของการบำรุงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่รับหลักการในการจัดตั้งให้เป็นรูปสมาคม ได้มีมติแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง ดำเนินงานโดยให้กระทรวงเศรษฐกิจ เป็นเจ้าของเรื่อง กระทรวงเศรษฐกิจได้มอบงานนี้ให้กรมพาณิชย์ เป็นผู้จัดทำเพราะกรมพาณิชย์มีแผนกส่งเสริมพาณิชย์ และท่องเที่ยวอยู่กระทรวงเศรษฐกิจได้ดำเนินการเรื่องนี้ต่อมาจนเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 เกิดขึ้น และสำนักงานถูกระเบิด จึงเลิกกิจการไปชั่วคราว

<sup>1</sup> <http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>

เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาเห็นควรปรับปรุงหน่วยงานท่องเที่ยวขึ้นใหม่ จึงได้มีมติให้กรมโฆษณา การยกวางโครงการปรับปรุงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเสนอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณา ในการประชุม เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2492 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมโฆษณาการพิจารณาส่งเสริมการท่องเที่ยว กรมโฆษณาการได้ทำความตกลงกับกระทรวงเศรษฐการ ซึ่งในสมัยนั้นมีชื่อว่า กระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ขอโอนกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากกระทรวงพาณิชย์และคมนาคมมาอยู่กับกรมโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี และให้เรียกส่วนงานนี้ว่า "สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว" ใช้งบประมาณของกรมโฆษณาการ เป็นงบประมาณค่าใช้จ่ายของสำนักงานนี้ ต่อมากรมโฆษณาการได้พิจารณาเห็นว่ากิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวกำลังตื่นตัวในประเทศไทยมาก จึงได้จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีฐานะเทียบเท่ากอง เรียกว่า "สำนักงานท่องเที่ยว" โดยพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการในสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2493

ใน พ.ศ. 2501 เมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ไปพักรักษาตัวอยู่ ณ โรงพยาบาลวอลเตอร์ริด สหรัฐอเมริกา ได้ศึกษากิจการท่องเที่ยวด้วยความสนใจ และได้ดำริที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างจริงจัง ในปีต่อมาเมื่อจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2502 โดยตัด "สำนักงานท่องเที่ยว" ออก แล้วจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระ เรียกว่า "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" มีชื่อย่อว่า "อ.ส.ท." โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502

ในระยะแรกสถานที่ทำการขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อาศัยอาคารของกรมประชาสัมพันธ์เป็นสำนักงาน ต่อมาได้ย้ายมาเปิดดำเนินงาน ณ สำนักงานถนนศรีอยุธยา เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2503 ได้ประกอบพิธีเปิด "องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" เมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2503<sup>2</sup>

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 นั้น มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในด้านการพัฒนา อนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และการส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ หน่วยงานการ

<sup>2</sup> <http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>

ท่องเที่ยวของรัฐ มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และ ดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย สภานิติบัญญัติแห่งชาติซึ่งทำหน้าที่รัฐสภาในการประชุมครั้งที่ 41 วันศุกร์ที่ 20 เมษายน 2522 ได้พิจารณาร่างพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับ แล้วปรากฏว่า ร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ผ่านการพิจารณา ส่วนพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ผ่านการพิจารณาประกาศในราชกิจจานุเบกษา ฉบับพิเศษ เล่มที่ 96 ตอนที่ 72 วันที่ 4 พฤษภาคม 2522 จัดตั้ง "การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย" ขึ้น มีชื่อย่อว่า "ททท."

นับตั้งแต่ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ที่เริ่มเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2540 ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน ธุรกิจต่างๆได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง จนเป็นเหตุให้ต้องลดขนาดการดำเนินงานธุรกิจลง หรือปิดกิจการไป จึงส่งผลถึงขีดความสามารถในการสร้างรายได้ของประเทศโดยเฉพาะรายได้จากการส่งออก อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสนใจว่าในช่วงวิกฤตที่ผ่านมา มีธุรกิจหนึ่งที่ยังคงสามารถทำรายได้ได้เป็นอย่างดี จนเป็นอันดับหนึ่งสำหรับประเทศไทย ซึ่งธุรกิจนั้นก็คือ ธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นรัฐบาลจึงได้มีนโยบายให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามากระตุ้นสภาพเศรษฐกิจของไทย โดยเร่งด่วนและถือเสมือนเป็นวาระแห่งชาติ

ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้พยายามพิจารณาหาแนวทางในการขยายตลาดการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย และใช้เวลาพำนักในประเทศไทยได้นานวันขึ้น ซึ่งเป็นธุรกิจที่สามารถเพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น รวมทั้งจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวของภาคการผลิต ตลอดจนภาคการบริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ อันจะเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว และเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่เศรษฐกิจของประเทศได้ในที่สุดต่อไป ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีลักษณะดังกล่าวได้แก่ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

เมื่อกล่าวถึงความหมายของโครงการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) นั้น ฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ต่างมีความคิดเห็นและให้คำจำกัดความโครงการ Long Stay แตกต่างกันไป

บริษัท Northern Heritage Valley ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) ว่าการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว คือ การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางให้นักท่องเที่ยวมาอาศัยอยู่เป็นเวลานาน ซึ่งหมายถึงระยะเวลาตั้งแต่ 2 สัปดาห์จนถึง 2-3

เดือน หรือ 2-3 ปี โดยทั่วไปแล้วการท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีความหมายโดยนัยว่าเป็นการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้เกษียณอายุหรือผู้ที่มีฐานะดี<sup>3</sup>

ตามความหมายนี้เองธุรกิจการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวจะดูเหมือนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยทั่วไป แต่ที่แตกต่างคือ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวนี้จะต้องมีการพัฒนาสิ่งเหล่านี้เพิ่มขึ้น

- การเตรียมที่พักอาศัยที่ได้มาตรฐานสากล และมีราคาไม่แพงมากจนเกินไป
- การเตรียมที่พักอาศัยที่เพียบพร้อมไปด้วยเครื่องอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่พำนักระยะยาว
- การเตรียมและการรวบรวมเครื่องอำนวยความสะดวกด้านการดูแลสุขภาพ
- กิจกรรมต่าง ๆ ที่ไม่เพียงแต่เพื่อการพักผ่อนและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ แต่เพื่อจิตใจร่างกาย และจิตวิญญาณด้วย
- สนับสนุนการพำนักระยะยาวในเรื่อง การคมนาคม, ภาษา, การสื่อสาร, วิซ่า, การธนาคาร, การซื้อของและการพัฒนาตนเอง เป็นต้น<sup>4</sup>

#### 2.1.2 Definition หรือนิยามตามความหมายของ Longstay

สำหรับธุรกิจปัจจุบันในประเทศญี่ปุ่น และประเทศทางยุโรป หมายถึง กลุ่มที่ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณในเชิงสร้างสรรค์เพราะพวกนี้ต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า อีกทั้งพวกเขาเพิ่มปัจจัยที่ 5 เข้าไปในชีวิตวัยทอง (Second Life) ซึ่งมีองค์ประกอบของการมีคุณภาพเรื่องอาหาร – เครื่องนุ่งห่ม – ที่อยู่อาศัย – ยารักษาโรค และการท่องเที่ยว ซึ่งคนฐานะปานกลางในยุโรป อาทิ เยอรมัน อังกฤษ ฮอลแลนด์ จะเดินทางออกนอกประเทศถึง 4 ครั้งเฉลี่ยต่อปี และช่วงระยะเวลาที่ไปแต่ละครั้งคือ 2 อาทิตย์ถึง 2 เดือน

สำหรับความหมายจาก Longstay Foundation ของประเทศญี่ปุ่นนั้นให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึง การพักผ่อนระยะเวลาสั้นในต่างประเทศ ซึ่งไม่ใช่การอพยพย้ายถิ่น หรือ ไปมีถิ่นฐานที่ถาวรในต่างประเทศ

<sup>3</sup> <http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>

<sup>4</sup> <http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>



### 2.1.3 ลักษณะโดยทั่วไปของ Longstay คือ

- 2.1.3.1 ต้องอาศัยอยู่เป็นระยะเวลาานาน คือ จะอยู่นานกว่าการอยู่ในต่างประเทศโดยทั่วไปแต่ต้องกลับมายังประเทศไทย
- 2.1.3.2 มีจุดมุ่งหมายที่จะทำกิจกรรมเพื่อเป็นการพักผ่อน
- 2.1.3.3 เน้นการอาศัยอยู่กับที่มากกว่าการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศคือการหาประสบการณ์ในต่างประเทศที่ไม่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวันซึ่งจะมีลักษณะที่เหมือนกับการใช้ชีวิตประจำวันในต่างประเทศ
- 2.1.3.4 ต้องมีหรือเช่าที่พักในต่างประเทศเพื่ออยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่อยู่โรงแรมแบบนักท่องเที่ยวทั่วไป
- 2.1.3.5 ต้องมีเงินทุนในประเทศไทยเพียงพอที่จะอาศัยอยู่ในต่างประเทศ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับจากต่างประเทศเท่านั้น<sup>5</sup>

จากคำจำกัดความของกรมส่งเสริมการส่งออก Longstay คือ ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาว (Longstay and Health Care) เป็นการให้บริการร่วมกันระหว่างโรงพยาบาล รีสอร์ท โรงแรมตามสถานที่พักผ่อนสวยงามทั่วประเทศ โดยใช้บริการด้านสุขภาพเป็นจุดขายให้บริการพักผ่อนระยะยาวพร้อมทั้งบริการด้านสุขภาพอย่างครบวงจร ทั้งนี้เพื่อให้บริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายผู้สูงอายุชาวต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาพักผ่อนระยะยาวแบบ Longstay นี้เป็นลักษณะการไปพำนักในต่างประเทศ ซึ่งไม่ได้หมายความถึงการไปอยู่อาศัยเป็นการถาวรในประเทศนั้น ๆ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายผู้สูงอายุหรือวัยเกษียณอายุ ซึ่งส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงานแล้วมีกำลังซื้อสูงจะสามารถเดินทางออกนอกประเทศเป็นเวลานาน ๆ ได้และต้องการหลบเลี่ยงอากาศหนาวจัดในฤดูหนาวมาพักในประเทศที่อบอุ่นกว่า มีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณีกับประชาชนในท้องถิ่น มีการท่องเที่ยวเปลี่ยนบรรยากาศเป็นครั้งคราว รวมทั้งต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เมื่อเจ็บป่วยก็ได้รับการดูแลรักษาอย่างมีมาตรฐาน

คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติได้กำหนดนิยามของการพำนักระยะยาวไว้ว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่มีวันพักตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป โดยในระยะแรกจะเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้ว ที่ต้องการเดินทางมาใช้ชีวิตเป็นหลักและท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม

<sup>5</sup>

<http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>

เพื่อให้การส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีประสิทธิภาพ กระทรวงพาณิชย์โดยกรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงสาธารณสุข สถานเอกอัครราชทูตไทยประจำประเทศต่าง ๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงพยาบาลเอกชน สมาคมโรงแรมไทย สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว ให้ร่วมมือกันดำเนินการเพื่อส่งเสริมการให้บริการพักผ่อนพร้อมการดูแลสุขภาพอย่างครบวงจร การเพิ่มขีดความสามารถและสร้างความเชื่อมั่นด้านการให้บริการโดยมีการเตรียมการที่สำคัญดังนี้

- จัดทำโครงการมอบประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานสถานบริการ ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาว (Silver Merit Award) แก่สถานบริการ (Longstay Provider) ที่ได้มาตรฐาน เพื่อประกันความมั่นใจให้แก่ลูกค้าชาวต่างประเทศที่จะเข้ามาใช้บริการ และมาตรการอำนวยความสะดวกการพักระยะยาวในไทย
- การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง โดยสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองออกวีซ่าพิเศษ (O-A) แก่ชาวต่างประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไปที่ประสงค์เข้ามาพำนักในประเทศไทยระยะยาวคราวละไม่เกิน 1 ปี ต่ออายุวีซ่าได้ โดยมีหลักฐานการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ไทยไม่น้อยกว่า 800,000 บาท หรือหลักฐานการมีรายได้ไม่น้อยกว่าเดือนละ 65,000 บาท/เดือนหรือมีเงินฝากและเงินได้รวมทั้งปีไม่น้อยกว่า 800,000 บาท<sup>6</sup>

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

การท่องเที่ยวแบบ long Stay มีมานานแล้ว โดยเกิดขึ้นจากประชากรในประเทศตะวันตกและประชากรในประเทศที่เรียกตัวเองว่าประเทศพัฒนาแล้ว ประชากรผู้มีรายได้ดีเหล่านี้จะแสวงหาความสุขให้ตนเองด้วยการไปท่องเที่ยวในต่างถิ่น ทั้งภายในประเทศของตนเองและต่างประเทศ โดยใช้ระยะเวลาอันยาวนานและนิยมไปกันเป็นกลุ่ม โดยจัดรูปแบบเป็นชมรม (club) ขึ้น แต่พวกที่นิยมไปอิสระเป็นบุคคลก็มีอยู่บ้าง การเดินทางไปท่องเที่ยวระยะยาวแต่ละครั้งนั้นจะมีวัตถุประสงค์เจาะจงชัดเจน

ในระยะหลังนี้ความหมายของ long Stay ได้พัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวหลายรูปแบบที่เป็นการพักอาศัยนานวันแต่ก็ยังคงยึดแนวคิดหลักอันเดิม คือการมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เพื่อการใดการหนึ่งโดยเฉพาะ

ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบ long Stay จึงมีความหมายกว้างขวางในยุคนี้อาจครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่มีไปเที่ยวแบบทั่วไปแต่เป็นการไปพักอาศัยชั่วคราว ที่มีวัตถุประสงค์

<sup>6</sup> <http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>

เพื่อการใดการหนึ่งโดยเฉพาะ สำหรับระยะเวลานั้น ขึ้นอยู่กับกิจกรรมตามวัตถุประสงค์แต่ละวัตถุประสงค์

จากแนวคิดดังกล่าวนี้ ทำให้กำหนดประเภทของการท่องเที่ยวแบบ long Stay สำหรับชาวต่างชาติที่เข้ามาพักระยะยาวในประเทศไทยตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาได้ 4 กลุ่มหลัก ดังนี้

ประเภทที่ 1 กลุ่มที่ต้องการเข้ามาใช้ชีวิตบนปลายในการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้เกษียณอายุการทำงาน ผู้สูงอายุที่ขาดผู้ดูแล

ประเภทที่ 2 กลุ่มที่เข้ามาเพื่อรักษาสุขภาพ ได้แก่ ผู้ที่มาเข้ารับการรักษาพยาบาล และพักผ่อน ผู้ที่ต้องการหลบสภาพอากาศที่รุนแรงในประเทศของตนบางช่วง เช่น ร้อนจัด หนาวจัด

ประเภทที่ 3 กลุ่มที่เข้ามาเพื่อการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาศึกษาในระดับต่างๆ หรือผู้เข้าอบรมในหลักสูตรระยะสั้น นักเรียนแลกเปลี่ยนตามโครงการต่างๆ

ประเภทที่ 4 กลุ่มที่เข้ามาเพื่อฝึกซ้อมกีฬา ได้แก่ นักกีฬาที่เข้าเก็บตัวฝึกซ้อมก่อนการแข่งขัน กลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเรียนและฝึกหัดกีฬาบางประเภท เช่น กีฬาออลิंप มวยไทย ฯลฯ

คณะกรรมการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติได้กำหนดนิยามของการพำนักระยะยาวไว้ว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่มีวันพักตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป โดยในระยะแรกจะเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้ว ที่ต้องการเดินทางมาใช้ชีวิตเป็นหลักและท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม<sup>7</sup>

รวบรวมข้อมูล รายงานการวิจัยจากแหล่งต่างๆ ที่เคยทำทั้งจากภาครัฐและเอกชน เกี่ยวกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจากข้อมูลออนไลน์ในเวปไซต์ต่างๆ

<sup>7</sup>(ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

### บทที่ 3

## บทบาทของรัฐบาลที่มีต่อการพัฒนาบริการท่องเที่ยว

### 3.1 ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 ที่มีผลต่อการท่องเที่ยว

การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549)ได้ระดมความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศ โดยยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฉบับที่ 8 ผลการระดมความคิดเห็นและร่วมกำหนดวิสัยทัศน์ของสังคมไทยที่พึงประสงค์ในอนาคต มี 3 ด้าน คือ

- สังคมคุณภาพ
- สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้
- สังคมสมานฉันท์และเอื้ออาทรต่อกัน<sup>9</sup>

วัตถุประสงค์หลักของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 คือ การปรับโครงสร้างประเทศให้เข้าสู่ดุลยภาพ โดยเปลี่ยนกระบวนการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นการพัฒนาในเชิงปริมาณ มาสู่การพัฒนาในเชิงคุณภาพ ควบคู่กับการสร้างความเป็นธรรมในสังคม และความสามารถก้าวทันโลกที่จะอำนวยความสะดวกต่อคนส่วนใหญ่ของประเทศ อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ในการพัฒนาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาประเทศ คือ การพัฒนาประเทศที่มีรากฐานความเข้มแข็ง มีการกระจายผลประโยชน์ได้อย่างทั่วถึงสามารถแก้ปัญหาความยากจนและกระจายรายได้ รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถและโอกาสในการพึ่งตนเอง พร้อมทั้งยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศ อันจะทำให้เกิดการพัฒนามี "คน" เป็นศูนย์กลาง

ทั้งนี้ ได้มีการจัดทำแนวทางพัฒนาในยุทธศาสตร์ในเรื่องที่สำคัญ และมีส่วนที่ได้ระบุถึงสาระสำคัญ ที่ต้องนำมาพิจารณาในการพัฒนาบริการท่องเที่ยวได้แก่

การพัฒนาคนและคุณภาพทางสังคม ได้แก่ การพัฒนาทักษะให้คนไทยมีมาตรฐานและความพร้อม การปรับปรุงประสิทธิภาพระบบบริหารจัดการด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

<sup>9</sup> IBM and Disk ยกร่างแผน 47

การปรับโครงสร้างการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน ได้แก่ การนำเทคโนโลยีมาใช้ควบคู่กับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาเมืองและชุมชนนำอยู่ภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วม

การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคในการอนุรักษ์ ฟื้นฟู การบริหาร จัดการ ซึ่งจะมีผลต่อการจัดการบริการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดการระบบบริหารเศรษฐกิจส่วนรวม มุ่งบริหารเศรษฐกิจมหภาค เพื่อสร้างความมั่นคงของระบบเศรษฐกิจ ภายใต้กระแสการเปิดเสรีทางการค้า การเงิน และการลงทุน กำหนดนโยบายการเงิน ตลาดทุน การคลังที่สนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจ สนับสนุนการสร้างรากฐานการผลิตและบริการให้มีศักยภาพต่อการแข่งขันและมีประสิทธิภาพ

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมาก ได้แก่<sup>9</sup>

- การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นเรื่องคุณภาพและประสิทธิภาพ
- การส่งเสริมบทบาทภาคเอกชน องค์กรท้องถิ่น และประชาชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ
- ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ร่วมกันรวมทั้งการลงทุนด้านการท่องเที่ยว
- การพัฒนาธุรกิจบริการที่ไทยมีศักยภาพในระดับสากล อาทิ ธุรกิจด้านการส่งเสริมสุขภาพ การโรงแรม ภัตตาคารและอาหาร โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดมาตรการจูงใจให้เกิดการลงทุนอย่างเป็นระบบ
- การพัฒนาระดับคุณภาพบริการโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพและมาตรฐานความปลอดภัย
- สนับสนุนบทบาทการลงทุนภาคเอกชนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและลดภาระต้นทุนรัฐ

การพัฒนาความเข้มแข็งทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
นวัตกรรมเทคโนโลยีที่สนับสนุนการพัฒนาการผลิตและบริการ

การสนับสนุนการพัฒนา

<sup>9</sup> IBM and Disk ยกร่างแผน 47

การบริหารจัดการเพื่อนำไปสู่ธรรมาภิบาล เป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่เน้น ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วม การกระจายอำนาจ ที่จะมีผลต่อการเพิ่มศักยภาพท้องถิ่นในการจัดการเศรษฐกิจ การบริการที่เอื้อประโยชน์ต่อท้องถิ่น

จากรูปสาระสำคัญของยุทธศาสตร์ แนวทางการพัฒนาในแผนพัฒนา ทั้งฉบับที่ 8 ที่ ดำเนินการต่อเนื่อง และจากร่างแนวทางการพัฒนาในการจัดทำแผนพัฒนา ฉบับที่ 9 กล่าวได้ ว่าการบริการท่องเที่ยว ซึ่งแม้ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งที่แทรกอยู่ในโครงสร้างการผลิต แต่มีความสำคัญ ต่อการพัฒนาประเทศเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ทั้งในส่วนของการพัฒนา “คน” ที่ เป็นหัวใจของการบริการ ทั้งด้านผู้ให้และผู้รับ การพัฒนาสังคมในด้านของความปลอดภัย คุณ ภาพและมาตรฐานการบริการ การพัฒนาสมรรถนะทางเศรษฐกิจและขีดความสามารถในการ แข่งขัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน และประสิทธิภาพ และการมีส่วนร่วมใน การพัฒนา การบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดธรรมาภิบาล แนวทางการพัฒนาการบริการท่องเที่ยวใน อนาคตจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาที่กำหนดไว้ในปัจจุบัน และในอนาคต

### 3.2 แผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ

แผนแม่บทอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2544-2553) ซึ่งจัดทำโดยการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย จะเป็นกรอบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการ เสนอแนว นโยบายเชิงรุกในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวม และเสนอแนวทางใน การสร้างเอกภาพในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยระดมความร่วมมือจากภาครัฐและ เอกชนรวมถึงกำหนดความรับผิดชอบของภาคเอกชน เพื่อความร่วมมือให้เกิดพื้นฐานที่มั่นคง สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

นโยบายเชิงรุกของแผนแม่บทพัฒนาอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวที่กำหนดไว้ ได้แก่

- 3.2.1 พัฒนาให้ประเทศไทยคงความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย อย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่การเป็น World Class Destination
- 3.2.2 พัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นสาขาหลักทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญ ควบคู่กับสาขาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม
- 3.2.3 เร่งรัดให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ออกสู่ภูมิภาคอื่นๆ นอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลักในปัจจุบัน
- 3.2.4 ปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อให้ผู้ประกอบการ ไทยมีความพร้อมในการแข่งขันที่จะตามมาจากการเปิดเสรีทางการค้า

- 3.2.5 สนับสนุนให้องค์กรปกครองท้องถิ่นมีความพร้อมและเข้มแข็งในการบริหารจัดการในบริการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่นโดยตรง
- 3.2.6 อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยให้คงความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ และสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทยที่ชัดเจน<sup>10</sup>

### 3.3 แผนการตลาดท่องเที่ยว ปี 2547

- 3.3.1 เป้าหมายตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย  
วางรากฐานประเทศไทยมุ่งสู่การเป็น Tourist Capital of Asia
- 3.3.2 ทิศทางการดำเนินงาน  
ปรับตำแหน่งยุทธศาสตร์สู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ "มุ่งนักท่องเที่ยวคุณภาพ" Best Quality Tourists
- 3.3.3 วัตถุประสงค์การดำเนินงานโดยภาพรวม
  - 3.3.3.1 เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ โดย
    - 3.3.3.1.1 เพิ่มค่าใช้จ่าย/ คน/ วัน
    - 3.3.3.1.2 เร่งอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้กลับคืนสู่แนวโน้มตามปกติ
    - 3.3.3.1.3 รักษาวันพักเฉลี่ยมิให้ลดลง
  - 3.3.3.2 เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนไทย
  - 3.3.3.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศพันธมิตรในภูมิภาค
  - 3.3.3.4 ส่งเสริมไทยเที่ยวไทยเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม<sup>11</sup>
- 3.3.4 กลุ่มเป้าหมายตลาดต่างประเทศ

<sup>10</sup> (บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด, 2546)

<sup>11</sup> IBM and Disk ยกวางแผน 47

### 3.3.4.1 ในเชิงพื้นที่พื้นที่ตลาด (Area of Market)

ตารางที่ 3-1

ระดับความเข้มข้นในการทำตลาด	กลุ่มตลาด
เร่งการเติบโต (Intensive)	เอเชียแปซิฟิก : ญี่ปุ่น จีน เกาหลีฮ่องกง ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย อินโดจีน นิวซีแลนด์ ยุโรป : อังกฤษ อิตาลี รัสเซีย สเปน ฟินแลนด์ ตะวันออกกลาง : สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (U.A.E)
รักษาสถานะ (Maintain)	เอเชียแปซิฟิก : ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ยุโรป : เยอรมัน ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย เบลเยียม สแกนดิเนเวีย ยุโรปตะวันออก กรีซ ตุรกี โปรตุเกส CIS&Baltic อเมริกา : สหรัฐอเมริกา แคนาดา ละตินอเมริกา ตะวันออกกลาง : อิสราเอล แอฟริกา : แอฟริกาใต้

### 3.3.4.2 ในเชิงกลุ่มตลาด (Segment of Market)

3.3.4.1 กลุ่มหลัก : MICE, High End, Golf, Wellness & Spa, Family, Diving, Youth, Honeymooner

3.3.4.2 กลุ่มรอง : Senior, Ladies, Eco & Soft Adventure, Medical Tourism, Long Stay, Film Maker, Education<sup>12</sup>

## 3.4 การดำเนินงานโครงการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ

โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการสื่อมวลชน และบุคคลทั่วไปเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเห็นว่าเป็นโครงการที่มีประโยชน์ในการฟื้นฟูและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการด้านที่พักอาศัย เนื่องจากสามารถนำโครงการที่เหลือเช่าหรือจำหน่ายมาพัฒนาเป็นสถานที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาพักระยะยาวได้ ทั้งนี้คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ ได้ดำเนินการดังนี้

<sup>12</sup> (IBM and Disk ยกร่างแผน, 2547)



### 3.4.1 การจัดตั้งคณะกรรมการด้านการตลาด

เพื่อให้การดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพิจารณาถึงความต้องการของตลาดโดยละเอียด เพื่อทราบถึงแนวทางในการดำเนินงานส่งเสริมอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่จะเข้ามาพำนักระยะยาว จึงเห็นสมควรให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการด้านการตลาด

### 3.4.2 การจัดตั้งคณะกรรมการด้านนโยบายและแผนธุรกิจ

การที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางไปพำนักระยะยาวในประเทศใดประเทศหนึ่งนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกนับเป็นปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นสิ่งจำเป็นในการเข้ามาดำรงชีวิตหรือพำนักระยะยาว สถานบริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก ร้านอาหาร สถานพยาบาล ฯลฯ รวมถึงเป็นบุคลากรที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องจึงควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้สามารถรองรับความต้องการเหล่านี้ได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจุบันสิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศไทยที่มีอยู่ แม้มีจำนวนมากแต่ยังไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ตลาดกลุ่มนี้ได้อย่างแท้จริง

### 3.4.3 การจัดตั้งคณะกรรมการด้านการประชาสัมพันธ์

เพื่อให้การดำเนินงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง จึงเห็นสมควรให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่อง คือความคืบหน้าของมาตรการรองรับโครงการ หรือความคืบหน้าทางฝ่ายการตลาด

## 3.5 กลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาด

เพื่อให้การส่งเสริมการตลาดเป็นไปตามทิศทางและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาด (Market) /กลุ่มเป้าหมาย (Segment) ทั้งในและต่างประเทศจึงได้กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาดไว้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระยะยาว คือ กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการทำตลาดที่ให้ผลตอบแทนสูง และคุ้มค่าการลงทุน (More for More)

แนวทางการดำเนินงาน

- 3.1.1 ทำการตลาดเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Target Marketing) อาทิ กลุ่ม High End, MICE, Golf, Film Maker, Honeymooner, ect. ควบคู่กับการรักษาการเติบโตของตลาดในเชิงปริมาณ

- 3.1.2 ส่งเสริมกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่น Shopping การบริการเชิงสุขภาพ (Spa, นวดแผนโบราณ) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต กิจกรรมกีฬา (Golf, Diving, Yachting)
- 3.1.3 ส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มท่องเที่ยวที่สามารถพำนักได้นาน (Long Stay) เช่น ผู้สูงอายุ, เยาวชนที่เข้ามาศึกษาในประเทศไทย
- 3.1.4 นำเสนอสินค้าในลักษณะ Tailor-Made ที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มตลาดเป้าหมาย
- 3.5.5 ดำเนินการตลาดตรงไปยังแต่ละกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม (Direct Marketing)<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545)

## บทที่ 4

### ตลาดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

#### 4.1 ลักษณะของตลาด

บุคคลที่จะกลายมาเป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวนั้น โดยทั่วไปมักจะผ่านขั้นตอนต่อไปนี้

- ขั้นที่ 1 เป็นนักท่องเที่ยวธรรมดา (Tourist)
- ขั้นที่ 2 เป็นนักท่องเที่ยวธรรมดาที่ใช้เวลายาวนานขึ้น (Stay-Longer)
- ขั้นที่ 3 เป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long-Stay)
- ขั้นที่ 4 เป็นผู้อยู่อาศัยถาวร (Permanent-Stay)

นักท่องเที่ยวธรรมดา มักจะใช้เวลาท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 7-10 วันและจะเดินทางท่องเที่ยวกับผู้จัดนำเที่ยว (Tour Operator) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการทัศนศึกษาเท่านั้น

สำหรับนักท่องเที่ยวธรรมดาที่ใช้เวลายาวนานขึ้นนั้น มักจะเป็นนักท่องเที่ยวที่ผ่านการเป็นนักท่องเที่ยวธรรมดามาแล้ว และเกิดความพอใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวใหม่ด้วยระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น เพื่อทำกิจกรรมที่ตนสนใจ หรือเพื่อศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ตนสนใจ ดังนั้น นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะใช้เวลาท่องเที่ยวยาวนานขึ้นเป็น 2-3 สัปดาห์ และอาจเข้ามาท่องเที่ยวโดยอิสระ หรือยังคงมากับผู้จัดนำเที่ยว กิจกรรมจัดนำเที่ยวที่จะหาลูกค้าประเภทนี้ได้จะต้องมีรายการนำเที่ยว (Package Tour) ที่น่าสนใจและมีกิจกรรมเสริมที่น่าสนใจด้วย กล่าวคือเป็น Package Holiday Add-Ons ในช่วง Add-Ons นี้จะเป็นรายการหาประสบการณ์เพิ่ม หรือการเรียนรู้ เช่น

- เข้าหลักสูตรเรียนทำอาหาร
- เข้าหลักสูตรเรียนทำขนม
- เข้าหลักสูตรเรียนจัดดอกไม้
- เข้าเรียนเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ไทย
- เข้าไปพักผ่อนและเรียนรู้เกี่ยวกับพืช-สัตว์ในอุทยานแห่งชาติ
- ไปหาประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย
- ขับซีรี่ย์ยนต์เข้าไปท่องเที่ยวในชนบท

- เข้าไปฟื้นฟูสุขภาพใน SPA<sup>14</sup>

หลังจากผ่านการท่องเที่ยวแบบ Stay-Longer ถ้าได้รับความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวผู้นั้นหรือกลุ่มนั้นก็มักจะกลับมาอีกในฐานะนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ซึ่งอาจพำนักอยู่ได้ยาวนาน 1-6 เดือน และจะไม่เดินทางมากับผู้จัดนำเที่ยว (Tour Operator) แต่จะจัดรายการเดินทางของตนเองหาที่พักเอง ดังนั้นผู้ประกอบการเกี่ยวกับการหาลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวจะต้องทำตัวเป็น Specialized Tour Operator ที่สามารถให้บริการเฉพาะอย่างที่ถูกค่าต้องการได้ เช่น ต้องการเฉพาะที่พักก็จัดหาให้ได้ หรือต้องการเป็น Package ก็จัดให้ได้ เป็นต้น

ขั้นสุดท้ายคือ การเป็นผู้อยู่อาศัยถาวร ถ้าได้รับความพึงพอใจจากการเป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ซึ่งการเป็นผู้อยู่อาศัยถาวรนั้นจะใช้เวลาพำนักเป็นปี และระหว่างพำนักอยู่อาจเดินทางกลับประเทศตนบ้าง หรือเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศอื่นบ้าง คนกลุ่มนี้จะต้องการความเป็นอิสระในการเลือกที่พักอาศัย เรื่องอาหารรับประทาน เรื่องการท่องเที่ยว และเรื่องการเลือกใช้บริการ

ตลาดชาวตะวันตกไม่ว่าจะเป็น สแกนดิเนเวีย ยุโรปตะวันตก หรืออเมริกาเหนือ ส่วนใหญ่ยังไม่ถึงขั้นที่ 4 คือไม่ถึงขั้นไปอยู่อาศัยในต่างประเทศ จะมีอยู่บ้างก็คงเป็นจำนวนที่ไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะไปถึงขั้นที่ 3 คือการเป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในต่างประเทศ

ส่วนตลาดญี่ปุ่นนั้นมีโอกาสที่จะเป็นถึงขั้นที่ 4 คือเป็นผู้ที่อยู่อาศัยถาวรได้มาก ทั้งนี้เพราะว่าค่าครองชีพในญี่ปุ่นสูงมาก รายได้จากเงินบำเหน็จบำนาญไม่เพียงพอที่จะใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบาย ขณะที่เงินจำนวนเท่ากันนั้นสามารถใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบายในประเทศไทย ดังนั้นโอกาสที่ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นจะเข้ามาพำนักระยะยาวเป็นปีในประเทศไทยจึงเป็นเรื่องที่มีโอกาสสูงในอนาคต<sup>15</sup>

#### 4.2 กลุ่มเป้าหมายหลัก

จากแนวโน้มของประชากรโลกพบว่าตั้งแต่ศตวรรษที่ 21 เป็นต้นขึ้น ประชากรโลกที่เป็นผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก สืบเนื่องจากกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วง baby boom ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของโลกได้เข้าสู่ช่วงสูงอายุ ทำให้ประชากรโลกที่อายุ 60 ปีขึ้นไปไม่มีจำนวนสูงเกือบร้อยละ 40 ของประชากรโลกทั้งหมด (แผนภูมิที่ 1) ประกอบกับวิทยาการทางการแพทย์ที่

<sup>14</sup> (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545)

<sup>15</sup> (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

ก้าวหน้าขึ้น ทำให้ประชากรโลกมีอายุขัยเฉลี่ยที่สูงขึ้นและยังมีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรงอีกด้วย ในขณะที่ค่าครองชีพในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมีอัตราที่ค่อนข้างสูง บางประเทศจึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุของตนออกไปใช้ชีวิตในต่างประเทศที่มีค่าครองชีพที่เหมาะสม และยังคงไว้ซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดี นอกจากนี้ในปัจจุบันประชากรของโลกมีช่วงอายุการทำงานที่ลดลง มีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีต ทำให้สามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น จากข้อมูลดังกล่าวนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้วจึงเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ ททท. ได้ให้ความสนใจ เนื่องจากพิจารณาเห็นว่าผู้เกษียณอายุการทำงานแล้วจะมีสวัสดิการหรือเงินบำนาญที่รัฐบาลของตนจ่ายให้เป็นรายเดือนอันเป็นรายได้ที่มั่นคง นอกจากนี้ยังมีเงินเก็บสะสมส่วนตัว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังในการใช้จ่ายสูง และสามารถเข้ามาพำนักในระยะยาวได้ ทำให้เกิดระยะเวลาในการใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้นด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุการทำงานแล้ว จึงถือได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของตลาดนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่สำคัญของไทย โดยเป็นกลุ่มแรกที่ ททท. จะทำการพัฒนาและส่งเสริมสำหรับโครงการนี้ จากสถิตินักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี (ตารางที่ 2) ในส่วนของผู้ที่เกษียณอายุการทำงานและเดินทางเข้าท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น พบว่ามีอัตราการขยายตัวที่ดีเช่นกัน โดยเฉลี่ยร้อยละ 5.33 ต่อปี (ตารางที่ 3) ทั้งนี้นักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 44 เหรียญสหรัฐ ซึ่งแม้จะมีอัตราที่ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่การพำนักที่นานวันกว่าก็สามารถนำรายได้เข้ามาได้เป็นจำนวนมากนอกจากกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้ว กลุ่มนักเรียน นักศึกษา และเยาวชน นับเป็นตลาดที่มีแนวโน้มดีมากอีกกลุ่มหนึ่ง ปัจจุบันสถานศึกษาต่างๆของไทยมีการทำการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาต่างชาติเข้ามาศึกษามากยิ่งขึ้น และค่อนข้างได้รับความสนใจเป็นอย่างดี เนื่องจากระบบการศึกษาของไทยค่อนข้างมีมาตรฐาน นอกจากนี้ ยังทำให้นักเรียนและนักศึกษาเหล่านี้ ได้รับประสบการณ์ในต่างแดน ทั้งการใช้ชีวิตและการเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกัน

#### 4.3 กลุ่มประเทศเป้าหมาย

จากสถิตินักท่องเที่ยวสูงอายุของโลก (55 ปี +) พบว่า นักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาเป็นกลุ่มตลาดใหญ่ที่สุด รองลงมาได้แก่ญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส ตามลำดับ (ตารางที่ 4) จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่ให้ความสนใจในการเดินทางไปพำนักระยะยาวในต่างประเทศมักจะมีอยู่ในประเทศที่มีค่าครองชีพค่อนข้างสูง แต่เนื่องจากประเทศเหล่านี้จะมีเงินสวัสดิการให้แก่ผู้เกษียณอายุ ได้แก่ เงินบำนาญ เงินประกันสังคม ฯลฯ โดยจ่ายให้เป็นจำนวนค่อนข้างมากเมื่อ

เทียบกับอัตราค่าครองชีพของประเทศอื่นๆทำให้ประชาชนในประเทศอื่นๆทำให้ประชาชนในประเทศดังกล่าวมีกำลังทรัพย์ในการไปพำนักประเทศอื่นเป็นระยะเวลาอันนานได้

สำหรับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และกลุ่มเยาวชนนั้น พิจารณาเห็นว่าการทำการตลาดในระยะแรกจะมุ่งเน้นที่ประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศใกล้เคียงที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียเป็นหลัก เนื่องจากประเทศเหล่านั้นมีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับระบบการศึกษาของไทยค่อนข้างดี และมีความสนใจพื้นฐานอยู่บ้าง ซึ่งขณะนี้จำนวนนักเรียน นักศึกษาจากประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศใกล้เคียงที่เข้ามาศึกษาในสถานศึกษาต่างๆของประเทศไทยมีเพิ่มมากขึ้นทุกปี

ททท. จึงได้พิจารณาดตลาดนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย และได้กำหนดกลุ่มประเทศเป้าหมายสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ดังนี้

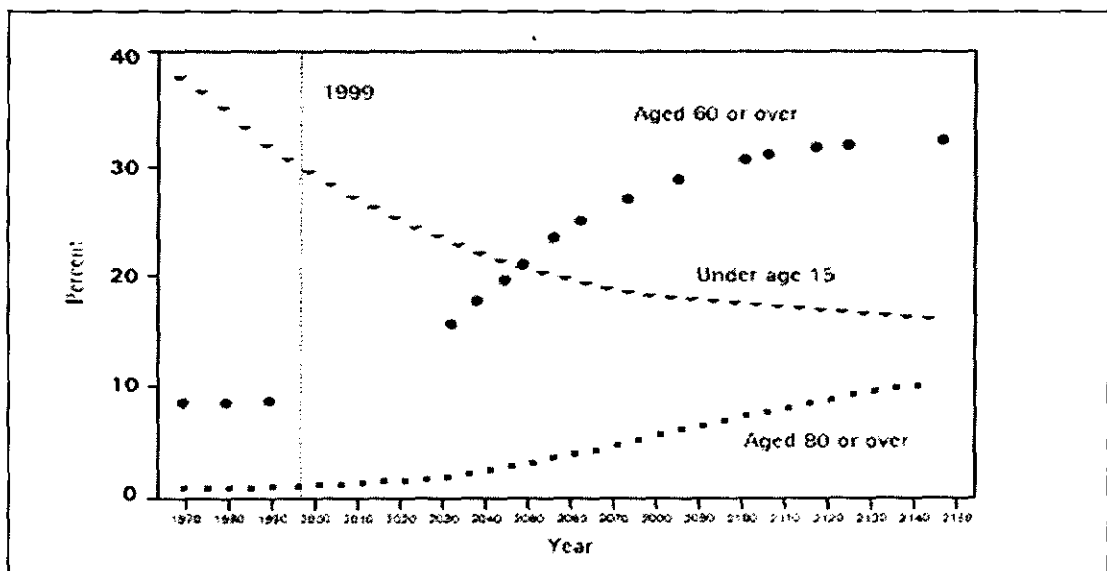
1. กลุ่มเกษียณอายุการทำงานแล้ว ได้แก่ ญี่ปุ่น อเมริกา ยุโรป และสแกนดิเนเวีย
2. กลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเพื่อการศึกษา ได้แก่ ประเทศเพื่อนบ้าน เกาหลี ญี่ปุ่น สิงคโปร์และจีน ฯลฯ

ภาพแสดงวิวัฒนาการของประชากรโลกของคนในช่วงอายุต่ำกว่า 15 และ ผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป

Department of Economic and Social Affairs

The World at Six Billion

ตารางที่ 4-1



Source: UN Population Division Department of Economic and Social Affairs

ตารางที่ 4-2

**ตารางที่ 2 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ**  
**เดินทางเข้าประเทศไทยระหว่าง ปี 2539 - 2543**

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2539	1,126,800	-
2540	1,115,661	- 0.99
2541	1,170,843	+ 4.95
2542	1,347,157	+ 15.06
2543	1,422,496	+ 5.59
Average Growth Rate ( 2539 - 2543 )		+ 6.00

ตารางที่ 4-3

**ตารางที่ 3 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเกษียณอายุ**  
**เดินทางเข้าประเทศไทยระหว่าง ปี 2539 - 2543**

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวเกษียณอายุ	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2539	135,856	-
2540	124,255	- 8.54
2541	156,546	+ 25.99
2542	174,865	+ 11.70
2543	167,242	- 4.36
Average Growth Rate ( 2539 - 2543 )		+ 5.33

## ตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4  
สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (+55) ของไทยปี พ.ศ. 1997 (เฉพาะตลาดหลัก)

ประเทศ	ประชากรรวม	ประชากรต่างชาติ	ความหนาแน่นต่างชาติ (ร้อยละ)
สหรัฐอเมริกา	267,955,000	55,913,000	20.9
ญี่ปุ่น	125,717,000	35,221,000	28.0
เยอรมัน	84,068,000	23,846,000	28.4
อังกฤษ	58,610,000	14,971,000	25.5
ฝรั่งเศส	58,470,000	14,678,000	25.1
อิตาลี	57,534,000	16,559,000	28.8
สเปน	39,244,000	10,257,000	26.1
เนเธอร์แลนด์	15,653,000	3,603,000	23.0

ที่มา: US Bureau of the Census, International Data Base

## 4.4 ความต้องการของตลาด

4.4.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวเกษียณอายุการทำงาน มีรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น กล่าวคือ

4.4.1.1 เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี

4.4.1.2 มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูงขณะเดียวกันคำนึงถึงความคุ้มค่ามากมาเป็นอันดับหนึ่ง

4.4.1.3 ความมั่นใจด้านความปลอดภัย

4.4.1.4 ความมั่นใจด้านบริการ ดูแลสุขภาพที่ดี กิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ

ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มตลาดนี้ไม่ต้องกังวลกับค่าใช้จ่ายมากนัก ประกอบกับเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างๆ มากยิ่งขึ้น ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดเหล่านี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมาก และมีการเตรียมการที่ดี



4.4.2 กลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเพื่อการศึกษา มีความต้องการและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างแตกต่างจากกลุ่มผู้เกษียณการทำงาน กล่าวคือ

4.4.2.1 เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

4.4.2.2 ต้องการสัมผัสสิ่งแปลกใหม่ สนุกสนาน ไร้ใจ ตื่นเต้น

4.4.2.3 ความสามารถในการใช้จ่ายไม่สูงมากนัก แต่ชื่อง่าย ไม่คำนึงว่าสินค้าหรือบริการจะต้องมีคุณภาพระดับสูง

เนื่องจากตลาดกลุ่มนี้มีเป้าหมายที่เน้นด้านการศึกษาเป็นหลัก ดังนั้นการเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงเป็นการพัฒนาระบบการศึกษาและหลักสูตรต่างๆเพื่อให้เกิดความดึงดูดใจสำหรับเยาวชน และเพื่อให้ผู้ประกอบการมั่นใจในคุณภาพจนตัดสินใจส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษา สำหรับในส่วนของบริการอื่นๆ เช่น ที่พัก กิจกรรมท่องเที่ยวอื่นนั้น กลุ่มเยาวชนมีความต้องการที่ไม่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปเท่าใดนัก แต่เนื่องจากตลาดมีกำลังในการใช้จ่ายไม่มากนักจึงควรพัฒนาในส่วนของการบริการราคาประหยัดต่างๆ เช่น ที่พัก การขนส่ง ฯลฯ ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

#### 4.5 ประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย

4.5.1 **ตลาดยุโรป** ประเทศที่สมควรเป็นตลาดเป้าหมายสำคัญโดยพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในปี 2544 (ข้อมูลจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ) ประกอบกับอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวในปีเดียวกันได้แก่ ประเทศอังกฤษ เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และสวีตเซอร์แลนด์ ประชากรในประเทศเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะมีอายุยืนยาว ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 75 -79 ปี ประเทศเหล่านี้จึงมีประชากรสูงอายุเป็นจำนวนมาก

4.5.2 **ตลาดสแกนดิเนเวีย** ประเทศที่สมควรเป็นตลาดเป้าหมายสำคัญในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย ได้แก่ประเทศสวีเดน นอร์เวย์ และฟินแลนด์ จำนวนชาวสแกนดิเนเวียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นอย่างน่าสนใจ ชาวสแกนดิเนเวียเป็นชนชาติที่มีอายุยืนยาวมาก โดยเฉพาะชาวสวีเดนมีอายุขัยโดยเฉลี่ย 80 ปีขึ้นไป

4.5.3 **ตลาดอเมริกา** เป็นตลาดขนาดใหญ่ มีประชากรอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวนมากกว่า 76 ล้านคน

4.5.4 **ตลาดญี่ปุ่น** ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีประชากรสูงอายุมีรายได้สูงและมีประชากรอายุ 50 ปีขึ้นไปเป็นจำนวนมากถึง 49 ล้านคนเศษ

#### 4.6 การเตรียมการรองรับตลาด

คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวได้พิจารณากำหนดสิ่งที่เป็นในการรองรับนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว โดยกำหนดเป็น 3 ส่วน ได้แก่

##### 4.6.1 ที่พัก แบ่งเป็น 3 ประเภท

4.6.1.1 โรงแรมและรีสอร์ท ที่สร้างไว้แล้วและยังเหลือจำหน่ายหรือให้เช่า ประเภทนี้เหมาะกับตลาดระดับสูงซึ่งมีกำลังใช้จ่ายมาก และต้องการความสะดวกสบาย เพราะมีบริการที่พร้อมสรรพอยู่แล้ว

4.6.1.2 อพาร์ทเมนท์ อาคารชุด และบ้านจัดสรร ที่สร้างไว้แล้วและยังเหลือจำหน่ายหรือให้เช่า ซึ่งอาจต้องปรับปรุงบางส่วนให้มีสภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อช่วยกระตุ้นให้มีการจำหน่ายหรือให้เช่าได้เพิ่มมากขึ้น

4.6.1.3 ที่พักซึ่งสร้างขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดจากกลุ่มประเทศต่างๆ

4.6.2 บริการและกิจกรรม เช่น การเข้าเมือง การสื่อสาร ความปลอดภัย ความสะดวกต่างๆ ในการดำรงชีวิต กิจกรรมต้องมีความหลากหลายเพื่อให้อยู่ได้นานวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของบริการจะต้องจัดให้มีศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ หรือ One Stop Service Center ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ หรือ One Stop Service Center นี้ จะทำหน้าที่ให้ข้อมูล และประสานงานติดต่อกับหน่วยงานต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้ามาพำนักระยะยาวแบบครบวงจร เช่น การจัดหาที่พักที่ได้มาตรฐานตามความต้องการของลูกค้า การติดต่อกับสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองเพื่อขอขยายระยะเวลาในการพำนักต่อ การประสานงานธนาคารพาณิชย์เพื่อเปิดบัญชี ฯลฯ โดยคณะกรรมการนโยบายและแผนธุรกิจ ภายใต้คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ จะเป็นผู้พิจารณากำหนดโครงสร้างและแนวทางการทำงานของศูนย์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างดำเนินการ

4.6.3 บุคลากร ต้องมีทักษะและความพร้อม โดยเฉพาะเรื่องภาษาต่างประเทศ รวมถึงการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ

#### 4.7 แหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย

คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ได้พิจารณากำหนดจังหวัดและพื้นที่ในการรองรับกลุ่มเป้าหมายในระยะแรก จำนวน 5 แห่ง ประกอบด้วย

1. เชียงใหม่
2. สุโขทัย

3. หัวหิน-ชะอำ
4. กาญจนบุรี
5. นนทบุรี

เนื่องจากจังหวัดและพื้นที่ดังกล่าวมีศักยภาพและความพร้อมที่มีเหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงาน โดยมีความพร้อมในด้านที่พัก มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัยสูง ตลอดจนมีกิจกรรมรองรับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

#### 4.1.1 จังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นจังหวัดที่สำคัญและมีศักยภาพที่จะส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เพราะมีภูมิประเทศสวยงาม อากาศดี เย็นสบายตลอดปี ค่าครองชีพไม่สูง บริการสาธารณสุขปลอดภัยขั้นพื้นฐานค่อนข้างพร้อม อีกทั้งยังมีการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น (ภาคเหนือ) และความทันสมัยต่างๆ อย่างลงตัวเหมาะกับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม ควบคู่กับการชื่นชมธรรมชาติที่สวยงาม

- 4.1.1.1 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวและพำนักระยะยาวที่จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ชอบธรรมชาติ สวนดอกไม้ พรรณไม้ต่างๆ ป่าเขา การดูนก สัตว์ป่า การขี่ช้างชมธรรมชาติในป่า การเที่ยวชมวัด และพบปะผู้คนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของไทย
- 4.1.1.2 มีความหลากหลายของที่พักและบริการ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม คอนโดมีเนียม เกสต์เฮาส์ในตัวเมือง หรือรีสอร์ทที่อยู่นอกเมือง โดยมีราคาอยู่ในระดับที่เหมาะสม
- 4.1.1.3 ความหลากหลายของกิจกรรม การผสมผสานความเจริญและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างลงตัว ในขณะที่เมืองตามชายหาดและแหล่งพักผ่อนอื่นๆ เริ่มสูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เช่น มีสถานบันเทิงเปิดให้บริการตอนกลางคืนจำหน่ายสุราและของมีเมาและมีการขายบริการทางเพศ
- 4.1.1.4 เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยสูง มีตำรวจ และตำรวจท่องเที่ยว ออกปฏิบัติหน้าที่อย่างสม่ำเสมอ สามารถสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
- 4.1.1.5 บริเวณใจกลางเมืองเชียงใหม่ตอนกลางคืนมีตลาดไนท์บาร์ซาร์ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินเล่นหาซื้อสินค้าต่างๆ เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจในช่วงกลางคืน<sup>16</sup>

<sup>16</sup> (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545)

#### 4.1.2 จังหวัดสุโขทัย

จังหวัดสุโขทัยมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวระยะยาวน้อยกว่าเชียงใหม่ในเรื่องที่พักและการคมนาคม แต่สุโขทัยก็มีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวในเรื่องวัฒนธรรม ความเป็นเมืองหลวงเก่าและมีโบราณสถานที่เป็นมรดกโลก

4.1.2.1 เป็นเมืองมรดกโลก และเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวไฝฝันจะมาท่องเที่ยว

4.1.2.2 มีความเงียบสงบ ยังคงวิถีชีวิตแบบไทย

4.1.2.3 แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมจังหวัดสุโขทัยกว่า 3 แสนคน แต่ส่วนใหญ่เป็นประเภท One-Day Tour โดยบริษัททัวร์ส่วนใหญ่จะจัดให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่พิษณุโลก เพราะมีโรงแรมในระดับมาตรฐานให้เลือกมากกว่า และมีความสะดวกในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นเครื่องบินหรือรถไฟ

4.1.2.4 นักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย คือ ญี่ปุ่น และฝรั่งเศษซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาศิลปะ วัฒนธรรม โบราณสถานและประวัติศาสตร์

#### 4.1.3 หัวหิน-ชะอำ

หัวหิน-ชะอำ มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวระยะยาวค่อนข้างสูง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชอบทะเลและแสงแดด หัวหิน-ชะอำ ยังมีความเป็นธรรมชาติอยู่มากพอสมควร ซึ่งตรงกับที่นักท่องเที่ยวต้องการ

4.1.3.1 เป็นแหล่งที่พักและท่องเที่ยวทางทะเลที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการดำรงชีพพร้อม แม้จะมีวัฒนธรรมตะวันตกแทรกซึมเข้าสู่เมืองท่องเที่ยวตากอากาศแห่งนี้ แต่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมท้องถิ่นและเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ

4.1.3.2 เป็นพื้นที่แนวชายฝั่งทะเลที่สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางโดยรถยนต์ได้สะดวก

4.1.3.3 เป็นสถานที่ซึ่งเหมาะสำหรับการพาครอบครัวมาท่องเที่ยวและพักผ่อน มีบรรยากาศและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

#### 4.1.4 จังหวัดกาญจนบุรี

มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวระยะยาวพอสมควร คล้ายจังหวัดสุโขทัย แต่มีปัญหาเรื่องอากาศร้อนและแห้งแล้งในตอนกลางวันเกือบทั้งปี และร้อนจัดในฤดูร้อน ซึ่งนักท่องเที่ยวบางส่วนจะรับสภาพอากาศร้อนระดับนั้นไม่ได้ จุดเด่นของกาญจนบุรีคือความเป็นธรรมชาติ

และมีสะพานข้ามแม่น้ำแควเป็นสถานที่ประวัติศาสตร์สงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

- 4.1.4.1 เป็นจังหวัดที่อุดมด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม เชิงอนุรักษ์และผจญภัย
- 4.1.4.2 โปรแกรมทัวร์ที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่คือ ไปเข้าเียนกลับหรือแวะชมสถานที่สำคัญแล้วเดินทางต่อไปค้างคืนที่หัวหิน
- 4.1.4.3 ตลาดส่วนใหญ่ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ

#### 4.1.5 จังหวัดหนองคาย

จังหวัดหนองคาย เป็นจังหวัดที่ได้รับการจัดอันดับเป็นเมืองที่น่าอยู่ที่สุดอันดับ 7 ของโลก สำหรับเป็นบ้านที่สองของชาวอเมริกันสูงอายุที่จะเลือกเป็นถิ่นพำนัก

- 4.1.5.1 จังหวัดหนองคายมีความเป็นเมืองเพื่อพักอาศัย มากกว่าจะเป็นเมืองท่องเที่ยว สถานบันเทิงเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวยังมีอยู่น้อยมาก
- 4.1.5.2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดหนองคายยังมีอยู่น้อย ประมาณ 1 แสนคนเท่านั้น และส่วนหนึ่งก็เป็นการเดินทางมาเพื่อต่อ VISA หรือเพื่อเดินทางต่อไปยังประเทศลาว
- 4.1.5.3 มีความเงียบสงบ ผู้คนยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร ค่าครองชีพไม่สูง มีชาวต่างชาติได้มาพำนักอยู่ระยะยาวแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งชาวต่างชาติที่มีภรรยาเป็นชาวอีสาน
- 4.1.5.4 พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีพื้นที่ติดแม่น้ำโขงยาวกว่า 300 กิโลเมตร และอากาศมีความชุ่มชื้น เย็นสบาย เพราะได้รับอิทธิพลจากลมทะเลจีนใต้ จากประเทศเวียดนาม<sup>17</sup>

<sup>17</sup> (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545)

## บทที่ 5

### ความเป็นไปได้ในการเป็นที่พำนักระยะยาวในประเทศไทย

#### 5.1 โครงการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศอื่น ๆ

ในปัจจุบันมีประเทศต่างๆ มากมายทั้งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และในภูมิภาคอื่นในโลก ซึ่งได้รับผลสำเร็จ และความล้มเหลวแตกต่างกันไป โดยตลาดการท่องเที่ยวประเภทนี้ที่เป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศไทยอยู่ในภูมิภาคเดียวกันคือ ประเทศฟิลิปปินส์ และประเทศมาเลเซีย<sup>18</sup>

##### 5.1.1 ประเทศฟิลิปปินส์

ในปีพ.ศ. 2528 รัฐบาลฟิลิปปินส์ได้จัดตั้ง The Philippines Retirement Authority (PRA) ในสังกัดทำเนียบประธานาธิบดี เพื่อดำเนินการอนุมัติตรวจลงตราเป็นพิเศษให้ผู้ประสงค์จะใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุ ในฟิลิปปินส์ เรียกว่า Special Resident Retiree's Visa (SRRV) โดยจุดประสงค์หลักของโครงการนี้ในฟิลิปปินส์คือ เพื่อส่งเสริม และพัฒนาประเทศฟิลิปปินส์ ให้เป็นสวรรค์สำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศด้วย

โดยประเทศฟิลิปปินส์จะเน้นกลุ่มเป้าหมายสำคัญไปที่กลุ่มชาวอเมริกันที่เกษียณอายุที่มีอยู่ประมาณ 25.5 ล้านคน และชาวฟิลิปปินส์โพ้นทะเลที่มีอยู่ประมาณ 1.6 ล้านคน โดยได้กำหนดเงื่อนไขให้ผู้สมัครต้องฝากเงินตามจำนวนที่กำหนดในธนาคารของฟิลิปปินส์ และผู้เกษียณอายุเหล่านี้จะสามารถทำการลงทุนในประเทศฟิลิปปินส์ตามที่ PRA กำหนดไว้ได้

แต่อย่างไรก็ตาม โครงการของฟิลิปปินส์แม้ว่าจะดำเนินการมา เป็นเวลา 16 ปีแล้ว ก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจาก

1. ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี โดยส่วนใหญ่เป็นเพียงการวางแผนพบไว้ตามสำนักงานของฟิลิปปินส์ในต่างประเทศและการประชาสัมพันธ์ทาง Website เท่านั้น
2. ปัญหาด้านการเมืองภายใน และการไม่ได้รับความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ อีกทั้งมีการแข่งขันกันเอง จึงทำให้การดำเนินงานไม่ได้รับการผลักดันให้ดำเนินไปได้ด้วยดี<sup>19</sup>

<sup>18</sup> <http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>

<sup>19</sup> (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

### 5.1.2 ประเทศมาเลเซีย

เนื่องจากในปี พ.ศ. 2543 ระยะเวลาในการพำนักอยู่ในประเทศมาเลเซียของนักท่องเที่ยวโดยประมาณคือ 5.5 คืน และเนื่องจากทาง Malaysian Tourism Promotion Board (MTPB) ได้ตระหนักถึงความสำคัญของ

1. การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา
2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและทางการแพทย์

การท่องเที่ยวทั้งสองแบบมีแนวโน้มที่จะเติบโตกลายเป็นการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ถึงแม้ว่าประเทศจะประสบกับปัญหาทางเศรษฐกิจก็ตาม ดังนั้น MTPB จึงมีแผนการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งสองประเภทดังนี้

1. ประชาสัมพันธ์ วิทยาลัย และองค์กรต่างๆในมาเลเซียเพื่อการศึกษาชั้นสูง โดยอ้างว่าในมาเลเซียก็มีมหาวิทยาลัยมากมายที่มีมาตรฐานเทียบเท่าสากลสำหรับนักศึกษาต่างชาติ แทนที่นักศึกษาเหล่านั้นจะเดินทางไปศึกษาในประเทศทางตะวันตกและต้องจ่ายค่าครองชีพที่สูง
2. ตีพิมพ์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การแพทย์ โรงพยาบาลเอกชนซึ่งมีแพทย์ที่ชำนาญการลงในแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวของมาเลเซีย ทั้งเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้ารับการรักษาในมาเลเซียและอยู่ในมาเลเซียในเวลาที่พักผ่อน

## 5.2 ประเทศต่างๆในภูมิภาคอื่น

นอกจากประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แล้ว ประเทศต่างๆในภูมิภาคอื่นก็มีการทำโครงการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวเช่นกัน ดังนี้<sup>20</sup>

### 5.2.1 ประเทศโปรตุเกส

จากผลการสำรวจจะพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศโปรตุเกส ปีพ.ศ. 2543 มีประมาณ 12 ล้านคน ส่วนใหญ่หรือประมาณร้อยละ 65 เป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันตก ซึ่งสามารถเดินทางไปเยือนโปรตุเกสโดยไม่ต้องขอรับการตรวจลงตรา และสามารถพำนักอยู่นานเท่าใดก็ได้ รวมถึงสามารถซื้อบ้านหรือที่พักอาศัยอยู่อย่างถาวรซึ่งมีจำนวนไม่น้อยอีกจำนวนหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวอเมริกัน และแคนาดา เดินทางเข้าไปโปรตุเกสโดยไม่ต้องขอรับการตรวจลงตราและพำนักอยู่ได้ไม่เกิน 90 วัน ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกา และแคนาดาเป็นตลาดเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโปรตุเกส<sup>21</sup>

<sup>20</sup> <http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>

<sup>21</sup> (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

จากการนี้เองทางประเทศโปรตุเกสจึงมีการจัดทำวีซ่าเรียกว่า Long Stay Tourist Visa ขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถพำนักในโปรตุเกสได้ 90 วัน และสามารถต่ออายุการตรวจลงตราที่กรมคนตรวจคนเข้าเมืองของโปรตุเกสได้ 2 ครั้ง การขอรับการตรวจลงตราประเภทนี้จะไม่ยุ่งยากมากนัก และไม่ใช้เวลานาน เนื่องจากสถานเอกอัครราชทูตโปรตุเกสในต่างประเทศสามารถอนุมัติได้

### 5.2.2 ประเทศญี่ปุ่น

ในปัจจุบันช่วงเวลาที่ว่างของชาวญี่ปุ่นนั้นมีระยะเวลามากขึ้น ทั้งนี้เนื่องมาจากการเติบโตขึ้นของสังคมผู้สูงอายุและความต้องการที่จะทำงานต่อปีเป็นเวลาน้อยลง ซึ่งเหล่านี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากการพัฒนาคุณภาพชีวิตไปในทางที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ความสนใจทางด้านสุขภาพจิตของชาวญี่ปุ่นก็มีแนวโน้มที่จะได้รับความสนใจมากกว่าความร่ำรวย และเป็นที่คาดการณ์ว่า กระแสนี้จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ ลักษณะของการไปอาศัยอยู่ในต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นก็ได้เปลี่ยนไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการไปอยู่แบบ Long Stay เริ่มได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น เพราะ Long Stay นี้เปิดโอกาสให้ชาวญี่ปุ่นได้อาศัยพักผ่อนอยู่ในต่างประเทศเป็นระยะเวลานานซึ่งทำให้สามารถเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและสังคม กับคนในสังคมท้องถิ่นทั้งยังก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ ด้วย

ดังนั้นมูลนิธิ Long Stay จึงได้จัดตั้งขึ้นเพื่อประสานและสืบเสาะหาข้อมูลการทำวิจัย ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนที่เป็นระยะเวลายาวนานยิ่งขึ้นในต่างประเทศ และช่วยเหลือบริษัทที่เกี่ยวข้อง

มูลนิธิ Long Stay ในประเทศญี่ปุ่น เป็นมูลนิธิที่เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2535 เป็นกองทุนที่ไม่หวังผลกำไรใดๆ ทั้งสิ้น โดยมีจุดประสงค์คือเพื่อทำวิจัย สืบค้นข้อมูล และเก็บสถิติข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Long Stay อีกทั้งยังประชาสัมพันธ์ และสนับสนุนให้ประชาชนที่สนใจในโครงการ โดยมูลนิธิมีหน้าที่ดังนี้

1. ทำการศึกษาวิจัย และสืบเสาะข้อมูล
2. ทำให้โครงการเป็นที่นิยมและให้คนทั่วไปเข้าใจโครงการอย่างถูกต้อง
3. ให้บริการด้านข้อมูล<sup>22</sup>

<sup>22</sup> (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)



### 5.2.3 ออสเตรเลีย

ในส่วนของประเทศออสเตรเลียนั้น Australia Tourist Commission (ATC) ก็ได้จัดทำรายงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆของ ATC เพื่อที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวแบบ Long Stay โดยรายงานดังกล่าวนี้ได้ระบุว่า ATC จะเน้นย้ำส่งเสริมตลาดที่สำคัญ 2-3ประเภท ที่เด่น และมีโอกาสที่จะเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในอนาคต

#### 5.2.3.1 ตลาด Backpacker

ประเทศออสเตรเลียจัดเป็นจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมสำหรับตลาด Backpacker จากต่างประเทศ โดยคาดว่าใน 12 เดือนข้างหน้า จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางเข้ามายังประเทศออสเตรเลีย ดังนั้น ATC จึงให้ความสนใจกับตลาดกลุ่มนี้และจะดำเนินการอย่างใกล้ชิดกับรัฐ หน่วยงานต่างๆทางด้านการท่องเที่ยวในประเทศ และผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในการที่จะพัฒนายุทธวิธีของประเทศ และคิดค้นการจัดการตลาดที่เป็นการร่วมมือกันให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรม

#### 5.2.3.2 Wine Tourism

การท่องเที่ยวประเภทนี้ได้รับความนิยมมากขึ้นจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศออสเตรเลีย เนื่องจากออสเตรเลียจัดเป็นแหล่งไวน์ที่มีคุณภาพเป็นอันดับ 3 ดังนั้นประเทศออสเตรเลียจะมุ่งเน้นที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวประเภทนี้ ทั้งยังต้องการที่จะกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวออกไปยังส่วนภูมิภาค และเพิ่มระยะเวลาที่พำนักอยู่ในออสเตรเลียควบคู่ไปกับการพัฒนา Wine Tourism นี้

ATC จะร่วมกับคณะกรรมการแห่งชาติทางด้านไวน์ในการจัดการประชุมที่ Adelaide ในปลายเดือนกรกฎาคมเพื่อปรึกษาถึงแนวทางในอนาคตต่อไป นอกจากนี้ ATC ได้จัดพิมพ์รายงานเรื่อง Wine Tourism ในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งจะนำออกเสนอในเวลาอันใกล้<sup>23</sup>

<sup>23</sup> (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

### 5.3 ปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้ประเทศไทยจะเป็นแหล่งผู้พำนักระยะยาว

#### 5.3.1 จุดแข็ง

- 5.3.1.1 ระบบกฎหมายและรัฐธรรมนูญไทยที่มีความมั่นคงและเสถียรภาพ เพราะเป็นประเทศประชาธิปไตย
- 5.3.1.2 วัฒนธรรมไทยอันดีงามที่ตกทอดสืบมา เช่น ประเพณีการเคารพผู้ใหญ่ การไหว้ที่งดงาม
- 5.3.1.3 ทรัพยากรธรรมชาติที่มีมากมายและหลากหลายเป็นที่น่าสนใจในสายตาของชาวต่างชาติ
- 5.3.1.4 ความเป็นมิตร เอื้อเฟื้อ ยิ้มง่าย และนิสัยต้อนรับขับสู้ของคนไทย
- 5.3.1.5 ค่าครองชีพที่ไม่แพงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเงินตราต่างประเทศ
- 5.3.1.6 ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- 5.3.1.7 การยอมรับความแตกต่างเพราะโดยพื้นฐานประเทศไทยเป็นสังคมเปิด ไม่กีดกันศาสนา และสีผิว
- 5.3.1.8 อุปกรณ์ทางการแพทย์และการสาธารณสุขที่ได้มาตรฐานสากล
- 5.3.1.9 การแพทย์ทางเลือกใหม่ที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจกันมาก
- 5.3.1.10 อาหารไทยที่เป็นที่รู้จักกันทั่วโลก
- 5.3.1.11 มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกด้านที่พักมากมาย
- 5.3.1.12 การได้รับการสนับสนุนโครงการจากรัฐบาล
- 5.3.1.13 เป็นศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทำให้เหมาะในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศเพื่อนบ้านต่างๆ
- 5.3.1.14 เป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ
- 5.3.1.15 มีปริมาณบุคคลากรด้านการท่องเที่ยวจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งมีทรัพยากรหนุ่มสาวที่พร้อมจะให้บริการผู้สูงอายุ
- 5.3.1.16 มีสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมและได้มาตรฐาน เช่น ที่พัก สถานพยาบาล เป็นต้น
- 5.3.1.17 มีประวัติความสัมพันธ์ที่ดีกับต่างประเทศ
- 5.3.1.18 เป็นสังคมที่มีระเบียบ
- 5.3.1.19 การได้รับการสนับสนุนโครงการจากรัฐบาล<sup>24</sup>

<sup>24</sup> (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

### 5.3.2 โอกาส

- 5.3.2.1 มีทรัพย์สินมากมายที่นำก่อให้เกิดรายได้ เช่น อสังหาริมทรัพย์ต่างๆ
- 5.3.2.2 จะก่อให้เกิดการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่เกี่ยวข้องกับโครงการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในรูปแบบใหม่ๆ เช่น ชุมชนเพื่อผู้เกษียณอายุ และ บ้านพักเพื่อดูแลผู้สูงอายุ เป็นต้น
- 5.3.2.3 ในปัจจุบันจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดการใช้ชีวิตแบบผู้เกษียณอายุเพิ่มมากขึ้น และผู้เกษียณอายุเหล่านี้เป็นผู้ที่มีรายได้คงที่จึงต้องการแสวงหาที่อยู่ซึ่งไม่แพงเกินรายได้ตน
- 5.3.2.4 มีความต้องการด้านการดูแลและฟื้นฟูสุขภาพมากขึ้นในปัจจุบัน
- 5.3.2.5 เป็นการสร้างงานและจะก่อให้เกิดการพัฒนาทักษะรูปแบบใหม่ๆขึ้น
- 5.3.2.6 จะก่อให้เกิดความร่วมมือกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ไม่ได้มีเป้าหมายในการทำโครงการนี้ เช่นประเทศสิงคโปร์ ในการรับนักท่องเที่ยวเข้ามาอยู่แบบพำนักระยะยาวในประเทศไทยภายหลังจากที่ได้ท่องเที่ยวในประเทศอื่นในภูมิภาคแล้ว
- 5.3.2.7 ต่างประเทศให้ความสนใจกับศักยภาพของประเทศไทยในปัจจุบันมาก
- 5.3.2.8 การทำโครงการนี้จะช่วยนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศเพิ่มมากขึ้น
- 5.3.2.9 เป็นการกระจายรายได้สู่ชนบท
- 5.3.2.10 สภาพเศรษฐกิจของโลกมีการชะลอตัว ประชาชนที่อาศัยในประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจแต่มีค่าครองชีพสูงจะเกิดความต้องการในการเดินทางไปพำนักยังต่างประเทศที่ค่าครองชีพเหมาะสมและยังมีคุณภาพชีวิตที่ดี
- 5.3.2.11 ชาวตะวันตกให้ความสนใจกับวัฒนธรรมของโลกตะวันออกมากขึ้น ทั้งทางด้านศาสนา วิธีการดำรงชีวิต วิธีการออกกำลังกาย ศิลปะ เป็นต้น ทำให้เกิดแนวโน้มการเดินทางมายังประเทศทางซีกโลกตะวันออกมากขึ้น<sup>25</sup>

<sup>25</sup> (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

## 5.4 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่ประเทศไทยจะเป็นแหล่งผู้พำนักระยะยาว

### 5.4.1 จุดอ่อน

- 5.1.1.1 ความสามารถทางด้านภาษาเพราะผู้มีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดี (ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาอื่นๆ)มีอยู่น้อย
- 5.1.1.2 การคมนาคมเพื่อสาธารณณะยังไม่ดีพอ
- 5.1.1.3 ด้านการสาธารณูปโภคต่างๆ เช่นการสื่อสารผ่านดาวเทียม การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การเข้าถึงระบบเครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ได้ล่าช้า และป้ายประกาศส่วนใหญ่จะเป็นภาษาไทยเท่านั้น
- 5.1.1.4 ระบบการทำงานของฝ่ายราชการและระเบียบการในการติดต่อกับทางราชการล่าช้าและซับซ้อน เช่น ปัญหาต่างๆที่มักเกิดในกระบวนการขอวีซ่า การขอใบอนุญาตทำงาน การโอนเงินข้ามประเทศ การประกันภัย และการจัดเก็บภาษีอากร เป็นต้น
- 5.1.1.5 ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องขาดความเข้าใจและขาดทิศทางในการดำเนินงาน รวมทั้งขาดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของกลุ่มเป้าหมายของตน
- 5.1.1.6 ขีดความสามารถของบุคลากรยังต่ำ
- 5.1.1.7 ขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ
- 5.1.1.8 มาตรฐานด้านการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ได้มาตรฐานตามที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวัง
- 5.1.1.9 ขาด One Stop Service Center
- 5.1.1.10 ขาดการศึกษาด้านการจัดการและการพัฒนาเพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ
- 5.1.1.11 ขาดความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา และควบคุมดูแลกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องเนื่องทำให้โครงการดำเนินได้ล่าช้า<sup>26</sup>

<sup>26</sup> <http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>

## 5.4.2 อุปสรรค/ ความเสี่ยง

- 5.4.2.1 เกิดความไม่พอใจของประชาชนเนื่องจากค่าครองชีพที่สูงขึ้น และจากการเสียสิทธิประโยชน์ที่ตนควรได้ในฐานะที่เป็นคนไทยให้แก่ Longstayers
- 5.4.2.2 การกระทำผิดศีลธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น การหลอกลวง การโกง ผู้ที่มีแนวโน้มจะเป็น Longstayers ในอนาคตและความเป็นไปได้ที่ Longstayers จะหลอกลวงผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการที่ไม่ทราบเกี่ยวกับโครงการเพียงพอ เป็นต้น
- 5.4.2.3 การแข่งขันระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซียที่มีทรัพยากรและศักยภาพที่ใกล้เคียงและสามารถแข่งขันกับประเทศไทยได้
- 5.4.2.4 ลักษณะอุปนิสัยของคนไทยที่ไม่คุ้นเคยกับนโยบายเชิงรุก
- 5.4.2.5 หากจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับความต้องการไม่ได้ตามที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวัง จะเกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของโครงการและผลกระทบทำให้โครงการล้มเหลวได้
- 5.4.2.6 ความแปรปรวนทางความคิดในเชิงสังคมของชาวไทยบางกลุ่มที่มีต่อโครงการ
- 5.4.2.7 ความผันผวนทางสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศกลุ่มเป้าหมายซึ่งอาจทำให้แนวโน้มเปลี่ยนแปลงได้
- 5.4.2.8 นำมาซึ่งโรคติดต่อจากต่างถิ่นที่ไม่เคยมีในประเทศมาก่อน<sup>27</sup>

<sup>27</sup> (ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวท่าอากาศยาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

## บทที่ 6

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การท่องเที่ยวของไทยเริ่มมีการพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งในช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศเติบโตขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวเป็นจุดขายอย่างหนึ่งในการนำรายได้เข้าประเทศ ตามทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 9 ที่คัตย่อมานั้น ทำให้ทราบว่า ทางภาครัฐบาลให้ความสนใจและสนับสนุนการท่องเที่ยวมาโดยตลอด ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของ กอล์ฟ สปา ฯลฯ ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดหลักที่ให้รัฐบาลให้การสนับสนุน และกลุ่มรองที่รัฐบาลให้การสนับสนุนเช่นการคือการทำน้กระยะยาว ,ด้านการศึกษา ฯลฯ

ในเอกสารวิชาการฉบับนี้ เราได้กล่าวถึงการพำนักระยะยาวในประเทศไทย ว่ามีการเติบโตมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะใช้ชีวิตในบ้านปลายจากเงินเกษียณที่มีอยู่ หรือเข้ามาศึกษาในประเทศไทยเป็นเวลานาน โดยมีจังหวัดหลักๆ ที่รองรับนักท่องเที่ยวที่มาพำนักระยะยาว เช่น เชียงใหม่, หนองคาย เป็นต้น เหตุที่ประเทศไทย เป็นประเทศที่น่าสนใจในการเข้ามาพำนักระยะยาวเนื่องมาจากประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านค่าครองชีพที่ต่ำ และเป็นประเทศที่สงบ มีความปลอดภัย แต่เราก็ยังคงต้องมีการปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานการบริการ และคุณภาพของสถานที่พักให้มีมาตรฐานสากล

ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีจุดแข็งในการพำนักระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องอาหาร ความสัมพันธ์ที่ดีกับต่างชาติ และการที่ภาครัฐให้การสนับสนุน แต่ในเวลาเดียวกันเราก็มีจุดอ่อนในอีกหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องภาษา การคมนาคมในประเทศ อีกทั้งเรายังมีคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นสิงคโปร์, มาเลเซีย และคนละภูมิภาค เช่นโปรตุเกส ออสเตรเลีย เหล่านี้ล้วนเป็นคู่แข่งที่มีศักยภาพ เราจึงต้องมีมาตรฐาน เตรียมความพร้อมและพัฒนาประเทศเพื่อรองรับในจุดนี้

#### ข้อเสนอแนะ

โดยภาพรวมแล้วทางภาครัฐบาลให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยมาโดยตลอด เพื่อที่จะให้ประเทศไทยเป็นเมืองหลวงการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) อีกทั้งมีการลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวในระดับที่ได้มาตรฐานสากล เช่น โรงแรม สนามกอล์ฟ สปา ศูนย์การค้า และโรงพยาบาล ทำให้สามารถบริการรับรองความต้องการของนักท่องเที่ยวระดับคุณภาพสูง แต่เราต้องไม่ลืมด้วยว่า การที่คนต่างชาติรู้จักประเทศไทยนั้น กว่าครึ่งมาจากการค้าประเวณี และสถานบันเทิง เราคงไม่สามารถที่จะลบภาพลักษณ์ของประเทศไทยนี้ได้โดยทันที แต่เราคงต้องเน้นในเรื่องกฎระเบียบ มาตรการควบคุม

ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงสร้างความแข็งแกร่งในจุดอื่นเพิ่มเติม ทั้งในเรื่องการรักษาพยาบาล สปา และการท่องเที่ยวระยะยาวให้เข้มแข็งขึ้น

โดยเราจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น และอาจจะมี Road show ตามประเทศต่างๆที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่นแถบยุโรป เพื่อเป็นการเข้าถึงลูกค้าและสร้างการยอมรับในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

เราคงต้องอาศัยความร่วมมือ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในประเทศ เพื่อยกระดับมาตรฐานการพำนักระยะยาวในประเทศไทยให้ไปสู่มาตรฐานโลกและสร้างเครือข่ายพันธมิตรกับประเทศเพื่อนบ้านและ เพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชาติ

## ส่วนอ้างอิง

1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี2547.  
กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547 (อัดสำเนา)
2. บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด. แผนปฏิบัติการการพัฒนา  
บริการท่องเที่ยว.กรุงเทพมหานคร:การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546 (อัด  
สำเนา)
3. สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. แนวทางการส่งเสริม  
และพัฒนาการท่องเที่ยวระยะยาว.กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
2545 (เอกสารไม่ตีพิมพ์)
4. ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว. Longstay Tourism in Thailand.  
กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544 (อัดสำเนา)
5. Longstay in Thailand[online]Available from:  
<http://www.hotelthailand.com/ezine/2002/issue1/zine1.html>
6. Longstay [online] Available form <http://www.retirement-resort.com/visa.htm>
7. Longstay [online] Available form: <http://www.visoot.com/promotion/hotel/>
8. Longstay [online] Available form: <http://www.guidetothailand.com/thailand-travel-information/longstay.htm>
9. Longstay [online] Available form:  
[http://www.nongkhaicity.com/longstay\\_english2.htm](http://www.nongkhaicity.com/longstay_english2.htm)
10. Longstay [online] Available form: <http://www.tat.or.th/longstay/thai/index.html>



## ภาคผนวก ก

### Long Stay in Thailand

The Tourism Authority of Thailand has recently launched its Long Stay in Thailand campaign. Its hoping attract visitors that will include retirees and pensioners, visitors traveling for medical and health services, international athletes who wish to make Thailand their training base as well as international students.



TAT Chairman Somsak commented, "Thailand is becoming increasingly popular as a place for long-stay visitors because of its good weather, inexpensive cost of living, high quality of medical services and recreational facilities.

"This project will help us boost the average visitor length of stay and daily expenditure, as long-stay visitors generate business for companies in related sectors like food and beverage, education, accommodation as well as health and sports.

So what are the kind of activities that are likely to attract long stay visitors to Thailand?

Not only are visitors coming to Thailand for tourism but also for medical treatment. The Kingdom now has 455 private hospitals staffed by Internationally trained doctors and specialists. It now offers an affordable quality alternative to having a medical operation in the west. Treatments range from heart surgery to cosmetic body transformations to laser eye surgery.

In recent years there has been an enormous awakening of interest in the way in which our minds and bodies work in harmony with the universe especially with regards to traditional medicine. Yet in Thailand that has been a part of everyday life for over centuries. A massage to restore the balance of body and mind, meditation or retreat into a monastery for inner tranquility, a herbal sauna to cleanse and rejuvenate the body, a diet of fresh vegetables, fruit and herbs for internal cleansing.

Traditional Thai medicine works on the theory that the body has four elements; wind, water, earth and fire and that illness is a result of their imbalance. To remedy an ailment a village doctor would make an herbal potion or pack for the patient to eat, rub onto the skin, or add to a steam compress. The blocking of the energy lines was also believed to lead to illness or emotional conflicts. A massage or sauna would be prescribed to unblock the energy paths.

Now established practice in spas and fitness centers world wide traditional Thai massage is a therapy that combines yoga and acupressure techniques, manipulating the body's internal energy using pressure points and yoga positions.

In Thailand the centers of learning and practice has always been the temples. Massage is regarded as a way of achieving inner tranquility by easing the stresses and aches of the body. By force on the pressure points, muscles and ligaments, stretching, bending and manipulations, the whole body is decompressed. For the treatment the recipient normally wears loose pyjama like garments supplied by the massage center.

King Rama III had all available information on the subject gathered and inscribed on stone slabs in the early 19th century. They can be seen today at the Temple of the Reclining Buddha (Wat Po), home to the Traditional Thai Massage school. Not only can visitors enjoy the benefits of a traditional Thai massage but can also study the techniques involved.

Meditation is found in some forms or another in all major religions but in Buddhism it's an integral path to enlightenment. The practitioner trains his or her mind so that it can understand the four-points that form the core of Buddha's teaching: suffering, what causes it, the end of suffering and the path to that end.



Consequently, the art of meditation is a highly developed on in Thailand. One doesn't need to be a Buddhist or even have an interest in Buddhism to benefit from meditation. A valuable training that can be applied to daily life; it greatly helps concentration and can lead to a state of peace and calmness, no mater where the meditation is performed.

There are many kinds of yoga but the most widely practiced is Hatha yoga in which a series of postures are taught along with controlled breathing exercises.

Yoga is well known for its rejuvenating qualities and is said to help you live longer. You can start to learn at any age. Exercises are practiced in a very gentle way to suit your needs and abilities.

Yoga stretching is a good way to get to know your body. It gradually increases muscle length and flexibility. Yoga may not burn fat but it does have tremendous toning power, particularly for areas such as the stomach, bottom and thighs.

The 4,000-year-old Chinese healing technique of acupuncture is now accepted as a therapeutic element in modern hospitals. It's the only therapy in the world that deals directly with the human energy system. Western medicine treats the body with drugs and surgery and the mind with psychoanalysis, but nothing for energy. In the Chinese system, energy is the most important aspect of all, as it forms the vital bridge between essence and spirit.

Energy imbalance is regarded as the foremost cause of disease, and the direct manipulation of energy is the foremost cure. The results of acupuncture speak for themselves with symptoms such as back pain, paralysis, nausea, tumours and addiction being effectively treated. Acupuncture also has been used as an anesthetic by causing the secretion of endorphins – the body's natural opiates which are more powerful than morphine.

Acupuncture awakens the body's self-healing response and maintains the ying and yang. Acupuncture clinics can be found in leading hospitals in Bangkok, Pattaya and Phuket.

The long-stay project is the first part of TAT's 'Be My Guest' campaign, which is to be launched in early 2002, targeted at both regular tourists and future long-stay visitors.

Due to the somewhat unique nature of the market, long-stay visitors require special attention. Hence, a one-stop tourism administration is under consideration to provide quick and efficient services in processing future applications.

Retirees and pensioners are a special target. For them, the Thai government has launched a new visa classification allowing foreigners aged 55+ to stay in Thailand for up to a year, renewable on the condition that they show proof that they can support themselves. The visa can be applied for at Royal Thai embassies or Consular offices abroad.<sup>28</sup>

## ประวัติผู้จัดทำ



ชื่อและนามสกุล

นายไพโรจน์ จันทรทัต

ตำแหน่งปัจจุบัน

ผู้บริหาร และเจ้าของ

ชื่อหน่วยงาน

บริษัท เจนคอนเอ็นจิเนียริง จำกัด

สถานที่ตั้ง

สำนักงานใหญ่

25/27 ซอยเฉลิมพระเกียรติ 34 ถนนสุขุมวิท 103

แขวงหนองบอน เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250

โทรศัพท์ 02-7262688-9, 02-7263003

โทรสาร 02-3281187

โรงงาน

789 หมู่ 2 นิคมอุตสาหกรรมบางปู ซอย 1 ถ. สุขุมวิท

ต. บางปูใหม่ อ. เมือง จ. สมุทรปราการ 10280

โทรศัพท์ 02-3239212-3

โทรสาร 02-3239214

วุฒิการศึกษา

บริหารธุรกิจบัณฑิต

สถานศึกษา

มหาวิทยาลัย เกษมบัณฑิต

ปีที่สำเร็จการศึกษา

2537

ประสบการณ์ทำงาน

ผ่านการทำงานในธุรกิจระบบบำบัดอากาศเสีย จนได้ริเริ่มตั้ง  
บริษัท เจนคอน เอ็นจิเนียริง จำกัด ขึ้นมาเมื่อปี 2538

ผลงาน

ได้ผลักดันให้บริษัท เจนคอน เอ็นจิเนียริง จำกัด ขึ้นอยู่ในบริษัท  
แนวหน้าในด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย  
คิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านพัดลมไฟเบอร์กลาสให้มีศักยภาพ  
ทัดเทียมกับสินค้าของต่างชาติ