

## บทคัดย่อ

การศึกษาเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทย (พ.ศ. 2554 – 2560) นี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย (2) สืบค้นข้อมูลศักยภาพของสถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวทั้งผู้ประกอบการธุรกิจทางตรงและทางอ้อมในด้านรูปแบบกิจกรรมการให้บริการและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (3) ศึกษาความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน ในการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (4) เปรียบเทียบระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวระหว่างประเทศไทยกับมาเลเซีย และ (5) จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว พ.ศ. 2554-2560

การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ หนองคาย ชลบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และกระบี่ ซึ่งจัดเก็บข้อมูลจาก 3 ภาค ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ซึ่งแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้ดูแลสุขภาพ กลุ่มนักกีฬาที่มาฝึกซ้อม และกลุ่มนักศึกษาต่างชาติ (2) ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภาคเอกชน (3) ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การดำเนินการวิจัยในขั้นตอนแรกใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม และใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในพื้นที่เป้าหมาย และผู้บริหารระดับสูงด้านการท่องเที่ยวจากส่วนกลาง รวมทั้งการจัดประชุมสนทนากลุ่มและการจัดประชาพิจารณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์เป็นร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทย หลังจากนั้น ได้จัดประชาพิจารณ์ร่างแผนยุทธศาสตร์ฯ โดยเชิญผู้แทนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวใน 5 จังหวัด และผู้แทนจากส่วนกลางเข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อร่างแผนยุทธศาสตร์ที่ได้จัดทำขึ้น นอกจากนี้ ในการวิจัยครั้งนี้ ยังใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารเพื่อเปรียบเทียบระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวระหว่างประเทศไทยกับมาเลเซีย

ผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุมีวันพักเฉลี่ยประมาณ 12 เดือน ส่วนใหญ่มาทำสปา-ภรรยา นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพและกลุ่มนักกีฬาที่มาฝึกซ้อม มีวันพักเฉลี่ยประมาณ 1-2 เดือน ส่วนใหญ่มาทำกลุ่มละประมาณ 5-6 คน กลุ่มนักศึกษาต่างชาติมีวันพักเฉลี่ยประมาณ

5-6 เดือน ทุกกลุ่มมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 3 แสนบาท นักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่มให้เหตุผลที่มาเที่ยวเมืองไทยตรงกันว่า เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม อากาศดี และคนไทยมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A) ของไทย ยกเว้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษาต่างชาติเห็นว่า ค่าบริการที่พักรังมีราคาแพงเกินไป สำหรับความพึงพอใจต่อกิจกรรมทางการตลาด (16P) พบว่า นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมทางการตลาด ยกเว้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษาต่างชาติที่ยังมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมทางการตลาดน้อยกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่น ๆ

ผลการสำรวจศักยภาพของสถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในด้านรูปแบบกิจกรรมการให้บริการและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีความพร้อมในการให้บริการตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (6A) และตามกลยุทธ์การตลาด (16 P) นอกจากนี้ ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ก็มีศักยภาพพร้อมที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวด้วย

ผลการศึกษาจากเอกสารพบว่า ระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศมาเลเซียจะมีส่วนที่ได้เปรียบประเทศไทยในประเด็นที่ มาเลเซียมีกฎระเบียบการขอวีซ่าที่ยืดหยุ่นให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่าประเทศไทย การบริการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของมาเลเซียเป็นแบบบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (one stop service) นอกจากนี้ มาเลเซียมีความได้เปรียบในประเด็นที่คนมาเลเซียสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดีกว่าคนไทย สำหรับประเทศไทยจะมีข้อได้เปรียบในประเด็นที่ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมีความหลากหลาย คนไทยมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว สินค้าและบริการมีราคาไม่แพง

ข้อมูลที่ได้จากกระบวนการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้นำมาจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทย พ.ศ. 2554-2560 ซึ่งครอบคลุมกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ได้แก่ การ เพิ่มคุณภาพสินค้าและบริการการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมและกระตุ้นการบริหารจัดการการตลาดท่องเที่ยว การพัฒนาและเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบมาตรฐานความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

## Abstract

A research study entitled “Making a Strategic Plan for Development and Promotion of Business of Long Stay Tourism in Thailand (2011-2017)” was conducted with aims to 1) examine behaviors and needs of long stay tourists in each target group, 2) investigate the potential of both direct and indirect businesses in long stay tourism regarding types of activity and other related issues, 3) study the readiness of local administrative organizations, community, and private businesses in response to the needs of long stay tourists, 4) compare the management systems of long stay tourism between Thailand and Malaysia, and 5) make a strategic plan to develop and promote business of long stay tourism of Thailand which will be used as a guideline for the improvement of long stay tourism business from 2011 to 2017.

This study collected the data from five provinces: Chiangmai, Nongkai, Chonburi, Prachuabkirikhan, and Krabi in three different sections related to long stay tourism comprising 1) four groups of long stay tourists: the elderly, the healthy, sportsmen, and foreign students, 2) entrepreneurs in long stay tourism, and 3) administrators and officers working in government units and local administrative organizations. In the first step, the quantitative technique was employed to collect the data by interviewing the samples from three sections. For the qualitative research methods, an in-depth interview was conducted with the samples consisting of long stay tourists in the target areas and the administrators in charge of long stay tourism from the central part, followed by a focus group discussion and public deliberation. All of the data were synthesized to make a draft of strategic plan for development and promotion of business of long stay tourism. Then a public hearing was organized to invite the representatives involved in long stay tourism from five provinces as well as from the central part to

demonstrate their opinions and suggestions on the draft of strategic plan. In addition, there was a study of related documents to compare the management systems in long stay tourism between Thailand and Malaysia.

The findings of the long stay tourists' behaviors and needs in each target group indicated that the elderly had an average stay of 12 months, and most of them came with their spouse. The healthy and sportsmen groups had an average stay of 1-2 months; most of them came in a group of 5-6 persons. For foreign students, they stayed for about 5-6 months with an approximate expense of 300,000 baht. The four groups stated the similar reason for visiting Thailand. That is, Thailand had beautiful attractions, good weather, and nice people. Nearly all groups of tourists felt satisfied with tourism components, except the foreign students who stated that the accommodation price was too high. Furthermore, all groups of tourists were satisfied with the marketing strategies although the level of satisfaction on these strategies in foreign students group was lower than other groups.

Regarding the potential of long stay businesses in terms of activity types and other issues, the survey results show their readiness to provide services based on the tourist components (6 A) and marketing strategies (16 P). Moreover, government units and local administrative organizations had good potential to serve the long stay tourists' needs.

From the documents, it was found that management system of long stay tourism in Malaysia is more advanced than Thailand in that Malaysia is more flexible in VISA application rules. The long stay tourism in Malaysia is a kind of one stop service, and Malaysian people can communicate foreign languages better than Thai people. However, Thailand has more various and beautiful attractions. Thai people are hospitable and friendly to tourists, and the products and services are not expensive.

The data got from the study were taken to make a strategic plan for development and promotion of business of long stay tourism in Thailand from 2011 to 2017, which covered mechanisms of development of long stay tourism business in many aspects: enhancing the product quality and tourism service, improving tourism attractions for values added, promoting and encouraging the marketing management, providing effective tourism staffs, and developing the standardized safety system for tourists.