



บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการพักอาศัยที่เหมาะสมกับผู้พักอาศัยในสถานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว กรณีศึกษา โครงการสแกนดิเนเวียน วิลเลจ จ. ชลบุรี มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. แนวความคิด"ความต้องการที่อยู่อาศัยของมนุษย์"
 - 1.1 ความต้องการของมนุษย์
 - 1.2 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย
 - 1.3 ความสำคัญผู้บริโภค
 - 1.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต
2. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย
 - 2.1 แรงดันทางการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย
 - 2.2 วัฏจักรชีวิต ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และเชื้อชาติ
3. แนวความคิดเรื่องการเลือกที่อยู่อาศัย
4. แนวความคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
 - 4.1 ประชากรผู้สูงอายุแบ่งตามกลุ่ม
 - 4.2 ประเภทที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ
5. แนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพชีวิต
 - 5.1 ความหมายของคุณภาพชีวิต
 - 5.2 องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต
6. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 6.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
 - 6.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
 - 6.3 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
 - 6.4 ปัจจัยในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว
7. ความเป็นมาของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว
 - 7.1 ความหมาย
 - 7.2 กลุ่มเป้าหมาย
 - 7.3 การเตรียมการรองรับตลาด
8. นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
 - 8.1 นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ
 - 8.2 นโยบายส่งเสริมการลงทุน
9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียดต่างๆดังต่อไปนี้

1. แนวความคิด"ความต้องการที่อยู่อาศัยของมนุษย์"

1.1 ความต้องการของมนุษย์

ความต้องการของมนุษย์ประการหนึ่งที่สำคัญ นอกเหนือจากด้านสังคม (Social Needs) และด้านจิตใจ (Psychological Needs) คือด้านกายภาพ (Physical Needs) โดยมีปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค ในเรื่องที่อยู่อาศัย ผู้ก่อตั้งทฤษฎีความต้องการเป็นอันดับแรกคือ มัสโลว์ (Abram Maslow, 1954: 80-106) ได้กล่าวถึง ความต้องการด้านปัจจัย 4 ไว้ว่า เป็นปัจจัยพื้นฐานลำดับแรกใน 5 ลำดับ ดังนี้

1.1.1 ความต้องการทางร่างกายขั้นพื้นฐาน (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อการยังชีพให้อยู่รอด ซึ่งได้แก่ อาหาร อากาศ การพักผ่อน รวมทั้งที่อยู่อาศัย เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่จะช่วยให้ร่างกายมีภาวะเป็นปกติ

1.1.2 ความต้องการในความมั่นคงและปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการเกี่ยวกับความปลอดภัยและความมั่นคงในชีวิต ทรัพย์สินและการงาน ซึ่งมักจะมีอิทธิพลมาจากภาวะแวดล้อม ความปลอดภัย และความมั่นคงทางด้านร่างกายและจิตใจ ฐานะ ภาวะเศรษฐกิจของครอบครัวเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ปราศจากความมั่นคงในตนเองและสังคม

1.1.3 ความต้องการมีพวกพ้อง (love needs) หมายถึง ความต้องการเป็นที่รักและต้องการรักคนอื่น ฉะนั้นความรักจึงเป็นความต้องการทางสังคมอย่างหนึ่งที่มนุษย์ทุกคนต้องการความรู้สึกเป็นเจ้าของ จะช่วยทำให้มนุษย์สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้ด้วยความปลอดภัย และยินดีร่วมมือในกิจกรรมของส่วนรวม

1.1.4 ความต้องการมีเกียรติยศชื่อเสียง (ego needs or needs for self-esteem) หมายถึง ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องนับถือว่ามีความสำคัญจากครอบครัว เพื่อนฝูง และสังคม

1.1.5 ความต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิต (needs for self-actualization or self-fulfillment) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดที่มนุษย์จะพึงมีได้ นั่นคือ ความต้องการรู้พลังความสามารถของตนเองว่าจะเจริญพัฒนาต่อไปได้อย่างไรไม่มีวันสิ้นสุด เพื่อความสมบูรณ์สมหวังของชีวิต (สรุปความโดย วิเชียร ทำลาภ, 2519: 18-20)

Maslow เป็นนักสังคมศาสตร์ ที่สร้างแนวความคิดที่ว่าความต้องการของมนุษย์นั้นมีหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ ความต้องการเบื้องต้นแห่งชีวิตจนสูงขึ้นไปถึง ความต้องการที่สูง ไม่มีตัวตนและไม่มีการสัมผัสได้ โดยเสนอแนะปริมาณของความ ต้องการ คือ คนทุกคนในสังคมจะผลักดันตัวเอง จากความต้องการพื้นฐานด้านร่างกาย ซึ่งเป็นเรื่องของ "ปัจจัย 4" แห่งชีวิต และมี "ที่อยู่อาศัย" เป็นส่วนหนึ่งของความต้องการเบื้องต้นให้สูงขึ้นทุกขณะ ไปสู่ความพอใจที่ได้รับความสำเร็จในที่สุด (มานพ พงศทัต, 2538-2539) นอกจากนี้แล้ว ผู้มีรายได้ปานกลาง จะมีความต้องการที่อยู่อาศัยสองประการคือ ประการแรกความต้องการที่เป็นจริง (Housing need) ซึ่งเป็นความต้องการที่ขาดไม่ได้ และประการที่สองความต้องการแอบจวบ (Housing want) ซึ่งเป็นความต้องการที่แม้จะไม่ได้มาซึ่งที่อยู่อาศัยใหม่ก็สามารถอยู่อย่างเหมาะสมตามอัตภาพได้ (มานพ พงศทัต,

2524) ทั้งนี้คนรุ่นใหม่จะเปลี่ยนหรือย้ายบ้านมากกว่าคนในอดีต บางคนย้าย 3-4 ครั้งในชีวิต น้อยรายที่อยู่กับพ่อแม่ เมื่อแต่งงานมีครอบครัวก็จะซื้อที่อยู่อาศัยใหม่(มานพ พงศทัต, 2536)

1.2 พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย

1.2.1 การศึกษาตามหลักประชากรศาสตร์ (Demographic Study) คือ การพิจารณาจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามระดับรายได้ เพศ อายุ สัญชาติ / เชื้อชาติ การศึกษา ขนาดครอบครัว ฯลฯ เพื่อให้ทราบความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างแน่ชัดและสามารถกำหนดประเภทและจำนวนของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง เช่น ลูกค้าประเภทระดับรายได้สูงต้องการให้มีสัดส่วนพื้นที่และประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายประเภทโดยเฉพาะในส่วนพาณิชยกรรมต่าง ๆ ห้องออกกำลังกาย สนามหญ้า ฯลฯ ในขณะที่ลูกค้าระดับรายได้ปานกลางและต่ำ อาจต้องการให้มีพื้นที่ของห้องชุดที่กว้างขวางโดยไม่คำนึงถึงพื้นที่สิ่งอำนวยความสะดวกมากนักและไม่ต้องการบริการพิเศษต่าง ๆ

1.2.2 การศึกษาตามหลักภูมิศาสตร์ (Geographic study) ได้แก่ การพิจารณาจากลูกค้าตามพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ เช่น ลูกค้าที่อยู่ในเขตบริเวณถนนสุขุมวิทและสีลมจะเป็นลูกค้าระดับรายได้สูง อาคารชุดที่จะสร้างบริเวณดังกล่าวควรจะเป็นอาคารชุดระดับราคาแพง มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบถ้วน มีที่จอดรถจำนวนมาก มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี นอกจากนั้น สิ่งสำคัญที่ควรพิจารณาประกอบคือ สิ่งแวดล้อมบริเวณดังกล่าว ซึ่งจะมีส่วนในการกำหนดประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกของอาคารชุด เช่น ถ้าบริเวณใกล้เคียงเป็นศูนย์ธุรกิจแต่มีที่จอดรถจำกัด อาคารชุดอาจจัดให้มีพื้นที่จอดรถมากเป็นพิเศษ หรือบริเวณใกล้เคียงไม่มีสนามกีฬาบางประเภทหรือห้องออกกำลังกาย อาคารชุดก็ควรจัดเตรียมส่วนบริการเหล่านี้ไว้ เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัยได้อย่างถูกต้อง และอาจสามารถให้บริการแก่บุคคลภายนอกเพื่อหารายได้เข้าอาคารชุดได้อีกทางหนึ่ง ในทางกลับกัน หากใกล้เคียงอาคารชุดมีร้านค้าและร้านอาหาร ตลอดจนบริการต่าง ๆ หลากประเภทมากมาย เช่น บริการซักรีด, คลินิก, ไปรษณีย์ ร้านเสริมสวย ฯลฯ ทางอาคารชุดก็อาจพิจารณาไม่กำหนดให้มีบริการดังกล่าวไว้ในอาคารชุด โดยพิจารณาประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นไว้สำหรับให้บริการแก่ผู้อยู่อาศัยแทน

1.2.3 การศึกษาตามหลักจิตวิทยา (Psychologic study) ได้แก่ การพิจารณาตามวิถีการดำรงชีวิต (Life style) , บุคลิกลักษณะ, ชนชั้นทางสังคม เช่น กรณีที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นบุคคลรุ่นใหม่ที่เราเรียกกันว่า YUPPY หรือ YOUNG EXECUTIVE อาคารชุดอาจกำหนดให้การออกแบบที่ทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกหลายประเภท โดยเฉพาะในส่วนกีฬาและกิจกรรม และส่วนพาณิชยกรรมมากเป็นพิเศษ ในขณะที่ที่รณีกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นบุคคลสูงอายุ อาคารชุดก็อาจจะกำหนดให้มีส่วนบริการและส่วนพื้นที่สีเขียวและสนามพักผ่อนเดินเล่นไว้เป็นจำนวนมาก (มานพ พงศทัต, 2536: 59-60)

1.3 ความสำคัญผู้บริโภค

การมุ่งสนใจลูกค้า นั้น หมายถึง การเข้าใจถึงลูกค้าหรือผู้บริโภคในลักษณะที่แตกต่างกัน ลูกค้าหรือผู้บริโภคอาจจำกัดอยู่แต่เพียงว่าเป็นลูกค้าเท่าที่มีอยู่ในตลาดที่กำลังจะซื้อสินค้าในขณะที่ใดขณะหนึ่งเท่านั้น แต่ถ้ามองหันกลับมาวิเคราะห์ลูกค้าควบคู่กับความมุ่งหมายของธุรกิจที่กำลังทำอยู่ และกำลังจะดำเนินต่อไปเป็น

ระยะยาวแล้ว ก็จะได้เห็นได้ทันทีว่า คำว่า ลูกค้าหรือผู้บริโภคนั้นมีความหมายต่อธุรกิจในทางปฏิบัติ กล่าวคือ ธุรกิจทุกประเภทย่อมต้องการที่จะอยู่รอดและเจริญเติบโต การที่จะให้สำเร็จผลตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวได้นั้น ธุรกิจจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและมากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ สินค้าและบริการที่ธุรกิจผลิตออกมาและส่งออกภายใต้กิจกรรมต่าง ๆ ของกระบวนการตลาดจะต้องได้รับการตอบสนองและสนับสนุนด้วยดีจากลูกค้า และควรจะต้องมีการซื้อที่ต่อเนื่องและเป็นประจำ เพื่อจะได้รับผลกำไรในระยะยาว ดังนั้น ผู้บริโภคในที่นี้จึงหมายความว่าถึง ลูกค้าที่ธุรกิจจะต้องสามารถผูกมัดจิตใจเอาไว้ให้ยังคงจงรักภักดีที่จะสนับสนุนธุรกิจต่อไปทุกครั้ง มากกว่าที่จะมองถึงการพยายามให้ซื้อในครั้งหนึ่งครั้งใดเท่านั้น ถ้าพิจารณาในอีกแง่หนึ่ง ถ้าธุรกิจสามารถสร้างลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นหรือเข้าใจถึงความต้องการอื่น ๆ ของลูกค้า ความหมายของคำว่า ลูกค้า ก็จะหมายถึงลูกค้าจำนวนเดียวกันนั้นที่มีทางจะซื้อสินค้ามากขึ้นกว่าเดิม รวมกับลูกค้าใหม่ที่อาจสร้างขึ้นใหม่ได้

ดังนั้น การสนใจในตัวผู้บริโภค (Customer - Orientation) จึงหมายถึง การเข้าใจถึงกลไกของจิตใจผู้บริโภคทุกคนในทุกแง่มุม เพื่อให้สามารถรักษาลูกค้าเก่าให้ซื้อมากขึ้นและซื้ออีกซ้ำครั้งเรื่อย ๆ เพื่อให้มีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นและเป็นลูกค้าที่ดีเหมือนลูกค้าเก่า และเพื่อให้ลูกค้าเก่าไปชักชวนลูกค้าใหม่ที่ไม่เคยคิดจะเป็นลูกค้ามาก่อนเลย วิธีการที่สำคัญคือ ธุรกิจจะต้องสนใจผู้บริโภคทุกคนที่ต่างก็ต้องการสินค้าและบริการมาบำบัดความต้องการ และจะต้องเข้าใจผู้บริโภคเหล่านี้ว่ามีกลไกในทางพฤติกรรมอย่างไร พฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจของการตลาดโดยแท้จริง

ด้วยแนวความคิดใหม่ที่หันมาให้ความสำคัญกับผู้บริโภค ทำให้กิจกรรมทางการตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจต่าง ๆ เริ่มตระหนักถึงความจริงที่ว่าจะต้องหาทางตอบสนองความพอใจให้แก่ลูกค้าของตนให้ดียิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดแนวทางการจัดการงานตลาดที่เปลี่ยนไป ดังนี้

(1) ต้องให้ความสำคัญกับการตลาดมากขึ้น (Marketing - oriented) โดยจะต้องไม่มีแนวความคิดแบบเดิมที่ถือว่า ธุรกิจมีหน้าที่เพียงพยายามให้มีการขายสินค้าที่ผลิตได้ให้หมดไปเท่านั้น หากแต่จะต้องคิดว่า ต้องเริ่มต้นด้วยการสำรวจดูความต้องการของตลาด แล้วจึงค่อยนำมาพิจารณาเพื่อผลิตเฉพาะสินค้าที่ตลาดต้องการมากกว่า

(2) เห็นถึงความสำคัญของผู้บริโภค (Customer - oriented) ธุรกิจจะต้องพยายามปรับปรุงเปลี่ยนแปลง และคิดค้นสินค้าใหม่อยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อให้มีสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากขึ้นและดีขึ้นยิ่งกว่าเดิม สินค้าใดที่ล้าสมัยและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ก็จำเป็นต้องมีการคิดค้นและปรับปรุงขึ้นใหม่เพื่อช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของผู้บริโภคให้ดีขึ้น (ธงชัย สันติวงษ์, 2524: 10-12)

การตลาดที่เน้นอารมณ์ของผู้บริโภค หรือ Emotion Marketing หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าใจลูกค้า ทั้งในเรื่องของการดำเนินชีวิต และความต้องการ โดยใช้อารมณ์ความรู้สึกเข้าไปจับ เช่น ความรู้สึกรักกลัว ภาคภูมิใจ อิจฉาริษยา หึงพ้อใจ เป็นต้น เพื่อที่จะสามารถออกแบบสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า Emotion Marketing ยังหมายรวมถึงการทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการซื้อสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า Emotion Marketing ยังหมายรวมถึงการทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการซื้อสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพราะไม่ว่า

จะเป็นธุรกิจประเภทใด ถ้าลูกค้าเห็นว่าบริษัทเอาใจใส่พวกเขาและสามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ ระดับความพอใจสูงสุด ความพอใจต่อบริษัท ความภักดีต่อสินค้า และความเต็มใจที่จะแนะนำสินค้าต่อผู้อื่น ก็จะสูงตามไปด้วย ซึ่งจะส่งผลกระทบยาวต่อกำไรของธุรกิจ (Robinette Scott, 2001: 12)

1.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต

พฤติกรรมและแนวโน้มการท่องเที่ยวของชาวยุโรป องค์การการท่องเที่ยวยุโรปหรือ European Travel Commission ได้เสนอรายงานล่าสุดศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมและแนวโน้มการท่องเที่ยวยุโรปตั้งแต่ 2548 (Megatrends of Tourism in Europe to the Year 2005 and beyond) เพื่อดูผลต่อการท่องเที่ยว ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาของฝ่ายไทยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ การท่องเที่ยว

รายงานฉบับดังกล่าวประมวลจากข้อคิดเห็นของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศต่าง ๆ ในยุโรปและข้อเสนอแนะจากองค์กรเอกชนที่ดำเนินกิจการการท่องเที่ยว เพื่อเป็นข้อมูลเชิงลึกประกอบการพิจารณาทิศทางและการกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวในระยะยาว โดยแนวโน้มและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่สามารถวิเคราะห์ได้ โดยสามารถจำแนกได้เป็น 10 ประการ ดังนี้

1.4.1 ลักษณะประชากร

เป็นที่คาดว่าจำนวนผู้สูงอายุจะมีมากขึ้น โดยกลุ่มผู้สูงอายุจะมีสุขภาพที่แข็งแรงและมีเงินรายได้ประจำอย่างต่อเนื่องเพราะส่วนหนึ่งเป็นรายได้ที่รวบรวมมาจากการเกษียณอายุที่กำหนด ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้มีมากขึ้นกว่าการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มนี้

ผลต่อการท่องเที่ยว

1. ความต้องการด้านคุณภาพ ความสะดวก และความปลอดภัย
2. ความต้องการด้านการเดินทางที่สะดวก
3. ความต้องการที่จะท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีกิจกรรมร่วมกับการพักผ่อน เช่น สนามแข่งกอล์ฟ ฯลฯ
4. ในเชิงการตลาด ควรเน้นการอำนวยความสะดวกสบายสำหรับผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ ปัจจัยความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น จำนวนบุคคลในครอบครัวที่จะลดน้อยลงจะส่งผลให้รายได้ และกำลังการซื้อต่อครอบครัวมีมากยิ่งขึ้น ซึ่งสำหรับภาคการท่องเที่ยว ปัจจัยดังกล่าวจะทำให้ความต้องการของลูกค้ามีมากขึ้น และมีการวางแผนท่องเที่ยวระยะยาวรวมทั้งการหยุดพักผ่อนช่วงสั้นมากยิ่งขึ้น

ผลต่อการท่องเที่ยว

1. ความต้องการด้านการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (luxury) ในช่วงสั้น ๆ จะมีมากขึ้น
2. ความต้องการการท่องเที่ยวสำหรับความสนใจเฉพาะซึ่งสามารถซื้อหาได้ทันที
3. ความต้องการท่องเที่ยวตามเมืองต่าง ๆ และการพักผ่อนช่วงระยะสั้น
4. ความสนใจที่จะท่องเที่ยวเมืองร้อนในระหว่างฤดูหนาว

1.4.2 สุขภาพ

การระมัดระวังเรื่องสุขภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายการท่องเที่ยวและการพักผ่อน

ผลต่อการท่องเที่ยว

1. สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่มุ่งส่งเสริมสุขภาพจะไม่นิยมมากนัก
2. การท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาแสงแดดอย่างเดียวจะลดน้อยลง
3. การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมกลางแจ้งจะได้รับความนิยมมากขึ้น
4. ความต้องการการพักผ่อนเพื่อรักษาสุขภาพ (wellness) จะมีมากขึ้น โดยเฉพาะบริการด้านสปา และศูนย์บริหารร่างกาย

1.4.3 การตื่นตัวและการศึกษา

ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของนักท่องเที่ยวจะทำให้ความต้องการการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป โดยจะให้ความสนใจในศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์เพิ่มมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการพักผ่อนที่ส่งเสริมการเรียนรู้และด้านศาสนา

ผลต่อการท่องเที่ยว

1. ความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะจะมีมากขึ้น
2. จะต้องเพิ่มการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้น ศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ในการท่องเที่ยว
3. การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย
4. ความต้องการที่จะเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในยุโรปตะวันออกและกลางจะมีมากยิ่งขึ้น

1.4.4 เวลาว่าง

สภาพสังคมในปัจจุบัน มีความเครียดในการดำรงชีวิตประจำวันทำให้เกิดความต้องการที่จะพักผ่อนมากยิ่งขึ้น แต่ระยะเวลาในการหยุดพักผ่อนไม่ได้เพิ่มมากขึ้น

ผลต่อการท่องเที่ยว

1. ควรมีการเพิ่มทางเลือกหรือรายการแนะนำการท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายน้อยลง (low cost product)
2. ควรจัดการท่องเที่ยวที่เน้นการพักผ่อน
3. ควรคำนึงถึงวันหยุดพักผ่อนที่มีจำกัด

1.4.5 ประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว

ผู้บริโภคมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จึงต้องการเห็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงโดยมีการคำนึงถึงคุณภาพและราคาเป็นหลัก

ผลต่อการท่องเที่ยว

1. ทางเลือกของการใช้เงินและใช้เวลาจะมีมากกว่าการที่จะใช้เงินเพียงเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้น ปัจจัยเรื่องที่พักและสถานที่ท่องเที่ยวจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาใช้วันหยุด
2. สถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาตรฐานจะไม่เป็นที่ยอมรับ
3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามหลักผสมผสาน เช่น นักท่องเที่ยวอาจเลือกพักผ่อนอย่างเรียบง่าย ในครั้งถัดไปอาจต้องการความหรูหรา โดยปีนี้อาจพักระยะยาว ปีหน้าอาจพักระยะสั้น
4. การเลือกการพักผ่อนในวันหยุดจะกระจายกระจายมากยิ่งขึ้นในอนาคต
5. ความต้องการที่จะท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นเอกลักษณ์และสร้างความประทับใจ
6. ทางเลือกที่สามารถมีการเคลื่อนย้ายตัวได้ระหว่างการท่องเที่ยวจะส่งผลให้มีการเช่ารถยนต์เพิ่มมากขึ้น
7. ภูมิภาคที่เสนอแนวทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จะทำให้ความต้องการมีมากยิ่งขึ้น และเรียกร้องให้มีการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวที่ดียิ่งขึ้น

1.4.6 การดำเนินชีวิต

วิถีชีวิตชาวตะวันตกได้เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งมีผลต่อทัศนคติและการเลือกการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ผลต่อการท่องเที่ยว

1. การพักผ่อนที่สะดวกสบายแต่มีเอกลักษณ์จะมีมากขึ้น เช่น โรงแรมขนาดเล็กที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ การพักผ่อนและศึกษาวิถีชีวิตครอบครัวท้องถิ่นไปด้วย
2. ความต้องการที่จะท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์นำตลอดเวลาจะน้อยลง
3. ผู้ประกอบการจะได้เปรียบกว่าหากสามารถสร้างรายการการท่องเที่ยวและบริการที่แตกต่างแต่เพิ่มคุณค่า
4. ผู้ประกอบการที่เสนอกิจกรรมที่มีความน่าสนใจเป็นพิเศษโดยคำนึงถึงการใช้เวลาว่างของผู้บริโภคในการพักผ่อนจะได้ลูกค้าเพิ่มขึ้น
5. ความต้องการความมั่นคงทำให้เกิดความต้องการที่จะพักผ่อนในบ้านที่สงบอันเกิดจากความประทับใจในการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้น
6. ความต้องการพักผ่อนในลักษณะที่กลับไปสู่ความสะดวกแบบพื้นฐาน เช่น พักผ่อนในบังกะโลแทนโรงแรม เป็นต้น

1.4.7 เทคโนโลยีการสื่อสาร

ระบบอินเทอร์เน็ต และการขยายบริการด้านการสื่อสารและเทคโนโลยี จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือก การซื้อและการนำเสนอการท่องเที่ยว

ผลต่อการท่องเที่ยว

1. ความพร้อมในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ด้วยการใช้อินเทอร์เน็ต จะส่งผลให้มีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูง

2. นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์จะวางแผนการท่องเที่ยวของตัวเองด้วยการเลือกจองการบริการด้วยตนเอง

3. บทบาทของเอเยนต์บริษัทท่องเที่ยวจะลดน้อยลง เพราะผู้บริโภคสามารถซื้อหาแพ็คเกจท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ต

4. อินเทอร์เน็ตจะปรับเปลี่ยนบทบาทเดิมขององค์กรท่องเที่ยวระดับชาติและคณะกรรมการการท่องเที่ยวอย่างพลิกมือ แต่จะสร้างบทบาทใหม่ด้านการตลาดโดยเฉพาะการจัดการด้านความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อพัฒนาจุดหมายและสถานที่การท่องเที่ยว

2. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย

2.1 แรงดันทางการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย

แม้ว่าแรงกระตุ้นภายนอกเป็นแรงดึงดูดให้มีการย้ายที่อยู่อาศัย ผนวกกับแรงผลักดันภายในให้คนเราคิดที่จะย้ายที่อยู่อาศัยจะมีมากก็ตาม บางครั้งคนเราก็กังไม่อยากจะย้าย เนื่องจากมีแรงต้านเกิดขึ้น แรงดังกล่าวอาจระงับความคิดในการย้ายที่อยู่อาศัยเลยก็ได้ โดยเฉพาะเรื่องต้นทุนในการย้ายเมื่อเปรียบเทียบกับผลประโยชน์ที่จะได้รับในที่อยู่ใหม่ นอกจากนั้นยังมีเหตุผลอีก ดังนี้ (ฉัตรชัย พงศ์ประยูร, 2527)

2.1.1 ลักษณะการถือครอง ผู้ที่มีสถานะเป็นเจ้าของบ้านในแวงจิตวิทยาแล้ว มีความต้องการย้ายที่อยู่อาศัยน้อยกว่าผู้ที่ได้รับกรรมสิทธิ์แบบเช่า ถ้าไม่คำนึงถึงอายุหรือรายได้

2.1.2 ระยะเวลาอาศัย การอาศัยอยู่ในที่ใดที่หนึ่งในระยะเวลาสั้นๆ จะช่วยลดความเป็นไปได้ในการย้าย เพราะเกิดความเคยชินกับที่อยู่อาศัยเดิม

2.1.3 พลังทางสังคม แต่ก่อนเราเข้าใจว่าการได้อยู่ใกล้เพื่อนฝูงและญาติสนิทเป็นปัจจัยสำคัญ ผู้คนจึงต้องย้ายไปอยู่อาศัยให้ใกล้กับกลุ่มคนเหล่านั้น ปัจจุบันความเชื่อดังกล่าวอาจไม่เป็นจริงเสมอไป ทั้งนี้ยกเว้นกลุ่มผู้สูงอายุ ในกลุ่มอื่นต้องพิจารณาเรื่องคุณภาพของการติดต่อซึ่งกันและกัน แทนที่จะมองเฉพาะเรื่องระยะทาง ถ้าบุคคลนั้นมีบทบาทสำคัญในสังคมที่เขาจะย้ายไปอยู่ อาจมีผลในการตัดสินใจมากขึ้นได้

2.2 วิถีการชีวิต ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และเชื้อชาติ

วิถีการชีวิต ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และเชื้อชาติ เป็นสาเหตุที่จะทำให้คนเราตัดสินใจเปลี่ยนหรือไม่เปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย 3 สาเหตุด้วยกัน คือ

2.2.1 วิถีการชีวิต ในรายงานส่วนมากเห็นความสัมพันธ์ระหว่างจังหวะหรือวัยแห่งชีวิตกับการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย ตั้งแต่ เริ่มมีครอบครัว ขยายครอบครัวเจริญจนถึงขึ้นอยู่ตัวและแยกย้ายกันมีครอบครัว ล้วนแต่มีการเปลี่ยนแปลงย้ายที่อยู่ด้วยกันทั้งนั้น ในช่วงแรกของชีวิต คือ ตอนแต่งงานจะมีแนวโน้มในการแยกครอบครัวมากที่สุด ในช่วงเยาว์วัยและหัวหน้าครอบครัวกำลังมีความก้าวหน้าในอาชีพ จะเป็นช่วงที่มั่นคงที่สุด คือ ไม่มีการย้ายที่อยู่ ขั้นสุดท้าย คือ ช่วงที่เด็กเติบโตแยกย้ายออกไปจากครอบครัว อาจมีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยอีกครั้งหนึ่ง ดังนั้น วัยที่มีแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัยมากที่สุด คือ ช่วงอายุ

20-30 ปี หลังจากนั้นการย้ายจะไม่ค่อยมี จนกว่าจะถึงวัยเด็กเติบโตแยกย้ายออกไปจากบ้าน จึงจะมีการปรับตัวในเรื่องที่อยู่อาศัยอีกครั้ง

Short, J.R. ได้จำแนกชั้นของวัยแห่งชีวิตที่มีผลกับลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการเฉพาะในช่วงที่บุคคลนั้นๆ มีความรับผิดชอบ ตัดสินใจเกี่ยวกับที่พักอาศัยของตนได้ ดังต่อไปนี้ (Short, J.R 1982)

ชั้นของวัยชีวิต	ลักษณะที่อยู่อาศัยที่ต้องการ
1. ก่อนมีบุตร (Pre-child Stage)	ห้องชุด ห้องเช่าราคาถูก อยู่ในเมือง
2. เริ่มมีบุตร (Child-bearing)	บ้าน
3. เลี้ยงดูบุตร (Child-rearing)	บ้านของตนเอง คอนข้างใหม่อยู่แถบชานเมือง
4. ปลูกฝังบุตร (Child-launching)	เช่นเดียวกับชั้น 3 แต่อาจมีสภาพแวดล้อมดีกว่า
5. บุตรแยกย้ายออกจากบ้าน (Post-child)	บ้านพักของตนเองที่ถาวร มั่นคง
6. ชีวิตบั้นปลาย (Later life)	ห้องชุด บ้านพักคนชรา หรืออยู่กับบุตรหลาน

ตารางที่ 2.1 แสดงชั้นของวัยชีวิตที่มีผลต่อลักษณะที่อยู่อาศัย

2.2.2 ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม รายงานจากกระทรวงเกษตรของประเทศสหรัฐอเมริกาแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มีรายได้สูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวิชาชีพชอบเปลี่ยนที่อยู่อาศัย ผู้มีฐานะดีมักจะนิยมย้ายที่อยู่ระหว่างเมือง ในระยะทางไกลมากกว่าที่จะย้ายแหล่งที่อยู่ภายในเมืองนั่นเอง ผิดกับกลุ่มสังคมที่มีฐานะค่อนข้างยากจนจะนิยมเปลี่ยนที่อยู่อาศัยภายในเมืองเดียวกัน อย่างไรก็ตามปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นตัวร่วมผลกับปัจจัยอื่นด้วย เช่น อายุของหัวหน้าครอบครัว สภาพของตัวบ้าน ลักษณะการถือครอง การเข้าถึงและอื่นๆ เป็นตัวสัมพันธ์ร่วมด้วย

2.2.3 เชื้อชาติ สำหรับสังคมในสหรัฐอเมริกาหรือยุโรปนั้น มีชนกลุ่มน้อยอาศัยปะปนอยู่กับชาวผิวขาว ชนกลุ่มน้อยเหล่านี้ประกอบด้วยพวกนิโกร จีน ญี่ปุ่น หรืออินเดียแดง ปรากฏว่า ชนกลุ่มน้อยเหล่านี้มักอยู่บ้านเช่า มีครอบครัวขนาดใหญ่ และสมาชิกอยู่ในวัยหนุ่มสาวมาก และมักจะอพยพเข้ามาอยู่ในชุมชนองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้มีส่วนทำให้พวกเขาต้องเปลี่ยนที่อยู่อาศัยอยู่บ่อยครั้ง

อาจกล่าวได้ว่า ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงที่อยู่อาศัย เนื่องมาจากความไม่พอใจในสภาพทางเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อม ซึ่งความไม่พอใจสภาพแวดล้อมสามารถแยกออกเป็น ไม่พอใจสภาพทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมทางสังคม อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับวัฏจักรชีวิตด้วย

3. แนวความคิดเรื่องการเลือกที่อยู่อาศัย

ผู้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกที่อยู่อาศัยของมนุษย์ส่วนใหญ่ จะเน้นถึงการเข้าถึง (Accessibility) การบริการสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และสภาพสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สูงสุดของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่นั้นๆ โดยสามารถรวบรวมแนวคิดต่าง ๆ ได้ดังนี้

3.1 B.M. Moriarty

ได้อธิบายถึงปัจจัย 2 ประการ ในการเลือกบริเวณที่อยู่อาศัย คือ 1.ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เขาให้ความสำคัญต่อความสามารถในการจ่ายเงินว่าเป็นปัจจัยอันดับแรกในการเลือกที่อยู่อาศัย ส่วนระยะทางไปยังแหล่งงานและราคาที่ดินเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญที่จะตามมาภายหลัง การตัดสินใจเลือกที่ตั้งที่แตกต่างกันย่อมขึ้นอยู่กับงบประมาณที่มีอยู่ และระดับรายได้ของผู้อยู่อาศัย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดการกระจายตัวของกลุ่มชนที่มีฐานะทางสังคมที่แตกต่างกัน, 2.ปัจจัยด้านสังคม จะเกี่ยวข้องกับความแตกต่างด้านคุณค่าความต้องการ และความพอใจเป็นส่วนตัว (B.M. Moriarty, 1975)

3.2 Brain Goodall

ได้เสนอแนะปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกที่อยู่อาศัย ได้แก่ รายได้ การเข้าถึงแหล่งงาน โดยผู้มีรายได้ต่ำจะพยายามมีที่อยู่อาศัยใกล้กับที่ทำงาน (โดยเฉพาะกรณีที่ทำงานในเขตอุตสาหกรรม) เพราะจะประหยัดค่าเดินทาง โดยอาจเสียค่าใช้จ่ายเฉพาะค่าเช่าบ้าน นอกจากนี้ปัจจัยที่เน้นด้านเศรษฐกิจแล้ว เขายังได้กล่าวถึงปัจจัยทางสังคม ได้แก่ สภาพของครอบครัว การแบ่งแยกผิว เชื้อชาติ และชนชั้น มีอิทธิพลในการเลือกที่อยู่อาศัยด้วยและเขาได้ กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการเลือกที่อยู่อาศัยว่าผู้อยู่อาศัยจะพิจารณาคุณสมบัติของที่อยู่อาศัย 3 ประการ คือ 1. ลักษณะของบ้าน ได้แก่ ความเก่าใหม่ของบ้าน ขนาดของบ้านที่เหมาะสมกับขนาดของครอบครัว และคุณสมบัติของส่วนประกอบภายในบ้าน, 2. ลักษณะของชุมชนผู้อยู่อาศัย มักจะเลือกบริเวณที่อยู่อาศัยที่มีสภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมเหมือนกับตนเอง, 3. ความสัมพันธ์ของที่ตั้งนั้นๆ กับพื้นที่โดยรอบ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งงาน ย่านการค้า อุตสาหกรรม และการติดต่อสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (Brain Goodall, 1972)

3.3 Berry and Frank E. Horton

บุคคลทั้งสองได้เสนอว่าปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดการเลือกที่อยู่อาศัย 3 ประการคือ 1.ราคาหรือค่าเช่าที่พักอาศัย, 2.ชนิดของที่พักอาศัย, และ3.ที่ตั้งของที่พักอาศัย ซึ่งรวมถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนและที่ตั้งของแหล่งงานด้วย ปัจจัยทั้งที่ได้กล่าวมา 3 ประการ มีความสัมพันธ์ควบคู่ไปกับเหตุผลส่วนตัว ในการเลือกที่พักอาศัยของแต่ละบุคคล อาทิเช่น จำนวนเงินที่บุคคลพอใจที่จะจ่ายสำหรับที่อยู่อาศัย ซึ่งขึ้นกับระดับรายได้, ที่พักอาศัยที่ต้องการขึ้นกับสถานภาพสมรส และขนาดของครอบครัว, วิธีทางในการดำเนินชีวิตซึ่งจะมีผลต่อชนิดของชุมชนที่ต้องการจะอยู่, และสถานที่ทำงาน รวมทั้งระยะทางจากบ้านไปยังแหล่งงานด้วย (B.J.Berry and F.F. Horton, 1970)

3.4 K.J. Button

ได้เสนอองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ ในการเลือกบริเวณที่อยู่อาศัย คือ 1.รายได้ของครอบครัวเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจคนมีรายได้สูงจะมีโอกาสเลือกที่อยู่อาศัยได้มากกว่า โดยพยายามเลือกบริเวณที่มีค่าเช่าที่ดินต่ำ ใกล้เส้นทางคมนาคมขนส่งและเข้าถึงได้สะดวก, 2.คุณภาพสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้จะมีสิ่งแวดล้อมที่ดีแล้ว ความสัมพันธ์ของเพื่อนบ้านก็เป็นข้อสำคัญอีกประการหนึ่ง แต่จะต้องมีรายได้และรสนิยมในระดับเดียวกัน (K.J. Button, 1976)

3.5 Richard F. Muth

ได้กล่าวถึงความแตกต่างในการเลือกที่อยู่อาศัยของผู้มีรายได้สูง และรายได้ต่ำกว่า ประชากรที่มีรายได้สูงจะมีแหล่งที่พักอยู่ในเขตชานเมือง เพราะพอใจที่จะอยู่ในบริเวณที่มีความหนาแน่นต่ำ

เนื่องจากต้องการบ้านในบริเวณที่ไม่แออัด แต่ประชากรที่มีรายได้ต่ำจะอยู่ใกล้ศูนย์กลางเมือง เพื่อความสะดวกในการเดินทางไปทำงานและกิจการอื่น ๆ (Muth, R.F., 1969)

4. แนวความคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

4.1 ประชากรผู้สูงอายุแบ่งตามกลุ่ม

ในทางการแพทย์ได้จัดผู้สูงอายุโดยแบ่งตามวัยเป็น 3 กลุ่ม คือ 1.ผู้สูงอายุวัยเริ่มต้น (Young Old) เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 60-70 ปี ส่วนใหญ่มีสุขภาพอนามัยที่ช่วยเหลือตัวเองได้ และยังสามารถประกอบอาชีพให้แก่สังคมได้, 2.ผู้สูงอายุวัยปานกลาง (Medium Old) เป็นผู้มีอายุระหว่าง 70-80 ปี กว่าครึ่งหนึ่งยังมีสุขภาพที่ยังช่วยเหลือตัวเองได้ และเริ่มจะต้องมีผู้คอยช่วยเหลือดูแลบ้าง การทำคุณประโยชน์ให้แก่สังคมทำได้น้อยลงตามลำดับ, 3.ผู้สูงอายุวัยปลาย (Oldest Old) เป็นผู้มีอายุมากกว่า 80 ปี ส่วนใหญ่ของผู้สูงอายุกลุ่มนี้จะต้องได้รับการดูแลจากบุตรหลานและคนอื่นๆ (วิฑูร แสงสิงแก้ว, 2536)

4.2 ประเภทที่พักอาศัยของผู้สูงอายุ

ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุในต่างประเทศนั้นมีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถสรุปได้ตามลักษณะความต้องการการพึ่งพิงบุคคลอื่น ดังนี้ (Friedman and Harris, 1991)

4.2.1 ประเภทที่อยู่อาศัยที่ผู้สูงอายุต้องการพึ่งพิงบุคคลอื่น

4.2.1.1 ปรับปรุงที่อยู่อาศัยเดิม การปรับปรุงที่อยู่อาศัย แต่ที่ไม่สามารถเปลี่ยนไปได้คือ ทำเล ถ้าบ้านห่างไกลจากสถานที่ที่จำเป็น การปรับปรุงบ้านก็ไม่ใช่วางเลือกที่ดี

4.2.1.2 หาผู้อยู่อาศัยร่วม เมื่อผู้สูงอายุบางคนเสียคู่สมรสไป และยังคงมีบ้านที่ใหญ่เกินความต้องการ ก็สามารถให้ผู้อื่นเช่าอยู่ร่วมได้ ซึ่งการจ่ายค่าเช่า อาจจ่ายเป็นเงินสดหรือแลกเปลี่ยนกับการบริการในบ้านก็ได้ ซึ่งมักมีปัญหาในการเลือกคนอยู่ร่วม

4.2.1.3 การเปลี่ยนแปลงทรัพย์สิน การเปลี่ยนแปลงทรัพย์สินมี 2 วิธีคือ Home Equity Loan และ Reverse Annuity Mortgage สำหรับ Home Equity Loan เป็นการเปลี่ยนค่าของบ้านโดยลบกับเงินกู้ที่มีอยู่ โดยที่ตนเองยังอาศัยอยู่ในบ้านและยังมีสภาพคล่องทางการเงินโดยนำบ้านไป refinance ใหม่ ส่วน reverse annuity mortgages หรือการกู้เงินแล้วจ่ายคืนเป็นรายปี ซึ่งจะบรรเทาภาระค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือน และสามารถที่จะใช้ส่วนเกินเป็นรายได้เสริม โดยวิธีนี้ทรัพย์สินจะเป็นผลต่างระหว่างมูลค่าตลาดกับจำนวนเงินที่เป็นหนี้เกี่ยวกับบ้าน

4.2.1.4 การขายแล้วเช่ากลับ (Sale and Lease-Back) คือ การที่เจ้าของทรัพย์สินขายสิทธิครอบครองออกไปให้กับผู้มีกำลังซื้อ แล้วผู้ขายก็ทำสัญญาเช่ากลับมาใช้ประโยชน์ตามที่ต้องการ

4.2.1.5 การย้ายเข้าไปอยู่ในบ้านที่เล็กกว่าเดิม ซึ่งมีประโยชน์ คือ ทำให้ค่าครองชีพต่ำลง มีพื้นที่ในการดูแลเล็กลง โดยการซื้ออาจจะไปซื้อ ห้องชุด หรือ co-operation unit ก็ได้ (เป็นการซื้อหุ้นในที่พักอาศัย เป็นรูปแบบหนึ่งของการเป็นเจ้าของและการจัดการกรรมสิทธิ์ในที่อยู่อาศัยของสหรัฐอเมริกา) นอกจากนี้อาจจะย้ายเข้าไปอยู่ในบ้านเช่า ซึ่งก่อให้เกิดสภาพคล่องทางการเงิน ไม่ต้องกังวลกับการซ่อมแซม สามารถเปลี่ยนที่อยู่ได้เมื่อต้องการ และมีให้เลือกเช่าได้หลายแห่ง

4.2.1.6 การซื้อบ้านร่วมกับเพื่อน การอยู่อาศัยประเภทนี้เหมาะกับบุคคลที่เป็น
หม้ายหรือโสด แต่ควรมีการตกลงเบื้องต้นในขอบเขตความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายและข้อกำหนดอื่น ๆ ด้วย

4.2.1.7 การอยู่ในบ้านพักตากอากาศ (Resort) ควรซื้อบ้านพักตากอากาศใน
ชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ หรือบ้านในเมืองที่มีคุณภาพแบบ Resort หรือไม่กี่ไปซื้อบ้านพักตากอากาศนอกสหรัฐ ซึ่ง
จะทำให้ค่าใช้จ่ายถูกกว่า

4.2.1.8 ที่อยู่อาศัยในชุมชนผู้สูงอายุ เป็นการจัดสร้างชุมชนสำหรับผู้เกษียณอายุ
ในทำเลต่าง ๆ โดยปกติมักจะเป็นโครงการขนาดใหญ่ มีทั้งที่เป็นบ้านขนาดใหญ่ อยู่ได้ 1-2 คน หรือเป็นการเช่า
ห้องพักในอาคารชุด ที่มีกิจกรรมต่าง ๆ มีการดูแลสุขภาพ และอาหาร

4.2.1.9 Mobile Home ข้อเสีย คือ ไม่สามารถควบคุมค่าเช่าและที่ตั้งได้ ถูกจำกัด
ด้วยกฎหมายท้องถิ่น โครงสร้างของบ้านมีความทนทานน้อย

4.2.1.10 ที่อยู่อาศัยในบ้านสงเคราะห์ (Subsidized Housing หรือ Public
Housing) เป็นโครงการที่รัฐบาลจัดให้เพื่อเป็นการช่วยเหลือ ในบางกรณีอาจมีการเสียค่าใช้จ่าย แต่ในราคาถูก

4.2.2 ประเภทที่อยู่อาศัยที่ผู้สูงอายุต้องการพึงพิงหรือกึ่งพึ่งพิงบุคคลอื่น

4.2.2.1 การอยู่กับครอบครัว อาจสูญเสียความเป็นส่วนตัวและการเป็นอิสระของ
ผู้สูงอายุ

4.2.2.2 การปรับปรุงที่อยู่อาศัยให้เหมาะกับอาการเจ็บป่วย ไม่ต้องย้ายออกจาก
บ้านเดิม เช่น ขจัดสิ่งที่เป็นอุปสรรคกีดขวางออกไป จัด Ramp สำหรับรถเก้าอี้เข็น หรือติดตั้งลิฟต์ จัดให้มีราว
จับในห้องน้ำ หรือที่อื่น ๆ ที่เหมาะสม การจัดให้มี Remote control หรือ การเปลี่ยนเตียงให้เป็นแบบเดียวกับ
โรงพยาบาล

4.2.2.3 Senior Citizen Care ผู้สูงอายุจะได้รับการดูแล มีกิจกรรมในแต่ละวัน
โดยผู้สูงอายุไม่ต้องย้ายจากบ้าน

4.2.2.4 Foster Care เป็นการดูแลพิเศษโดยพยาบาล โดยที่ผู้สูงอายุยังคงอาศัย
อยู่ในบ้านของตนเอง ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายในการบริการสูง

4.2.2.5 การดูแลโดยผู้ดูแลอิสระ เป็นโปรแกรมการดูแลผู้สูงอายุ โดยการรวมกลุ่ม
ผู้สูงอายุเพื่อเข้ารับการดูแลร่วมกันในสถานที่แห่งหนึ่ง โดยวิธีนี้ผู้สูงอายุไม่ต้องย้ายออกจากบ้าน

4.2.2.6 Nursing Home เป็นการดูแลผู้สูงอายุในระดับที่เข้มข้นที่สุด โดยมีระดับ
การควบคุมและบริการที่ดี เพื่อให้ผู้สูงอายุได้รับการปกป้องด้านสุขภาพ และความปลอดภัย ซึ่งเป็นสถานที่อยู่
อาศัยแหล่งสุดท้ายที่ผู้สูงอายุปรารถนาเข้าไปอยู่

4.2.2.7 Congregate Housing มีลักษณะเป็นการเช่า มีการบริการอย่างดี
ผู้สูงอายุที่เข้าไปอยู่ไม่จำเป็นต้องเจ็บป่วย ซึ่งรวมถึงการบริการต่าง ๆ เช่น อาหาร การดูแลสุขภาพอนามัยและ
การขนส่ง

4.2.2.8 การเช่าอพาร์ทเมนต์ มีลักษณะเช่นเดียวกับ Congregate Housing จนแทบแยกกันไม่ออก ทั้งในด้านการดูแลสุขภาพ อาหารและกิจกรรม แต่โดยทั่วไปจะแยกกันที่ว่า apartment จะมีการบริการอาหารให้เพียง 1 มื้อ ส่วน congregate housing จะมีบริการอาหารให้ครบทั้ง 3 มื้อ

	ไม่ต้องพึ่งพิง	กึ่งพึ่งพิง	ต้องพึ่งพิง
ตัดสินใจว่าไม่ย้าย	<ul style="list-style-type: none"> - Sale Leas-Back - Equity Conversion - Home Sharing - Remodelling 	<ul style="list-style-type: none"> - Adult Day Care - Professional Home Care - Medical Remodelling 	<ul style="list-style-type: none"> -Foster Care
ตัดสินใจว่าย้าย	<ul style="list-style-type: none"> - Subsidized Housing - Trading Down - Co-Purchase - Transient Living - Retirement Community - Resort Living 	<ul style="list-style-type: none"> - Living with Family - Caring for a Parent - Congregate Housing - Senior Citizen Centre 	<ul style="list-style-type: none"> - Nursing Home

ตารางที่2.2 แสดงระบบสวัสดิการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุในต่างประเทศ

5. แนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพชีวิต

5.1 ความหมายของคุณภาพชีวิต

ปัจจุบันได้มีนักวิชาการสาขาต่างๆ ได้ให้คำจำกัดความ หรือความหมายของคุณภาพชีวิตไว้หลายทัศนะด้วยกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับความสำคัญของแต่ละศาสตร์ ดังนั้นจึงยังไม่มีคำจำกัดความที่แน่นอนตายตัว ของคำว่า "คุณภาพชีวิต" นอกจากจะเป็นคำจำกัดความที่นักวิชาการทั้งหลายได้กล่าวไว้ เช่น

5.1.1 ยูฟา อุดมศักดิ์ หมายถึง คุณภาพในด้านสุขภาพ สังคม เศรษฐกิจ การศึกษา การเมือง และศาสนา ซึ่งเป็นค่าเทียบเคียง ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวแน่นอน กล่าวคือ ทุกคนหรือทุกประเทศอาจจะมีกำหนดมาตรฐานต่างๆ กันไปตามความต้องการ และความต้องการในคุณภาพชีวิตนี้ย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเวลาและภาวะ (ยูฟา อุดมศักดิ์, 2515: 82)

5.1.2 สิปปนนท์ เกตุทัต ได้อธิบายความหมายของคุณภาพชีวิต คือ ชีวิตที่มีความสุข ชีวิตที่สามารถปรับตัวเข้ากับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment) และสิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social environment) และสามารถปรับธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและสังคมให้เข้ากับตนเองโดยไม่เบียดเบียนธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและสังคม ไม่เบียดเบียนผู้อื่น กล่าวสั้นๆ คือ เรียนรู้ธรรมชาติจนปรับตัวเองและธรรมชาติให้เข้ากันได้โดยไม่เบียดเบียนกัน (สิปปนนท์ เกตุทัต, ม.ป.ท.: 2)

5.2 องค์ประกอบของคุณภาพชีวิต

การที่มนุษย์จะมีคุณภาพชีวิตที่ดีนั้น ขึ้นอยู่กับหลายองค์ประกอบด้วยกัน ซึ่งแต่ละองค์ประกอบก็มีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามทัศนะของแต่ละบุคคล หรือแต่ละสังคม ซึ่งพอจะกล่าวได้ว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญที่เป็นองค์ประกอบของคุณภาพชีวิตนั้นจะต้องมีปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ค่านิยม จิตใจ ฯลฯ ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายสาขาเสนอไว้ว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการมีคุณภาพชีวิตของมนุษย์ มีรายละเอียดแตกต่างกัน

5.2.1 ชัยวัฒน์ ปัญจพงศ์ กล่าวว่า คุณภาพชีวิตจะต้องรวมปัจจัยทางด้านความต้องการทางร่างกาย และความต้องการทางด้านจิตใจ (ชัยวัฒน์ ปัญจพงศ์ และประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520: 189)

5.2.2 เย็นใจ เลหาวนิช กล่าวว่า องค์ประกอบที่จะนำมาซึ่งคุณภาพชีวิต อาจแบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ 1. ส่วนที่จำเป็นสำหรับพื้นฐาน ทำให้พอมีชีวิตอยู่ได้ ได้แก่ ปัจจัยสี่, 2. ส่วนที่จำเป็นต่อการเพิ่มคุณภาพชีวิต เพื่อที่จะทำให้อยู่ดีขึ้น ได้แก่ ค่านิยมที่เหมาะสม จุดมุ่งหมายในชีวิต มีชีวิตกลมกลืนกับครอบครัว ชุมชน และสิ่งแวดล้อม (เย็นใจ เลหาวนิช, 2520: 46-53)

5.2.3 ยูเนสโก (UNESCO) ได้ชี้ให้เห็นว่ามีหลายปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิต ซึ่งได้แก่ อาหาร, สุขภาพอนามัย และโภชนาการ, การศึกษา, สิ่งแวดล้อมและทรัพยากร, ที่อยู่อาศัยและการตั้งถิ่นฐาน, การมีงานทำ, ค่านิยม ศาสนา จริยธรรม กฎหมาย และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (UNESCO, 1981: 1)

6. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

6.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ. 1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลีและได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "การท่องเที่ยว" หมายถึง "การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติหรือการไปรวมประชุม แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร"

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจมิใช่เพื่อรับจ้าง แต่เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกเพลิดเพลิน เพื่อการศึกษา ศาสนา กีฬา เพื่อติดต่อธุรกิจตลอดจนรวมถึงการประชุมสัมมนาและการเยี่ยมญาติพี่น้อง (ลยาศรี หุณฑนะเสรี, 2534: 4)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) อ้างถึงใน สุวัจน์ จุฑากรณ์ และ จริยญา เจริญสุทไธ (2545: 71) ให้ความหมายของ "การท่องเที่ยว" ว่าหมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ (1) การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่เข้าไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร, (2) การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง มิใช่เป็นการถูกบังคับ มิใช่เพื่อทำสงคราม, (3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงรื่นรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่างๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาค้นคว้า และเพื่อติดต่อธุรกิจ

6.2 องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของมนุษย์ ขนาดและจำนวนของปัจจัยขึ้นอยู่กับปริมาณความต้องการและความพร้อมของแต่ละบุคคล เนื่องมาจากการท่องเที่ยวให้ผลประโยชน์แก่มนุษย์โดยตรงทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยทุกอย่างเกี่ยวพันกันอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

6.2.1 นักท่องเที่ยว หมายถึง (Tourist) บุคคลใดๆที่เดินทางเป็นการชั่วคราวออกจากที่พักอาศัย หรือสถานที่ปฏิบัติงานประจำ ไปยังจุดหมายปลายทาง ที่มีใ้การไปปฏิบัติงานตามหน้าที่ ซึ่งการเดินทางอาจเกิดขึ้นเมื่อใดก็ได้ ไม่จำกัดระยะเวลา แต่ต้องไม่ใ้การเดินทางไปอยู่อย่างถาวร

6.2.2 จุดหมายปลายทาง (Destination) แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปถึง ตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน มีความหลากหลาย และลักษณะเฉพาะตามท้องถิ่น มีความน่าสนใจ และสวยงาม บางที่จุดหมายปลายทางเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ

6.2.3 แหล่งพักอาศัย (Accommodation) มีความหลากหลายลักษณะขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ หรือตั้งอยู่ระหว่างทาง การไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

6.2.4 ระบบการคมนาคม (Transportation) ระบบการคมนาคม รวมถึง เส้นทางคมนาคม พาหนะการเกินทางสัญจร และการบริการการเดินทาง เพื่อรองรับการเดินทางชั่วคราวของนักท่องเที่ยว นำไปสู่จุดหมายปลายทางต่างๆ

6.2.5 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) เป็นสิ่งที่จัดเตรียมไว้บริการนักท่องเที่ยว แหล่งพักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยว และในบริเวณใกล้เคียง หรือในระหว่างการเดินทาง เป็นองค์ประกอบที่ช่วยส่งเสริมให้การเดินทาง มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย เกิดความเพลิดเพลิน และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

6.2.6 อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) เป็นอย่างหนึ่งที่มีความจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นปัจจัยที่แทรกอยู่ในการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้น และการเดินทางท่องเที่ยวระยะยาว

6.2.7 กิจกรรม (Activity) เป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นเพิ่มความน่าสนใจ ให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการจะเดินทางมากยิ่งขึ้น เป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทาง

6.2.8 การบริการ (Service) เป็นหัวใจของการดำเนินงานการท่องเที่ยว บริการที่ดีจะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว และมีความต้องการที่จะเดินทางกลับมาอีกครั้ง

6.2.9 การท่องเที่ยว (Tourism) มีลักษณะสำคัญ คือ ต้องเป็นการเดินทางชั่วคราว ไปยังสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทาง โดยกำหนดวัตถุประสงค์ไว้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอาจแทรกอยู่กับวัตถุประสงค์ของการทำงานชั่วคราว หรือ ธุรกิจอื่นๆ ที่เป็นการกระทำชั่วคราว (เสาวลักษณ์ เลิศบุศย์ สุรพลชัย, 2549: 1-6)

6.3 ประเภทของแหล่งพักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยว

เนื่องจากการท่องเที่ยวมีหลากหลายวัตถุประสงค์ และหลากหลายประเภทของนักท่องเที่ยว ทำให้แหล่งพักอาศัยมีหลายประเภท เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ, ความพึงพอใจ, ประโยชน์ใช้สอย, และเกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมอีกด้วย อาทิเช่น โรงแรม (Hotel), รีสอร์ท (Resort), โมเต็ล (Motel), เซอร์วิส อพาร์ตเมนต์

(Service Apartment), แบคแพคเกอร์ (Backpacker), โฮมสเตย์ (Homestay), ลองสเตย์ (Longstay), บังกะโล (Bangkalo), แพ และ เรือ, มอเตอร์โฮม (Motohome), เรียวกัน (Ryokan), ยานพาหนะอื่นๆ อาทิเช่น เครื่องบิน และรถไฟ เป็นต้น (เลวลักษณะ เลิศบุศย์ สุรพลชัย, 2549: 8-23)

6.4 ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว (อ้างถึง สุวจน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุกใส (2545: 91-93 สถาบันศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยบูรพา)

6.4.1 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ

6.4.1.1 ปัจจัยทางธรรมชาติปัจจัยทางภูมิศาสตร์ทางด้านกายภาพ หรือธรรมชาติ (Physical Factors) เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ ซึ่งจะมีส่วนในการสร้างสรรค์ภูมิทัศน์ที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ที่สำคัญ ได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ, ลักษณะภูมิอากาศ สภาพภูมิอากาศที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องไม่มีฝนหรือมีอากาศชุ่มชื้นมากเกินไป อุณหภูมิของอากาศพอเหมาะแต่ไม่ถึงกับร้อนจัด แสงแดดไม่จัดมากและมีลมพัดแผ่วเบา

6.4.1.2 ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) หมายถึง ผลงานด้านต่าง ๆ ที่มนุษย์แต่ละกลุ่มสร้างสรรค์ขึ้น และสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน คำว่าวัฒนธรรมมีความหมายกว้างรวมถึงความเชื่อถือ ความคิดเห็น นิสัยใจคอ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะต่าง ๆ การปฏิบัติตนในสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีส่วนส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นได้ ได้แก่ มรดกทางประวัติศาสตร์ประเทศไทย, การประกอบอาชีพ ลักษณะการประกอบอาชีพที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่นและไม่สามารถพบเห็นได้ในถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว, ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม หมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือและสืบทอดต่อกันมา, การคมนาคม กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวจะมีความเจริญก้าวหน้าเพียงใดจะต้องอาศัยการคมนาคมที่สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด ที่สามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วไปในเมืองและชนบท

6.4.2 ปัจจัยที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว สามารถสรุปได้ ดังนี้

6.4.2.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ได้แก่ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

6.4.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ได้แก่ สิ่งต่างๆ ที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก คือ (1) ที่พัก ซึ่งต้องเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราวในแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรมหรือรีสอร์ท, (2) ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม, (3) สถานบริการ เช่น ร้านขายของใช้ ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด, และ (4) ปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ และระบบการสื่อสารต่างๆ

6.4.2.3 การเข้าถึง (Accessibility) ได้แก่ การคมนาคมขนส่งประเภทต่างๆ

6.4.2.4 การต้อนรับ (Hospitality) ได้แก่ อหยาศัยไมตรีอันดีของผู้คนท้องถิ่นในสถานที่ท่องเที่ยว เจ้าของธุรกิจ และพนักงาน (กุลภัทร วณิชสัมบูรณ์, 2541: 24)

7. ความเป็นมาของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

ความเป็นมาของ Longstay เมื่อกล่าวถึง ความหมายของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) นั้น ฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้ มีความคิดเห็นและให้คำจำกัดความแตกต่างกันไป

จุดประสงค์ของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว อาทิเช่น เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นที่พำนักระยะยาวของนักท่องเที่ยวที่มีกำลังการใช้จ่ายสูง, เพื่อนำเงินตราต่างประเทศเข้าเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจไทย, เพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ในภาคอุตสาหกรรม และภาคการบริการที่เกี่ยวข้อง อันจะทำให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย, เพื่อขยายกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น, และเพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ทางเลือกอื่น นอกเหนือจากพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก เป็นต้น

ประโยชน์ที่จะได้รับการส่งเสริมตลาดนี้ อาทิเช่น เป็นการช่วยเหลือโรงแรมและรีสอร์ทที่มีมากให้มีผู้พำนักมากขึ้น, เป็นการช่วยเหลือ นำอสังหาริมทรัพย์ที่ว่างหรือติดหนี้มาใช้ประโยชน์และเกิดรายได้เข้ามา, และเป็นการสร้างงานสร้างอาชีพให้กับประเทศ เช่น อาชีพแม่บ้าน ผู้ดูแลผู้สูงอายุ พนักงานโรงแรม พนักงานทำความสะอาด เกษตรกรผู้ผลิตอาหาร บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการที่พัก พนักงานขับรถ ร้านขายของ เป็นต้น (เอกสารรวบรวมเรื่อง LONGSTAT TOURISM IN THAILAND ปี พ.ศ.2544-2546, 2548(อัดสำเนา))

7.1 ความหมาย

7.1.1 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) คือ การเดินทางท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาตั้งแต่ 30 วันขึ้นไป จนถึง 2-3 เดือน หรือ 2-3 ปี โดยทั่วไปแล้วการท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีความหมายโดยนัยว่าเป็นการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้เกษียณอายุ หรือผู้ที่มีฐานะดี

ตามความหมายนี้เองธุรกิจการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวจะดูเหมือนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยทั่วไป แต่ที่แตกต่างคือ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวนี้จะต้องมีการพัฒนาสิ่งเหล่านี้เพิ่มขึ้น อาทิเช่น การเตรียมที่พักอาศัยที่ได้มาตรฐานสากล และมีราคาไม่แพงมากจนเกินไป, การเตรียมที่พักอาศัยที่เพียงพอพร้อมไปด้วยเครื่องอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่พำนักระยะยาว, การเตรียมและการรวบรวมเครื่องอำนวยความสะดวกด้านการดูแลสุขภาพ, กิจกรรมต่างๆ ที่ไม่เพียงแค่ออกกำลังกาย และการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ แต่เพื่อจิตใจ ร่างกาย และจิตวิญญาณด้วย, สนับสนุนการพำนักระยะยาวในเรื่อง การคมนาคม, ภาษา, การสื่อสาร, วิชา, การธนาคาร, การซื้อของ และการพัฒนาตนเอง เป็นต้น (บริษัท Northern Heritage Valley, อ้างถึงใน <http://www2.tat.or.th/longstay> [ออนไลน์])

7.1.2 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึง การพักผ่อนระยะเวลาในต่างประเทศ ซึ่งไม่ใช่การอพยพย้ายถิ่น หรือไปมีถิ่นฐานที่ถาวรในต่างประเทศลักษณะโดยทั่วไปของ Longstay คือ ต้องอาศัยอยู่เป็นระยะเวลานาน คือ จะอยู่นานกว่าการอยู่ในต่างประเทศโดยทั่วไป แต่ต้องกลับมายังประเทศญี่ปุ่น, มีจุดมุ่งหมายที่จะทำกิจกรรมเพื่อเป็นการพักผ่อน, เน้นการอาศัยอยู่กับที่มากกว่าการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศคือ การหาประสบการณ์ ในต่างประเทศที่ไม่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน ในขณะที่ Longstay คือ การหาประสบการณ์ที่พบได้ในชีวิตประจำวันซึ่งจะมีลักษณะที่เหมือนกับการใช้ชีวิตประจำวันในต่างประเทศ, ต้องมีหรือเช่าที่พักในต่างประเทศเพื่ออยู่อาศัยในชีวิตประจำวัน ไม่ใช่อยู่ในโรงแรมแบบนักท่องเที่ยวทั่วไป, ต้องมีเงินทุนในประเทศญี่ปุ่นเพียงพอที่จะอาศัยอยู่ในต่างประเทศ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ได้รับจากต่างประเทศเท่านั้น (บริษัท Longstay Foundation ประเทศญี่ปุ่น, อ้างถึงใน <http://www2.tat.or.th/longstay> [ออนไลน์])

7.1.3 ลองสเตย์ (Longstay) คือ ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาว (Long-stay and Health Care) เป็นการให้บริการร่วมกันระหว่างโรงพยาบาล รีสอร์ท โรงแรมตามสถานที่พักผ่อนสวยงามทั่วประเทศ โดยใช้บริการด้านสุขภาพเป็นจุดขาย ให้บริการพักผ่อนระยะยาว พร้อมทั้งบริการด้านสุขภาพอย่างครบวงจร

ทั้งนี้เพื่อให้บริการแก่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายผู้สูงอายุชาวต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาพักผ่อนระยะยาวแบบ Longstay นี้เป็นลักษณะการไปพักในต่างประเทศ ซึ่งไม่ได้หมายความถึง การไปอยู่อาศัยเป็นการถาวรในประเทศนั้นๆ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายผู้สูงอายุ หรือวัยเกษียณอายุ ซึ่งส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน แล้วมีกำลังซื้อสูงจะสามารถเดินทางออกนอกประเทศเป็นเวลานานๆ ได้ และต้องการหลบเลี่ยงอากาศหนาวจัดในฤดูหนาวมาพักในประเทศที่อบอุ่นกว่า มีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมประเพณีกับประชาชนในท้องถิ่น มีการท่องเที่ยวเปลี่ยนบรรยากาศเป็นครั้งคราว รวมทั้งต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เมื่อเจ็บป่วยก็ได้รับการดูแลรักษาอย่างมีมาตรฐาน

เพื่อให้การส่งเสริม และพัฒนาธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาว เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีประสิทธิภาพ กระทรวงพาณิชย์โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข สถานเอกอัครราชทูตไทยประจำประเทศต่างๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงพยาบาลเอกชน สมาคมโรงแรมไทย สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว จึงส่งเสริมการให้บริการพักผ่อนพร้อมการดูแลสุขภาพอย่างครบวงจร การเพิ่มขีดความสามารถ และสร้างความเชื่อมั่นด้านการให้บริการ โดยจัดโครงการมอบประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานสถานบริการ ธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาว (Silver Merit Award) แก่สถานบริการ (Longstay Provider) ที่ได้มาตรฐาน เพื่อประกันความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ชาวต่างประเทศที่จะเข้ามาใช้บริการ และมาตรการอำนวยความสะดวกการพักระยะยาวในไทย โดยสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองออกวีซ่าพิเศษ (O-A) แก่ชาวต่างประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปี ขึ้นไป ที่ประสงค์เข้ามาพักในประเทศไทยระยะยาวคราวละไม่เกิน 1 ปี ต่ออายุวีซ่าได้ โดยมีหลักฐานการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ไทยไม่น้อยกว่า 800,000 บาท หรือหลักฐานการมีรายได้ไม่น้อยกว่าเดือนละ 65,000 บาท/เดือนหรือมีเงินฝากและเงินได้รวมทั้งปีไม่น้อยกว่า 800,000 บาท (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, อ้างถึงใน <http://www2.tat.or.th/longstay> [ออนไลน์])

7.1.4 การพำนักระยะยาว หมายถึง การเป็นนักท่องเที่ยวที่มีวันพักตั้งแต่ 1 เดือน ขึ้นไป โดยในระยะแรกจะเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้ว ที่ต้องการเดินทางมาใช้ชีวิตเป็นหลักและท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม (คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ, อ้างถึงใน <http://www2.tat.or.th/longstay> [ออนไลน์])

7.2 กลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว การท่องเที่ยวแบบ longstay มีมานานแล้ว โดยเกิดขึ้นจากประชากรในประเทศตะวันตกและประชากรในประเทศที่เรียกตัวเองว่าประเทศพัฒนาแล้ว ประชากรผู้มียุโรปได้ตีเหล่านี้จะแสวงหาความสุขให้ตนเองด้วยการไปท่องเที่ยวในต่างถิ่น ทั้งภายในประเทศของตนเองและต่างประเทศ โดยใช้ระยะเวลาอันยาวนานและนิยมไปกันเป็นกลุ่ม โดยจัดรูปแบบเป็นชมรม (club) ขึ้น แต่พวกที่นิยมไปอิสระเป็นบุคคลก็มีอยู่บ้าง การเดินทางไปท่องเที่ยวระยะยาวแต่ละครั้งนั้นจะมีวัตถุประสงค์เจาะจง

ชัดเจน ในระยะหลังๆนี้ความหมายของ longstay ได้พัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวหลายรูปแบบที่เป็นการพักอาศัย นานวันแต่ก็ยังยึดแนวคิดหลักอันเดิม คือการมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน เพื่อการใดการหนึ่งโดยเฉพาะ

ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบ Longstay จึงมีความหมายกว้างขวางในยุคนี้อาจครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ที่มีไปเที่ยวแบบทั่วไปแต่เป็นการไปพักอาศัยชั่วคราว ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใดการหนึ่งโดยเฉพาะ สำหรับระยะเวลานั้น ขึ้นอยู่กับกิจกรรมตามวัตถุประสงค์แต่ละวัตถุประสงค์

จากแนวคิดดังกล่าวนี้ ทำให้กำหนดประเภทของการท่องเที่ยวแบบ Longstay สำหรับชาวต่างชาติที่เข้ามาพักระยะยาวในประเทศไทยตามวัตถุประสงค์ที่เข้ามาได้ 4 กลุ่มหลัก ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ต้องการเข้ามาใช้ชีวิตบั้นปลายในการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้เกษียณอายุการทำงาน ผู้สูงอายุที่ขาดผู้ดูแล

กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่หนีร้อน หนีหนาว และเข้ามาเพื่อรักษาสุขภาพ ได้แก่ ผู้ที่มาเข้ารับการรักษาพยาบาลและพักผ่อน ผู้ที่ต้องการหลบสภาพอากาศที่รุนแรงประเทศของตนบางช่วง เช่น ร้อนจัด หนาวจัด

กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่เข้ามาเพื่อการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาศึกษาในระดับต่างๆ หรือผู้เข้าอบรมในหลักสูตรระยะสั้น นักเรียนแลกเปลี่ยนตามโครงการต่างๆ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่เข้ามาเพื่อฝึกซ้อมกีฬา ได้แก่ นักกีฬาที่เข้าเก็บตัวฝึกซ้อมก่อนการแข่งขัน กลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเรียนและฝึกหัดกีฬาบางประเภท เช่น กีฬาอล์ฟ มวยไทย ฯลฯ (เอกสารรวบรวมเรื่อง Longstay Tourism Thailand, 2544: 6)

7.3 การเตรียมการรองรับตลาด

คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวได้พิจารณากำหนดสิ่งที่จำเป็นในการรองรับนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว โดยกำหนดเป็น 3 ส่วน ได้แก่

7.3.1 ที่พัก แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ 1.โรงแรมและรีสอร์ท ที่สร้างไว้แล้วและยังเหลือจำหน่ายหรือให้เช่า ประเภทนี้เหมาะกับตลาดระดับสูงซึ่งมีกำลังใช้จ่ายมาก และต้องการความสะดวกสบายเพราะมีบริการที่พร้อมสรรพอยู่แล้ว, 2.อพาร์ทเมนต์ อาคารชุด และบ้านจัดสรร ที่สร้างไว้แล้วและยังเหลือจำหน่ายหรือให้เช่า ซึ่งอาจต้องปรับปรุงบางส่วนให้มีสภาพสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อช่วยกระตุ้นให้มีการจำหน่ายหรือให้เช่าได้เพิ่มมากขึ้น, 3.ที่พักซึ่งสร้างขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดจากกลุ่มประเทศต่างๆ

7.3.2 บริการ และกิจกรรม อาทิเช่น 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 การประสานงานธนาคาร

พาณิชย์เพื่อเปิดบัญชี ฯลฯ โดยคณะกรรมการนโยบายและแผนธุรกิจ ภายใต้คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ จะเป็นผู้พิจารณากำหนดโครงสร้างและแนวทางการทำงานของศูนย์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการดำเนินการ

7.3.3 บุคลากร หมายถึง ต้องมีทักษะและความพร้อม โดยเฉพาะเรื่องภาษาต่างประเทศ รวมถึงการให้บริการแก่ผู้สูงอายุนอกจากนี้ คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (เอกสารรวบรวมเรื่อง Longstay Tourism Thailand, 2544: 28-32)

8. นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมาย หรือมาตรการใดๆ ที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวโดยตรง ซึ่งการศึกษาวិจัยครั้งนี้จะเป็นเพียงการศึกษานโยบาย หรือกฎหมายอื่นมาช่วยเป็นแนวทางการศึกษา เท่านั้น

8.1 นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลชุด พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2544

รัฐบาลชุดนี้มุ่งเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยกำหนดขึ้นเป็นนโยบาย ข้อ 3.3 ด้านบริการและการท่องเที่ยว โดยมีสาระสำคัญว่า การท่องเที่ยว คือ หนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสเงินเข้าสู่ประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว และการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว และนโยบายในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ “เร่งพัฒนา บูรณะ พื้นฟูมรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมืองและนอกเมืองเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมบทบาทของเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวและวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง” นอกจากนี้ยังมีนโยบาย “เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว” (รัญจวน ทองรอด และ รุ่ง กาญจนวิโรจน์, 2545: 179-180)

8.1.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549)

สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับนี้รัฐบาลกำหนดให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การเสริมสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยจะพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ชุมชนและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้แผนพัฒนาฉบับนี้ถือเป็นฉบับแรกที่ได้ระบุเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่คุณภาพแทนการพัฒนาที่มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มปริมาณ อย่างไรก็ตามรัฐบาลยังคงมีเป้าหมายที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ (รัญจวน ทองรอด และ รุ่ง กาญจนวิโรจน์, 2545: 184)

8.2 นโยบายและหลักเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุน

ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 1/2543 ดัวยนโยบายและหลักเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุนเดิมได้ใช้มาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน แม้ประสบผลสำเร็จด้วยดีแต่วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงกลางปี พ.ศ.2540 เป็นต้นมา ได้ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจไทย ทำให้การจัดเก็บภาษีอากรของรัฐต่ำกว่าเป้าหมาย และมีภาระหนี้สาธารณะเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่อฐานะการคลังของรัฐบาล นอกจากนี้ สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจและการลงทุนของโลกได้เปลี่ยนแปลงไป คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงเห็นสมควรปรับนโยบายส่งเสริมการลงทุนและหลักเกณฑ์การให้สิทธิและประโยชน์ด้านภาษีอากรเสียใหม่ เพื่อให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และสอดคล้องกับแนวโน้มภาวะเศรษฐกิจและการลงทุนในอนาคตมากขึ้น ดังนั้น (1) ยกเลิกประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 1/2536 เรื่อง นโยบายและหลักเกณฑ์การส่งเสริมการลงทุน ลงวันที่ 9 เมษายน 2536, (2) บรรดาประกาศของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนหรือของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ขัดหรือแย้งกับประกาศฉบับนี้ ให้ใช้ประกาศฉบับนี้แทน, (3) ในการให้การส่งเสริมการลงทุน คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนได้กำหนดนโยบายและหลักปฏิบัติสำหรับกรณีทั่วไปดังนี้

8.2.1 นโยบายส่งเสริมการลงทุน

เพื่อบรรเทาภาระด้านการคลังของรัฐบาล และเพื่อให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนจึงได้กำหนดนโยบายส่งเสริมการลงทุนใหม่ดังนี้

8.2.1.1 เพิ่มประสิทธิภาพและความคุ้มค่าในการใช้สิทธิและประโยชน์ภาษีอากร โดยให้สิทธิและประโยชน์แก่โครงการที่มีผล ประโยชน์ ต่อเศรษฐกิจอย่างแท้จริง และใช้หลักการบริหารและการจัดการองค์กรที่ดี (Good Governance) ในการให้ สิทธิและประโยชน์ด้าน ภาษีอากร โดยกำหนดให้ผู้ได้รับการส่งเสริมต้องรายงานผลการดำเนินงานของโครงการที่ได้รับ การส่งเสริม เพื่อให้สำนักงาน ได้ตรวจสอบก่อนใช้สิทธิและประโยชน์ด้านภาษีอากรในปีนั้นๆ

8.2.1.2 สนับสนุนให้อุตสาหกรรมพัฒนาระบบคุณภาพและมาตรฐานการผลิตเพื่อแข่งขันในตลาดโลก โดยกำหนดให้ผู้ได้รับการ ส่งเสริม ทุกรายที่มีโครงการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) ต้องดำเนินการให้ได้รับ ใบรับรองระบบ คุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่า

8.2.1.3 ปรับมาตรการส่งเสริมการลงทุน ให้สอดคล้องกับข้อตกลงด้านการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ โดยการยกเลิกเงื่อนไข การส่งออกและการใช้ชิ้นส่วน ในประเทศ

8.2.1.4 สนับสนุนการลงทุนเป็นพิเศษในภูมิภาคหรือท้องถิ่นที่มีรายได้ต่ำ และมีสิ่งเอื้ออำนวยต่อการลงทุนน้อย โดยให้สิทธิและ ประโยชน์ด้านภาษีอากรสูงสุด

8.2.1.5 ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม โดยไม่เปลี่ยนแปลงเงื่อนไขเงินลงทุนขั้นต่ำของ โครงการ ที่จะได้รับการส่งเสริมเพียง 1 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน)

8.2.1.6 ให้ความสำคัญแก่กิจการเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร กิจการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีและทรัพยากร มนุษย์ กิจการสาธารณูปโภค สาธารณูปการ และบริการพื้นฐาน กิจการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อม และอุตสาหกรรม เป้าหมาย

8.2.2 หลักเกณฑ์การอนุมัติโครงการ

ในการพิจารณาความเหมาะสมของโครงการที่ขอรับการส่งเสริมการลงทุน คณะกรรมการมีแนวทางการพิจารณา ดังนี้

8.2.2.1 โครงการที่มีเงินลงทุนไม่เกิน 500 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะใช้ หลักเกณฑ์พิจารณาอนุมัติโครงการ ดังนี้ จะต้องมีส่วนเพิ่มไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของรายได้ ยกเว้นการผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน กิจการ เกษตรกรรม และผลิตผลจากการเกษตร และโครงการที่คณะกรรมการให้ความเห็นชอบเป็นพิเศษ มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนจดทะเบียนไม่เกิน 3 ต่อ 1 สำหรับโครงการริเริ่ม ส่วนโครงการขยายจะพิจารณาตามความ เหมาะสม เป็นรายๆ ไป, ใช้กรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัยและใช้เครื่องจักรใหม่ ในกรณีที่ใช้เครื่องจักรเก่าจะต้องให้สถาบันที่เชื่อถือได้ รับรอง ประสิทธิภาพ และคณะกรรมการให้ความเห็นชอบเป็นพิเศษ, มีระบบป้องกันสภาพแวดล้อมเป็นพิเศษที่เพียงพอ โครงการที่อาจจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม คณะกรรมการ จะพิจารณาเป็นพิเศษในเรื่องสถานที่ตั้งและวิธีการจัดการมลพิษ

8.2.2.2 โครงการที่มีเงินลงทุนมากกว่า 500 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะใช้ หลักเกณฑ์ ตามข้อ 1 และจะต้อง แนบรายงานศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการตามที่ คณะกรรมการกำหนด

8.2.2.3 สำหรับกิจการที่ได้รับสัมปทานและกิจการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ คณะกรรมการจะใช้แนวทางการพิจารณาตามมติ คณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ.2541 และวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ.2547 ดังนี้ โครงการลงทุนของรัฐวิสาหกิจตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ.2542 จะไม่อยู่ในข่ายที่จะได้รับการส่งเสริม, โครงการที่ได้รับสัมปทานที่เอกชนดำเนินการ โดยจะต้องโอนกรรมสิทธิ์ให้แก่รัฐ (Build Transfer Operate หรือ Build Operate Transfer) หน่วยงานของรัฐที่เป็นเจ้าของโครงการดังกล่าว ที่ประสงค์จะให้ผู้ได้รับสัมปทานได้รับสิทธิและประโยชน์การส่งเสริมการลงทุนจะต้องเสนอโครงการให้คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน พิจารณาตั้งแต่เริ่มต้นโครงการก่อนออกประกาศเชิญชวน เอกชนเข้าร่วมประมูล และในขั้นการประมูล จะต้องมีการระบุโดยชัดเจนว่าเอกชนจะได้รับสิทธิและประโยชน์ใดบ้าง ในหลักการคณะกรรมการ จะไม่ให้การส่งเสริมกรณีเอกชนต้องจ่ายผลตอบแทนให้แก่รัฐในการรับ สัมปทานเว้นแต่เป็น ผลตอบแทนที่สมเหตุสมผลกับการลงทุนที่รัฐใช้ไปในโครงการนั้น) โครงการของรัฐที่ให้เอกชนลงทุนและเป็นเจ้าของ (Build Own Operate) รวมทั้งให้เอกชนเช่าหรือ บริหาร โดยจ่ายผลตอบแทนให้รัฐในลักษณะค่าเช่า คณะกรรมการจะพิจารณาให้การส่งเสริมตาม หลักเกณฑ์ปกติ การแปรรูปรัฐวิสาหกิจ หากจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐ ควรพิจารณาตั้งงบประมาณที่เหมาะสมภายหลังจาก

8.2.2.4 การแปรรูปจากรัฐวิสาหกิจเป็นบริษัทจำกัดตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ.2542 แล้ว หากต้องการขยายงาน จะขอรับการส่งเสริมได้เฉพาะส่วนที่ลงทุนเพิ่ม โดยจะได้รับสิทธิและประโยชน์ตามหลักเกณฑ์ปกติ

8.2.3 หลักเกณฑ์การถือหุ้นของชาวต่างชาติ

เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนต่างชาติในการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรม คณะกรรมการจะผ่อนคลายมาตรการจำกัดการ ถือ หุ้นโดยใช้แนวทางการพิจารณา ดังนี้ โครงการลงทุนใน

กิจการเกษตรกรรม การเลี้ยงสัตว์ การประมง การสำรวจและการทำเหมืองแร่ และการให้บริการตามที่ปรากฏ
 ในบัญชีหนึ่งท้ายพระราชบัญญัติการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 จะต้องเป็นผู้มีสัญชาติไทย
 ถือหุ้น รวมกันไม่น้อยกว่า ร้อยละ 51 ของทุนจดทะเบียน, โครงการลงทุนในกิจการอุตสาหกรรม อนุญาต
 ให้ต่างชาติถือหุ้นข้างมากหรือทั้งสิ้นได้ไม่ว่าตั้งในเขตใด, เมื่อมีเหตุผลอันสมควร คณะกรรมการอาจกำหนด
 สัดส่วนการถือหุ้นของต่างชาติเป็นการเฉพาะสำหรับกิจการที่ให้การส่งเสริมบางประเภท

8.2.4 การแบ่งเขตการลงทุน

คณะกรรมการได้แบ่งเขตการลงทุนออกเป็น 3 เขต ตามปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ โดยใช้
 รายได้ และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ของแต่ละจังหวัดเป็นเกณฑ์ พิจารณาดังนี้
 เขต 1 ประกอบด้วย 6 จังหวัดในสวนกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นครปฐม นนทบุรี
 ปทุมธานี สมุทรปราการ และ สมุทรสาคร

เขต 2 ประกอบด้วย 12 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครนายก
 พระนครศรีอยุธยา ภูเก็ต ระยอง ราชบุรี สมุทรสงคราม สระบุรี สุพรรณบุรี และอ่างทอง

เขต 3 ประกอบด้วย 58 จังหวัด แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 36 จังหวัด และ 22 จังหวัดรายได้
 ต่ำ ให้ห้องที่ทุกจังหวัดในเขต 3 เป็นเขตส่งเสริมการลงทุน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ประกอบไปด้วย 36 จังหวัด ได้แก่ กระบี่ กำแพงเพชร ขอนแก่น จันทบุรี ชัยนาท
 ชุมพร เชียงราย เชียงใหม่ ตรัง ตราด ตาก นครราชสีมา นครศรีธรรมราช นครสวรรค์ ประจวบคีรีขันธ์ ปราจีนบุรี
 พังงา พัทลุง พิจิตร พิษณุโลก เพชรบุรี เพชรบูรณ์ มุกดาหาร แม่ฮ่องสอน ระนอง ลพบุรี ลำปาง ลำพูน เลย
 สงขลา สระแก้ว สิงห์บุรี สุโขทัย สุราษฎร์ธานี อุตรดิตถ์ อุทัยธานี

กลุ่มที่ 2 ประกอบไปด้วย 22 จังหวัด ได้แก่ กาฬสินธุ์ นครพนม นราธิวาส น่านบุรีรัมย์
 บัตตานี พะเยาแพร่ มหาสารคาม ยโสธร ยะลา ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สกลนคร สตูล สุรินทร์หนองบัวลำภู ชัยภูมิ
 หนองคาย อุบลราชธานี อุตรดิตถ์ และอำนาจเจริญ

8.2.5 หลักเกณฑ์การให้สิทธิและประโยชน์ด้านภาษีอากร

เขต 2 โครงการที่ตั้งสถานประกอบการในจังหวัดกาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครนายก
 พระนครศรีอยุธยา ภูเก็ต ระยอง ราชบุรี สมุทรสงคราม สระบุรี สุพรรณบุรีและอ่างทอง

8.2.5.1 โครงการที่ตั้งในนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในเขต 2 (ไม่
 รวมนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบังและนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับการส่งเสริมในจังหวัดระยอง) คือ ให้ได้รับ
 ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร (สำหรับโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2552), ให้ได้รับ
 ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 7 ปี (สำหรับโครงการที่ยื่นขอรับการส่งเสริมภายในวันที่ 31 ธันวาคม
 2552) ทั้งนี้ ผู้ได้รับการส่งเสริมในโครงการที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาท ขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุน
 หมุนเวียน) จะต้องดำเนินการให้ได้ รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่น
 ที่เทียบเท่าภายในระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่วันเปิดดำเนินการ หากไม่สามารถดำเนินการได้จะถูกเพิกถอนสิทธิ
 และประโยชน์การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี, ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็น
 สำหรับที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี

8.2.5.2 โครงการที่ตั้งนอกนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมที่ได้รับส่งเสริมในเขต 2 คือ ให้ได้รับลดหย่อนอากรขาเข้าสำหรับเครื่องจักรกึ่งหนึ่ง เฉพาะเครื่องจักรที่มีอากรขาเข้าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10, ให้ได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นระยะเวลา 3 ปี ทั้งนี้ ผู้ได้รับการส่งเสริมในโครงการที่มีขนาดการลงทุนตั้งแต่ 10 ล้านบาทขึ้นไป (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน) จะต้องดำเนินการให้ได้รับใบรับรองระบบคุณภาพตามมาตรฐาน ISO 9000 หรือมาตรฐานสากลอื่นที่เทียบเท่าภายในระยะเวลา 2 ปี นับตั้งแต่วันเปิดดำเนินการ หากไม่สามารถดำเนินการได้จะถูกเพิกถอนสิทธิและประโยชน์การยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 1 ปี, ให้ได้รับการยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับวัตถุดิบหรือวัสดุจำเป็นสำหรับส่วนที่ผลิตเพื่อการส่งออกเป็นระยะเวลา 1 ปี (คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. แหล่งที่มา: <http://www.boi.go.th>[ออนไลน์])

9. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

9.1 สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา งานวิจัยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. 2545 เรื่องแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวอายุ 50 ปี ขึ้นไป ที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา, 2545) สามารถสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสนใจพักโรงแรม รองลงมาคือ อพาร์ทเมนต์ เกสเฮาส์ และรีสอร์ต ตามลำดับ โดยชาวยุโรป และสแกนดิเนเวียสนใจจะพักที่โรงแรม เป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่ชาวญี่ปุ่นจะสนใจอพาร์ทเมนต์ เกสเฮาส์ เป็นอันดับหนึ่ง การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวส่วนใหญ่มีจุดเริ่มต้นมาจากการท่องเที่ยวธรรมชาติที่เกิดความประทับใจ แล้วจึงเกิดการเข้ามาเที่ยวซ้ำเป็นครั้งที่ 2

สิ่งสำคัญที่ภาครัฐจะต้องเร่งดำเนินการ คือการสร้างบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะบุคลากรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับชาวต่างประเทศ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกที่น่าจะทำได้โดยไม่ยากนัก เช่นการให้ Visa ประเภท 3 เดือน 6 เดือน การดูแลให้ความปลอดภัย, การจัด Zoning ให้แหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาบริการ One Stop Service เป็นต้น

ผลการให้สัมภาษณ์มากที่สุดเป็นชาวยุโรปตะวันตก ถึงร้อยละ 49.90 รองลงมาเป็นชาวสแกนดิเนเวีย ร้อยละ 16.70 และชาวญี่ปุ่น ร้อยละ 15.90 และอื่นๆ นอกจากนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ที่มาจากญี่ปุ่นและสแกนดิเนเวีย เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่จะสนใจมาท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทยสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

ชาวสแกนดิเนเวียสนใจมาในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม เป็นจำนวนมากที่สุด และจากการวิเคราะห์สถานที่ที่สนใจ เมื่อแยกตามภูมิภาค/ทวีปแล้ว สัญชาติที่ชอบพักอาศัยบริเวณชายทะเลมากที่สุดชาวสแกนดิเนเวีย รองลงมาเป็นชาวยุโรปตะวันตก และอเมริกาเหนือ ตามลำดับ

บริการที่นักท่องเที่ยวชาวสแกนดิเนเวียต้องการที่สำคัญมี 2 รายการคือ บริการนำเที่ยว และการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่ และเลือกกิจกรรมพิเศษเอง กลุ่มชาวสแกนดิเนเวีย ต้องการพักอาศัยที่เป็นแบบชุมชนเฉพาะกลุ่มตนน้อยมาก

ตลาดเป้าหมายของไทยในระยะแรกที่จะส่งเสริม ได้แก่ อังกฤษ เยอรมัน เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ สวีเดน นอร์เวย์ ฟินแลนด์ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ซึ่งจะเห็นว่าเป็นประเทศในสแกนดิเนเวียถึง 2 ประเทศ

ปัญหาในเรื่องของการเดินทางที่นักท่องเที่ยวประสบปัญหาบ่อยครั้ง คือ รถแท็กซี่ รถตุ๊กตุ๊ก ซึ่งมีปัญหาทั้งด้านความปลอดภัย ราคา และมารยาทของคนขับ จึงมีข้อเสนอแนะให้มีรถแท็กซี่ และรถตุ๊กตุ๊ก ที่รับประกันคุณภาพ โดยมีองค์กรควบคุมดูแลที่รับรองคุณภาพได้

เรื่องความคาดหวังทางด้านที่พักอาศัย บ้านพักส่วนตัว หรือบ้านพักผ่อนหลังที่สอง กำลังเป็นที่นิยมของผู้สูงอายุชาวยุโรป และสแกนดิเนเวีย ส่วนบ้านเช่า หรือพาร์ตเมนท์ นักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่เป็นชาวยุโรป และสแกนดิเนเวีย ไม่นิยมติดต่อหาที่พักผ่านบริษัทนำเที่ยว แต่จะนิยมหาที่พักเอง ผ่านผู้ทำธุรกิจเกี่ยวกับการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์โดยตรง

9.2 นवलพรรณ สมสร้อย

นवलพรรณ สมสร้อย วิทยานิพนธ์คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง พ.ศ. 2546 เรื่องสถานการณ์การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว กรณีศึกษานักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในจังหวัดสมุทรสงคราม (นवलพรรณ สมสร้อย, 2546) สามารถสรุปได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อทราบถึงข้อมูลและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่พำนักระยะยาวในจังหวัดสมุทรสงคราม

ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวชาวไทย มีจำนวนถึง ร้อยละ 84.25 และนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีเพียง ร้อยละ 15.75 ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี เป็นชาวไทยมากกว่าชาวต่างประเทศ และมีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท โดยรายได้ได้มาจากการประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด ซึ่งไม่เป็นไปตามแนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่เห็นว่าการกลุ่มเป้าหมายหลักของนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุ คือ มีอายุตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไป และมีรายได้ค่อนข้างสูง ที่มาจากรายได้มาจากรับบำนาญหรือบำนาญ และเป็นชาวต่างชาติที่นิยมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และระยะเวลาที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวไม่ควรเกิน 1 เดือน และการศึกษานี้ได้สอดคล้องกับผลการศึกษาของประยูร บุญประเสริฐ และคณะ จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปี พ.ศ. 2545 ที่ทำการวิจัย เรื่องแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ในด้านของลักษณะสถานที่พำนักของนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว คือนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวจะเน้นคุณค่าของการใช้งานมากกว่าความหรูหรา และเน้นที่ความเคยชินในการใช้งานของเขา และจะเปรียบเทียบด้านความเหมาะสมราคาอยู่เสมอ ไม่ฟุ่มเฟือย เช่นนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป และที่เน้นมาก ก็คือด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ว่าจังหวัดสมุทรสงครามมีศักยภาพ และมีความเป็นไปได้ในการรองรับนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสมุทรสงคราม

นักเที่ยวพำนักระยะยาวส่วนใหญ่ เคยท่องเที่ยวในรูปแบบพำนักระยะยาวมาก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากแหล่งท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 2 ชั่วโมงจากกรุงเทพมหานคร การคมนาคมสะดวก และสถานที่พำนักดีริมคลองหรือริมน้ำ สถานที่พักมีรูปแบบเป็นรีสอร์ทหรือบ้านทรงไทย อีกทั้งสนใจวัฒนธรรมวิถีชีวิตริมคลองสูงสุด จังหวัดสมุทรสงครามจึงถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพ และความเป็นไปได้ในการ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวของจังหวัด ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสมุทรสงครามแบบบูรณาการ

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวทาง การบริหารจัดการ การเตรียมความพร้อมของจังหวัดสมุทรสงครามที่เหมาะสม

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้ภาคเอกชนเป็นผู้ดำเนินการ ด้านการจัดการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมากกว่าภาครัฐ ซึ่งภาคเอกชนยังไม่มีความพร้อมความเข้าใจ และอุปสรรคด้านการลงทุน ดังที่กล่าวไว้ในแนวคิด ด้านอุปทานของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แห่งชาติ ปี พ.ศ. 2544 นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายด้านที่พักต่อวันในราคาระหว่าง 201 – 400 บาท โดยรวมอาหารเช้าและเย็น พร้อมกิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวกตามเหมาะสม ดังนั้นจังหวัดสมุทรสงคราม จึงควรส่งเสริมภาคเอกชนให้มีความเข้าใจ และสามารถดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวให้ได้มาตรฐาน โดยคำนึงถึงรูปแบบ ราคา การจัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับช่วงเวลา ที่นักท่องเที่ยวทำการพำนัก พัฒนานุเคราะห์ และสร้างความเข้าใจสัมพันธ์อันดีกับประชาชนในท้องถิ่น ดังผลการศึกษารายงานการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ภาคกลาง ของ ดร.ชนันท์ เอมพันธ์ และสุรเชษฐ์ เชนฐุมาส ได้ทำไว้ใน เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2545