



**การศึกษาเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา
และส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทย (พ.ศ. 2554 – 2560)**

**Making a Strategic Plan for Development
and Promotion of Business of Long Stay
Tourism in Thailand (2011-2017)**

จำเนียร ชุนทโสภาค¹

บทคัดย่อ

ผลการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุมีวันพักเฉลี่ยประมาณ 12 เดือน ส่วนใหญ่มาพร้อมกับสามี-ภรรยา นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพและกลุ่มนักกีฬาที่มาฝึกซ้อม มีวันพักเฉลี่ยประมาณ 1-2 เดือน ส่วนใหญ่มาทั้งกลุ่มละประมาณ 5-6 คน กลุ่มนักศึกษาต่างชาติมีวันพักเฉลี่ยประมาณ 5-6 เดือน ทุกกลุ่มมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 3 แสนบาท นักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่มให้เหตุผลที่มาเที่ยวเมืองไทยตรงกันว่า เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม อากาศดี และคนไทยมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A) ของไทย ยกเว้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษาต่างชาติเห็นว่าค่าบริการที่พักยังมีราคาแพงเกินไป สำหรับความพึงพอใจต่อกิจกรรมทางการตลาด (16P) พบว่า นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมทางการตลาด ยกเว้น นักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษาต่างชาติที่ยังมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมทางการตลาดน้อยกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอื่น ๆ

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

ผลการศึกษาจากเอกสารพบว่า ระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศมาเลเซีย จะมีส่วนที่ได้เปรียบประเทศไทยในประเด็นที่ มาเลเซียมีกฎระเบียบการขอวีซ่าที่ยืดหยุ่นให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่าประเทศไทย การบริการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของมาเลเซียเป็นแบบบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (one stop service) นอกจากนี้ มาเลเซียมีความได้เปรียบในประเด็นที่คนมาเลเซียสามารถ

¹ดร.นักวิจัยชำนาญการพิเศษ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดีกว่าคนไทย สำหรับประเทศไทยจะมีข้อได้เปรียบในประเด็นที่ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมีความหลากหลายคนไทยมีอัตราค่าเงินบาทที่ต่ำเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวสินค้าและบริการมีราคาไม่แพง

ข้อมูลที่ได้จากกระบวนการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้นำมาจัดทำเป็นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทย พ.ศ. 2554-2560 ซึ่งครอบคลุมกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ได้แก่ การเพิ่มคุณภาพสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม การส่งเสริมและกระตุ้นการบริหารจัดการการตลาดท่องเที่ยว การพัฒนาและเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว การพัฒนาระบบมาตรฐานความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : แผนยุทธศาสตร์, การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจ, การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

ABSTRACT

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.

Keywords : Making a Strategic Plan, Development and Promotion of Business, Long Stay Tourism

บทนำ

การศึกษาเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา และส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทย (พ.ศ. 2554-2560) นี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย
2. เพื่อสำรวจข้อมูลและศักยภาพของสถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวทั้งผู้ประกอบการทางตรงและทางอ้อมในด้านรูปแบบกิจกรรม การให้บริการ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อศึกษาความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนในการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว
4. เพื่อเทียบเคียงระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวระหว่างประเทศไทยกับมาเลเซีย
5. เพื่อร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทยเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว พ.ศ. 2554-2560

วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยโดยใช้ทั้งเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกการจัดประชุมสนทนากลุ่มและกระบวนการปรึกษาหารือ รวมทั้งการจัดเวทีประชาพิจารณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภาคเอกชน ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ หนองคาย ชลบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และกระบี่ รวมทั้งผู้บริหารระดับสูงด้านการท่องเที่ยวจากส่วนกลาง

การวิจัยมีการดำเนินงานในพื้นที่เป้าหมายทั้ง 5 จังหวัด ดังนี้ 1) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวจำนวน 402 คน โดยใช้แบบสอบถาม 2) การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวภาคเอกชนจำนวน 57 ราย โดยประสานการนัดหมายล่วงหน้า 3) การสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในชุมชน จำนวน 36 คน โดยประสานการนัดหมายล่วงหน้า 4) จัดประชุมสนทนากลุ่มและทำประชาพิจารณ์ นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์ฯ และ 5) การจัดประชาพิจารณ์ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอ

แนะจากผู้เกี่ยวข้องทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ต่อการจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทยซึ่งมีผลสรุป ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในแต่ละกลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวดังนี้

นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ

ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาพร้อมกับสามี-ภรรยา ส่วนใหญ่ตั้งใจจะอยู่ในประเทศไทยนานประมาณ 12 เดือน ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายตลอดการเดินทางประมาณ 373,000 บาท

นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพและนักกีฬาที่มานักซ้อม

ลักษณะการมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาพร้อมกับครอบครัว 5-6 คน ส่วนใหญ่ตั้งใจจะอยู่ในประเทศไทยนานประมาณ 1-2 เดือน ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายตลอดการเดินทางประมาณ 302,000 บาท

นักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียนนักศึกษาต่างชาติ

ลักษณะการมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาพร้อมกับเพื่อน กลุ่มละประมาณ 5-6 คน ส่วนใหญ่ตั้งใจจะอยู่ในประเทศไทยนานประมาณ 5-6 เดือน ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายตลอดการเดินทางประมาณ 350,000 บาท

เหตุผลที่มาเที่ยวเมืองไทย

นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มกล่าวถึงเหตุผลสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวประเทศไทยด้วยเหตุผลที่คล้าย ๆ กันคือ เพราะ

ต้องการมาท่องเที่ยวพักผ่อน ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและหลากหลาย มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ประเทศไทยอากาศดี ขึ้นชอบในอาหารไทย ชอบบรรยากาศความเป็นมิตรของคนไทย นักท่องเที่ยวบางส่วนมาเพราะมีเพื่อนอยู่เมืองไทย จึงต้องการมาเยี่ยมเพื่อน และมาเพื่อศึกษาเล่าเรียน

ความพึงพอใจต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A) ของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

จากการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A) ได้ผลสรุปดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) พบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่ม มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยทุกกลุ่มเห็นว่าประเทศไทยมีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และความประทับใจในวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนไทย

2. ที่พัก (Accommodation) พบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่ม มีความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษาต่างชาติ มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่มนักศึกษามีรายได้น้อย จึงมีความเห็นว่า ที่พักมีราคาแพงเกินไป ดังนั้นหากประเทศไทยจะจัดเตรียมที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษาต่างชาติ ควรจัดหา ที่พักที่ราคาไม่แพงมาก โดยอาจไม่ต้องเน้นความหรูหราสะดวกสบายมากนัก แต่เรื่องความสะดวก ปลอดภัยก็ยังคงมีความสำคัญ

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) พบว่า นักท่องเที่ยว 4 กลุ่ม มีความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษา มีความพึงพอใจน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวในกลุ่มนักศึกษามีรายได้น้อย จึงเห็นว่าที่พักที่ราคาถูกลงกว่านัก

ท่องเที่ยวในกลุ่มอื่น ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้รับจึงมีคุณภาพที่ดีกว่ากลุ่มอื่น

4. การคมนาคม (Accessibility) พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่ม มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยมีความพึงพอใจทั้งในเรื่องความปลอดภัยของเส้นทางคมนาคมความหลากหลายของพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะทางระหว่างที่พักไปยังสถานที่ต่าง ๆ เส้นทางคมนาคมมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน

5. กิจกรรม (Activities) พบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่ม มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยมีความพึงพอใจทั้งในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

6. การยอมรับ (Acceptance) พบว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่ม มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยมีความพึงพอใจทั้งในเรื่องการยอมรับของผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม การเดินทางท่องเที่ยวเจ้าหน้าที่ทั้งในหน่วยงานรัฐและเอกชน ตลอดจนประชาชนคนไทย

ความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาด (16P) ของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความพร้อมของกลยุทธ์ ทางการตลาด (16P) ของการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในประเทศไทยได้แก่ 1) ราคา (Price) 2) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 3) จุดยืนผลิตภัณฑ์ (Positioning) 4) ผลิตภัณฑ์ (Product) 5) การส่งเสริมการขาย (Promotion) 6) จิตวิทยาการขาย (Psychology) 7) พันธมิตรทางธุรกิจ (Partnership) 8) การมีส่วนร่วมทางธุรกิจ (Participation) 9) การขายรวม (Packaging) 10) บุคลากรทางการท่องเที่ยว (People) 11) ช่วงเวลา (Period) 12) สภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยว (Politics) 13) ความคิดเห็น สาธารณชนทางการท่องเที่ยว (Public Opinion) 14) กระบวนการให้บริการ (Process of service) 15) สภาพแวดล้อมด้านผลิตภัณฑ์ และ

สถานประกอบการ (Physical evidence) 16) การวางแผน (Planning)

ได้ผลสรุปว่า นักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่ม มีความพึงพอใจต่อกลยุทธ์ทางการตลาด (16P) แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษาต่างชาติ มีความพึงพอใจ น้อยที่สุดในเกือบทุกกลยุทธ์ โดย นักท่องเที่ยวในกลุ่มนักศึกษาจะมีความต้องการที่แตกต่างกันจากนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก กลยุทธ์ทางการตลาด การส่งเสริมการขาย และการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว ที่ผ่านมามีประเทศไทยเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุเป็นหลัก หากต้องการเข้าถึงนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในกลุ่มนักศึกษาต่างชาติ ประเทศไทยควรปรับราคาค่าบริการต่าง ๆ ให้ถูกลง และมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เหมาะสมสำหรับคนในวัยหนุ่มสาวด้วย

2. ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภาคเอกชนต่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภาคเอกชนในพื้นที่จำนวน 57 คน ได้ข้อมูลดังนี้

2.1 สถานการณ์และความสนใจของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทยในปัจจุบัน ผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชน เห็นว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวที่เข้ามาท่องเที่ยวในปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป โดยเฉพาะชาวสแกนดิเนเวีย มีนักท่องเที่ยวชาวเอเชียบ้าง เช่น ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุดได้แก่ กิจกรรมพักผ่อนตามชายหาด ท่องเที่ยวทางทะเล เช่น ดำน้ำ ตกปลา พายเรือ ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ชมวิถีชีวิตพื้นบ้าน ทำงานศิลปะ

2.2 ผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชน มีการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

ระยะยาว ได้แก่ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในช่วง lo-season เช่น การลดราคา การจัดงานปาร์ตี้ การจัดงานเลี้ยงแบบบุฟเฟต์ จัดแพ็คเกจทัวร์ จัดกิจกรรมท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย จัดช่องทางการจัดจำหน่ายหลาย ๆ ช่องทาง เช่น การขายตรงให้แก่นักท่องเที่ยว ขายผ่านบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว

2.3 ผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชนมีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในด้านต่าง ๆ ทั้งความพร้อมด้านศักยภาพบุคลากร ความพร้อมด้านศักยภาพการบริหารจัดการ ความพร้อมด้านศักยภาพการตลาด การส่งเสริมการขายความพร้อมด้านศักยภาพการประสานงาน ความพร้อมด้านศักยภาพการบริการ มีการบริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยวทั้งในเรื่องความสะดวกสบาย และความปลอดภัย มีการจัดกิจกรรมที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.4 ผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชนมีความเห็นว่า มีความเป็นไปได้ในอนาคตที่ประเทศไทยจะขยายกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวไปในกลุ่มอื่น ๆ ทั้งนี้เนื่องจาก จำนวนนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวจะเพิ่มมากขึ้นตามจำนวนผู้สูงอายุของโลกเพิ่มขึ้น มีนักท่องเที่ยวที่สนใจมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวกลุ่มการดูแลสุขภาพจะเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวอย่างต่อเนื่อง มีอาหารดี สะอาด สถานที่ปลอดภัย มีสื่อนามัยที่ดี และสถานการณ์ทางการเมืองต้องไม่วุ่นวาย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีการวางแผนการจัดการที่ดี

2.5 ผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชนมีความเห็นว่า ในอนาคตจำนวนนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในประเทศไทยจะเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุผลดังนี้

(1) มีการเปิดกว้างในส่วนของการตลาด และการจัดโปรโมชั่นที่ดึงดูดลูกค้าได้

(2) ประเทศไทยมีความเหมาะสมที่จะเป็นที่ยุอาภัยหลังเกษียณการทำงาน เนื่องจากอากาศดี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม สินค้าราคาไม่แพงคนไทยมีเมตริจิต

(3) หากสภาพทางการเมืองไม่วุ่นวาย หน่วยงานภาครัฐ และเอกชนวางแผนการจัดการที่ดี จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.6 ผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชนมีความเห็นว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (6A) ดังนี้

(1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบ การท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับมาก โดยมีความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และความน่าสนใจในวิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่

(2) ที่พัก (Accommodation) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบ การท่องเที่ยวด้านที่พัก ในระดับมากที่สุด โดยที่พักมีความสะอาด สวยงาม ปลอดภัย มีบริการที่ดี และราคาไม่แพงจนเกินไป

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมของ องค์ประกอบ การท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมากที่สุด โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งทางด้านสาธารณูปโภค บริการทางการแพทย์ บริการการเงิน การเดินทาง ข้อมูลการท่องเที่ยว ภัตตาคาร/ร้านอาหาร ยกเว้น ระบบการขอวีซ่า การให้บริการรถเช่า การให้บริการประกันชีวิต และผ้า/บาร์ ได้รับการประเมินในระดับมาก

(4) การคมนาคม (Accessibility) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบ

ทางการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมในระดับมากที่สุด โดยในเรื่องความปลอดภัยของเส้นทางคมนาคม ความหลากหลายของพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะทางระหว่างที่พักไปยังสถานที่ต่าง ๆ แต่ บ้าย บอกทางยังไม่ค่อยชัดเจนและความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวของพนักงานผู้ให้บริการยังไม่อยู่ในระดับที่ดี

(5) กิจกรรม (Activities) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านกิจกรรมในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความพร้อมในระดับมากที่สุด กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลและสถานที่ต่าง ๆ กิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม มีความพร้อมในระดับมาก แต่กิจกรรมที่เกิดจากการจัดกระทำ เช่น สปา กอล์ฟ โยคะ สมาธิ และการดูแลสุขภาพสันทนาการ ได้รับการประเมินอยู่ในระดับปานกลางควรมีการปรับปรุงให้มีความพร้อมมากขึ้น

(6) การยอมรับ (Acceptance) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการยอมรับในระดับมากถึงมากที่สุด โดย ผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ทั้งในหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ติดต่อกับนักท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนคนไทย ต่างให้การยอมรับเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยว

2.7 ผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชนมีความเห็นว่า ประเทศไทยมีความพร้อมตามกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว 16P ครบทุกด้าน

3. ความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ 5 จังหวัด จำนวน 36 คน ได้ผลสรุปจากการสัมภาษณ์ ดังนี้

3.1 สถานการณ์และความสนใจ ของนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในพื้นที่ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ นอกจากนั้นยังมีนักศึกษาต่างชาติ และกลุ่มผู้ดูแลรักษาสุขภาพอีกเล็กน้อย นักท่องเที่ยวมีทั้งชาวยุโรป สแกนดิเนเวีย ชาวเอเชีย มีประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ บ้างเล็กน้อย กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ ได้แก่ การพักผ่อนตามชายหาด การทำกิจกรรมทางน้ำ เช่น ดำน้ำ ตกปลา ว่ายน้ำ นอกจากนี้ยังมีการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี การทำกิจกรรมกีฬา เช่น เล่นกอล์ฟ

3.2 หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ได้แก่ การดูแลการเบิกจ่ายงบประมาณให้ทันเวลาและรวดเร็ว การจัดกิจกรรมในเทศกาลประจำปีเพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวให้มีความต่อเนื่องตลอดทั้งปี ประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับประชาชนในพื้นที่ จัดประชาสัมพันธ์งานและกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ การบริการด้านการทำเรื่อง การขอย่อยต่อของนักท่องเที่ยวให้รวดเร็ว และลดขั้นตอนการดำเนินงาน นอกจากนี้ ยังมีการดูแลสุขภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้อยู่ในสภาพเดิมให้มากที่สุด อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค เพื่อสนับสนุนและรองรับการท่องเที่ยวทุกฤดูกาล ส่งเสริม สนับสนุนความรู้ทางด้านวิชาการให้แก่ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและผู้นำชุมชน มีการเชิญชวนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมให้มากยิ่งขึ้น และเป็นศูนย์กลางให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวทุก ๆ ด้าน

3.3 ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานหน่วยงานภาครัฐ มีความเห็นว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ทั้งนี้เนื่องจาก ประเทศไทยมีระบบการดูแลความ

ปลอดภัยอยู่ในระดับดี บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพียงพอ มีบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่ทั่วถึง มีความพร้อมที่จะสนับสนุนชุมชนในโครงการต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว แต่ยังมีปัญหาในเรื่องภาษาที่ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยว

3.4 ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานหน่วยงานภาครัฐ มีความเห็นว่า ในอนาคตประเทศไทยมีความเป็นไปได้ที่จะขยายกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวไปในกลุ่มอื่น ๆ นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามและมีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมาก มีการเพิ่มจำนวนที่พักและสถานบริการ เพิ่มการบริการสาธารณะที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว น่าจะมีการขยายการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวไปในกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพ เนื่องจากในบางท้องถิ่นมีบ่อน้ำแร่ธรรมชาติที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้ดูแลสุขภาพ

3.5 ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานหน่วยงานภาครัฐ เห็นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทยในอนาคต จำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้น เพราะประเทศไทยมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวทุกระดับ ประเทศไทยมีสถานบริการการท่องเที่ยวที่ดีและได้มาตรฐาน นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังจะเจริญเติบโตตามสภาวะทางเศรษฐกิจของโลกด้วย อย่างไรก็ตาม ภาครัฐต้องกำหนดนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3.6 ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานหน่วยงานภาครัฐ ประเมินความพร้อมตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (6A) ของหน่วยงานท้องถิ่นภาครัฐ ในการให้บริการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทยไว้ดังนี้

(1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) พบว่า ประเทศไทย มีความพร้อมขององค์ประกอบ

ท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจในระดับมากถึงมากที่สุด โดยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความดึงดูดใจในระดับมากที่สุด ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ มีความดึงดูดใจในระดับมาก

(2) ที่พัก (Accommodation) พบว่าประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยที่พักมีความสะอาด สวยงาม ปลอดภัย มีบริการที่ดี และราคาไม่แพงจนเกินไป

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมากถึงมากที่สุด โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งทางด้านสาธารณูปโภค บริการทางการแพทย์ บริการการเงิน การเดินทาง ข้อมูลการท่องเที่ยว ประกันชีวิต ภัยพิบัติ/ร้านอาหาร และศูนย์การค้า ยกเว้น ผับ/บาร์ ได้รับการประเมินในระดับปานกลาง

(4) การคมนาคม (Accessibility) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านการคมนาคมในระดับมาก โดยในเรื่องความปลอดภัยของเส้นทางคมนาคม มีความหลากหลายของพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ระยะทางระหว่างที่พักไปยังสถานที่ต่าง ๆ เส้นทางคมนาคมมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวยังไม่ดีเท่าที่ควรจะมีการอบรม พัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

(5) กิจกรรม (Activities) พบว่าประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมในระดับปานกลางถึงระดับมาก โดยเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวทางทะเล กิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมมีความพร้อมในระดับมาก แต่ความพร้อมของ

กิจกรรมที่เกิดจากการจัดกระทำ เช่น การฝึกทำอาหารไทย สปา กอล์ฟ โยคะ และการฝึกสมาธิ ได้รับการประเมินในระดับปานกลางควรมีการปรับปรุงให้มีความพร้อมมากขึ้น

(6) การยอมรับ (Acceptance)

พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมขององค์ประกอบ การท่องเที่ยวด้านการยอมรับในระดับมาก โดยผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวเจ้าหน้าที่ ทั้งในหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ที่ติดต่อนักท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนคนไทย ต่างให้การยอมรับและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบ พำนักระยะยาว

3.7 ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานหน่วยงานภาครัฐ ประเมินความพร้อมตามกลยุทธ์ทางการตลาด (16P) ของหน่วยงานท้องถิ่นและ ภาครัฐ ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวไว้ว่า ประเทศไทยมีความพร้อมตาม กลยุทธ์การตลาดเกือบทุกด้าน ยกเว้น กลยุทธ์ทาง ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ และการมีส่วนร่วมทางธุรกิจ กล่าวคือ การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวไทย ยังขาดการประสานงานและความร่วมมือที่ดีระหว่าง หน่วยงานภาครัฐกับบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว แบบพำนักระยะยาวทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ

4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบสมรรถนะทาง การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย

ผลการศึกษาจากเอกสารพบว่า ระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว ของประเทศมาเลเซียจะมีส่วนที่ได้เปรียบประเทศไทยในประเด็นที่ มาเลเซียมีกฎระเบียบการขอวีซ่าที่ ยืดหยุ่นให้นักท่องเที่ยวได้มากกว่าประเทศไทย การบริการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของมาเลเซีย เป็นแบบบริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (one stop service) (วาริชดี มัชฌิมบุรุษ, 2553) นอกจากนี้ มาเลเซียมีความได้เปรียบในประเด็นที่คนมาเลเซีย

สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดีกว่าคนไทย สำหรับประเทศไทยจะมีข้อได้เปรียบในประเด็นที่ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมีความ

5. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริม ธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของ ประเทศไทย พ.ศ. 2554-2560

จากกระบวนการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและ เชิงคุณภาพคณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผล แล้วจัดทำเป็นร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและ ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของ ประเทศไทย พ.ศ. 2554-2560 ซึ่งประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ ดังนี้

วิสัยทัศน์ “พำนักระยะยาว เพื่อการเรียนรู้ชีวิตอย่างไทย”(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549)

พันธกิจ 1) มุ่งสู่มาตรฐานคุณภาพบริการ 2) กลไกบริหารแบบบูรณาการอย่างมีส่วนร่วมที่มี ประสิทธิภาพสูง 3) ยึดกลุ่มเป้าหมายคุ่มค่า 4) ก้าวไกลบนฐานทรัพยากรที่สมดุล 5) ส่งเสริมการตลาด และปลอดภัย

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มคุณภาพสินค้าและ บริการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนากลไกการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมและกระตุ้น การบริหารจัดการการตลาดท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวแบบบูรณาการเชิงรุกตรงกลุ่มเป้าหมาย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาและเตรียม ความพร้อมด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาระบบมาตรฐานความปลอดภัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ พำนักระยะยาวหลากหลายคนไทยมีอัธยาศัยไมตรีที่ ดีเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว สินค้าและบริการมีราคา ไม่แพง

ประมวลภาพกิจกรรมการจัดเก็บข้อมูลภาคสนาม

1. ประมวลภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูลจังหวัดเชียงใหม่



ภาพกิจกรรมที่ 1 สัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จังหวัดเชียงใหม่

2. ประมวลภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูลจังหวัดหนองคาย



ภาพกิจกรรมที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จังหวัดหนองคาย

3. ประมวลภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูลจังหวัดชลบุรี



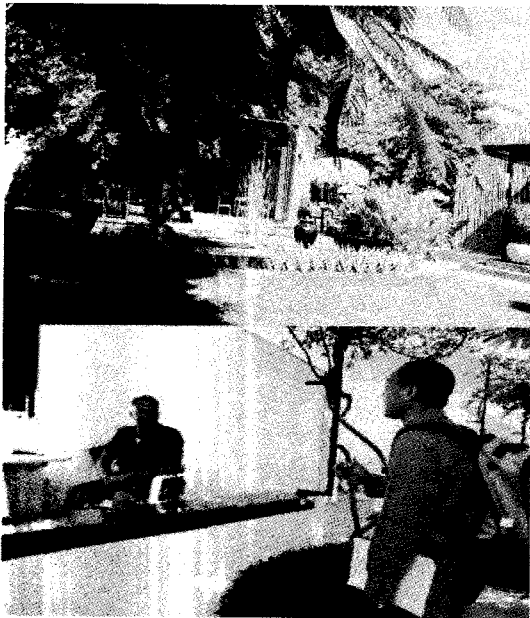
ภาพกิจกรรมที่ 3 สัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จังหวัดชลบุรี

4. ประมวลภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูลจังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ภาพกิจกรรมที่ 4 สัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5. ประมวลภาพกิจกรรมการเก็บข้อมูลจังหวัดกระบี่



ภาพกิจกรรมที่ 5 สัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว จังหวัดกระบี่

6. ประมวลภาพกิจกรรมการจัดกระบวนการประชาพิจารณญาณ



ภาพกิจกรรมที่ 6 การประชุมหัวหน้าส่วนราชการภาครัฐ อปท. และผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชน และภาคประชาสังคม

7. ประมวลภาพกิจกรรมการจัดประชุมสนทนากลุ่มเพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทย (พ.ศ. 2554-2560)



ภาพกิจกรรมที่ 7 การจัดประชุมสนทนากลุ่มเพื่อการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว แบบพำนักระยะยาวของประเทศไทย (พ.ศ. 2554-2560)

8. ประมวลภาพกิจกรรมประชุมสรุปการจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทย (พ.ศ. 2554-2560)



ภาพกิจกรรมที่ 8 ประชุมนักวิจัยเพื่อสรุปกรอบการจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทย (พ.ศ. 2554-2560) ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร

9. ประมวลภาพกิจกรรมการจัดเวทีประชาพิจารณ์ร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทย (พ.ศ. 2554-2560)



ภาพกิจกรรมที่ 9 การจัดเวทีประชาพิจารณ์ร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของประเทศไทย (พ.ศ.2554-2560) โดยผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผู้แทนจากพื้นที่ที่ศึกษาวิจัยร่วมกับผู้แทนจากส่วนกลาง รวมทั้งนักวิจัยและนักวิชาการจากสถาบันการศึกษา ณ โรงแรมเอเซีย กรุงเทพมหานคร

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). Longstay. ค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2553, จาก <http://www.2.tat.or.th/Longstay/thai>.

วราวัธ มัธยมบุรุษ. (2552). รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ (ปร.ด.) มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. เอกสารวิชาการ สถาบันพระปกเกล้า : กรุงเทพมหานคร