

การจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว สำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน*

Management Shelters a Long Stay Elderly Foreigners in the Northern Provinces

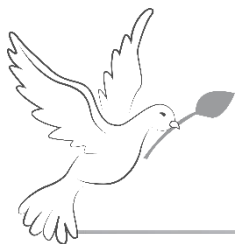
¹กิตติพงษ์ กิตติยันตการ, ภัทรพล ชุ่มมี และชาคริต ศรีทอง

¹Kittipong Kittiyantakarn, Pattarapon Chummee and Charcrit Sritong

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

Valaya Alongkorn Rajabhat University under the Royal Patronage, Thailand.

¹Corresponding Author. Email: Pong1551@hotmail.com



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิจัยสถานการณ์และการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน และ 3) เพื่อวิจัยรูปแบบปัจจัยเชิงสาเหตุของการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว สำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจและผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาพักอาศัยแบบพำนักระยะยาวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน จำนวนทั้งหมด 39 แห่ง โดยมีจำนวนประชากร 4,000 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 364 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์และการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน พบว่าทุกปัจจัยส่งผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนทั้งสิ้น 2) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุของการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 และโมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 3) ผลการวิจัยรูปแบบของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ (Chi-square =

* Received February 25, 2020; Revised April 19, 2020; Accepted May 15, 2020



152.376, $df = 142$, $p\text{-value} = 0.261$, $GFI = 0.997$, $AGFI = 0.894$ และ $RMSEA = 0.019$, $CFI = 0.997$, และ $RMR = 0.013$)

คำสำคัญ: การจัดการธุรกิจ; ที่พักอาศัย; ผู้สูงอายุ

Abstract

The objectives of this article research were to 1) study the situations and management of shelter business as a long stay for elderly foreigners in the upper northern provinces 2) analyze the factors of management of shelter business as a long stay for elderly foreigners in the upper northern provinces, and 3) study the research model of causal factors management of shelter business as a long stay for elderly foreigners in the upper northern provinces. This study was a mixed methods research with the population of entrepreneurs or the business executives and elderly foreigners who traveled to long stay in the upper northern provinces, totally 39 sites of 4,000 persons. And selected by simple random sampling. The samples were 364 respondents and questionnaires with reliability level of 0.98 were used for the research tools. The statistics used to analyze the data were mean, standard deviation, confirmatory factor analysis, and analysis of structural equation modelling.

The research findings were as follows:

1) The situations and management of shelter business as a long stay for elderly foreigners in the upper northern provinces revealed that the aspect of customer confidence, the aspect of service marketing strategies, and the aspect of service quality mostly affected the management of shelter business as a long stay for elderly foreigners in the upper northern provinces, 2) the results of causal factor analysis for the management of shelter business as a long stay for elderly foreigners in the upper northern provinces revealed that it was influencing the management of shelter business as a long stay for elderly foreigners in the upper northern provinces at a statistical significance level of .05 and .01 and the structural equation modelling comply with the empirical data. 3) The results of the research model of causal factors management of shelter business as a long stay for elderly foreigners in the upper northern provinces comply with the empirical data at an acceptable level ($\text{Chi-square} = 152.376$, $df = 142$, $p\text{-value} = 0.261$, $GFI = 0.997$, $AGFI = 0.894$ และ $RMSEA = 0.019$, $CFI = 0.997$, และ $RMR = 0.013$)

Keyword: Business Management; Shelter; Elderly



บทนำ

ปัจจุบันสภาวะสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) คนที่มีอายุมากที่สุดในโลก ปัจจุบันมีอายุถึง 107 ปี เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยอายุขัยของประชากรในสมัยก่อน เนื่องจากปัจจัยประกอบหลายด้าน ทั้งปัจจัยทางการแพทย์ อาหารและโภชนาการ รวมไปถึงเทคโนโลยี นั้นเอง โดยสามารถแบ่งระดับของสังคมสูงวัยได้ดังนี้ สังคมเยาว์วัย (Young Society) ค่าดัชนีการสูงวัยต่ำกว่า 50 สังคมสูงวัย (Aged Society) ค่าดัชนีการสูงวัยระหว่าง 50-119.9 สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Completed Aged Society) ค่าดัชนีการสูงวัยระหว่าง 120-199.9 สังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society) ค่าดัชนีการสูงวัยตั้งแต่ 200 ขึ้นไป ซึ่งแสดงผลว่าปัจจุบันประเทศส่วนใหญ่ในเอเชีย นั้น มีประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน สิงคโปร์ และไทย ที่เข้าสู่สังคมสูงวัยไปจนถึงสังคมสูงวัยระดับสูงสุด จากสถานการณ์ผู้สูงอายุ แนวโน้ม และผลกระทบจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (Prasartkul, 2013) ธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) ในปัจจุบันประชากรของโลกมีช่วงอายุการทำงานที่ลดลง มีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีต ทำให้สามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น อีกทั้ง การต่ออายุมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่า และมาตรการปรับลดค่าธรรมเนียมวีซ่าที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง น่าจะเป็นโอกาสของธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็ก ที่พึ่งพิงการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวจังหวัดเมืองรอง และ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด ยังเป็นโอกาสของธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็ก ในจังหวัดเมืองรอง ในการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคย สะท้อนถึงโอกาสที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด เช่นภาคเหนือตอนบน ที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) มีบทบาททางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ มีจุดขายทั้งด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนาที่โดดเด่น เป็นประตูกำลังค้าขายแดนเชื่อมโยงเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวกับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง และเอเชียใต้โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลาง สถานการณ์ของการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน (Bank of Thailand, 2014) จึงเป็นสาเหตุที่มีผู้สูงอายุมาท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Department of Tourism, 2017)

ดังนั้นจากสภาพปัญหาผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดแพร่ จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน รวมทั้งผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และนักวิชาการ โดยมีจำนวนทั้งหมด 4,000 คน (Chiang Mai Provincial Office, 2017) เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอุณหภูมิอบอุ่นตลอดปี และมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม พร้อมทั้งมีขนบธรรมเนียมประเพณี เหมาะสมกับการดำรงชีวิตของชาวต่างชาติ นอกจากนี้ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ยังได้สำรวจความเห็นของชาวต่างชาติ พบว่าคนไทยยังเป็นชนชาติที่มีอัธยาศัยไมตรี มีน้ำใจดี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน จากผลจากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนารูปแบบธุรกิจให้



มีประสิทธิภาพในการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว สำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน เพื่อการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

โดยสรุป สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2560 มีแนวโน้มขยายตัว ทั้งจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ ชาวไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยน่าจะอยู่ที่ประมาณ 30.50-34.15 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 2.8-4.8 จากปี 2559 โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่น่าจะก่อให้เกิดรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่า 1.76-1.79 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 7.3-9.1 จากปี 2559 สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย มีสัญญาณดีมาตั้งแต่ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2560 ทั้งจากปัจจัยจากภูมิอากาศที่หนาวเย็นขึ้น และ การนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ คาดว่าปี 2560 จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ 158.2-159.7 ล้านคน-ครั้ง (1 คน อาจท่องเที่ยวมากกว่า 1 ครั้ง) ขยายตัวร้อยละ 6.2-7.2 จากปี 2559 โดยการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวไทยน่าจะก่อให้เกิดรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่า 9.30-9.38 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 7.0-8.0 จากปี 2559 ดังนั้นการท่องเที่ยวที่จะมาจากทั้งชาวต่างชาติ และชาวไทย น่าจะก่อให้เกิดรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวโดยรวม 2.69 - 2.73 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 7.2 - 8.7 จากปี 2559 ซึ่งจะส่งผลโดยตรงให้ธุรกิจโรงแรมได้รับอานิสงส์จากการให้บริการที่พักรองรับนักท่องเที่ยว ประกอบกับแนวโน้มการฟื้นตัวของตลาดการจัดงาน ทั้งงานประชุมและสัมมนา งานแต่งงาน และงานอีเว้นท์ น่าจะช่วยเพิ่มรายได้จากการให้บริการสถานที่จัดงาน ส่งผลให้รายได้ของธุรกิจโรงแรมในปี 2560 ครอบคลุมถึงรายได้จากการให้บริการห้องพัก และ รายได้อื่น ๆ อย่างการให้บริการสถานที่จัดงาน น่าจะอยู่ที่ 564,000 - 574,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.7 - 5.5 จากปี 2559 (Department of Tourism, 2017)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิจัยสถานการณ์และการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน
2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน
3. เพื่อวิจัยรูปแบบปัจจัยเชิงสาเหตุของการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว สำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจและผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาพำนักระยะยาวในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดแพร่ จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง และจังหวัดลำพูน จำนวนทั้งหมด 39 แห่ง โดยมีจำนวนประชากร 4,000 คน วิธีการเชิงคุณภาพกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 5-7 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะจง



วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง แนวคิดของ Taro Yamane, (1973) จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ 364 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และใช้โปรแกรมลิสเรล (LISREL) สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการเป็นสมาชิก เพื่อใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklists) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน มีทั้งหมด 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาด บริการ ปัจจัยด้านด้านคุณภาพการให้บริการ และความเชื่อมั่นของลูกค้า จำนวน 80 ข้อ รวมทั้งแบบสอบถามวัดการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ตามตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัว คือ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านคุณธรรม การจัดการทรัพยากร การจัดการงบประมาณ และการจัดการทั่วไปจำนวน 25 ข้อ โดยคำถามเป็นสเกลประเมินค่าแบบรวม (Likert Scale)

โดยส่วนนี้ เป็นคำถามแบบประเมินค่าหรือมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับ และในการการสร้างและพัฒนาเครื่องมือ สำหรับการวิจัยนี้ มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่า IOC

ขั้นตอนที่ 2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (try-out) จำนวน 30 ชุด เพื่อคำนวณหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ และหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL) โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อคำนวณสถิติและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ทางสถิติ

ผลการวิจัย

ประกอบด้วยปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาสรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน แสดงได้ดังตารางที่ 1

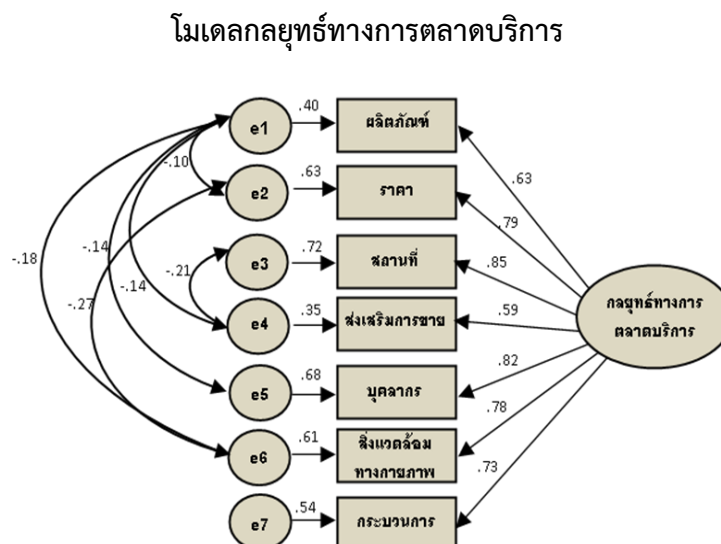
ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบ
พำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

[illegible]

** p < .01 หรือ * p < .05

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ทำการศึกษาในแบบจำลอง พบว่า คู่ของตัวแปรสังเกตที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .721 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่ศึกษานั้นไม่มีคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันมากจนเกินไป สอดคล้องกับ Kline (2005) ได้กล่าวถึงว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่มีค่าสูงกว่า 0.85 จะเกิดปัญหาการรวมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) แต่ตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตไม่เกิน 0.85 กล่าวได้ว่าไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจที่ฟักอาศัยแบบ
พำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

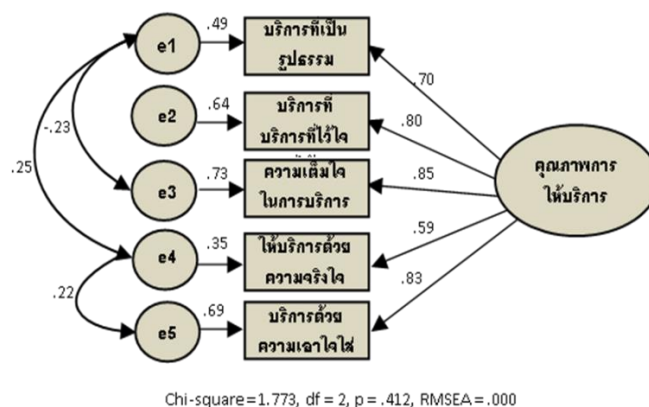


Chi-square=4.482, df = 8, p = .811, RMSEA=.000

ภาพที่1 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ พบว่าโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 4.482 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 8, P-value เท่ากับ .811 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .994 โดยเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสถานที่ มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด คือ 0.85 รองลงมา คือ บุคลากร ราคา สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการขาย มีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.82, 0.79, 0.78, 0.73, 0.63 และ 0.59

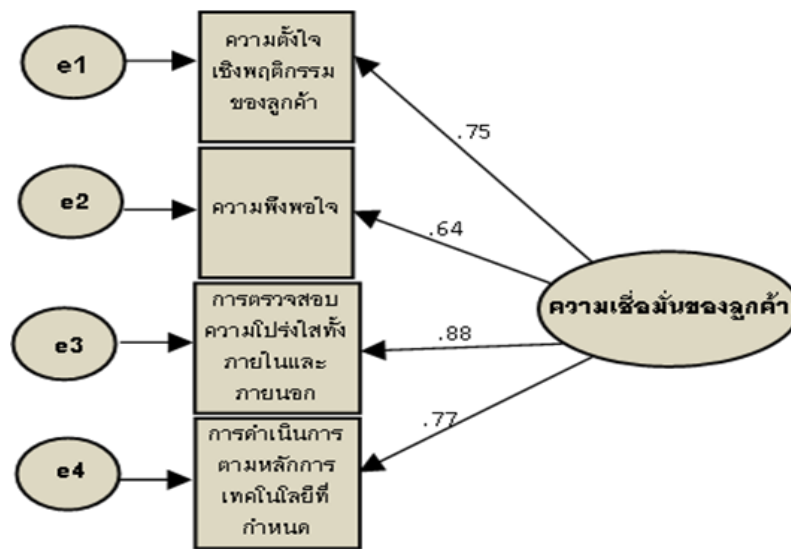
โมเดลคุณภาพการให้บริการ



ภาพที่2 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงคุณภาพการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงคุณภาพการให้บริการ พบว่าโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 1.773 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 2, P-value เท่ากับ .412 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .997 โดยเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรความเต็มใจในการบริการ มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด คือ 0.85 รองลงมา คือ บริการด้วยความเอาใจใส่ บริการที่ไว้ใจได้ บริการที่เป็นรูปธรรม และให้บริการด้วยความจริงใจ มีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.83, 0.80, 0.70, และ 0.59

โมเดลการความเชื่อมั่นของลูกค้า

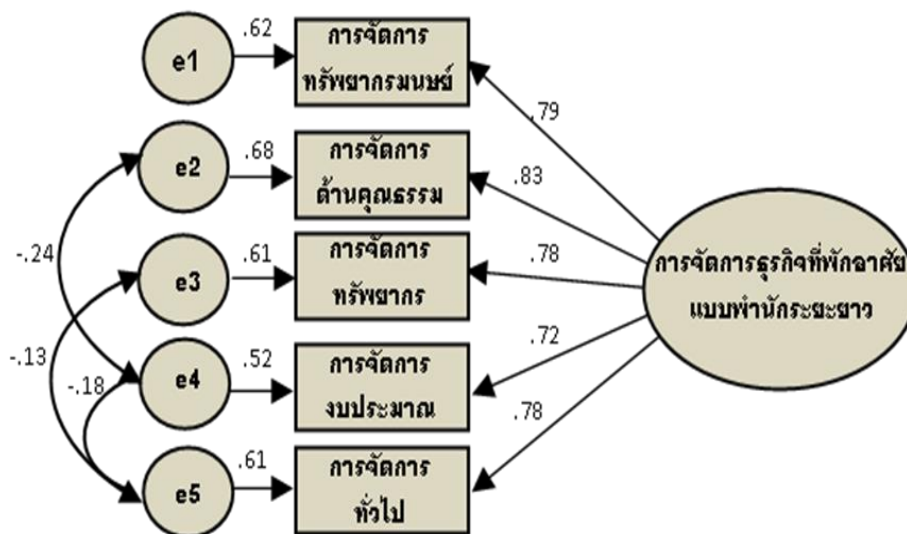


Chi-square=1.911, df = 2, p = .385, RMSEA = .000

ภาพที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงความเชื่อมั่นของลูกค้า

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงความเชื่อมั่นของลูกค้า พบว่าโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 1.911 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 2, P-value เท่ากับ .385 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .996 โดยเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรการตรวจสอบความโปร่งใสทั้งภายในและภายนอก มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด คือ 0.88 รองลงมา คือ การดำเนินการตามหลักการเทคโนโลยีที่กำหนด ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า และความพึงพอใจ มีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.77, 0.75 และ 0.64

โมเดลการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาว



Chi-square=2.653, df = 2, p = .265, RMSEA = .040

ภาพที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาว

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาว พบว่าโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 2.653 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 2, P-value เท่ากับ .265 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .995 โดยเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรการจัดการด้านคุณธรรม มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด คือ 0.83 รองลงมา คือ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการทรัพยากร การจัดการทั่วไป และการจัดการงบประมาณ มีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.79, 0.78, 0.78, และ 0.72

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect)

จากแบบจำลองสมการ

(n = 364)

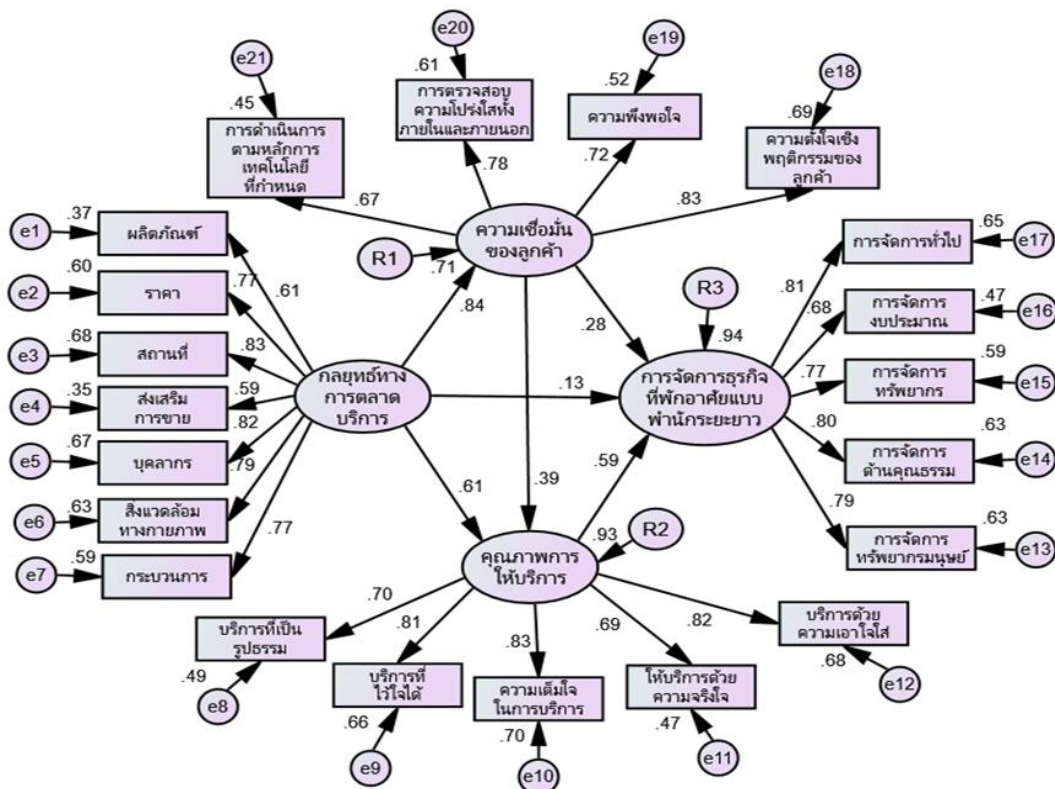
ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม										
	ความเชื่อมั่นของลูกค้า			คุณภาพการให้บริการ			การจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว				
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE			TE
					ความ เชื่อมั่นของ ลูกค้า			ความ เชื่อมั่นของ ลูกค้า	คุณภาพ การ ให้บริการ	ความเชื่อมั่นของลูกค้า --> คุณภาพการ ให้บริการ	
กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ	0.840*		0.840*	0.608*	0.331*	0.939*	0.126	0.236*	0.360*	0.193*	0.915*
คุณภาพการให้บริการ							0.587*				0.587*
ความเชื่อมั่นของลูกค้า				0.394*		0.394*	0.283		0.232*		0.514*

$\chi^2 = 152.376$, df = 142, P-value = .261, $\chi^2/df = 1.073$, RMSEA = .019, RMR = .013, CFI = .997, GFI = .997, AGFI = .894

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

องค์ความรู้ใหม่

สำหรับโมเดลการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยแบบพำนักระยะยาว สำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน หลังดำเนินการปรับแก้แบบจำลอง (Modification Model) พบว่า ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (SEM) พบว่า ค่าไค-สแควร์ (Chi-square) แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($\chi^2 = 152.376$; $df = 142$; $p = .261$; $CFI = .997$; $GFI = .935$; $AGFI = .894$; $RMSEA = .019$; $Chi-square / DF = 1.073$) แสดงว่าแบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือมีความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานที่สอดคล้องกับค่าสถิติ โดยพิจารณาจากดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness Fit Index : GFI) มีค่าเท่ากับ .935 และดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) มีค่าเท่ากับ .894 ซึ่งค่า GFI และ AGFI มีค่ามากกว่าและใกล้เคียง .90 โดยทั้งสองค่านี้ ยิ่งมีค่าใกล้ 1 แสดงว่าแบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สำหรับดัชนีบอกค่าความคลาดเคลื่อนของโมเดล คือ ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) มีค่าเท่ากับ .019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .08 แสดงว่าโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ค่อนข้างดี เมื่อพิจารณาค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square) ซึ่งเป็นอัตราส่วนของค่าไค-สแควร์ต่อค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Chi-Square / df) พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.073 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 5 จากค่าดัชนีความกลมกลืนดังกล่าว จึงสรุปได้ว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างที่ดำเนินการปรับแก้ (Adjust Model) มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และการประมาณค่าพารามิเตอร์ในแบบจำลองดังกล่าวจึงเป็นที่ยอมรับได้ ผลการวิเคราะห์ดังภาพที่ 5



Chi-square = 152.376, df = 142, p = .261, RMSEA = .019



ภาพที่ 5 โมเดลการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน

อภิปรายผลการวิจัย

พบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาว สำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ที่ดำเนินการปรับแก้ (Adjust Model) มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งพิจารณาจากดัชนีความกลมกลืน (Fit Index) ดังนี้ $\chi^2 = 152.376$, $df = 142$, $P\text{-value} = .261$, $\chi^2/df = 1.073$, $RMSEA = .019$, $RMR = .013$, $CFI = .997$, $GFI = .997$, $AGFI = .894$ โดยพบการประมาณค่าในแบบจำลองสมการโครงสร้าง ดังนี้

1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .840 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, P., & Armstrong, G. (2014) Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010) Lovelock C. and Wirtz, J. (2013) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Uruya Sukwiboon, (2016)

2) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการส่งผลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .608 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และส่งผลทางอ้อมต่อคุณภาพการให้บริการ ผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .331 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, P., & Armstrong, G. (2014) Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010) Lovelock C. and Wirtz, J. (2013) Soliman H.S. (2011) Phiromyoo, M. (2011) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Zippsini Baray, (2012) และ Chaisompon Chaoprasert, (2016)

3) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ส่งผลทางตรงต่อการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาว ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.126 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และส่งผลทางอ้อมต่อการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาว ผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .236 ผ่านคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.360 และผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้าที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.193 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kotler, P., & Armstrong, G. (2014) Lovelock C. and Wirtz, J. (2013) Soliman H.S. (2011) Phiromyoo, M. (2011) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Chaisompon Chaoprasert, (2016) และ Zippsini Baray, (2012)

4) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ส่งผลทางตรงต่อการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาว ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .587 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีของ Schmenner, R. W. (1995) Zineldin, M. (1996) Zeithaml, V. A., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996) McColl – Kennedy, Janet R. (2005) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Warach Madhyamapurush, (2009)

5) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของลูกค้า ส่งผลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .394 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีของ Kim et al.



(2012) Kanuk, L.L. (2010) Boylu, A. A. & Tasci. (2010) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Warach Madhyamapurush, (2009)

6) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของลูกค้าส่งผลทางตรงต่อการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาวที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .283 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ส่งผลทางอ้อมต่อการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาว ผ่านคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .232 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีของ Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009) Prayag, G. (2009) Kim et al. (2012) Kanuk, L.L. (2010) Boylu, A. A. & Tasci. (2010) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Wararat Matthayaburud (2009)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เพื่อพัฒนาควรนำผลการวิจัยที่ได้คือปัจจัยคุณภาพการให้บริการไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน เนื่องจากมีค่าอิทธิพลที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนมากที่สุด และควรมีการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนอื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกัน เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำในลักษณะของวิธีวิทยาการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งเป็นวิธีวิทยาการทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ที่กำลังเป็นที่นิยมและให้การยอมรับในแง่ของความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยในปัจจุบัน สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม และการบริหารจัดการธุรกิจในการแก้ปัญหาและเป็นแนวปฏิบัติที่ดีของสถานประกอบการในกลุ่มที่פקอาศัยแบบพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนในประเทศไทยเพียงระยะเวลาอันสั้นเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องให้มากขึ้น



References

- Bank for Export and Import of Thailand. (2014). *Business Research Department*. Retrieved April 10, 2019, from <http://www.sepo.go.th/document?category=126>.
- Baray., Z. (2012). *Marketing factors affecting the selection of spa services in Thailand of Chinese tourists A case study of Phuket*. Thesis Master of Arts (Business Administration). Phuket Rajabhat University
- Boylu, A. A. & Tasci. (2010). The examination of the factor affecting the feeling of loneliness of the elderly. *Procedia Social and behavioral Sciences*, 9, 2083-2089.
- Chaoprasert., C. (2016). *Service marketing*. (1st ed.). Bangkok: SE-EDUCATION.
- Chiang Mai Provincial Office. (2017). Retrieved May 1, 2019, from <http://www.mol.go.th/molcover/coverpage.php?id=1&main=http%3A//chiangmai.mol.go.th/>
- Department of Tourism. (2017). *Statistics of foreign tourists visiting Thailand in 2017*. Retrieved 2 April 2019, from <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25516>.
- Department of Tourism. (2017). *Statistics of foreign tourists visiting Thailand During May 2016*. Retrieved 5 May 2018, from <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25516>.
- Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior*, Pearson. Retrieved January 6, 2010, from <http://suwannarit.blogspot.com/2007/11/blog-post.html>.
- Kim, C.et. al. (2012). Factors influencing Internet Shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(4), 374-387.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (2nd ed.). New York: Guilford.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of marketing*. (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Lovelock C. and Wirtz, j. (2013). *Principles of Service Marketing: People, Technology, Strategy*. (7th ed.) The United States of America: Pearson education.
- Matthayaburud., W. (2009). *Tourism management model for Japanese tourists with long stay in Chiang Mai province*. Chiang Mai: Mae Jo University Chiang Mai Provincial Office. (2017). Retrieved 5 May 2018 from, <http://www.mol.go.th/molcover/coverpage.php?id=1&main=http%3A//chiangmai.mol.go.th/>
- McColl – Kennedy, Janet R. (2005). *Services marketing: a managerial approach*, Milton: John Wiley & Sons.
- Phiromyoo, M. (2011). *Opportunities and Difficulties of Long-stay accommodation in Thailand*. Thesis Master of Science. Royal Institute of Technology.



- Prasartkun., P. (2013). *Elderly situation and the impact of entering the ASEAN Community*. Retrieved November 13, 2018, from Document for the seminar presentation at the Miracle Grand Con Hotel Convention.
- Prayag, G. (2009). Tourist's evaluation of destination image, satisfaction and future behavioral Intentions-The case of Mauritius. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(8), 836-853.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior, Pearson*. Retrieved January 6, 2010, from <http://suwannarit.blogspot.com/2007/11/blog-post.html>
- Schmenner, R. W. (1995). Escaping the black holes of cost accounting. *Business Horizons*, 31(1), 66 - 72.
- Soliman, H.S. (2011). Customer relationship management and its relationship to the marketing performance. *International Journal of Business and Social Science*, 2(10), 156-166.
- Sukwibun., U. (2016). *The study of factors affecting the decision to rent an apartment Consumer apartment in the district Bangkok*. Thesis Master of Arts (Business Administration). Business Administration Program in Management Science Sukhothai Thammathirat Open University.
- Yamane., T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). New York: Harper & Row, Publishers, Inc., 1973.
- Zeithaml, V. A., Berry, L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (5th ed.). Boston: McGraw Hill.
- Zineldin, M. (1996). Bank Strategy and Some Determinants of Bank Selection. *International Journal of Bank Marketing*, 14 (6), 12-22.