

การพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว

สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน*

The Development of a Long-Stay Accommodation Business Management Model for Elderly Travelers in the Upper North

¹รภัศรา รวงอ่อนนาม และ กิตติพงษ์ กิตติยันตการ

¹Rapassa Rong-onnam and Kittipong Kittiyantakarn

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนวัตกรรมบูรณาการ

¹Faculty of Business Administration, North Bangkok University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: Rapassa.ro@northbkk.ac.th



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวังของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัย 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัย 3) เพื่อพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจและผู้สูงอายุที่เดินทางมาพักอาศัยระยะยาวในภาคเหนือตอนบน จำนวนทั้งหมด 39 แห่ง การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้แบบการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือแบบเจาะลึกกับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจที่พักอาศัยจำนวน 5 คน การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จำนวน 420 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน และสภาพการคาดหวังของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่า สภาพปัจจุบันและสภาพการคาดหวังส่วนใหญ่มีผลกับปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน 2) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 และ 3) ผลการนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้

คำสำคัญ: การบริหารจัดการธุรกิจ; ที่พักอาศัยระยะยาว; นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

*Received June 24, 2021; Revised September 7, 2021; Accepted September 28, 2021

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to study the current situation and expectation of accommodation business management; 2) to analyze the factors for developing an accommodation business management model; and 3) to develop a long-stay accommodation business management model for elderly travelers in the upper north. The study applied a mixed-method research. The population used in the research included entrepreneurs or business operators and the elderly who used the long-stay accommodation in the upper north, in a total of 39 persons. The qualitative data collection employed an interview form with the entrepreneurs or accommodation business operators, in a total of 5 persons. The quantitative data collection was a questionnaire. The statistics used were average, standard deviation (S.D.), the confirmatory factor analysis, and the structural equation model (SEM).

From the study, the following results are found: 1) From studying the current situation and expectation of a long-stay accommodation business management for elderly travelers in the upper north, it is found that the current situation and the expectation have an effect on the factors of a long-stay accommodation business management for the elderly travelers in the upper north; 2) The factors for developing an accommodation business management model for the elderly travelers in the upper north have an effect on a long-stay accommodation business management with a statistical significance at 0.05 and 0.01 levels; and 3) The presentation of a long-stay accommodation business management model for elderly travelers in the upper north is found to acceptable in terms of consistency with empirical data.

Keywords: Business Management; Long-Stay Accommodation; Elderly Travelers

บทนำ

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวและเติบโตอย่างรวดเร็วในธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วโลก (AGE Platform Europe, n.d.) อีกทั้งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ซึ่งมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต ผู้สูงอายุปัจจุบันเป็นกลุ่มคนที่เกษียณอายุและมีสุขภาพดี มีอายุยืน (Mungall, and Gherissi, 2009) กลุ่มนี้เป็นคนที่มีเวลาท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวในวัยอื่นๆ ไม่มีภาระด้านการงาน และการดูแลครอบครัว จึงมีความพร้อมทางการเงิน (Mungall, and Gherissi, 2009) ที่สะสมมาจากการทำงาน หรือการได้รับสวัสดิการจากรัฐ นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการการพักผ่อน และหาความสุขจากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ๆ หรืออาจเป็นสถานที่เดิมที่เคยได้รับความ

ประทับใจมาก่อน และยังคงต้องการเดินทางไปอีก หากมีความพร้อมทั้งการเงิน เวลา และเพื่อนร่วมเดินทาง สังคมในปัจจุบันเป็นสังคมผู้สูงอายุเนื่องจากจำนวนประชากรในหลายประเทศมีผู้สูงอายุมากขึ้น ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในเอเชียที่มีจำนวนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รองจากประเทศญี่ปุ่น ฮองกง และ สิงคโปร์ ประเทศไทยมีผู้สูงอายุ 9.5 ล้านคน เป็นผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดี 8.55 ล้านคน และ 3.85 ล้านคนยังคงทำงาน (Kasikornbank, 2018) ประเทศไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปี 2565 (Kasikornbank, 2019) กลุ่มผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นนี้จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุภายในประเทศที่จะสามารถ สร้างรายได้ให้กับ ประเทศไทยได้ตลอดทั้งปี

ธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว (Long Stay) ในปัจจุบันประชากรของโลกมีช่วงอายุการทำงานที่ลดลง มีการเกษียณอายุการทำงานเร็วกว่าในอดีต ทำให้สามารถใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น อีกทั้ง การต่ออายุมาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่า และมาตรการปรับลดค่าธรรมเนียมวีซ่าที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง น่าจะเป็นโอกาสของธุรกิจโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวรายกลางและเล็ก ที่พึงพิง การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวจังหวัดเมืองรอง และ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างจังหวัด ยังเป็นโอกาสของธุรกิจโรงแรมรายกลางและเล็กในจังหวัดเมืองรอง ในการให้บริการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากขึ้น อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรองส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคย สะท้อนถึงโอกาสที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัด เช่นภาคเหนือตอนบน ที่พักอาศัยระยะยาว (Long Stay) มีบทบาททางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ มีจุดขายทั้งด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเป็นแหล่งวัฒนธรรมล้านนาที่โดดเด่น เป็นประตูการค้าชายแดนเชื่อมโยงเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวกับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง และเอเชียใต้โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลาง สถานการณ์ของการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน จึงเป็นสาเหตุที่มีผู้สูงอายุมาท่องเที่ยวระยะยาว (Department of Tourism, 2019)

ดังนั้นบทความวิจัยนี้จึงนำเสนอการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วยจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดแพร่ จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน รวมทั้งผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และนักวิชาการ (Chiang Mai Provincial Office, 2019) เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอุณหภูมิอบอุ่นตลอดปี และมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม พร้อมทั้งมีชนบทธรรมนิยม ประเพณี เหมาะสมกับการดำรงชีวิต นอกจากนี้ยังเป็นการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุให้ได้รับการบริการที่เหมาะสมกับความต้องการเชิงลึกจนเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเป็นประโยชน์ ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการประกอบธุรกิจบริการที่พักแรม บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหารและเครื่องดื่มให้รองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ และสามารถสร้างผลกำไรและการจ้างงานท้องถิ่น ซึ่งเกิดจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุในการกลับมาใช้บริการซ้ำ จนเกิดเป็นโมเดลการให้บริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวสูงอายุได้รับการบริการอย่างราบรื่น ปลอดภัย ตลอดระยะเวลาของการพักผ่อน



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวังของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี

ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวังของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ทำการศึกษาบริบท สภาพปัญหา แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนาม

1. การปรับปรุงตามข้อเสนอแนะในการดำเนินการศึกษาวิจัย ในด้านความถูกต้อง ความเหมาะสม ความเป็นประโยชน์ และความเป็นไปได้ โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ และนำผลของการสัมภาษณ์มาสรุปเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ต่อไป

2. การประเมินและยืนยันโดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง ความตรงตามเนื้อหา และความเหมาะสมของข้อคำถามรายข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เมื่อได้ผลการตรวจสอบรายข้อแล้วนำไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ โดยเกณฑ์การประเมิน IOC เป็นค่าตัวเลขมีค่าระหว่าง 0.5 – 1.00 แสดงว่า เป็นข้อคำถามที่ดี และผู้วิจัยนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ ส่วนค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยต้องนำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุงใหม่ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินค่า IOC จำนวน 5 ท่าน

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยนี้มีดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจและนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางมาพักอาศัยระยะยาวในภาคเหนือตอนบน จำนวน 5 คน ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์เจาะลึก ข้อมูลที่ได้ภายหลังจากการสัมภาษณ์จะนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ในประเด็นที่เกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษาและสมมติฐานการวิจัย และการคัดสรรถ้อยคำ เพื่อนำเสนอถึงประเด็นถ้อยคำสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลได้ถ่ายทอดมายังผู้วิจัย และนำมาสรุปผลเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไป



2. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจและนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุที่เดินทางมาพักอาศัยระยะยาวในภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดแพร่ จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง และจังหวัดลำพูน จำนวนทั้งหมด 39 แห่ง โดยมีจำนวนประชากร 4,000 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงความเหมาะสมในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่ง (Hair, Black, Babin, and Anderson, 2010) จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ 420 คน โดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบประเมิน และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยันสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

การสร้างเครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยนี้มี ดังนี้

1. เครื่องมือและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) โดยออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์แบบผสม (Semi-Structure Questionnaire) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามสัมภาษณ์ไปทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของประเด็นคำถาม รวมทั้งเนื้อหาที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วมาแก้ไขปรับปรุง ซึ่งได้ออกแบบข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ และมีพื้นฐานมาจากการศึกษา และทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดจะนำผลของการสัมภาษณ์มาสรุปเพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิเคราะห์ต่อไป

2. เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสร้างเครื่องมือตามกรอบแนวคิด และผลจากการสัมภาษณ์ และนำเสนอเครื่องมือต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งโดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้อง ความตรงตามเนื้อหา และความเหมาะสมของข้อคำถามรายข้อ กับนิยามเชิงปฏิบัติการ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) เมื่อได้ผลการตรวจสอบรายข้อแล้วนำไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ โดยเกณฑ์การประเมิน IOC เครื่องมือดำเนินการวิจัย สำหรับแบบเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถาม แบบ 3 ตอน ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วย สถานภาพของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจและนักท่องเที่ยวยุคสูงอายุที่เดินทางมาพักอาศัยระยะยาว ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็น แบบลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบบ 5 ระดับมีการกำหนดระดับคะแนน (Scoring) 1 – 5 คะแนนสูงสุด (5) หมายถึงมีค่าระดับความคิดเห็นหรือความพึงพอใจมากที่สุด ส่วนคะแนนต่ำสุด (1) หมายถึงมีค่าระดับความคิดเห็นหรือความพึงพอใจน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างใช้จำนวน 420 คน

ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวในภาคเหนือตอนบน จำนวน

5 คน กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มแบบแบบเจาะลึก จำนวน 5 คน ในภาคเหนือตอนบน ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดแพร่ จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง และจังหวัดลำพูน ในประเด็นกรอบตัวแปรอิสระ ตัวแปรสื่อกลาง และตัวแปรตาม โดยอาศัยแนวทางจากกรอบนิยามตัวแปรสังเกตได้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาสังเคราะห์เป็นข้อคำถามให้ตรงตามกรอบเนื้อหา และนำไปสร้างเป็นเครื่องมือเพื่อหาคุณภาพเชิงปริมาณต่อไป

2. การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุที่เดินทางมาพักอาศัยระยะยาวในภาคเหนือตอนบนซึ่งการแจกแบบสอบถามเป็นไปตามขั้นตอนเพื่อติดต่อสถานประกอบการที่พักอาศัยระยะยาว โดยขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามใน สถานประกอบการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 ฉบับ และการตอบกลับโดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง และผู้ช่วยเหลือ แล้วนำแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบ แยกฉบับสมบูรณ์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ดำเนินการ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยวิธีถอดความจากบทสัมภาษณ์ นำมาประมวลและสังเคราะห์เพื่อจัดหมวดหมู่ให้ชัดเจนในการตีความ สรุปและนำเสนอ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยดำเนินการดังนี้

2.1 สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเบื้องต้นในเรื่องการจัดกลุ่มข้อมูลด้านผู้ประกอบการ / พนักงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2.2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ ปัจจัย และตัวแปรต่างๆ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) เพื่อคำนวณสถิติและวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ทางสถิติ ซึ่งสามารถตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และสามารถตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่สร้างขึ้นกับข้อมูลจริง

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการศึกษาวิจัย และการนำเสนอผลการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยแบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน แสดงได้ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจที่פקอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

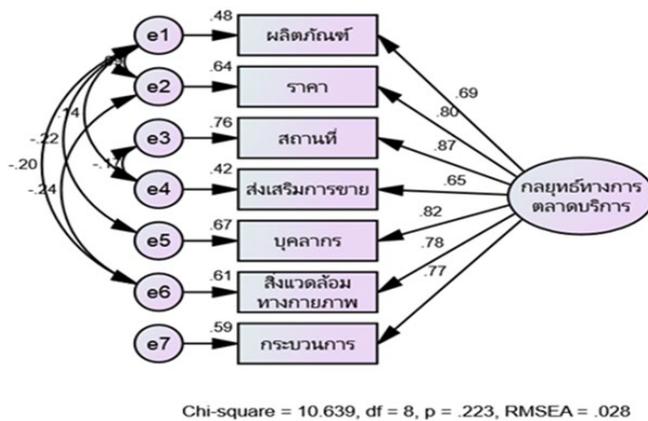
ตัวแปร	ผลิตภัณฑ์	ราคา	สถานที่	ส่งเสริมการขาย	บุคลากร	สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	กระบวนการ	บริการที่เป็นรูปธรรม	บริการที่ไว้ใจได้	ความเต็มใจในการบริการ	ให้บริการด้วยความจริงใจ	บริการด้วยความเอาใจใส่	การจัดการทรัพยากรมนุษย์	การจัดการด้านคุณธรรม	การจัดการทรัพยากร	การจัดการงบประมาณ	การจัดการทั่วไป	ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า	ความพึงพอใจ	การตรวจสอบความโปร่งใสทั้งภายในและภายนอก	การดำเนินการตามหลักการเทคโนโลยีที่กำหนด
ผลิตภัณฑ์	1																				
ราคา	.602*	1																			
สถานที่	.608*	.705*	1																		
ส่งเสริมการขาย	.528*	.540*	.502*	1																	
บุคลากร	.476*	.642*	.708*	.550*	1																
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	.441*	.538*	.688*	.454*	.650*	1															
กระบวนการ	.512*	.608*	.653*	.511*	.641*	.618*	1														
บริการที่เป็นรูปธรรม	.527*	.592*	.559*	.523*	.588*	.534*	.618*	1													
บริการที่ไว้ใจได้	.467*	.616*	.635*	.515*	.670*	.648*	.630*	.600*	1												
ความเต็มใจในการบริการ	.395*	.591*	.656*	.517*	.644*	.708*	.655*	.546*	.686*	1											
ให้บริการด้วยความจริงใจ	.458*	.488*	.459*	.445*	.498*	.479*	.576*	.580*	.532*	.517*	1										
บริการด้วยความเอาใจใส่	.427*	.605*	.628*	.464*	.606*	.643*	.634*	.588*	.661*	.725*	.602*	1									
การจัดการทรัพยากรมนุษย์	.454*	.590*	.618*	.478*	.554*	.584*	.674*	.555*	.624*	.624*	.610*	.658*	1								
การจัดการด้านคุณธรรม	.417*	.576*	.571*	.449*	.569*	.569*	.622*	.565*	.669*	.656*	.609*	.658*	.669*	1							
การจัดการทรัพยากร	.431*	.625*	.633*	.453*	.598*	.612*	.599*	.474*	.638*	.635*	.557*	.633*	.622*	.688*	1						
การจัดการงบประมาณ	.445*	.498*	.524*	.538*	.528*	.482*	.600*	.512*	.559*	.544*	.571*	.601*	.623*	.543*	.596*	1					
การจัดการทั่วไป	.460*	.590*	.624*	.477*	.556*	.601*	.606*	.492*	.627*	.658*	.560*	.657*	.637*	.632*	.611*	.670*	1				
ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า	.334*	.561*	.604*	.379*	.578*	.587*	.590*	.421*	.641*	.658*	.541*	.642*	.617*	.628*	.688*	.558*	.728*	1			
ความพึงพอใจ	.477*	.518*	.491*	.489*	.466*	.422*	.567*	.571*	.500*	.555*	.551*	.588*	.572*	.558*	.414*	.522*	.575*	.522*	1		
การตรวจสอบความโปร่งใสทั้งภายในและภายนอก	.407*	.546*	.593*	.424*	.516*	.535*	.571*	.464*	.609*	.619*	.518*	.601*	.559*	.530*	.649*	.552*	.630*	.665*	.585*	1	
การดำเนินการตามหลักการเทคโนโลยีที่กำหนด	.246*	.415*	.535*	.336*	.480*	.516*	.507*	.380*	.480*	.564*	.448*	.507*	.539*	.432*	.496*	.454*	.561*	.610*	.494*	.699*	1

*P ≤ 0.05 หรือ ** P ≤ 0.01

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ทำการศึกษาในแบบจำลอง พบว่า คู่ของตัวแปรสังเกตที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ .728 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่ทำการวิจัยนั้นไม่มีคู่ใดที่มีความสัมพันธ์กันมากเกินไป สอดคล้องกับ Kline (2005) ได้กล่าวถึงว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่มีค่าสูงกว่า 0.85 จะเกิดปัญหาการร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) แต่ตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตไม่เกิน 0.85 กล่าวได้ว่าไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

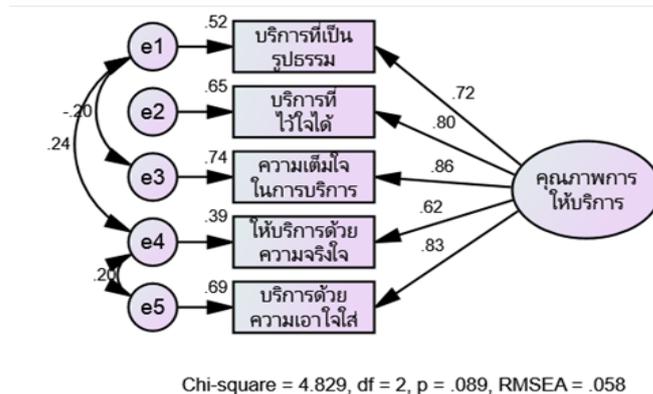
โมเดลปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ



ภาพที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (n = 420)

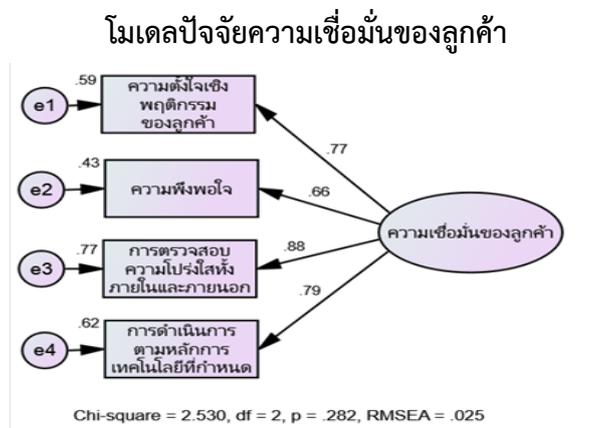
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ พบว่าโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 10.639 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 8, p-value เท่ากับ .233 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .993 โดยเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) พบว่า ตัวแปรสถานที่ มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด คือ 0.87 รองลงมา คือ บุคลากร ราคา สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการขาย มีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.82, 0.80, 0.78, 0.77, 0.69 และ 0.65 ตามลำดับ

โมเดลปัจจัยคุณภาพการให้บริการ



ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงคุณภาพการให้บริการ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (n = 420)

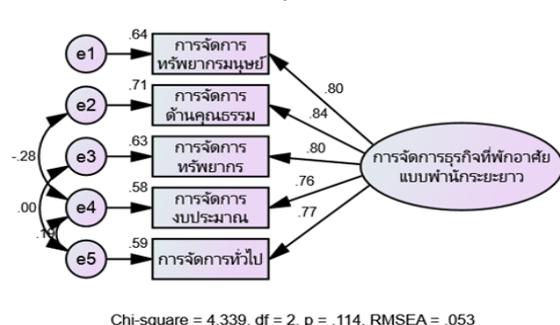
ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงคุณภาพการให้บริการ พบว่าโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 4.829 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 2, P-value เท่ากับ .089 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .995 โดยเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) พบว่า ตัวแปรความเต็มใจในการบริการ มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด คือ 0.86 รองลงมา คือ บริการด้วยความเอาใจใส่ บริการที่ไว้วางใจได้ บริการที่เป็นรูปธรรม และให้บริการด้วยความจริงใจ มีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.83, 0.80, 0.72, และ 0.62 ตามลำดับ



ภาพที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงความเชื่อมั่นของลูกค้า ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (n = 420)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงความเชื่อมั่นของลูกค้า พบว่าโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 2.530 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 2, P-value เท่ากับ .282 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .997 โดยเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) พบว่า ตัวแปรการตรวจสอบความโปร่งใสทั้งภายในและภายนอก มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด คือ 0.88 รองลงมา คือ การดำเนินการตามหลักการเทคโนโลยีที่กำหนด ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า และความพึงพอใจ มีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.79, 0.77 และ 0.66 ตามลำดับ

โมเดลปัจจัยการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว





ภาพที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (n = 420)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝงจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว พบว่าโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าไค-สแควร์ เท่ากับ 4.339 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 2, P-value เท่ากับ .114 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ .996 โดยเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor loading) พบว่า ตัวแปรการจัดการด้านคุณธรรม มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด คือ 0.84 รองลงมา คือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการทรัพยากร การจัดการทั่วไป และการจัดการงบประมาณ มีค่าน้ำหนักปัจจัยเท่ากับ 0.80, 0.80, 0.77 และ 0.76 ตามลำดับ

2. การนำเสนอการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลโดยรวม (Total Effect) จากแบบจำลองสมการ (n = 420)

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม										
	ความเชื่อมั่นของลูกค้า			คุณภาพการให้บริการ			การจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว				
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE		TE	
					ความเชื่อมั่นของลูกค้า			ความเชื่อมั่นของลูกค้า	คุณภาพการให้บริการ	ความเชื่อมั่นของลูกค้า --> คุณภาพการให้บริการ	
กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ	0.880*		0.880*	0.650*	0.308*	0.958*	0.195*	0.274*	0.319*	0.151*	0.939*
คุณภาพการให้บริการ							0.493*				0.493*
ความเชื่อมั่นของลูกค้า				0.350*		0.350*	0.308*		0.173*		0.481*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงภายใน 3 ตัวแปร ได้แก่ ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยความเชื่อมั่นของลูกค้า โดยมีรูปแบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับ โดยพบการประมาณค่าในแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว อธิบายได้ดังนี้ 1) กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .880 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ส่งผลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .650 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และส่งผลทางอ้อมต่อคุณภาพการให้บริการ ผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .308 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) กลยุทธ์ทาง

การตลาดบริการ ส่งผลทางอ้อมต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .274 ผ่านคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.319 และผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้าที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.151 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) คุณภาพการให้บริการ ส่งผลทางตรงต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .493 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) ความเชื่อมั่นของลูกค้า ส่งผลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .350 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 6) ความเชื่อมั่นของลูกค้าส่งผลทางตรงต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .308 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ส่งผลทางอ้อมต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ผ่านคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .173 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

การศึกษาวินิจฉัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวังของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันในการวางแผนการและการพัฒนาองค์กรให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในระหว่างการพัฒนาจะมีการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรเพื่อทำให้ทราบสภาพได้ตลอดเวลาที่สามารถเชื่อมต่อบริการไปทั่วทั้งองค์กรได้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบที่ต่อเนื่อง และสภาพความคาดหวังยังสามารถแยกเป็นรายย่อยได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยเป็นดังนี้

1) ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักสำคัญในการบ่งชี้ถึงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7 ตัวแปรสังเกตได้ คือ สถานที่ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ .824 รองลงมา คือ กระบวนการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .808 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .804 ราคา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .795 บุคลากร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .787 ส่งเสริมการขาย มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .626 และผลิตภัณฑ์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .602 ตามลำดับ

2) ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักสำคัญในการบ่งชี้ถึงคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ความเต็มใจในการบริการ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ .829 รองลงมา คือ บริการที่ไว้ใจได้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .822 บริการด้วยความเอาใจใส่ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .820 ให้บริการด้วยความจริงใจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .728 และบริการที่เป็นรูปธรรม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .714 ตามลำดับ



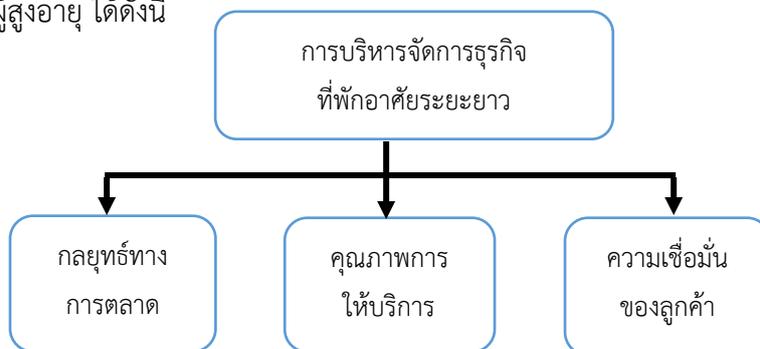
3) ปัจจัยความเชื่อมั่นของลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักสำคัญในการบ่งชี้ถึงความเชื่อมั่นของลูกค้า ประกอบด้วย 4 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด เท่ากับ .833 รองลงมา คือ การตรวจสอบความโปร่งใสของที่พักอาศัยระยะยาว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .782 ความพึงพอใจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .745 และการดำเนินการตามหลักการเทคโนโลยีที่กำหนด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .691 ตามลำดับ

4) ปัจจัยการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรสังเกตได้ที่มีน้ำหนักสำคัญในการบ่งชี้ถึงการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ประกอบด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ คือ การจัดการด้านคุณธรรม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด ซึ่งมีค่าเท่ากับ .820 รองลงมา คือ การจัดการทั่วไป มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .807 การจัดการทรัพยากร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ .805 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .798 และการจัดการงบประมาณ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ .719 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่า จากผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตามสมมติฐานข้อมูลเชิงประจักษ์หลังปรับโมเดลจนได้รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการตรวจสอบรูปแบบความสัมพันธ์ ที่ปรับแล้วมีค่าสถิติไค-สแควร์ เท่ากับ 127.621 และมีค่า p-Value 0.181 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาดัชนีการวัดต่าง ๆ คือ CFI มีค่าเท่ากับ 0.998, GFI มีค่าเท่ากับ 0.972, AGFI มีค่าเท่ากับ 0.944 RMR มีค่าเท่ากับ 0.003, RMSEA มีค่าเท่ากับ 0.017 ค่า CN มีค่าเท่ากับ 1728.019, Chi-Square/Df มีค่าเท่ากับ 1.119, HOELTER มีค่าเท่ากับ 460, NFI มีค่าเท่ากับ 0.982, RFI มีค่าเท่ากับ 0.967, IFI มีค่าเท่ากับ 0.998 และค่า TLI มีค่าเท่ากับ 0.996 ซึ่งพบว่าทุกค่าชี้วัดมีอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด

องค์ความรู้ใหม่

ผู้วิจัยได้สรุปผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง สรุปเป็นผังความคิดไปสู่รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้ดังนี้



ภาพที่ 4 ผังความคิดการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว



ผังความคิดการพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ทำให้ได้รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน เป็นการพัฒนารูปแบบใหม่ โดยการพัฒนารูปแบบนี้มีองค์ความรู้ใหม่ที่มีจุดเด่นแตกต่างจากรูปแบบเดิม และไม่เคยปรากฏในการศึกษาใดมาก่อน คือรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนี้ 1) กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย สถานที่ กระบวนการ สิ่งแวดล้อม ทางกายภาพ ราคา บุคลากร ส่งเสริมการขาย และผลิตภัณฑ์ 2) คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความเต็มใจในการบริการ บริการที่ไว้ใจได้ บริการด้วยความเอาใจใส่ ให้บริการด้วยความจริงใจ และบริการที่เป็นรูปธรรม 3) ความเชื่อมั่นของลูกค้า ประกอบด้วย ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า การตรวจสอบความโปร่งใสของที่พักอาศัยแบบระยะยาว ความพึงพอใจ และการดำเนินการตามหลักการเทคโนโลยีที่กำหนด เพื่อให้การบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ซึ่งประกอบด้วย การจัดการด้านคุณธรรม การจัดการทั่วไป การจัดการทรัพยากร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการงบประมาณ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของการมาพักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ได้อย่างมีประสิทธิภาพในการพัฒนา ก้าวหน้าต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์การพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน จากการสรุปผลการวิจัยมีประเด็นที่สำคัญในการอภิปรายผลดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า การศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวังของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่าสภาพปัจจุบันและสภาพการคาดหวังของการบริหารโดยรวมอยู่ในระดับดี ทั้งนี้เป็นเพราะการนำสภาพปัจจุบันและสภาพการคาดหวังของการบริหารจัดการนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิเคราะห์ทำให้ทราบว่ทั้ง 4 ด้านมีผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวทั้งสิ้น ได้แก่ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 1) สถานที่ 2) กระบวนการ 3) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 4) ราคา 5) บุคลากร 6) ส่งเสริมการขาย และ 7) ผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 1) ความเต็มใจในการบริการ 2) บริการที่ไว้ใจได้ 3) บริการด้วยความเอาใจใส่ 4) ให้บริการด้วยความจริงใจ และ 5) บริการที่เป็นรูปธรรม ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของลูกค้า ประกอบด้วย 1) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า 2) การตรวจสอบความโปร่งใสของที่พักอาศัยระยะยาว 3) ความพึงพอใจ และ 4) การดำเนินการตามหลักการเทคโนโลยีที่กำหนด และปัจจัยด้านการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ประกอบด้วย 1) การจัดการด้านคุณธรรม 2) การจัดการทั่วไป 3) การจัดการทรัพยากร 4) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และ 5) การจัดการงบประมาณ สอดคล้องกับผลงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีของ Lovelock, and Wirtz (2013); Kotler, and Armstrong (2014) เพราะทำให้ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีความสัมพันธ์ต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยพำนักระยะยาวโดยรวมอยู่ในระดับสูง

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่าการพัฒนารูปแบบการ

บริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ทั้งนี้เป็นเพราะ 1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการส่งผลทางตรงต่อความเชื่อมั่นของลูกค้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .840 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, and Armstrong (2014); Schiffman, and Kanuk (2010); Lovelock, and Wirtz (2013) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Sukwiboon (2016) กล่าวไว้ว่า กลยุทธ์ทางการตลาดบริการจะไม่ส่งผลทางตรงต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวแต่จะส่งผลทางอ้อมผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้า 2) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการส่งผลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .608 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และส่งผลทางอ้อมต่อคุณภาพการให้บริการ ผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .331 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยแนวคิดทฤษฎีของ Kotler, and Armstrong (2014); Schiffman, and Kanuk (2010); Lovelock, and Wirtz (2013); Soliman (2011); Phiromyoo (2011); Chaoprasert (2016) กล่าวว่าการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ การสร้างการยอมรับและสร้างความเชื่อมั่น ซึ่งส่งเสริมให้เป็นการสร้างธุรกิจที่ยาวนานอย่างยั่งยืน 3) ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ส่งผลทางอ้อมต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้า ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .236 ผ่านคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.360 และผ่านความเชื่อมั่นของลูกค้าที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ 0.193 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kotler, and Armstrong (2014); Lovelock, and Wirtz (2013); Soliman (2011); Phiromyoo (2011) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Chaoprasert (2016) ที่อธิบายว่า การตลาด มีความจำเป็นที่ทุกองค์กรจะต้องมีการดำเนินงาน การปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เพราะปัจจุบันการแข่งขันจะต้องให้ความสำคัญกับการตลาด 4) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ส่งผลทางตรงต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .587 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีของ Schmenner (1998); Zineldin (1996); Zeithaml, Berry, and Parasuraman (1996); McColl – Kennedy (2005) 5) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของลูกค้า ส่งผลทางตรงต่อคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .394 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีของ Kim et al. (2012); Kanuk (2010); Boylu, and Tasci (2010) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Matthayaburud (2009) กล่าวคือ ความเชื่อมั่นของลูกค้า เกิดจากการความตั้งใจและความเอาใจใส่ในการให้บริการ และ 6) ปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของลูกค้าส่งผลทางตรงต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .283 ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ส่งผลทางอ้อมต่อการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ผ่านคุณภาพการให้บริการ ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล เท่ากับ .232 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยและแนวคิดทฤษฎีของ Zeithaml, Bitner, and Gremler (2009); Prayag (2009); Kim et al. (2012) Kanuk (2010); Boylu, and Tasci (2010) และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Matthayaburud (2009) ในใจความที่ว่า ความเชื่อมั่นของลูกค้าได้จากคุณภาพการให้บริการซึ่งได้รับความสำคัญอย่างยิ่ง และเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานของการจัดการธุรกิจ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงสาเหตุของการจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ทั้งนี้เป็นเพราะมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งพิจารณาจากดัชนีความกลมกลืน (Fit Index) ดังนี้ $\chi^2 = 127.621$, $df = 114$, $p\text{-value} = .181$, $\chi^2/df = 1.119$, $RMSEA = .017$, $RMR = .009$, $CFI = .998$, $GFI = .972$, $AGFI = .944$

สรุป

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน นั้นคือ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ เพื่อประสิทธิผลของธุรกิจที่พักอาศัยแบบระยะยาว ผลลัพธ์ทางบวกของการทำงานเป็นผลสืบเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ส่งผลทางด้านสถานที่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการขาย และด้านผลิตภัณฑ์ รวมถึงปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการส่งผลทางด้านความเต็มใจในการบริการ ด้านบริการที่ไว้ใจได้ ด้านบริการด้วยความเอาใจใส่ ด้านให้บริการด้วยความจริงใจ และด้านบริการที่เป็นรูปธรรม อีกทั้งปัจจัยด้านความเชื่อมั่นของลูกค้าส่งผลทางด้านความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า ด้านการตรวจสอบความโปร่งใสของที่พักอาศัยระยะยาว ด้านความพึงพอใจ และด้านการดำเนินการตามหลักการเทคโนโลยีที่กำหนด เพื่อเพิ่มโอกาสในการบรรลุวัตถุประสงค์ ตามเป้าหมายในการสร้างการได้เปรียบในการแข่งขัน พร้อมทั้งการจัดลำดับความสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ รวมทั้งพัฒนาก้าวหน้าต่อไปได้อย่างยั่งยืนยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพความคาดหวังของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่าทั้ง 4 ด้านมีผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งสิ้น ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อมั่นของลูกค้า และด้านการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว ตามลำดับ ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการ ดังนี้เพื่อกำหนดมาตรการ แนวทางการกำหนดนโยบายและวางแผนพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.2 ผลจากการวิจัยการวิเคราะห์ปัจจัยในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่าทั้งปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และปัจจัยความเชื่อมั่นของลูกค้า ส่งผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว



สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการ ดังนี้ สามารถนำผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยไปใช้เพิ่มโอกาสในการบรรลุวัตถุประสงค์ ตามเป้าหมายในการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน พร้อมทั้งจัดลำดับความสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ รวมทั้งพัฒนาก้าวหน้าต่อไปได้อย่างยั่งยืนยิ่งขึ้น

1.3 ผลจากการวิจัยการนำเสนอการพัฒนาแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน พบว่าการพัฒนาแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ส่งผลต่อการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวในการจัดลำดับความสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนของธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรนำไปใช้ดำเนินการ ดังนี้สามารถนำการพัฒนาแบบการบริหารจัดการธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวไปใช้ในการดำเนินการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ใช้เป็นแนวทางนโยบายในการพัฒนาพักอาศัยระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน ซึ่งเป็นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจในท้องถิ่น และกระตุ้นการพัฒนาแรงงานสำหรับคนไทย และการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศไทย สร้างอาชีพแก่คนในชุมชน เกิดรายได้ในชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยในครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

2.1. ควรทำการวิจัยถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมาใช้บริการต่อธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาว โดยการวิจัยในปัจจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค หรือผู้บริโภคในเขตภาคอื่นๆ เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถศึกษาความคิดเห็นโดยทำการเปรียบเทียบกับที่พักอาศัยแบบต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลและทราบถึงข้อดีข้อเสียของที่พักอาศัยแบบต่างๆ อีกทั้งยังทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคที่แท้จริง

2.2 ควรทำการวิจัยด้านการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเป็นทางการ เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวมีรูปแบบที่ชัดเจนและได้รับการส่งเสริมอย่างถูกต้องจากภาครัฐ ทั้งในด้านกฎหมาย การควบคุมคุณภาพ การบริการ และด้านอื่น ๆ ที่ช่วยให้ธุรกิจที่พักอาศัยระยะยาวสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

References

- AGE Platform Europe. (n.d.). *Global certification scheme senior-friendly hotels friendly*. Retrieved January 25, 2021, from <https://age-platform.eu/good-practice/globalcertification-scheme-senior-friendly-hotels-friendly>.
- 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*. Bangkok: SE-EDUCATION.



- Chiang Mai Provincial Office. (2019). *Report on the results of foreigners living in Chiang Mai*. Retrieved May 5, 2021, from [http://www.mol.go.th/molcover/coverpage.php?id=1 & main=http%3A//chiangmai.mol.go.th/](http://www.mol.go.th/molcover/coverpage.php?id=1&main=http%3A//chiangmai.mol.go.th/)
- Department of Tourism. (2019). *Statistics of foreign tourists visiting Thailand in 2017*. Retrieved April 2, 2021, from <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25516>
- Department of Tourism. (2019). *Statistics of foreign tourists visiting Thailand During May 2016*. Retrieved May 5, 2021, from <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25516>
- Hair, J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. (7th ed.). Upper saddle River, New Jersey: Pearson Education International.
- Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior*, Pearson. Retrieved January 6, 2021, from <http://suwanarit.blogspot.com/2007/11/blog-post.html>
- Kasikornbank. (2018). *Thailand's Elderly Care Business*. Retrieved January 25, 2021, from https://www.kasikornbank.com/internationalbusiness/en/Thailand/IndustryBusiness/Pages/201812_Thailand_Elderly_Care_Business.aspx.
- Kasikornbank. (2019). *2022 Thailand is tune to Aged society it's a business opportunity for goods and services for the elderly*. Retrieved January 25, 2021, from <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/FB-older-22-11-19.aspx>.
- Kim, C. et al. (2012). Factors influencing Internet Shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11, 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., & Wirtz, j. (2013). *Principles of Service Marketing: People, Technology, Strategy*. (7th ed). The United States of America: Pearson education.
- McColl – Kennedy, J. R. (2005). *Services marketing: a managerial approach*, Milton: John Wiley & Sons.
- Mungall, A., & Labben T. G. (2009). *Hotels offer adjustments for senior citizen guests: Perception of Swiss hoteliers*. Retrieved January 25, 2021, from https://www.researchgate.net/publication/241293071_Hotel_offer_adjustments_for_senior_citizen_guests_Perception_of_Swiss_hoteliers.
- Phiromyoo, M. (2011). *Opportunities and Difficulties of Long-stay accommodation in Thailand*. (Master's Thesis). Royal Institute of Technology. Stockholm.

- Prayag, G. (2009). Tourist's evaluation of destination image, satisfaction and future behavioural Intentions-The case of Mauritius. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26, 836- 853.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior*, Pearson. Retrieved January 6, 2021, from <http://suwannarit.blogspot.com/2007/11/blog-post.html>.
- Schmenner, R. W. (1998). Escaping the black holes of cost accounting. *Business Horizons*, 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.
- Sukwiboon, U. (2016). *The study of factors affecting the decision to rent an apartment Consumer apartment in the district Bangkok*. (Master's Thesis). Sukhothai Thammathirat Open University. Bangkok.
- 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.
- 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.