

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของประเด็นวิจัย

กระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกเมื่อครั้งที่มีการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ “Earth Summit” ในปี พ.ศ. 2535 ณ เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ 3 ประการ กล่าวคือ (1) กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (2) กระแสความต้องการของตลาดท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาเรียนรู้ และ (3) กระแสความต้องการพัฒนาคน กระแสการพัฒนาทั้ง 3 ประการดังกล่าวส่งผลต่อการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและส่งผลต่อระบบการจัดการการท่องเที่ยว ด้วยการแสวงหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) เพื่อสนองตอบต่อความต้องการดังกล่าวและเพื่อเป็นสิ่งทดแทนการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mass Tourism)¹ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด หากแต่เป็นการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อเชิงลบอย่างรุนแรง ทั้งต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ต่อความสัมพันธ์ในสังคม และต่อสายใยทางวัฒนธรรมของประเทศปลายทาง²

การท่องเที่ยวแบบพำนักนาน (Long Stay Tourism) ถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ประเภทหนึ่ง เพราะเป็นการท่องเที่ยวซึ่งเน้นการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวในฐานะแขกผู้มาเยือน (Guest) และคนท้องถิ่นในฐานะเจ้า

¹ สินธุ์ สโรบล, “การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน,” วารสารประชาวิจัย 57 (กันยายน-ตุลาคม 2547):15-21.

² Peter M. Burns, *An Introduction to Tourism and Anthropology* (London: Routledge, 1999), pp. 114-116 ; ศิริ ฮามสุโพธิ์, *สังคมวิทยาการท่องเที่ยว* (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2543), น. 45-52.

บ้าน (Host) โดยมีระยะเวลาของการท่องเที่ยวแต่ละครั้งประมาณ 1 เดือนขึ้นไป³ ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวแบบพำนักนานนี้จึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหรือกลุ่มนักท่องเที่ยววัยเกษียณ เพราะเป็นผู้ที่สิ้นสุดภาระหน้าที่จากการทำงานและการดูแลสมาชิกในครอบครัวแล้ว แต่เป็นผู้มีรายได้ประจำจากเงินบำนาญที่รัฐบาลจัดให้ เช่น นักท่องเที่ยววัยเกษียณจากกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย ประเทศอังกฤษ ประเทศสหรัฐอเมริกา และนักท่องเที่ยววัยเกษียณจากประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

มูลนิธิเพื่อการท่องเที่ยวแบบพำนักนาน (Long Stay Foundation) ในประเทศญี่ปุ่น ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวแบบพำนักนานว่าหมายถึงการท่องเที่ยวที่เป็นการพักผ่อนแบบชั่วคราวด้วยระยะเวลานานในต่างประเทศ โดยที่นักท่องเที่ยวจะต้องไม่มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหารายได้ใดๆ จากประเทศที่ตนเลือกที่จะเดินทางไปพำนักนาน หากแต่เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการใช้ชีวิตประจำวันร่วมกับคนท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดโอกาสแห่งการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมระหว่างกัน ก่อนที่นักท่องเที่ยวทุกคนจะเดินทางกลับประเทศญี่ปุ่นในท้ายที่สุด⁴

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 เป็นต้นมาคนญี่ปุ่นวัยเกษียณนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบพำนักนานในประเทศต่างๆ ทั่วโลก เช่น ประเทศในซีกโลกตะวันตก ประเทศออสเตรเลีย ประเทศจีน รวมทั้งประเทศไทยด้วย ในบทนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงที่มาของนักท่องเที่ยวแบบพำนักนานคนญี่ปุ่นวัยเกษียณหรืออุปสงค์ กล่าวถึงรูปแบบการบริหารโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักนานสำหรับคนญี่ปุ่นวัยเกษียณในประเทศไทยหรืออุปทาน ตลอดจนการกล่าวถึงช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยวแบบพำนักนานของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณในประเทศไทย

³ องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น, “การพำนักนานในต่างแดนของชาวญี่ปุ่น,” (กรุงเทพมหานคร: องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น, ตุลาคม 2545), น. 1-25. (อัดสำเนา)

⁴ เรื่องเดียวกัน.

ที่มาของนักท่องเที่ยวแบบพำนักนานคนญี่ปุ่นวัยเกษียณ

สาเหตุสำคัญ 6 ประการอันเป็นที่มาของนักท่องเที่ยวแบบพำนักนานคนญี่ปุ่นวัยเกษียณ ได้แก่

1. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศญี่ปุ่น ประเทศญี่ปุ่นในปัจจุบันกำลังประสบปรากฏการณ์สังคมวัยสูงอายุ (Aging Society) อันเป็นผลมาจากการลดลงของภาวะเจริญพันธุ์ (Fertility Decline) และการมีอายุที่ยืนนานขึ้น (Increasing Longevity) ของประชากรชาวญี่ปุ่น สืบเนื่องมาจากความเจริญทางการแพทย์และสาธารณสุข ความก้าวหน้าทางการศึกษา และระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชากร จึงทำให้ประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี⁵

2. ระบบเงินบำนาญ (Old Age Benefit) รัฐบาลประเทศญี่ปุ่นจัดให้มีกองทุนเงินบำนาญโดยเป็นการประกันสังคมให้แก่คนญี่ปุ่นอายุ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิง จำนวนเงินบำนาญที่คนญี่ปุ่นวัยเกษียณได้รับนั้นจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับภูมิลำเนาการทำงานของแต่ละคน ตัวอย่างเช่น ผู้ที่อยู่ในกองทุนบำนาญแห่งชาติ (National Pension Fund) เงินบำนาญที่ได้รับจะอยู่ที่ประมาณคนละ 25,000 บาทต่อเดือน ในขณะที่ผู้ที่อยู่ในกองทุนเงินบำนาญเพื่อลูกจ้างองค์กรภาคเอกชน (Employee Pension Fund) เงินบำนาญที่ได้รับจะอยู่ที่ประมาณคนละ 70,000 บาทขึ้นไปต่อเดือน (เมื่อ 100 เยนมีค่าเท่ากับ 37 บาท)⁶

3. ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม ประเทศญี่ปุ่นในขณะนี้ มีจำนวนครอบครัวขยายที่มีคนหลายรุ่นวัยอาศัยอยู่ในเขตชานเมืองกันลดน้อยลง ในขณะที่มีจำนวนครอบครัวเดี่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งหมายความว่าคนญี่ปุ่นในวัยเกษียณจะต้องใช้ชีวิตเพียงลำพังกับคู่สมรส เพราะขาดลูกหลานคอยดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิดนั่นเอง⁷

⁵Population Division, Department of Economics and Social Affairs, United Nations. Report ST/ESA/SER.A/207/ISBN92-1-051092-5. (2001), pp. xxvii-xxxi, 48-49, 286-287.

⁶Suwa Yasuo, "Old Age Benefits Schemes in Japan," Paper presented at the Third Asian Regional Congress of Labour Law and Social Security, Imperial Hotel, Bangkok, Thailand, 8-11 January 1985, pp. 1-23.

⁷Emiko Ochiai, The Japanese Family System in Transition – a

4. ความสนใจ (Interest) ของคนวัยเกษียณซึ่งเหมือนกับคนวัยเกษียณสัญชาติอื่นๆ คนญี่ปุ่นวัยเกษียณสนใจที่จะเรียนรู้และแลกเปลี่ยนภาษาและวัฒนธรรมกับคนต่างชาติอย่าง ลึกซึ้ง เพราะวัยเกษียณนั้นแท้ที่จริงแล้วคือช่วงเวลาหนึ่งของการเปลี่ยนผ่านของชีวิต (Life Transition Period) จึงทำให้คนในวัยนี้มีความต้องการที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่แตกต่างจากสิ่งเดิม ในขณะที่ต้องการละเลิกสิ่งเก่า ๆ ที่คุ้นชิน (Routines) ด้วย นอกจากนี้ การมีกิจกรรมที่ สร้างสรรค์ที่มีความหมายและเป็นประโยชน์กับคนรอบข้าง จะช่วยดำรงไว้ซึ่งสถานภาพและ บทบาทของคนวัยเกษียณในสังคมด้วยความภาคภูมิใจ⁸

5. อำนาจการซื้อ (Purchasing Power Parity) จากการจัดลำดับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมแห่งชาติต่อรายหัวประชากร (GDP per capita) ในปี พ.ศ. 2543 และจากการเปรียบเทียบ อำนาจการซื้อคิดเป็นมูลค่าเหรียญสหรัฐอเมริกา (เหรียญ สรอ.) ต่อหน่วยต่อปีต่อคน ปรากฏว่า ประเทศญี่ปุ่นซึ่งจัดอยู่ในประเทศที่มีรายได้สูงปานกลาง (High Middle Income Country เช่นเดียวกับประเทศต่าง ๆ ในโลกตะวันตก) มีมูลค่าประมาณ 24,900 เหรียญ สรอ. ต่อหน่วยต่อปี ต่อคน ในขณะที่ประเทศไทยและประเทศจีนนั้นมีมูลค่าดังกล่าวเพียง 6,700 เหรียญ สรอ. และ 3,600 เหรียญ สรอ. ต่อหน่วยต่อปีต่อคนตามลำดับ⁹ แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นวัยเกษียณที่อยู่ใน กองทุนเงินบำนาญเพื่อลูกจ้างองค์กรภาคเอกชนที่มีรายได้มากกว่า 70,000 บาทขึ้นไปต่อเดือนต่อ คนนั้น ย่อมมีความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยได้เป็นอย่างดี

6. ความนิยม (Preference) ของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณในการเดินทางท่องเที่ยวต่างแดน เพื่อแสวงหาประสบการณ์ชีวิต ตั้งแต่ยุคสมัยเมจิ (ระหว่างปีพ.ศ. 2411-2455) นั้น ชาวญี่ปุ่น นิยมเดินทางเพื่อย้ายถิ่นฐานไปต่างแดนเพื่อศึกษาหาความรู้และแสวงหาความมั่งคั่งให้แก่ตนเอง และครอบครัว โดยได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากรัฐบาลประเทศญี่ปุ่นเนื่องจากเป็นช่วงเวลา

Sociological Analysis of Family Change in Postwar Japan (Tokyo: Yuhikaku Publishing, 1996), p.150.

⁸John J. Macionis, Sociology, 6th ed. (New Jersey: Prentice Hall, 1997), pp. 142/395.

⁹<http://www.geographyiq.com/ranking/ranking_GDP_per_capita_purchasing_power_parity_top25.htm>, 30 April 2003, p.14.

การปฏิรูปทางเศรษฐกิจของประเทศ¹⁰ จวบจนถึงปัจจุบัน คนญี่ปุ่นวัยเกษียณยังคงนิยมเดินทางต่างแดนทั้งเพื่อการอยู่อาศัยอย่างถาวรและเพื่อการอยู่แบบพำนักนาน (รายละเอียดในตารางที่ 1.1)¹¹

ตารางที่ 1.1

จำนวนคนญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ต่างประเทศระหว่างปี พ.ศ. 2529-2547

ปี พ.ศ.	จำนวนคนญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ต่างประเทศ	จำนวนคนญี่ปุ่นที่พำนักนานในต่างประเทศ	จำนวนคนญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ถาวรในต่างประเทศ
2529	497,981	251,545	246,436
2530	518,318	270,391	247,927
2531	548,404	302,510	245,894
2532	586,972	340,929	246,043
2533	620,174	374,044	246,130
2534	663,049	412,207	250,842
2535	679,379	425,131	254,248
2536	687,579	432,703	254,876
2537	689,895	428,342	261,553

¹⁰ เพ็ญศรี กาญจนรัมย์, ประวัติศาสตร์ทั่วไปของญี่ปุ่นสมัยใหม่

(มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน: โรงพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมและฝึกอบรมการเกษตรแห่งชาติ, 2527), น. 132.

¹¹ องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น, “การพำนักนานในต่างแดนของชาวญี่ปุ่น,” (กรุงเทพมหานคร: องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศของญี่ปุ่น, ตุลาคม 2545), น.1-25. (อัดสำเนา); <<http://web-japan.org/stat/stats/21MIG32.html>>, 14 November 2005, p.1; <<http://web-japan.org/stat/stats/21MIG33.html>>, 14 November 2005, p.1.

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

ปี พ.ศ.	จำนวนคนญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ต่างประเทศ	จำนวนคนญี่ปุ่นที่พำนักนานในต่างประเทศ	จำนวนคนญี่ปุ่นที่อยู่อาศัยถาวรในต่างประเทศ
2538	728,268	460,522	267,746
2539	763,977	492,942	271,035
2540	782,568	507,749	274,819
2541	789,534	510,915	278,619
2542	795,852	515,295	280,557
2543	811,712	526,685	285,027
2544	837,744	544,434	293,310
2545	871,751	586,836	284,915
2546	911,062	619,269	291,793
2547	961,327	659,023	302,304

ที่มา: Consular and Migration Policy Division, Consular and Migration Affairs

Department, Ministry of Foreign Affairs, Japan (หมายเหตุ สถิติ ณ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2547).

ประเทศเป้าหมายปลายทางที่คนญี่ปุ่นนิยมพำนักนานเป็นระยะเวลานานกว่าสามเดือนขึ้นไป 10 อันดับแรก ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา บราซิล อังกฤษ จีน ออสเตรเลีย แคนาดา ฝรั่งเศส สิงคโปร์ เยอรมนี และประเทศไทย (รายละเอียดในตารางที่ 1.2)¹² ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 75-80 ของจำนวนคนญี่ปุ่นวัยเกษียณที่เดินทางท่องเที่ยวแบบพำนักนานทั่วโลก

¹² เรื่องเดียวกัน.

ตารางที่ 1.2

ประเทศ 10 อันดับแรกที่คนญี่ปุ่นนิยมพำนักนานกว่า 3 เดือนขึ้นไป (ปี พ.ศ. 2518-2547)

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2518	ปี พ.ศ. 2523	ปี พ.ศ. 2528	ปี พ.ศ. 2533	ปี พ.ศ. 2538	ปี พ.ศ. 2543	ปี พ.ศ. 2547
สหรัฐ	109,645	121,180	146,104	236,401	263,577	297,968	339,387
บราซิล	146,488	141,580	120,276	105,060	90,890	75,318	69,019
อังกฤษ	5,559	10,943	19,889	44,351	51,668	53,114	50,845
จีน	5,037	6,199	8,415	8,269	16,592	46,090	99,179
ออสเตรเลีย	3,393	5,007	7,466	15,154	23,929	38,427	49,029
แคนาดา	8,759	12,280	16,995	21,846	25,493	34,066	40,833
ฝรั่งเศส	4,646	6,842	12,156	15,026	18,543	25,574	34,696
สิงคโปร์	4,694	8,140	8,077	12,701	24,003	23,063	21,437
เยอรมนี	12,060	13,991	16,073	20,913	23,843	25,021	29,470
ไทย	5,952	6,424	7,852	14,289	21,745	21,154	32,442

ที่มา: Consular and Migration Affairs Department, Minister's Secretariat,

Ministry of Foreign Affairs, Japan (หมายเหตุ สถิติ ณ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2547).

รูปแบบการบริหารโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักนานสำหรับคนญี่ปุ่นวัยเกษียณในประเทศไทย

ในส่วนของประเทศไทยนั้น รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mass Tourism) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสำคัญทั้งต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมแห่งชาติ ต่อระบบเศรษฐกิจ และมีความสำคัญต่อระบบการจ้างงานของประเทศ¹³ คงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า

¹³ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติแผน 9, เสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รายงานฉบับสมบูรณ์, กันยายน 2544, น. 63-64.

ประเทศไทยมีความพร้อมครบทั้ง 4 องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวกระแสหลัก ได้แก่ ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สถานที่พักอาศัย (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจ (Attraction) ตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อมกับการท่องเที่ยว (Actors)¹⁴ จากรายงานของ World Tourism Organization¹⁵ แสดงให้เห็นว่าภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง/แปซิฟิกนั้น ประเทศไทยจัดเป็น 1 ใน 5 อันดับแรกของประเทศผู้นำเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและเรื่องรายได้จากการท่องเที่ยว โดยเป็นรองเพียงประเทศจีน ประเทศออสเตรเลีย และฮ่องกงเท่านั้น¹⁶ นอกจากนี้ ข้อมูลประมาณการในปี พ.ศ. 2563 ประเทศไทยจะเป็น 1 ใน 5 อันดับแรกของประเทศเป้าหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง/แปซิฟิก (ตามรายละเอียดในตารางที่ 1.5)¹⁷

¹⁴คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมในการผลักดันแผนการท่องเที่ยวในอนุภาคลุ่มน้ำโขง เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์, พฤษภาคม 2541, น. 124.

¹⁵World Tourism Organization, *Tourism Highlights – Preliminary Results* (Madrid: World Tourism Organization, 2000), pp. 21-22/ 23-24.

¹⁶ดูตารางที่ 1.3 และ 1.4 ที่ภาคผนวก ก, น. 209 และ น. 210 ตามลำดับ

¹⁷World Tourism Organization, “Presentation of the Updated Conclusions and Recommendations of the Tourism 2020 Vision Study for East Asia and the Pacific,” Thirty-Third Meeting, Macau, 11 May 1999, p. 16.

ตารางที่ 1.5

ประเทศปลายทางยอดนิยม 10 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง/ แปซิฟิก

(ข้อมูลประมาณการปี พ.ศ. 2563)

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในประมาณการปี พ.ศ. 2563 (ล้านคน)	อัตราเติบโตของจำนวน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2563 (ร้อยละต่อปี)
ประเทศจีน	130.0	7.77
ฮ่องกง	56.6	7.09
ประเทศไทย	36.9	6.91
ประเทศอินโดนีเซีย	27.4	7.66
ประเทศมาเลเซีย	25.0	4.96
ประเทศออสเตรเลีย	17.6	6.40
ประเทศสิงคโปร์	15.4	3.55
สาธารณรัฐเวียดนาม	13.5	9.65
ประเทศฟิลิปปินส์	11.3	7.72
สาธารณรัฐเกาหลีใต้	10.3	4.11

ที่มา: World Tourism Organization.

ในรายงานฉบับเดียวกันนี้ ยังมีการคาดการณ์อีกว่า ในประมาณการปี พ.ศ. 2563 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เป็นนักท่องเที่ยวขาออกของโลกจะอยู่ในลำดับที่ 2 จาก 10 อันดับแรก กล่าวคือคนญี่ปุ่นจำนวน 142 ล้านคนจะออกเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกหรือคิดเป็นอัตราเติบโตมากกว่าร้อยละ 8 ต่อปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา¹⁸ ประเด็นสำคัญก็คือ มีการคาดการณ์ว่าร้อยละ 50 ของการค้าและธุรกิจโลกในศตวรรษที่ 21 นี้จะเกิดขึ้นในภูมิภาคเอเชีย¹⁹

¹⁸ Ibid.¹⁹ สมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์, “คุณค่าการตลาด ทำทลายความสำเร็จธุรกิจยุคใหม่,”

ด้วยศักยภาพของประเทศไทยที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง/ แปซิฟิกนี้เอง ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะองค์กร ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ พยายามเพิ่มรายได้ จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ได้ถึงร้อยละ 7-8 ต่อปีตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่เก้า (พ.ศ. 2544-2549)²⁰ ได้กำหนดไว้ โดยหนึ่งในความพยายามดังกล่าวคือการ ทำการตลาดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Niche Marketing) สำหรับการท่องเที่ยวแบบพำนักราน เนื่องจากพบว่า จำนวนวันหยุดพักผ่อนโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 1.43 ต่อปีเป็นระยะเวลา 5 ปีติดต่อกัน (จากปี พ.ศ. 2540-2544) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จึงต้องการเน้นคุณภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่าการเน้นจำนวนอย่างที่เคยปฏิบัติมา ในการท่องเที่ยวกระแสหลัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเหล่านี้เดินทางเข้ามาพักอาศัยใน ประเทศไทยด้วยระยะเวลาที่นานขึ้นกว่าเดิม

สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคนญี่ปุ่นนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดย คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพำนักรานได้แบ่งลูกค้าชาวญี่ปุ่นออกเป็น 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ (1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการอยู่นานกว่าเดิม (Stay Longer) เพราะมีญาติ หรือคนรู้จักในเมืองไทย (2) กลุ่มวัยรุ่นที่เป็นนักเรียนแลกเปลี่ยนหรือนักกีฬาฝึกซ้อมร่างกายใน ประเทศไทย (Exchange Student or Sportsman) (3) กลุ่มคนวัยกลางคนผู้นิยมดูแลสุขภาพ แบบตะวันออก (Heath and Spa Tour) หรือนักกอล์ฟ (Golf Tour) และ (4) กลุ่มคนวัยเกษียณ (Long Stay Pensioners) หรือคนญี่ปุ่นอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิงผู้สิ้นสุดภาระการ ทำงานและการดูแลครอบครัวแล้ว และเป็นผู้มีความต้องการใช้ชีวิตบั้นปลายบางส่วนในประเทศไทย โดยมีระยะเวลาในการเดินทางแต่ละครั้งนานกว่า 1 เดือนขึ้นไป²¹

ใน คุณค่าการตลาด ท้าทายความสำเร็จธุรกิจยุคใหม่, รวบรวมและจัดพิมพ์โดย สมดี หงส์ไพศาล วิวัฒน์ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เวลาดี, 2547), น. 22.

²⁰สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่เก้า (พ.ศ. 2544-2549), น. จ.

²¹การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือเขต 1, “โครงการการท่องเที่ยวพำนักรานในประเทศไทย,” (เชียงใหม่: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือเขตหนึ่ง, 11 มกราคม 2545), น. 1-25.

นักท่องเที่ยวก่อกลุ่มสุดท้ายหรือกลุ่มคนวัยเกษียณนี้เองที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบพำนักรถไฟให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เพราะเป็นผู้มีอำนาจการซื้อสูงจากเงินบำนาญประมาณ 70,000 บาทขึ้นไปต่อคนต่อเดือน จึงเป็นสาเหตุให้การบริหารจัดการโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักรถไฟมุ่งเน้นเพียงการอำนวยความสะดวก เรื่องที่อยู่อาศัย / อสังหาริมทรัพย์เป็นหลัก ทั้งในรูปแบบของอาคารห้องชุด (คอนโดมิเนียม) โรงแรมและรีสอร์ท บ้านจัดสรร และ “โครงการเฉพาะ” หรืออีกนัยหนึ่ง “หมู่บ้านเฉพาะสัญชาติ” ที่หมายถึง ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่สร้างขึ้นใหม่หมดเพียงเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแต่ละสัญชาติโดยเฉพาะ โดยคณะกรรมการดังกล่าว ได้ทำการคัดเลือก 5 จังหวัดนำร่องเพื่อโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักรถไฟขึ้น (ได้แก่ จังหวัด เชียงใหม่ จังหวัดสุโขทัย อำเภอหัวหิน (จังหวัดประจวบคีรีขันธ์) จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัด หนองคาย) เพื่อความหลากหลายเรื่องที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และระดับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ คณะกรรมการดังกล่าวยังจัด กิจกรรมแบบชั้นเรียน (Class Room Type Activity) ที่คิดค่าใช้จ่ายราคาแพงจาก นักท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่า The University of the Third Age เช่น ชั้นเรียนเพื่อศึกษาภาษา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมและประเพณีของไทย การเรียนรู้เกี่ยวกับศาสนาพุทธ การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยมีบุคลากรด้านสุขภาพและโภชนาการ เฉพาะทางหรือที่เรียกกันว่า Health Advisor เป็นผู้ให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะเรื่องสุขภาพ เพื่อให้การย่างก้าวเข้าสู่วัยเกษียณนั้นเป็นไปด้วยความสำเร็จ (Successful Aging)²²

แรงขับเคลื่อน (Driving Force) ของโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักรถไฟในแนวคิด ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้น สามารถวิเคราะห์จากรายได้ที่ประเทศไทยพึงได้รับจากกลุ่ม นักท่องเที่ยวแบบพำนักรถไฟคนญี่ปุ่นวัยเกษียณ ซึ่งอย่างน้อยที่สุดน่าจะอยู่ที่ประมาณ 4,450 ล้านบาทต่อโครงการต่อปี โดยคำนวณจากข้อมูลดังต่อไปนี้ ในตารางที่ 1.2 (น.7) ในปี พ.ศ. 2547 คนญี่ปุ่นนิยมเดินทางเพื่อพำนักรถไฟในต่างแดนมากกว่า 3 เดือนขึ้นไปอยู่ที่อัตราร้อยละ 0.60 ของประชากรญี่ปุ่นโดยรวม (ปี พ.ศ. 2547 ประเทศญี่ปุ่นมีประชากรรวมประมาณ 127,500,000 คนในตารางที่ 2.11 ที่ภาคผนวก ก, น. 217) หรือคิดเป็นจำนวนประมาณ 765,000 คน ในขณะที่ความนิยมเดินทางพำนักรถไฟที่ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 8 หรือคิดเป็นส่วนแบ่ง การตลาดร้อยละ 4.23 เมื่อพิจารณาดูประมาณการจำนวนประชากรชาวญี่ปุ่น (จากปี พ.ศ.

²² เรื่องเดียวกัน.

2543-2593) ที่มีอายุระหว่าง 60-74 ปี²³ ซึ่งน่าจะเป็นกลุ่มคนวัยเกษียณที่มีความพร้อมด้านสุขภาพที่จะเดินทางไปกลับระหว่างประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทยแล้ว จะมีคนญี่ปุ่นกลุ่มนี้ประมาณ 21,000,000 คน หากใช้ฐานร้อยละ 0.60 ของคนญี่ปุ่นที่เดินทางพำนักนานทั่วโลกแล้ว คนญี่ปุ่นในวัย 60-74 ปีที่นิยมพำนักนานในต่างแดนน่าจะมีจำนวนประมาณ 126,000 คน และหากส่วนแบ่งการตลาดของประเทศไทยยังคงอยู่ที่ร้อยละ 4.23 เช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้แล้ว ประเทศไทยก็น่าจะมีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบพำนักนานคนญี่ปุ่นวัยเกษียณในวัย 60-74 ปี จำนวนประมาณ 5,300 คนต่อปี ในกรณีที่คนญี่ปุ่นวัยเกษียณมีค่าใช้จ่ายในประเทศไทยประมาณ 840,000 บาทต่อคนต่อปี (ตามที่รัฐบาลไทยโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ได้คาดการณ์ไว้แล้ว) รายได้จากการท่องเที่ยวแบบพำนักนานของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณที่ประเทศไทยพึงได้รับก็น่าจะอยู่ที่ประมาณ 4,450 ล้านบาทต่อโครงการต่อปี

ช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างอุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยวแบบพำนักนานคนญี่ปุ่นวัยเกษียณในประเทศไทย

การบริหารจัดการโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักนานด้วยการเน้นเฉพาะการขายหรือการให้เช่าอสังหาริมทรัพย์และเสริมเติมแต่งด้วยกิจกรรมแบบชั้นเรียนที่คิดค่าใช้จ่ายสูงกับนักท่องเที่ยว นั้น น่าจะเป็นการบริหารจัดการโครงการให้แก่ผู้ที่ยู่นานกว่าเดิม (Stay Longer) โดยพหุภาคีกรรมจำลองไว้เป็นสิ่งคลายความเบื่อหน่ายระหว่างที่อยู่ในเมืองไทยเท่านั้น ตัวอย่างที่ชัดเจนคือจังหวัดเชียงใหม่ (กรณีศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้) ซึ่งนอกจากจะเป็นหนึ่งในห้าพื้นที่นำร่องของโครงการฯ ในประเทศไทยแล้ว เชียงใหม่ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของประเทศในการท่องเที่ยวกระแสหลักเพราะมีวัฒนธรรมล้านนาอันเป็นเอกลักษณ์ และในอนาคตอันใกล้ เชียงใหม่ยังจะกลายเป็นพื้นที่สำคัญเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดล้านนาโดยเชื่อมต่อประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอีกด้วย²⁴ ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวคนญี่ปุ่นวัยเกษียณที่เดินทางมาพำนักนานที่เชียงใหม่มักซื้อ / เช่าอาคารห้องชุดหรือเช่าบ้านหลังเดียวที่มีอยู่อย่างพร้อมพร้อมในตัวจังหวัดและนิยมใช้ชีวิตประจำวันร่วมกับคนญี่ปุ่นด้วยกันเองเท่านั้น

²³ ดูตารางที่ 1.6 ที่ภาคผนวก ก, น. 211.

²⁴ เทิดชาย ช่วยบำรุง, “จิ๊กซอว์หนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวแนวใหม่,” วารสารประชาวิจัย 57 (กันยายน-ตุลาคม 2547):35-39.

นักท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นสมาชิกของสมาคมเพื่อการใช้ชีวิตแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่ (Chiangmai Long Stay Life Club หรือ CLLC) โดยพบปะสังสรรค์เพื่อรับประทานอาหารกลางวันและหารือประชุมร่วมกันเดือนละ 2 ครั้ง (ทุกวันเสาร์ที่ 1 และ 3 ของเดือน) และทุกวันอังคารและวันหยุดพักผ่อนของแต่ละสัปดาห์ นักท่องเที่ยวชายจะพากันไปออกรอบที่สนามกอล์ฟลานนา ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงจะจับกลุ่มทำงานเย็บปักถักร้อยตามแบบอย่างสตรีชาวญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นเหล่านี้มีปฏิสัมพันธ์กับคนไทยในลักษณะของการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน น้อยมาก เพราะนอกจากคนญี่ปุ่นจะไม่สามารถพูดภาษากับคนไทยได้และมักมีความเขินอายในการพูดภาษาไทยแล้ว ชุมชนไทย (ทั้งภาครัฐและภาคประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่) ยังไม่ทราบเลยว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คือนักท่องเที่ยวแบบพำนักนานที่อยู่อาศัยในจังหวัดเชียงใหม่เป็นเวลาแรมเดือนหรือแรมปี ชุมชนไทยยังไม่เข้าใจว่าการท่องเที่ยวแบบพำนักนานนั้นแตกต่างจากการท่องเที่ยวกระแสหลักตรงที่นักท่องเที่ยวมีเวลาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ได้ครั้งละนาน ๆ เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใส่ใจเดินทางท่องเที่ยวแบบสมบุกสมบัน และไม่สนใจการจับจ่ายซื้อสินค้า (นอกจากการซื้อของที่ระลึกบ้างเล็กน้อยในบางโอกาสเท่านั้น) ชุมชนไทยยังไม่เคยศึกษาหาข้อมูลที่เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่ามีอะไรบ้าง และชุมชนไทยเองก็ยังไม่เคยมีโอกาสร่วมกิจกรรมเพื่อการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเหล่านี้อีกด้วย

ดังนั้น หากประเทศไทยต้องการประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนในการเป็นประเทศผู้นำของการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในระดับสากล ประเทศไทยจะต้องตระหนักว่าจิตวิญญาณของการใช้ชีวิตที่ปลายทางส่วนหนึ่งในประเทศไทยของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณ คือ การมีโอกาสเรียนรู้วิถีชีวิตของคนไทยด้วยการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างแท้จริง (Deep Host-Guest Relationship) เนื่องจากนักท่องเที่ยววัยเกษียณเป็นผู้หนึ่งที่แสวงหาความเป็นมิตรแท้จริงจากมนุษย์ร่วมโลก (Human Touch) และเป็นผู้ที่ตระหนักดีถึงสายสัมพันธ์ที่ตึงามของธรรมชาติซึ่งยึดโยงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเข้ากับสายใยแห่งวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่น (Socio-Cultural and Environmental Awareness)²⁵ ในขณะที่ความมั่งคั่งของภูมิปัญญาท้องถิ่นของ

²⁵ Charles R. Goeldner and Brent Ritchie, J.R., *Tourism – Principles, Practices, Philosophies* (New Jersey: Wiley, 2003), p. 577; World Tourism Organization, *Tourism: 2020 Vision – Executive Summary Updated* (1998), pp. 3/ 8-9; Kenneth Chamberlain, “Asia and Pacific,” in *Tourism and Hospitality in the 21st Century*, ed. A. Lockwood and S. Medlik (Oxford: Butterworth Heinemann, 2001), p. 138.

ไทยนั้นเป็นความรู้ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าควรแก่การศึกษาเรียนรู้และอนุรักษ์สืบต่อไป เพราะเป็นสิ่งที่ชุมชนไทยสั่งสมกันมาหลายชั่วอายุคน ภูมิปัญญาเหล่านี้เองที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยที่เกิดจากการปรับตัวให้เกิดความสัมพันธ์เป็นอย่างดีกับสภาพแวดล้อม ซึ่งเห็นได้จากการกิน การอยู่ การแต่งกาย การรักษาสุขภาพ การมีศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน จารีตประเพณี และความเชื่อต่างๆ ของชาวบ้านคนไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ท่ามกลางความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ จึงก่อให้เกิดความหลากหลายของภูมิปัญญาพื้นบ้านตามชุมชนไทยในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งถือเป็นวิถีของภูมิปัญญาตะวันออกที่ยึดหลักแห่งการพึ่งพาตนเองและหลักของการดำรงอยู่ร่วมกันกับสรรพสิ่งในโลกด้วยความเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และด้วยความเอื้ออาทร²⁶ อันเป็นสิ่งที่สังคมเมืองอย่างประเทศญี่ปุ่นถวิลหา

การมีปฏิสัมพันธ์อย่างแท้จริงเพื่อการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างคนญี่ปุ่นวัยเกษียณที่พำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่และคนไทยนั้นจะบังเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประเทศไทยและคนไทยได้ศึกษาถึงความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณในฐานะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเหล่านี้อย่างถ่องแท้ก่อนว่ามีองค์ประกอบใดบ้าง²⁷ และเมื่อทราบดีแล้วจึงนำมาพิจารณาว่าคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมที่จะสนองตอบความต้องการต่างๆ เหล่านั้นหรือไม่อย่างไร อันจะยังผลให้เกิดการบริหารจัดการโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักนานของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืนในที่สุด

²⁶ เอกวิทย์ ฌ กลางและคณะ, ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการความรู้ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อมรินทร์, 2546), บทนำ.

²⁷ Peter F. Drucker, The Essential Drucker, Selections from the Management Works of Peter.F. Drucker (New York: HarperCollins Publishers, Inc., 2001), pp. 21/ 27; Philip Kotler and Gary Armstrong, Principles of Marketing, 10th ed. (New Jersey: Pearson Education, 2004), pp. 6 /251-257.

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

วัตถุประสงค์ทั่วไป

1. เพื่อศึกษาสภาพความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาสภาพความพร้อมของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ในการสนองตอบความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อศึกษาความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานนอกประเทศญี่ปุ่นและในจังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยกับความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานนอกประเทศญี่ปุ่นและในจังหวัดเชียงใหม่กับความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่
6. เพื่อศึกษาความพร้อมของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ในการสนองตอบความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่
7. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นและทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานนอกประเทศญี่ปุ่นและในจังหวัดเชียงใหม่

8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับความพร้อมของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ในการสนองตอบความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่

9. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นกับความพร้อมของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ในการสนองตอบความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่

10. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานนอกประเทศญี่ปุ่นและในจังหวัดเชียงใหม่กับความพร้อมของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ในการสนองตอบความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่

โจทย์ของการวิจัย

1. ความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร
2. ความพร้อมของคนไทยในจังหวัดเชียงใหม่ในการสนองตอบความต้องการของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

นิยามศัพท์สำคัญที่ใช้ในการศึกษา

นิยามศัพท์สำคัญที่ใช้ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างคนญี่ปุ่นวัยเกษียณ

1. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ ชุมชนที่อาศัย เพศ อายุ สถานภาพในครอบครัว ระดับการศึกษา งานที่ทำก่อนเกษียณ ระยะเวลาที่อยู่/เคยอยู่ในประเทศไทย ระยะเวลาที่อยู่/เคยอยู่ในเชียงใหม่ รายได้โดยรวมต่อปี (รวมเงินบำนาญ) และรายจ่ายโดยรวมต่อเดือน
2. ความรู้รวม หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนไทยบางประการที่แตกต่างอย่างชัดเจนจากวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่น
3. ทัศนคติรวม หมายถึง ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานนอกประเทศญี่ปุ่นและในจังหวัดเชียงใหม่

4. ความต้องการเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ความต้องการหมวดที่พักอาศัย หมวดอาหารการกิน หมวดกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย หมวดการเรียนรู้กิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย หมวดการเป็นอาสาสมัครเพื่อชุมชนไทย และหมวดคุณภาพการให้บริการโดยหน่วยงานภาครัฐของไทย

นิยามศัพท์สำคัญที่ใช้ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างคนไทย

1. ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพในครอบครัว ระดับการศึกษา งานที่ทำ รายได้ รายจ่าย และระยะเวลาที่อยู่ในชุมชนตำบลสุเทพ จังหวัดเชียงใหม่
2. ความรู้รวม หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานและความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของคนญี่ปุ่นบางประการที่แตกต่างอย่างชัดเจนจากวัฒนธรรมของคนไทย
3. ทักษะคิดรวม หมายถึง ทักษะคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบพำนักนานนอกประเทศญี่ปุ่นและในจังหวัดเชียงใหม่
4. ความพร้อมของคนไทยในการสนองตอบความต้องการเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่ จะครอบคลุมถึงความพร้อมในการสนองตอบความต้องการหมวดที่พักอาศัย หมวดอาหารการกิน หมวดกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย หมวดการเรียนรู้กิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย หมวดการเป็นอาสาสมัครเพื่อชุมชนไทย และหมวดคุณภาพการให้บริการโดยหน่วยงานภาครัฐของไทย

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ได้กำหนดพื้นที่ของการวิจัยไว้ที่ประเทศญี่ปุ่นและที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือคนญี่ปุ่น (เฉพาะในวัยเกษียณ) และคนเชียงใหม่ (ทุกรุ่นทุกวัย) และมีระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม - 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2547 ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. พื้นที่ของการวิจัย

1.1 ประเทศญี่ปุ่น พื้นที่ของการวิจัยในประเทศญี่ปุ่นอยู่ที่กรุงโตเกียว กรุงโอซาก้า และเมืองฟูกูโอกะ พื้นที่ทั้งสามดังกล่าวเป็นเมืองขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศระหว่างประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นและเป็นพื้นที่ซึ่งมีสำนักงาน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำการอยู่ อันบ่งบอกถึงศักยภาพของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณที่อาจให้ความสนใจเดินทางท่องเที่ยวแบบพำนักนานในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

1.2 จังหวัดเชียงใหม่ พื้นที่ของการวิจัยในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ที่อำเภอเมืองและอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งในประเทศไทยที่มีคนญี่ปุ่นวัยเกษียณพำนักนานในสถานการณ์ที่เป็นจริง

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

2.1 คนญี่ปุ่นวัยเกษียณจำนวน 342 รายอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิงในกรุงโตเกียว กรุงโอซาก้า และเมืองฟูกูโอกะ ที่ลงทะเบียนไว้ที่ศาลาว่าการของแต่ละเมือง

2.2 คนญี่ปุ่นวัยเกษียณจำนวน 63 รายอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั้งชายและหญิงในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นสมาชิกของสมาคมเพื่อการใช้ชีวิตแบบพำนักนานในจังหวัดเชียงใหม่ หรือ Chiangmai Long Stay Life Club (CLLC)

2.3 เจ้าหน้าที่ชาวญี่ปุ่นจำนวน 3 รายผู้ดูแลงานด้านการท่องเที่ยวแบบพำนักนานในกรุงโตเกียว กรุงโอซาก้า และเมืองฟูกูโอกะ

2.4 ชาวบ้านคนไทยจำนวน 400 รายที่ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง ในฐานะพื้นที่ซึ่งมีศักยภาพในการบริหารจัดการโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักนานเพื่อการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนไทย

2.5 ผู้บริหารจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 8 รายผู้เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

2.6 คณะผู้นำหมู่บ้านป่าบง อำเภอสันป่าตองจำนวน 10 ราย (หมู่บ้านใกล้เคียง) ในฐานะพื้นที่ซึ่งมีศักยภาพในการบริหารจัดการโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักนานเพื่อการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนไทย

2.7 คณะผู้นำหมู่บ้านท่ากาน อำเภอสันป่าตองจำนวน 22 ราย (หมู่บ้านใกล้เคียง) ในฐานะพื้นที่ซึ่งมีศักยภาพในการบริหารจัดการโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักนานเพื่อการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนไทย

โดยงานวิจัยฉบับนี้จะมีการสังเกตการณ์อย่างไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Observation) ในชุมชนญี่ปุ่นและชุมชนไทยอีกด้วย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เริ่มด้วยการค้นคว้าและศึกษาเอกสาร หนังสือ และงานเขียนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับประเด็นที่ต้องการศึกษา ขณะที่การวิจัยภาคสนาม ประกอบด้วยการวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณและการวิจัยข้อมูลด้วยการบรรยายจากบทสัมภาษณ์

อนึ่ง ในการวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณนั้นมีการใช้เครื่องมือการวิจัยที่เป็นแบบสอบถาม สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ 2.1, 2.2 และ 2.4 ข้างต้นซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 405 ราย (สำหรับกลุ่มตัวอย่างคนญี่ปุ่นวัยเกษียณ) และจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 ราย (สำหรับกลุ่มตัวอย่างคนไทย) ที่จะทำให้เกิดความคลาดเคลื่อน (Error) จากความเป็นจริงบวกลบเพียงร้อยละ 5²⁸ และสรุปผลการวิจัยด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอ้างอิงโดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติ непараметрические (Nonparametric Statistics)²⁹

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ 2.3, 2.5, 2.6 และ 2.7 ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 43 รายนั้น เป็นการวิจัยโดยใช้การสัมภาษณ์ทั่วไป (สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ 2.3) และการสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิดที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardized Open-ended Interview สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ 2.5, 2.6 และ 2.7) และสรุปผลด้วยการบรรยายจากบทสัมภาษณ์ (Straight Qualitative Description in Report Format from an Interview Transcript)³⁰ เช่นเดียวกับการสังเกตการณ์ อย่างไม่มีโครงสร้าง

²⁸ Joseph F. Healey, Statistics: A Tool For Social Research, 4th ed. (Sammario: Wadsworth Publishing Company, 1995), p. 166.

²⁹ เกื้อ วงศ์บุญสิน, “การใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการวิจัย,” ใน การวิจัยทางสังคม ปฏิบัติการเหนือตำรา, รวบรวมและจัดพิมพ์โดย พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เลมมารม, 2540), น. 121-127; Sidney Siegel and John N. Castellan, Jr., Nonparametric Statistics for the Behavioral Sciences, 2nd ed. (New York: McGraw-Hill Book Company, 1988), pp. 303-310.

³⁰ Abraham Pizam and Yoel Mansfeld, Consumer Behavior in Travel and Tourism (New York: The Haworth Hospitality Press, 2000), pp. 345-347/354-355.

ประโยชน์ของงานวิจัย

1. เพื่อให้ประเทศไทยสามารถบริหารจัดการโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักนานได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคนญี่ปุ่นวัยเกษียณ
2. เพื่อให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน(Competitive Advantage) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในการบริหารจัดการโครงการด้วยการสร้างความแตกต่าง (Differentiation)
3. เพื่อให้ประเทศไทยสามารถจัดสรรทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ ได้อย่างเหมาะสม
4. เพื่อให้ประเทศไทยสามารถกำหนดนโยบายวาระชาติเพื่อการบริหารจัดการโครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักนานของคนญี่ปุ่นวัยเกษียณในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

วิธีการนำเสนองานวิจัย

ในบทที่ 1 ผู้วิจัยได้นำเสนอที่มาและความสำคัญของประเด็นวิจัยเรื่อง “ความต้องการและความพร้อมในการสนองตอบความต้องการเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนานเพื่อการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมโดยชุมชนไทย กรณีศึกษากลุ่มลูกค้าเป้าหมายคนญี่ปุ่นวัยเกษียณ” โดยได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ใจหายของการวิจัย นิยามศัพท์สำคัญที่ใช้ในการศึกษา ขอบเขตการวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย ตลอดจนประโยชน์ของงานวิจัย ในบทที่ 2 ผู้วิจัยจะทำการประมวลแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ แนวคิดเรื่องโครงสร้างประชากรของประเทศญี่ปุ่นในเชิงทฤษฎีประชากรศาสตร์ แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวแบบพำนักนาน แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมของประเทศไทยและวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นในเชิงทฤษฎีสังคม แนวคิดเรื่องชุมชนญี่ปุ่นและชุมชนไทยในเชิงทฤษฎีสังคม แนวคิดเรื่องการตลาดกลุ่มเป้าหมายและการตลาดเพื่อชุมชนท้องถิ่น แนวคิดเรื่องจิตวิทยาสังคม ตลอดจนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในบทที่ 3 ผู้วิจัยจะนำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัย สมมติฐานงานวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การสร้างเครื่องมือที่ใช้สำรวจกลุ่มตัวอย่างคนญี่ปุ่นวัยเกษียณและคนไทย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้สำรวจกลุ่มตัวอย่างคนญี่ปุ่นวัยเกษียณและคนไทย ตลอดจนวิธีและสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ในบทที่ 4 ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยที่ได้จากแบบสอบถาม และ

ผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ และในบทที่ 5 ซึ่งเป็นบทสุดท้าย ผู้วิจัย จะสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ