

ความเต็มใจจะจ่ายค่าที่พักของผู้สูงอายุสำหรับโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวคิด
การส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
**Willingness to Pay of the Elderly for Hotels Accommodation that Apply
the Holistic Health Promotion Concept in the Northeast of Thailand**

วิวัฒน์ ภัทรธีรกานต์ และ อมรรณ รังกุล

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Vivadh Bhadrachirakanta and Amornwan Rangkoon

College of Graduate Study in Management, Khon Kaen University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: vivadhbh@kkumail.com

บทคัดย่อ

การประยุกต์ใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมในธุรกิจโรงแรมสำหรับผู้สูงอายุ เป็นความพยายามในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจรูปแบบหนึ่ง ที่มุ่งเน้นการให้บริการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณควบคู่กัน การวิจัยนี้จึงจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์และพฤติกรรมในการเข้าพักโรงแรมของผู้สูงอายุ 2) เพื่อศึกษาระดับความเต็มใจจะจ่ายต่อ องค์ประกอบของโรงแรมตามแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม และ 3) เพื่อศึกษาอัตราค่าที่พักที่ ผู้สูงอายุเต็มใจจะจ่ายสำหรับโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม การรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีประสบการณ์การใช้บริการโรงแรมไม่ น้อยกว่า 5 ปี ปีละไม่น้อยกว่า 3 ครั้ง จำนวน 400 ราย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 50.2 เพศหญิง ร้อยละ 49.8 โดยมากมี อายุในช่วง 60-65 ปี มีสถานภาพสมรสเป็นหลัก การศึกษาในระดับปริญญาตรี ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ย 5,001- 10,000 บาท/เดือน แหล่งที่มาของรายได้หลักจากเงินบำเหน็จ บำนาญ และประกันสังคม ความถี่ในการเข้า พักโรงแรมปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่เข้าพักพร้อมครอบครัวหรือบุตรหลาน วัตถุประสงค์หลักของการเข้าพักคือ เพื่อเดินทางแสวงบุญ 2) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจะจ่ายในระดับมากที่สุดสำหรับองค์ประกอบด้าน การใช้งานทางร่างกายและด้านจิตใจอารมณ์และความรู้สึก เช่น เตียงนอนที่สามารถปรับระดับความสูงได้ อาหารและเครื่องดื่มที่มีความหลากหลายเหมาะสมกับวัย และการสร้างความรู้สึกละมุนคลายสบายใจในการใช้ บริการ เป็นต้น และมีความเต็มใจจะจ่ายในระดับมากที่สุดสำหรับองค์ประกอบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมและด้าน จิตวิญญาณ เช่น การจัดแบ่งโซนห้องพักสำหรับผู้สูงอายุที่ไม่ถูกรบกวนจากสิ่งต่างๆ การสร้างบรรยากาศที่สงบ แต่อบอุ่น และการให้ความสำคัญกับภูมิหลังที่มีเกียรติของผู้สูงอายุ เป็นต้น 3) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็ม

ใจจะจ่ายค่าที่พักของโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.89 เมื่อเทียบกับโรงแรมทั่วไป โดยเพิ่มขึ้นจากราคา 1,609.50 บาท/คืน เป็น 2,122.75 บาท/คืน ผลการวิจัยที่ได้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกลงทุนพัฒนาองค์ประกอบของโรงแรมได้เหมาะสมกับความเต็มใจจะจ่ายของผู้สูงอายุ เช่น การเลือกใช้เตียงที่ปรับระดับได้ การบริการอาหารและเครื่องดื่มที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ การจัดแบ่งโซนห้องพักที่เหมาะสม และการให้บริการที่คำนึงถึงภูมิหลังและตัวตนเฉพาะตัวของผู้สูงอายุแต่ละราย เพื่อสร้างจุดเด่นในด้านการให้บริการที่ครบถ้วนทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคมและจิตวิญญาณ เป็นจุดขายที่ช่วยสร้างความแตกต่างในตลาดโรงแรมสำหรับผู้สูงอายุต่อไป

คำสำคัญ: โรงแรม; ผู้สูงอายุ; ความเต็มใจจะจ่าย; การส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม

Abstracts

The application of the holistic health promotion concept in the hotel business for the elderly is one of business differentiation forms that focuses on providing services both physically, mentally, socially and spiritually. The research objectives are; 1) To study the demographic and hotel occupancy behaviors of the elderly; 2) To study the willingness to pay level per hotel component according to the concept of holistic health promotion; and 3) To study the rates of accommodation that the elderly are willing to pay for hotels that apply the holistic health promotion concept. The data was collected by using a questionnaire with a sample of 400 elderly people in the Northeast of Thailand who with at least 5 years of hotel using experience, not less than 3 times a year, and using a specific sampling method.

The research showed that 1) Respondents were male 50.2%, female 49.8%, most of them aged between 60-65 years old, with marital status as the main, undergraduate education, average personal expenses 5,001-10,000 baht/month, the main source of income from pension, pension and social security, frequency of hotel stays 1-3 times a year, mostly with family or children, the main purpose of the stay was to make a pilgrimage. 2) Respondents were most willing to pay for the physical and mental, emotional and emotional components, such as a height-adjustable bed, food and beverages with a variety of age appropriate, and creating a feeling of relaxation and comfort in the services, and a willingness to pay to a large extent for the social and environmental and spiritual elements, for example, zoning rooms for the elderly who are not disturbed by anythings, creating a calm but warm atmosphere and emphasis on the honorable background of the elderly. 3) Respondents were 31.89 percent more willing to pay for accommodation in hotels that applied the holistic health promotion concept, compared to 31.89% of general hotel or increased from 1,609.50 Baht/night to 2,122.75 Baht/night. The results of the research will help hotel entrepreneur choose to invest in the right hotel components that are suitable for the elderly's willingness to pay, such as choosing an adjustable bed, food and beverage services suitable for age and health, proper room zoning and services that take into account the background and identity of each elderly person. To create a distinctive point in the service that is complete, both physically, mentally, socially and spiritually. It is a selling point that will continue to differentiate in the elderly hotel market.

Keywords: Hotels; Elderly; Willingness to pay; Holistic Health Promotion

บทนำ

ในทศวรรษที่ผ่านมาธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยอยู่ในช่วงการเติบโตอย่างก้าวกระโดด จากข้อมูลของสำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร มีการเติบโตเพิ่มขึ้นจาก 0.31 ล้านล้านบาทในปี 2553 มาเป็น 1.03 ล้านล้านบาทในปี 2562 หรือเพิ่มมากกว่า 3.3 เท่าในรอบสิบปี (Office of the National Economic and Social Development Council, 2020) โรงแรมจึงถือเป็นธุรกิจที่สำคัญซึ่งมีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยการเติบโตนี้เป็นผลพวงต่อเนื่องจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวทั่วโลกต่างยกให้เป็นประเทศที่น่าเดินทางมาเยือนมากที่สุด (Visa cited in Royal Thai Embassy, Washington D.C., 2022) โดย Phonpiroon and Sevatapukka (2018) กล่าวว่า การท่องเที่ยวได้มีอิทธิพลต่อการประกอบอาชีพของคนไทยและช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ทำให้คนมีงานทำ และมีความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจโรงแรม ดังนั้นการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของไทยในช่วงที่ผ่านมา ได้ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมเติบโตไปพร้อมกับการท่องเที่ยว จากข้อมูลในปี 2563 พบว่า ประเทศไทยมีโรงแรมและเกสต์เฮาส์รวมกันทั้งสิ้น 24,269 แห่ง มีห้องพัก 719,275 ห้อง และในปี 2553-2563 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตของธุรกิจโรงแรมที่น่าสนใจ โดยมีจำนวนโรงแรมเพิ่มขึ้นร้อยละ 356 เป็นลำดับที่สามของประเทศ แต่มีจำนวนห้องพักขยายตัวถึงร้อยละ 174 เป็นลำดับที่หนึ่ง

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมส่วนหนึ่งที่ต้องการพัฒนาธุรกิจให้มีความแตกต่าง จึงเริ่มหันมาจับกลุ่มลูกค้าที่กำลังเติบโตและยังไม่มีมีการทำการตลาดที่ชัดเจน คือ กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่ง Samranrat (2019) ได้ศึกษาพบว่า กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุปรารถนาที่จะสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่จากการเดินทาง ควบคู่กับความสะดวกและความปลอดภัย ดังนั้นการออกแบบโรงแรมให้สะดวกสบายใช้งานง่าย เหมาะสมกับสภาพร่างกายของผู้ใช้ทุกกลุ่มจะช่วยดึงดูดความสนใจจากลูกค้ากลุ่มนี้ได้ อย่างไรก็ตามความพึงพอใจของผู้สูงอายุนั้นมีมากกว่าความสุขทางกายและความประทับใจในการบริการ จากแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic health promotion Concept) ได้ทำให้เราตระหนักว่า ภาวะที่เป็นสุขของมนุษย์นั้นเกิดขึ้นได้จากความสมดุลของชีวิตในด้านร่างกาย ผสมผสานกับด้านจิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ อย่างแนบแน่น ดังนั้นการปรับเปลี่ยนโรงแรมให้เหมาะสมกับความสุขของผู้สูงอายุ จึงต้องให้ครอบคลุมในทุกมิติดังกล่าว แต่องค์ประกอบใดบ้างที่ผู้ประกอบการโรงแรมควรใส่ใจในการปรับเปลี่ยนเป็นอันดับแรก ต้องค้นหาคำตอบจากกลุ่มผู้ใช้จริง คือ ผู้สูงอายุ

การศึกษาครั้งนี้ จึงมุ่งเน้นการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเข้าพัก องค์ประกอบของโรงแรมทั้ง 4 ด้านที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญ ระดับความเต็มใจจะจ่าย และอัตราค่าที่พักที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้นักธุรกิจมีข้อมูลเพิ่มขึ้นในการประยุกต์ใช้ ทั้งการวางแผนธุรกิจ การออกแบบภูมิทัศน์ อาคาร สิ่งของใช้งาน อาหาร และการบริการต่างๆ ที่เหมาะสม รวมถึงการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถ

ให้บริการผู้สูงอายุได้ดี จะทำให้กลุ่มผู้สูงอายุมีโรงแรมที่ตรงใจในการเข้าพัก และช่วยสร้างความแตกต่างในธุรกิจโรงแรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมของผู้สูงอายุ
2. เพื่อศึกษาความเต็มใจจะจ่ายของผู้สูงอายุต่อองค์ประกอบของโรงแรมตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม
3. เพื่อศึกษาอัตราค่าที่พักที่ผู้สูงอายุเต็มใจจะจ่ายสำหรับโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบด้วยขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้จัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้เคยบริการโรงแรมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ 400 ราย โดยใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น .95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน .05 และทำการจัดเก็บข้อมูล ระหว่างเดือนสิงหาคม - เดือนธันวาคม พ.ศ. 2564

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นคำถามแบบเลือกตอบได้ข้อเดียวจากหลายคำตอบ (Multiple Choice) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน และแหล่งที่มาของรายได้หลักในปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรม เป็นคำถามแบบเลือกตอบได้ข้อเดียวจากหลายคำตอบ (Multiple Choice) จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย จำนวนครั้งของการเข้าพักโดยเฉลี่ยในแต่ละปี บุคคลที่เข้าพักด้วย และวัตถุประสงค์ของการเข้าพัก

ส่วนที่ 3 ระดับความเต็มใจจะจ่ายสำหรับองค์ประกอบของโรงแรมตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม ใช้แบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale Method) จำนวน 24 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการใช้งานทางร่างกาย จำนวน 9 ข้อ ด้านจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก จำนวน 5 ข้อ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 ข้อ และด้านจิตวิญญาณ จำนวน 5 ข้อ โดยกำหนดความเต็มใจจะจ่ายเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด, มาก, ปานกลางน้อย และ น้อยที่สุด (Likert, 1932: 55)

ส่วนที่ 4 อัตราค่าที่พักที่ผู้สูงอายุเต็มใจจะจ่าย มีจำนวน 4 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ อัตราค่าที่พักที่ผู้สูงอายุเต็มใจจะจ่ายสูงสุดสำหรับการเข้าพักโรงแรมทั่วไป และอัตราค่าที่พักส่วนเพิ่มที่เต็มใจจะจ่ายสูงสุดสำหรับโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม และคำถามแบบเลือกตอบข้อเดียวจากหลายคำตอบ (Multiple Choice) จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ความเต็มใจในการจ่ายค่าบริการส่วนเพิ่มและเหตุผลดังกล่าว

3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือตามขั้นตอน ดังนี้

1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโรงแรม ผู้สูงอายุ และการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม เพื่อนำมาวิเคราะห์และจัดทำแบบสอบถาม

2) จัดทำร่างแบบสอบถามให้ครอบคลุมสาระสำคัญที่ต้องการและมีจำนวนข้อที่เหมาะสม

3) พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Validity) ของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยใช้เครื่องมือวัดค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index : IOC) ซึ่งแบบสอบถามนี้มีค่า IOC เท่ากับ 0.93 สามารถใช้ได้

4) ปรับปรุงร่างแบบสอบถาม จากนั้นทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้บริการโรงแรม จำนวน 30 ราย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ซึ่งแบบสอบถามนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ด้านการใช้งานทางร่างกาย เท่ากับ .746 ด้านจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก เท่ากับ .799 ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เท่ากับ .728 และด้านจิตวิญญาณ เท่ากับ .709 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ในทุกด้าน สามารถใช้ในการจัดเก็บข้อมูลได้

5) จัดทำสำเนาแบบสอบถาม แล้วนำไปเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่วิจัย

4. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มาใช้บริการโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยแบ่งสัดส่วนแบบสอบถามตามจำนวนโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ในแต่ละจังหวัด แล้วรวบรวมแบบสอบถามจนได้ครบถ้วนจำนวน 400 ชุด นำมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ แล้วดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลในรูปแบบค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percent)

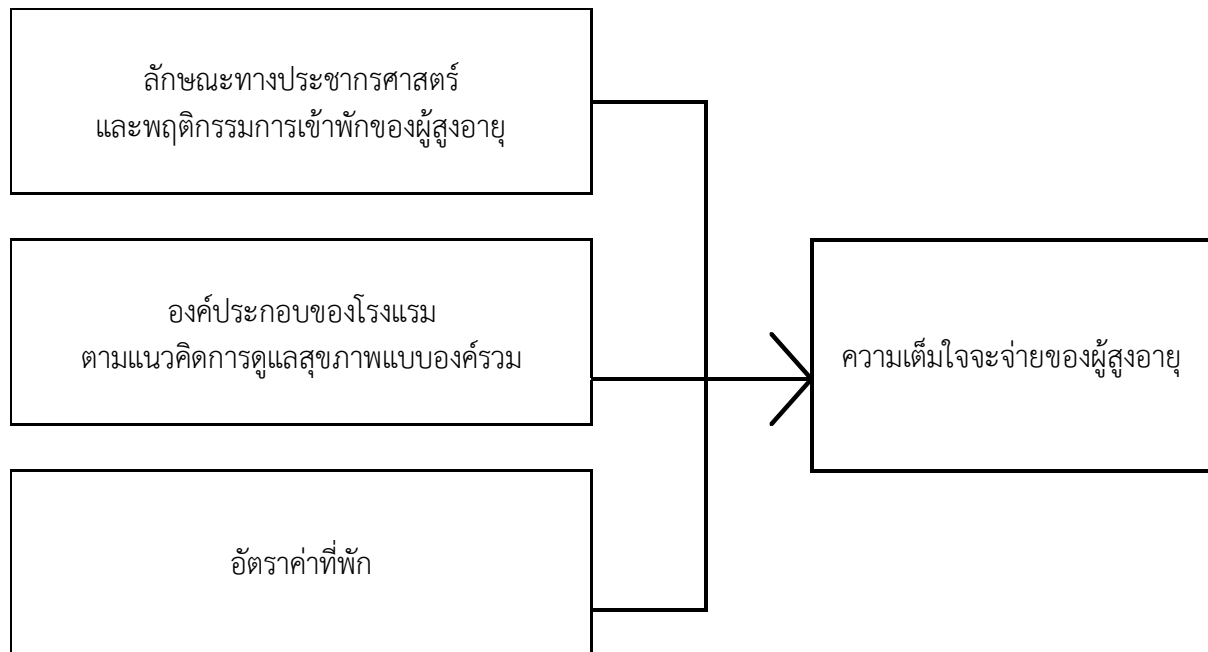
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมของผู้สูงอายุ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลในรูปแบบค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percent)

ส่วนที่ 3 ระดับความเต็มใจจะจ่ายสำหรับองค์ประกอบของโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลในรูปแบบค่าความถี่

(Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) มีการจัดคะแนนเฉลี่ยตามการหาอันตรภาคชั้นของค่าเฉลี่ย 0.8 โดยมีเกณฑ์แปลผล 5 ระดับ คือ คะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด คะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง เต็มใจจะจ่ายมาก คะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง เต็มใจจะจ่ายปานกลาง คะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง เต็มใจจะจ่ายน้อย และคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง เต็มใจจะจ่ายน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 อัตราค่าที่พักที่ผู้สูงอายุเต็มใจจะจ่ายสำหรับโรงแรมทั่วไปและโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม ปรากฏผลการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 201 คน (50.2 %) และเพศหญิง จำนวน 199 คน (49.8 %) โดยมากมีอายุในช่วง 60-65 ปี จำนวน 293 คน (73.3 %) มีสถานภาพสมรส จำนวน 310 คน (77.5 %) ระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 260 คน (65.0 %) ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 10,000 บาท จำนวน 177 คน (44.3 %) และ 10,0001 - 15,000 บาท จำนวน 148 คน (37.0 %) ส่วนใหญ่มีแหล่งรายได้จากเงินบำเหน็จ/บำนาญ/ประกันสังคม จำนวน 342 คน (85.5 %) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน และแหล่งที่มาของรายได้

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ชาย	201	50.2
หญิง	199	49.8
รวม	400	100

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
60-65	293	73.3
66-70	86	21.5
71-75	16	4.0
76-80	5	1.3
รวม	400	100

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	9	2.3
สมรส	310	77.5
หม้าย/หย่าร้าง	81	20.3
รวม	400	100

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ประถมศึกษา	11	2.8
มัธยมศึกษา/ปวช.	25	6.3

อนุปริญญา/ปวส.	78	19.5
ปริญญาตรี	260	65.0
ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ปริญญาโท	21	5.3
ปริญญาเอก	5	1.3
รวม	400	100
ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
น้อยกว่า 5,000	1	0.3
5,001 - 10,000	177	44.3
10,001 - 15,000	148	37.0
15,001 - 20,000	57	14.2
20,001 ขึ้นไป	17	4.3
รวม	400	100
แหล่งที่มาของรายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เงินออม	44	11.0
เงินบำเหน็จ/บำนาญ/ประกันสังคม	342	85.5
เงินได้จากการลงทุน	7	1.8
เงินจากบุตรหลานหรือผู้ให้การอุปการะ	7	1.8
รวม	400	100

n = 400

2. พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมของผู้สูงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเข้าพักโรงแรม 1-3 ครั้ง/ปี จำนวน 223 คน (55.8 %) รองลงมาคือ 4-6 ครั้ง/ปี จำนวน 134 คน (33.5 %) โดยมีแนวโน้มการเข้าพักกับครอบครัวหรือบุตรหลานมากที่สุด จำนวน 288 คน (72.0 %) รองลงมาคือเข้าพักคนเดียว จำนวน 92 คน (23.0 %) วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการเข้าพักโรงแรม คือ เพื่อเดินทางแสวงบุญ จำนวน 162 คน (40.5 %) และเพื่อท่องเที่ยว จำนวน 136 คน (34.0 %) รายละเอียดแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเข้าพัก บุคคลที่เข้าพักด้วย และวัตถุประสงค์ของการเข้าพัก

ความถี่ในการเข้าพักโรงแรม	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
1 - 3 ครั้ง/ปี	223	55.8
4 - 6 ครั้ง/ปี	134	33.5
7 - 9 ครั้ง/ปี	31	7.8
10 ครั้งขึ้นไป	12	3.0
รวม	400	100
บุคคลที่เข้าพักโรงแรมด้วย	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
พักคนเดียว	92	23.0
พักกับครอบครัวหรือบุตรหลาน	288	72.0
พักกับกลุ่มเพื่อน	20	5.0
รวม	400	100
วัตถุประสงค์ของการเข้าพัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพื่อท่องเที่ยว	136	34.0
เพื่อแสวงบุญ	162	40.5
เพื่อเยี่ยมญาติ หรือเพื่อน	88	22.0
เพื่อทำธุระ หรือติดต่อธุรกิจต่างๆ	9	2.3
เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ	5	1.3
รวม	400	100

n = 400

3. ความเต็มใจจะจ่ายของผู้สูงอายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจะจ่ายสำหรับองค์ประกอบของโรงแรมในด้านต่างๆ ตามแนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม ดังนี้

ด้านการใช้งานทางร่างกาย มีความเต็มใจจะจ่ายในระดับ “มากที่สุด” โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงกว่าด้านอื่นๆ ($\bar{X} = 4.79$, S.D = .377) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจะจ่ายสำหรับ “ความสะอาด” มากเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.97$, S.D = .178) รองลงมา คือ “ความปลอดภัย” ($\bar{X} = 4.90$, S.D = .337) และ “ความสะดวกสบาย ความง่ายในการใช้บริการ” ($\bar{X} = 4.89$, S.D = .354) เป็นอันดับสามตามลำดับ ซึ่งเท่ากับ “การบริการอย่างมีมาตรฐาน” ($\bar{X} = 4.89$, S.D = .348)

ด้านจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก มีความเต็มใจจะจ่ายในระดับ “มากที่สุด” ($\bar{X} = 4.24$, S.D = .488) โดยพบว่ามีความเต็มใจจะจ่ายสำหรับ “การสร้างความรู้สึกละลาย สบายใจ” ($\bar{X} = 4.85$, S.D = .383) เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ “การสร้างความพึงพอใจโดยรวม” ($\bar{X} = 4.69$, S.D = .488) และ “การสร้างความประทับใจ” ($\bar{X} = 4.04$, S.D = .298) เป็นลำดับสาม

ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มีความเต็มใจจะจ่ายในระดับ “มาก” ($\bar{X} = 4.19$, S.D = .369) โดยสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจะจ่ายมากที่สุดในด้านนี้ คือ “การมีสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี” ($\bar{X} = 4.86$, S.D = .409) รองลงมา คือ “การมีความเป็นส่วนตัว” ($\bar{X} = 4.02$, S.D = .834) และ “การได้รับเกียรติและการยอมรับ” ($\bar{X} = 3.64$, S.D = .633) ตามลำดับ

ด้านจิตวิญญาณ มีความเต็มใจจะจ่ายในระดับ “มาก” ($\bar{X} = 4.05$, S.D = .424) โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจะจ่ายมากที่สุด สำหรับ “การได้รับความเข้าใจในความเป็นผู้สูงอายุ” ($\bar{X} = 4.71$, S.D = .516) รองลงมา คือ “การได้ใกล้ชิดธรรมชาติ” ($\bar{X} = 4.30$, S.D = .502) และ “การได้รับการสนองตอบต่อความเชื่อ ความศรัทธาทางศาสนา” ($\bar{X} = 3.87$, S.D = .840) ตามลำดับ รายละเอียดคะแนนแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเต็มใจจะจ่ายสำหรับองค์ประกอบของโรงแรมในด้านต่างๆ ตามแนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม

องค์ประกอบด้านการใช้งานทางร่างกาย	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ความสะดวกสบาย ความง่ายในการใช้บริการ	4.89	.354	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
ความปลอดภัย	4.90	.337	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
อาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลาย เหมาะสมกับวัย	4.86	.439	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
สุขภัณฑ์และของใช้ในห้องน้ำที่ใช้งานง่าย	4.84	.362	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
การบริการอย่างมีมาตรฐาน	4.89	.348	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
การได้นอนอย่างมีคุณภาพ	4.77	.465	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
การได้ออกกำลังกายอย่างพอเหมาะ	3.61	.880	เต็มใจจะจ่ายมาก
ความสะดวก	4.97	.178	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานในห้องพัก	4.70	.667	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
รวม	4.79	.377	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
องค์ประกอบด้านจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
การสร้างความรู้สึกละลาย สบายใจ	4.85	.383	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
การสร้างความพึงพอใจโดยรวม	4.69	.488	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด

การสร้างประทับใจ	4.04	.298	เต็มใจจะจ่ายมาก
การสร้างทัศนคติที่แจ่มใส	3.56	.737	เต็มใจจะจ่ายมาก
การสร้างความสุขใจ อิ่มเอมใจ	3.64	.792	เต็มใจจะจ่ายมาก
รวม	4.24	.488	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
องค์ประกอบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
การมีสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี	4.86	.409	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
การได้ปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง	3.35	.521	เต็มใจจะจ่ายปานกลาง
การมีความเป็นส่วนตัว	4.02	.834	เต็มใจจะจ่ายมาก
การได้รับเกียรติและการยอมรับ	3.64	.633	เต็มใจจะจ่ายมาก
การมีสิ่งช่วยป้องกันการรบกวน	3.51	.653	เต็มใจจะจ่ายมาก
รวม	4.19	.369	เต็มใจจะจ่ายมาก
องค์ประกอบด้านจิตวิญญาณ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
การได้รับความเข้าใจในความเป็นผู้สูงอายุ	4.71	.516	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเองเมื่อเข้าพัก	3.78	.515	เต็มใจจะจ่ายมาก
การได้ใกล้ชิดธรรมชาติ	4.30	.502	เต็มใจจะจ่ายมากที่สุด
การได้รับการสนองตอบต่อความเชื่อ ความศรัทธาทางศาสนา	3.87	.840	เต็มใจจะจ่ายมาก
การได้สัมผัสถึงความสงบ	3.40	.652	เต็มใจจะจ่ายปานกลาง
รวม	4.05	.424	เต็มใจจะจ่ายมาก

$n = 400$

4. อัตราค่าที่พักที่ผู้สูงอายุเต็มใจจะจ่ายสำหรับโรงแรมทั่วไปและโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจะจ่ายค่าที่พักสำหรับโรงแรมทั่วไปที่ระดับราคาเฉลี่ย ($\bar{X}$) 1,609.50 บาท/คืน (S.D = 295.937) และมีความเต็มใจจะจ่ายค่าที่พักส่วนเพิ่มสำหรับโรงแรมที่มีการประยุกต์ใช้แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมในการให้บริการที่ระดับราคาเฉลี่ย ($\bar{X}$) 513.25 บาท/คืน (S.D. = 97.587) รวมเป็น 2,122.75 บาท/คืน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.89 รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของราคาที่พักที่ผู้สูงอายุเต็มใจจะจ่าย

ประเภทของที่พัก	ราคาต่ำสุด (บาท/คืน)	ราคาสูงสุด (บาท/คืน)	$\bar{X}$	S.D.
ค่าที่พักโรงแรมทั่วไป	800	3,500	1,609.50	295.937
ค่าที่พักส่วนเพิ่มที่ยินดีจ่ายสำหรับโรงแรมที่ ประยุกต์ใช้แนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบ องค์รวม	200	1,200	513.25	97.587
ร้อยละของการเปลี่ยนแปลง	25.00	34.30	31.89	(32.98)

$n = 400$

โดยเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเต็มใจจะจ่ายค่าที่พักส่วนเพิ่มเนื่องจาก “ประสบปัญหาในการพักโรงแรมแบบเดิม” จำนวน 156 คน (39.0 %) รองลงมา คือ “ต้องการได้รับการบริการที่เหมาะสม” จำนวน 154 คน (38.5 %) และสุดท้าย “ต้องการทดลองความแตกต่าง แปลกใหม่” จำนวน 90 คน (22.5 %) ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 เหตุผลที่ผู้สูงอายุมีความยินดีจะจ่ายค่าห้องพักส่วนเพิ่มสำหรับโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวทางการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม

เหตุผลในการจ่ายค่าที่พักส่วนเพิ่ม	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ประสบปัญหาในการพักโรงแรมแบบเดิม	156	39.0
ต้องการได้รับการบริการที่เหมาะสม	154	38.5
ต้องการทดลองความแตกต่าง แปลกใหม่	90	22.5
อัตราค่าห้องพักปัจจุบันต่ำกว่าระดับที่สามารถจ่ายได้	0	0
อื่นๆ	0	0
รวม	400	100

$n = 400$

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาความเต็มใจจะจ่ายค่าที่พักของผู้สูงอายุสำหรับโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายร้อยละ 50.2 เพศหญิง ร้อยละ 49.8 โดยมีอายุอยู่ในช่วง 60-65 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาในระดับปริญญาตรี ค่าใช้จ่ายส่วนตัวเฉลี่ย 5,001-10,000 บาท/เดือน แหล่งที่มาของรายได้หลักจากเงินบำนาญ บำนาญ และประกันสังคม ความถี่ในการเข้าพักโรงแรมปีละ 1-3 ครั้ง ส่วนใหญ่เข้าพักพร้อมกับครอบครัวหรือบุตรหลาน วัตถุประสงค์หลักของการเข้าพักคือเพื่อเดินทางแสวงบุญ โดยผู้สูงอายุมีความเต็มใจจะจ่ายค่าที่พักสำหรับองค์ประกอบของโรงแรมด้านการใช้งานทางร่างกาย และด้านจิตใจอารมณ์และความรู้สึก ในระดับมากที่สุด และมีความเต็มใจจะจ่ายสำหรับองค์ประกอบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านจิตวิญญาณ ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้มีความเต็มใจจะจ่ายค่าที่พักส่วนเพิ่มสำหรับโรงแรมที่ประยุกต์ใช้แนวคิดการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมในการให้บริการ เพิ่มขึ้นร้อยละ 31.89 เมื่อเทียบกับโรงแรมทั่วไป

จากข้อมูลที่ได้รับแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบที่ส่งผลต่อความเต็มใจจะจ่ายเรียงลำดับจากคะแนนมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ 1) ด้านการใช้งานทางร่างกาย 2) ด้านจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก 3) ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และ 4) ด้านจิตวิญญาณ ตามลำดับ ซึ่งลำดับของการให้ความสำคัญดังกล่าวมีความสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy of needs) ที่กล่าวว่าความต้องการของมนุษย์เริ่มจากความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม แล้วยกระดับสู่ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการเป็นที่รักของคนรอบข้าง ความมีคุณค่าในสังคม และบรรลุถึงความภาคภูมิใจในชีวิต และตัวตนของตนอย่างสมบูรณ์ (Maslow, 1970:76) เช่นเดียวกับผู้สูงอายุซึ่งต้องการได้รับการดูแล เอาใจใส่ ให้ความสะดวกสบายในการใช้งานทางร่างกาย ให้ความรู้สึกรับประกัน ปลอดภัย สร้างความยินดี พึงพอใจ ให้เกียรติ และเข้าใจในตัวตนที่ผู้สูงอายุเป็น หากผู้ประกอบการโรงแรมนำข้อค้นพบและรายละเอียดเกี่ยวกับความเต็มใจจะจ่ายในด้านต่างๆ นี้ ไปประยุกต์ใช้ในการให้บริการธุรกิจโรงแรมอย่างกลมกลืนแล้วก็จะช่วยสร้างความสุข และความพึงพอใจให้เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ เช่นเดียวกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียดขององค์ประกอบย่อยในแต่ละด้าน พบว่า

ด้านการใช้งานทางร่างกาย ผู้สูงอายุมีความต้องการสิ่งจำเป็นพื้นฐานในการใช้ชีวิตประจำวัน เช่นเดียวกับคนในช่วงวัยอื่นๆ เริ่มต้นจาก “ความสะอาด” ($\bar{X} = 4.97$) ถัดมาคือ “ความปลอดภัย” ($\bar{X} = 4.90$) “ความสะดวกสบาย ความง่ายในการใช้บริการ” ($\bar{X} = 4.89$) และ “การบริการอย่างมีมาตรฐาน” ($\bar{X} = 4.89$) ตามลำดับ เนื่องจากเป็นวัยที่มีความเปราะบางทางร่างกายและบางรายมีความเสื่อมโทรมทางสุขภาพที่แตกต่างจากคนวัยหนุ่มสาว ดังนั้นความสะอาดจึงมีความสำคัญต่อผู้สูงอายุอย่างยิ่ง เพราะหากต้องพักในโรงแรมที่มีสภาวะแวดล้อมที่ไม่สะอาด จะทำให้ผู้สูงอายุเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยหรือเกิดโรคได้ง่าย ดังนั้นสิ่งต่างๆ ที่มีให้บริการในโรงแรมจึงต้องคำนึงถึงความสะดวกเป็นลำดับแรก เช่น ผ้าเช็ดตัว แก้วน้ำ หรือแม้แต่อากาศภายในห้องพัก ต้องมีการดูแลจัดการอย่างดี เพื่อให้มั่นใจได้ว่ามีความสะอาดเพียงพอตามมาตรฐานที่กำหนด

ส่วนความปลอดภัยนั้น ก็ได้หมายถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเพียงอย่างเดียว แต่ยังหมายรวมถึง สิ่งของ เครื่องใช้ และอาคารสถานที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับผู้สูงอายุด้วย เช่น พื้นที่ไม่ลื่น แสงสว่างที่เพียงพอ และอุปกรณ์การใช้งานต่างๆในห้องน้ำหรือห้องพักที่มีความมั่นคงแข็งแรง ไม่ตกหล่น แตกหักง่าย เป็นต้น ในด้านความสะดวกสบาย ความง่ายในการใช้บริการนั้น ต้องมีการปรับการบริการหลายสิ่งให้เหมาะสมกับความแข็งแรงของกล้ามเนื้อและคุณภาพการมองเห็นที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้สูงอายุ เช่น การใช้ตัวอักษรสำหรับป้าย สัญญาณต่างๆในห้องพักหรือปุ่มกดทีวีที่มีขนาดใหญ่ขึ้น การใช้ขวดแชมพูแบบปั๊มที่ออกแรงน้อยไม่ต้องบิด หมุนเหมือนแบบฝา หรือการเลือกที่นอนที่มีความนุ่มแน่นพอเหมาะสามารถรองรับสรีระของผู้สูงอายุได้พอดี ไม่แข็งหรืออ่อนยุบจนเกินไป ในด้านการบริการที่เป็นมาตรฐาน ก็ต้องมีความพอดีในการให้บริการ ดูไม่ขาด ไม่เกิน ไม่ท่างเห็นหรือใกล้ชิดจนเกินไป จะทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขในการเข้าพัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chuapung, Praditphonlert, Warusukhasiri, & Pooripakdee (2018: 71-84) ที่พบว่า นักท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุมีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับสรีระตามช่วงวัยของตน และมีความคาดหวัง ในด้านที่พักและการให้บริการในระดับสูงที่สุด นอกจากนี้ในเรื่อง “อาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายเหมาะสมกับวัย” ($\bar{X} = 4.86$) “สุขภัณฑ์และของใช้ในห้องน้ำที่ใช้งานง่าย” ($\bar{X} = 4.84$) และ “การได้นอนอย่างมีคุณภาพ” ($\bar{X} = 4.77$) ก็เป็นสิ่งที่ยืนยันถึงความต้องการของผู้สูงอายุที่มองหาสิ่งที่เหมาะสมกับ สภาพร่างกายและขอบเขตความสามารถตามวัย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Thongsuk (2020) ที่พบว่า ผู้สูงอายุในปัจจุบันมีพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารที่เคี้ยวง่าย และมีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อไม่ให้ รู้สึกจำเจและให้ได้รับสารอาหารที่มีคุณค่าครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ และการวิจัยของ Yaemjamuang, & Chobtong (2021) ที่พบว่า ผู้สูงอายุนั้นมีความต้องการอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกที่ของ โรงแรม โดยเฉพาะจุดที่คนภายนอกมองไม่เห็น ที่ผู้สูงอายุต้องช่วยเหลือตัวเองคนเดียว เช่น พื้นที่ห้องพักและ ภายในห้องน้ำ ซึ่งจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอสำหรับการใช้งานด้วยความปลอดภัย และมีอุปกรณ์ส่งสัญญาณขอความช่วยเหลือได้ในกรณีประสบเหตุฉุกเฉิน

ด้านจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก ผู้สูงอายุมีความเต็มใจจะจ่ายสำหรับองค์ประกอบที่ช่วยสร้าง “ความรู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ” ($\bar{X} = 4.85$) และ “การสร้างความพึงพอใจโดยรวม” ($\bar{X} = 4.69$) ในระดับ มากที่สุด เนื่องจากวัยสูงอายุเป็นช่วงเวลาเกษียณที่ปลอดภาระจากการทำงานและเลี้ยงดูครอบครัว จึงมีเวลาว่างสำหรับการเดินทางแสวงบุญและท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ และมักไม่ค่อยมีกิจกรรมอื่นๆที่โลดโผน เพิ่มเติมนอกเหนือจากการไปในสถานที่ที่ตั่งเป้าไว้และกลับเข้าพักในโรงแรม ดังนั้นผู้สูงอายุจึงคาดหวังความ ผ่อนคลายสบายใจและความพึงพอใจจากการใช้บริการโรงแรมระหว่างการเดินทางมากกว่ากลุ่มคนวัยทำงาน ทั้งนี้เมื่อสังเกตอุปนิสัยและอารมณ์ของผู้สูงอายุที่พบเจอในชีวิตประจำวันแล้ว ก็พบว่า บางรายมีความ แปรปรวนทางอารมณ์ อ่อนไหวต่อสิ่งเร้าที่มากกระทบง่าย โดยเฉพาะผู้สูงอายุเพศหญิง ซึ่งอาจเกิดจากภาวะวัยทองหรือการขาดฮอร์โมน ทำให้มีความหงุดหงิด ควบคุมอารมณ์ลำบาก อยากรู้อยากเห็น ก็ต้องได้ตามที่คาดหวัง การบริการที่จึงต้องการให้คนมาเอาใจเป็นพิเศษ เพื่อสร้างความรู้สึกสบายใจ หรือบางสาเหตุอาจเกิดจากการที่

ผู้สูงอายุได้ผ่านประสบการณ์ชีวิตมามาก พบเจอสิ่งต่างๆที่ล้นร้ายหรือตีมาเยาะ ทำให้ผู้สูงอายุต้องการได้รับความสบายใจและความพึงพอใจมากกว่าปกติ เพื่อลอบประโลมจิตใจให้บรรเทาความตึงเครียดในชีวิตที่ผ่านมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ Patpornwatcharasin, & Roonpho (2017) ที่พบว่า ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับสุขภาพจิต โดยมีการปรับตัวอย่างเข้าใจถึงภาวะทางธรรมชาติ มีการรับมือกับความเครียดและการคลายเครียดที่หลากหลาย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการสร้างความผ่อนคลายและความพึงพอใจให้แก่ตนเอง

ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีความเต็มใจจะจ่ายในการเข้าพักโรงแรมที่มี “สิ่งแวดล้อมและบรรยากาศที่ดี” ($\bar{X} = 4.86$) ในระดับมากที่สุด มากกว่าองค์ประกอบอื่นๆในด้านเดียวกัน แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของผู้สูงอายุ ซึ่งหากเทียบกับคนในวัยอื่นก็อาจพบว่า ไม่ได้มีความแตกต่าง เพราะบุคคลทุกวัยล้วนมีความต้องการที่จะได้อยู่ในสถานที่ที่มีสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศที่ดีด้วยกันทั้งนั้น แต่สำหรับผู้สูงอายุแล้ว ทำไมสิ่งนี้จึงมีความสำคัญในระดับมากที่สุด และมากกว่าการมีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ความเป็นส่วนตัว หรือการได้รับเกียรติ ซึ่งน่าจะมียิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกพักไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน ความสงสัยนี้อาจถูกอธิบายได้ด้วยแนวคิดพลังแห่งธรรมชาติที่ผู้สูงอายุสามารถรับรู้หรือสัมผัสได้แนบแน่นกว่าคนในช่วงวัยอื่นๆ เพราะเป็นวัยที่ได้ใช้เวลาอยู่ใกล้ชิดกับตัวเอง สังเกต เรียนรู้ ทำความเข้าใจ และตัดสินใจให้ความเห็นต่อสิ่งสัมผัสต่างๆที่มากกระทบต่อร่างกายหรือจิตใจได้มากและต่อเนื่องกว่าคนในวัยเด็ก วัยรุ่น หรือวัยทำงานที่มีวิถีชีวิตที่รีบเร่งและมีภาระความรับผิดชอบที่หลากหลายมากกว่า ดังนั้นการให้ความสำคัญกับสิ่งรอบข้างที่มีพลังในด้านบวกจึงเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Tiraphat (2020) ที่พบว่า ในสังคมอาเซียนการที่ผู้สูงอายุได้อยู่ในสังคมหรือสิ่งแวดล้อมที่มีความเอื้ออาทรและเป็นมิตร จะสามารถช่วยเพิ่มพูนพลังได้อย่างเห็นผลโดดเด่น ทำให้ผู้สูงอายุได้รับความสุขกายสบายใจ และผลการศึกษาของ Rakmuncharoe (2015) ที่พบว่า ทักษะสภาพเป็นสิ่งแรกที่ช่วยสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ ซึ่งหมายรวมถึงชื่อเสียงของโรงแรม การตกแต่งที่ดี มีบรรยากาศและทิวทัศน์ที่งดงาม จะช่วยดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้และยินยอมจ่ายค่าใช้บริการสำหรับการเข้าพัก นอกจากนี้ “ความเป็นส่วนตัว” ($\bar{X} = 4.02$) “การได้รับเกียรติและยอมรับ” ($\bar{X} = 3.64$) “การมีสิ่งป้องกันการรบกวน” ($\bar{X} = 3.51$) ก็มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจะจ่ายในระดับมาก รองจากด้านสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศ ซึ่งอาจเป็นเพราะในสังคมเอเชีย ผู้สูงอายุเป็นวัยที่คนทั่วไปมองว่าควรได้รับความเคารพและปฏิบัติอย่างเหมาะสม ดังนั้นสถานที่ต่างๆ ที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุเข้าพักจึงต้องมีความเฉพาะหรือเป็นส่วนตัว มีการจัดเตรียมที่ดีแสดงให้เห็นถึงการให้เกียรติและยอมรับในวัยวุฒิ คุณวุฒิ และเมื่อท่านได้เข้าพักก็ไม่ควรมีสิ่งใดไปทำความเดือดร้อนรำคาญ รบกวนผู้อายุ อันเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการต้องการความปลอดภัยเป็นที่ตั้งเช่นเดียวกับธรรมชาติของมนุษย์ที่ปรากฏตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ที่กล่าวว่า มนุษย์ต้องการมีความปลอดภัย และได้รับการป้องกันจากภัยอันตรายต่างๆ รวมถึงการรักษาความเป็นส่วนตัวและให้เกียรติตามฐานะทางสังคมด้วย ความเห็นเช่นนี้ได้ปรากฏในงานวิจัย

ของ Maopraman & Pasunon (2022: 27-40.) ที่ค้นพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของห้องพัก คือ การให้บริการแบบเจาะจง และการรักษาความเป็นส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพลังความเชื่อที่คนในสังคมมอบให้ผู้สูงอายุและผู้สูงอายุมอบให้แก่ตนเอง สุดท้าย “การได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง” ($\bar{X} = 3.35$) เป็นสิ่งที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญน้อยที่สุดในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งน่าจะแตกต่างจากคนในวัยเด็ก วัยรุ่น หรือวัยทำงาน ที่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ที่มากกว่าตามธรรมชาติความเป็นสัตว์สังคมของมนุษย์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้สูงอายุเป็นช่วงวัยที่มีความคิด ความเห็น และความต้องการเฉพาะที่แตกต่างจากคนวัยอื่นๆ เนื่องด้วยมุมมองที่ได้รับการพัฒนาตามประสบการณ์ที่สั่งสมมาในชีวิต ทำให้การจะตัดสินใจพูดหรือทำสิ่งต่างๆต่อบุคคลอื่น มีความจำเป็นต้องได้รับการคิดวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนรอบด้านก่อนลงมือกระทำเสมอ ทำให้โอกาสที่จะได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆมีน้อยลงตามไปด้วย

ด้านจิตวิญญาณ งานวิจัยนี้พบว่าผู้สูงอายุมีความเต็มใจจะจ่ายมากที่สุดสำหรับ “การได้รับความเข้าใจในความเป็นผู้สูงอายุ” ($\bar{X} = 4.71$) และ “การได้ใกล้ชิดธรรมชาติ” ($\bar{X} = 4.30$) ซึ่งความเข้าใจนี้เป็นสิ่งสำคัญเบื้องต้นในการส่งมอบการบริการได้อย่างตรงจุด เพราะมนุษย์ล้วนมีความต้องการให้คนอื่นเข้าใจในความเป็นตัวของตัวเอง ซึ่งจะนำไปสู่การอยู่ร่วมในสังคมได้อย่างมีความสุข ส่วนการได้ใกล้ชิดธรรมชาตินั้นจะช่วยให้ผู้สูงอายุได้สัมผัสถึงความงาม ช่วยสร้างความประทับใจ ส่งมอบเป็นพลังบวกเพื่อเติมเต็มจิตวิญญาณของผู้สูงวัย อีกทั้ง “การได้รับการตอบสนองต่อความเชื่อ ความศรัทธาทางศาสนา” ($\bar{X} = 3.87$) และ “การสร้างความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง” เมื่อเข้าพัก ($\bar{X} = 3.78$) ให้แก่ผู้สูงอายุ ก็เป็นสิ่งที่สำคัญที่มีผลต่อความเต็มใจจะจ่าย เพราะผู้สูงอายุโดยมากเป็นกลุ่มคนที่มีความใกล้ชิดกับศาสนา ผ่านร้อน ผ่านหนาว ผ่านความสมหวัง และผิดหวังในสิ่งต่างๆมามาก จึงต้องการการยึดเหนี่ยวทางจิตใจ อีกทั้งหลายคนได้เคยสัมผัสถึงความรู้สึกมีคุณค่าในตัวเองมาบ้างแล้ว จากสถานการณ์ต่างๆในอดีตและมีความพึงพอใจในความรู้สึกนี้ การได้รับการตอบสนองในส่วนนี้ จึงมีผลทำให้ผู้สูงอายุมีความเต็มใจจะจ่ายในระดับมาก ส่วน “การได้สัมผัสถึงความสงบ” ($\bar{X} = 3.40$) นั้นมีผลต่อความเต็มใจจะจ่ายในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะเมื่อออกนอกบ้านผู้สูงอายุทุกคนก็เตรียมตัวเตรียมใจที่จะพบกับความวุ่นวายต่างๆอยู่แล้ว จึงไม่ค่อยคาดหวังว่าจะได้พบกับความสงบเหมือนตอนไปวัด จะเห็นได้ว่า มิติทางด้านจิตวิญญาณนั้น มีผลต่อความเต็มใจจะจ่ายของผู้สูงอายุหลากหลายกันไป ดังงานวิจัยของ Akarangkoon (2019: 119-142) ที่พบว่า การดูแลทางจิตวิญญาณสำหรับผู้สูงอายุนั้นมีความหมายที่ลึกซึ้ง เพราะเป็นส่วนที่ทำให้ผู้สูงอายุสัมผัสและรับรู้ความมีคุณค่าแห่งตน จนเกิดความภาคภูมิใจในตัวเองว่าสามารถดูแลตัวเองได้แม้ร่างกายจะมีความร่วงโรยลงตามวัย

อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัยข้างต้น พบว่า ในองค์ประกอบแต่ละด้าน ผู้สูงอายุมีความเต็มใจจะจ่ายที่แตกต่างกันไปในแต่ละองค์ประกอบย่อย ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาปรับปรุงโรงแรมของตน เพื่อให้มีคุณลักษณะตรงตามความต้องการของลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุได้ ตามจุดแข็งหรือโอกาสที่ตนมี เช่น บางโรงแรม อาจมีจุดแข็งเรื่องการบริการ ก็อาจส่งเสริมทักษะการคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า ให้แก่พนักงาน ให้มีความเข้าใจในธรรมชาติของผู้สูงอายุเพิ่ม เช่น พฤติกรรมการย้ายคิดย้ายท่า การ

นอนตื่นเช้า การต้องการได้รับความสำคัญ เป็นต้น จะให้บริการได้อย่างตรงจุด พอเหมาะพอควร ช่วยสร้างความพึงพอใจและประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ ทำให้มีลูกค้าขาประจำเพิ่มขึ้น และเกิดการบอกต่อ เป็นต้น ส่วนบางโรงแรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีธรรมชาติสวยงาม ก็อาจพิจารณานำเสนอความสวยงามนี้เป็นจุดขาย โดยทำการพัฒนาปรับปรุงสิ่งต่างๆ ให้สามารถรับชมความสวยงามได้เพิ่มขึ้น เช่น การปรับหน้าต่างเป็นกระจกบานใหญ่ มองออกไปเห็นสวน เป็นต้น ดังนั้นความสำเร็จในการโน้มน้าวใจให้ลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุให้มีความเต็มใจจะจ่ายในการเข้าพักโรงแรม จึงสามารถประยุกต์ใช้ผลการวิจัยได้ตามความเหมาะสมกับบริบทภายในและภายนอกของโรงแรมแต่ละแห่ง สิ่งใดที่สามารถทำได้เลย หรือทำได้ดี โดยไม่ต้องลงทุนมาก แต่สามารถเห็นผลมาก ก็ควรทำก่อน สิ่งที่ต้องลงทุนมาก แต่เห็นผลน้อย ก็ควรหลีกเลี่ยง เป็นต้น เนื่องจากจากไม่เหมาะสมกับบริบทของตนเอง เช่น การเปลี่ยนวัสดุอุปกรณ์ในห้องพัก ห้องอาหาร หรือการจัดแต่งบรรยากาศในโรงแรม ตามกฎ 80:20 ของ Vilfredo Pareto ที่ว่า ผลลัพธ์ที่ยิ่งใหญ่มักมาจากอะไรที่เล็กน้อย (Pareto, 1964) ก็จะทำให้ประสบผลสำเร็จตามความเหมาะสม

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากการวิจัย ดังนี้

1. การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ จากผลการวิจัยข้างต้น พบว่าสิ่งที่ผู้สูงอายุเต็มใจจะจ่ายในแต่ละด้าน มีน้ำหนักความสำคัญแตกต่างกันไป สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับบริบททางธุรกิจ การแข่งขัน และทรัพยากรที่ผู้ประกอบการแต่ละรายมีอยู่ สำหรับรายเดิมที่ได้ดำเนินธุรกิจโรงแรมมาแล้ว อาจเลือกที่จะปรับปรุงองค์ประกอบในด้านการใช้งานทางร่างกายบางอย่างที่ยังไม่สมบูรณ์ ให้มีความพร้อมในการให้บริการผู้สูงอายุมากขึ้น เช่น ความปลอดภัย อาจเพิ่มจำนวนหลอดไฟส่องสว่างในห้องนอนและห้องน้ำให้มากขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้เข้าพัก หากเป็นผู้สูงอายุก็สามารถเปิดไฟเพิ่มขึ้นเพื่อให้มองเห็นได้ชัด หากเป็นคนวัยอื่นก็สามารถเลือกเปิดได้ตามความต้องการใช้ หรืออาจมีจำนวนหลอดเท่าเดิมแต่สามารถปรับระดับความสว่างของแสงได้ เป็นต้น สำหรับด้านจิตใจ อารมณ์และความรู้สึก ผู้ประกอบการอาจเลือกสร้างความรู้สึกผ่อนคลาย ด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุสามารถเลือกกลิ่นของแชมพูและครีมอาบน้ำได้ตามใจชอบจากรายการที่มีอยู่ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม อาจปรับปรุงอาคารเดิมให้มีความโปร่ง โล่ง เลือกใช้โทนสีที่สว่าง ทำให้รู้สึกไม่อึดอัด เพื่อสร้างบรรยากาศที่สดชื่น แจ่มใส และด้านจิตวิญญาณ อาจฝึกอบรมพนักงานให้มีความเข้าใจในธรรมชาติของผู้สูงอายุ และให้บริการอย่างสอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ เช่น การต้องตอบคำถามซ้ำๆ เพราะผู้สูงอายุชอบถามซ้ำ หรือการเลือกสรรพนาเมเรียกขานตามที่คุณสูงอายุชอบใจหรืออนุญาต เป็นต้น จะช่วยให้รู้สึกไม่เป็นการทรมานหรือตีสอนเกินไป และสร้างความอบอุ่นใจในการเข้าพัก สำหรับผู้ที่กำลังจะก่อสร้างโรงแรมใหม่ ก็อาจพิจารณาเลือกปรับปรุงได้ในหลายด้านพร้อมกัน เพราะไม่มีข้อจำกัดเดิม เป็นต้น

2. การวิจัยครั้งต่อไป ในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาในบริบทของผู้สูงอายุที่เข้าพักในโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งอาจมีลักษณะทางประชากรศาสตร์และชั้น

คุณภาพของโรงแรมที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่นๆหรือโรงแรมประเภทอื่น อันอาจส่งผลต่อระดับความเต็มใจจะจ่ายหรือมูลค่าที่พักที่ผู้สูงอายุให้การยอมรับได้ ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรพิจารณาศึกษาในภูมิภาค ประเภทของโรงแรม หรือองค์ประกอบตามแนวคิดอื่น เพื่อดูผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกับงานวิจัยชิ้นนี้หรือไม่

การนำไปใช้

ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาธุรกิจโรงแรมสำหรับผู้สูงอายุได้ ดังนี้

1. ในระดับนโยบาย ภาครัฐอาจสนับสนุนให้ผู้ประกอบการปรับปรุงโรงแรมที่มีอยู่ให้มีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุมากขึ้น โดยค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงอาคาร สถานที่ การตกแต่ง การติดตั้งอุปกรณ์ หรือการฝึกอบรม เพื่อการบริการผู้สูงอายุ มาลดหย่อนภาษีในอัตราพิเศษจากค่าใช้จ่ายในการดำเนินการตามปกติ เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการเกิดความตื่นตัวในการลงทุนปรับปรุงโรงแรมให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และควรจัดให้มีมาตรฐานโรงแรมที่มีความเหมาะสมกับการเข้าพักของผู้สูงอายุในด้านต่างๆ เช่น เตียงนอน ห้องน้ำ แสงสว่าง อาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม โดยกำหนดชั้นคุณภาพเป็นระดับดาวสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อสื่อสารให้ลูกค้าที่ต้องการพักได้ตัดสินใจในการเลือกด้วยอีกทางหนึ่ง ก็จะเป็นการช่วยส่งเสริมธุรกิจโรงแรมสำหรับผู้สูงอายุได้ทั้งในด้าน Supply และ Demand โดยแนวทางในการปรับปรุงหรือกำหนดมาตรฐานดังกล่าว สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ได้

2. ในระดับบริหารงาน สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการตรวจสอบกับองค์ประกอบของโรงแรมที่มีอยู่ในแต่ละด้าน ว่ามีสิ่งใดที่ยังต้องปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการจ่ายของผู้สูงอายุอีกหรือไม่ โดยอาจกำหนดเป็นแผนงานในการปรับปรุงต่อไป

3. ในระดับปฏิบัติการ พนักงานผู้ให้บริการในธุรกิจโรงแรมสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดนี้และความเต็มใจจะจ่ายของผู้สูงอายุในการให้บริการในโรงแรมได้ เช่น สิ่งที่ผู้สูงอายุมีความต้องการเพื่อตอบสนองการใช้งานทางร่างกายหรือจิตใจซึ่งอาจมีความแตกต่างจากสิ่งที่เคยได้รับรู้มา เนื่องด้วยบริบทด้านร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุมีการเปลี่ยนแปลงไปตามประสบการณ์ที่ได้รับมาในชีวิต การให้บริการได้อย่างตรงตามความต้องการในเวลา ปริมาณ และคุณภาพที่เหมาะสมจะช่วยสร้างความพึงพอใจ ประทับใจ และกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Akarangkoon, P. (2019). Looking at the Future for Comprehensive Care for the Elderly. (In Thai). RMUTT Global Business and Economics Review, 14(2), 119-142.
- Chuapung, B., Praditphonlert, N., Warusukhasiri, R., & Pooripakdee. (2018). Hotel Services Management for Thai Elderly Tourists Staying at PhraNakhonSi Ayutthaya Province. (In Thai). Journal of Information, 17(2), 71-84.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. Archives of Psychology, 22 140, 55.
- Maopraman, N. & Pasunon, P. (2022). Factors Affecting the Decision to choose an Online Booking Service of Tourist Case Study of Phuket Sandbox. (In Thai). Journal of Liberal Art of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, 4(1), 27-40.
- Maslow, A. H. (1970). Motivation and Personality (2nd ed.). New York: Harper & Row.