



ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ชาวต่างชาติ

Received: 15 January 2020

Revised: 3 July 2020

Accepted: 8 April 2021

ดาวศุกร์ บุญญะสานต์*

รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS สำหรับสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า T-test และค่า One-Way ANOVA ซึ่งผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้นมากที่สุดตามด้วยด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น และด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นตามลำดับ 2) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส สัญชาติ การศึกษา สถานภาพการทำงาน และรายได้ที่แตกต่างกัน มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และเมื่อทำการทดสอบรายคู่โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) และ Dunnett's T3

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่า
ความแตกต่าง;
โรงแรมขนาดกลางและเล็ก;
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

* อาจารย์ประจำคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ติดต่อได้ที่: daosook@hotmail.com (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ติดต่อได้ที่: rugphong@gmail.com

พบว่ามีความแตกต่างกันในบางด้าน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และสุขภาพไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ผลจากการศึกษานี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ในการตอบสนองต่อความต้องการกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และการบริการ และเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

Factors of Differentiation Value Drivers Affecting International Mature Travelers toward the Selection of Small and Medium-Sized Hotels

Received: 15 January 2020

Revised: 3 July 2020

Accepted: 8 April 2021

Daosook Boonyasarn^{*}Rugphong Vongsaroj^{**}

This research aimed to 1) investigate the factors of differentiation value drivers influencing mature travelers when patronizing small and medium-sized hotels, and 2) analyze the mature travelers' demographic factors affecting their expected differentiation value drivers towards the selection of small and medium-sized hotels. The quantitative approach was conducted by employing a survey technique. 384 international mature travelers, aged 55 years old or older and visiting Bangkok for leisure, were targeted as survey respondents using a multi-stage sampling technique, processed with the SPSS statistical software (Statistical Package for Social Science) for statistical data analysis including mean, standard deviation, t-test and One-Way ANOVA. The findings revealed that 1) the respondents rated all dimensions of differentiation value drivers as very important. The dimension 'Better health and security' was cited as the most important driver, followed by 'Better accessibility and more affordable', 'Better atmosphere', and 'More responsiveness' respectively. 2) Travelers' demographic factors, including marital status, nationality, education, work status and income had significant influence on differentiation value drivers at the significance level of 0.05. The post hoc tests, including Least Significant Difference (LSD) and Dunnett's T3 methods, showed significant differences between groups of respondents on certain differentiation value drivers. As for the demographic factors of gender, age and health, no significant differences were found. Hoteliers can apply the results of this study to determine

Research Article

Abstract

Keywords

differentiation value drivers;
small and medium-sized
hotels;
mature travelers

^{*} Lecturer, Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University, email: daosook@hotmail.com (corresponding author)

^{**} Assistant Professor, Graduate School of Tourism Management (GSTM), National Institute of Development Administration, email: rugphong@gmail.com

guidelines or strategies for developing hospitality products and services in response to international mature travelers' demands, and to differentiate their products and services and contribute to a competitive advantage.

1. บทนำ

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุรุ่นใหม่ในปัจจุบันหรือกลุ่ม Baby boomer (เบบี้บูมเมอร์) กำลังเป็นกลุ่มตลาดที่มีความสำคัญ น่าดึงดูด และเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559, น. 52) อีกทั้งยังถือว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ด้วยขนาดของตลาด โอกาสในการเติบโต และโดยเฉพาะอย่างยิ่งศักยภาพในการจับจ่ายใช้สอย (Batra, 2009, p. 198) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุพบว่ามีความคิดและค่านิยมที่แตกต่างจากกลุ่มผู้สูงอายุในอดีตที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุใหม่นี้ถือเป็นกลุ่ม Active Aging หรือผู้สูงอายุที่มีพลัง มีสุขภาพที่แข็งแรง มีการศึกษา มีเงินและกล้าใช้จ่ายมากขึ้น รวมถึงมีเวลาและมีอิสระจากข้อจำกัดทางครอบครัวหรือสังคม และที่สำคัญคือนิยมและให้คุณค่ากับการเดินทางท่องเที่ยว (Caber & Albayrak, 2014, p. 611; Mungall & Labben, 2009, p. 225) ดังนั้นตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจึงเปรียบเสมือนกลไกที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ในบริบทของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยพบว่าแม้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นจะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่ทำให้ธุรกิจโรงแรมเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่อย่างไรก็ตามพบว่าการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมมีความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการในตลาดที่พักแรม ทั้งจากกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมรายใหญ่และการเติบโตของธุรกิจที่พักแรมประเภทอื่นๆ ที่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด อันส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กพบกับความท้าทายอย่างยิ่งในการแข่งขันและความอยู่รอดทางธุรกิจ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561, น. 2) ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กจึงจำเป็นต้องหากวิธีทางการตลาดใหม่ๆ หรือกลุ่มการตลาดที่มีศักยภาพเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ โดยกลุ่มการตลาดที่ถูกมองว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในปัจจุบันก็คือ กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งถือเป็นโอกาสหรือทางรอดสำหรับกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็ก เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความต้องการหลายด้านที่ตรงกับจุดแข็งของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็ก เช่น ชื่นชอบประสบการณ์ใหม่ที่เน้นความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ ความสงบ ความเป็นส่วนตัว การบริการเฉพาะบุคคลที่มีคุณภาพ และความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Anuar, Musa, Khalid, & Ngelambong, 2017, p. 272) เป็นต้น นอกจากนี้ ความก้าวหน้าของเศรษฐกิจดิจิทัล (digital economy) ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้มากขึ้นไม่น้อยไปกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ (Avcikurt, Altay, & Ilban, 2011, p. 161)

ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงความต้องการและตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุได้อย่างแท้จริง การสร้างความแตกต่างด้านการบริการถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะสามารถเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับกลุ่มธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กได้ แต่อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าผู้ประกอบการยังขาดองค์ความรู้ในเรื่องปัจจัยที่ขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง คุณลักษณะที่เพิ่มคุณค่าด้านความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจ อันจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ ซึ่งจากงานวิจัยส่วนใหญ่จะเน้นศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านการบริการทั่วไปและอยู่ภายใต้บริบทของโรงแรมขนาดใหญ่ (Caber & Albayrak, 2014, p. 612) อีกทั้งยังพบว่าผู้ประกอบการหลายแห่งยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ในปัจจุบันอีกด้วย (Batra, 2009, p. 201)

ดังนั้น จากการศึกษาและวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นในข้อความข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าการศึกษารื่องปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีความสำคัญและจำเป็น ซึ่งจะช่วยเติมช่องว่างทางวิชาการดังกล่าวและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการนำความรู้เกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่และปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้อย่างแท้จริง รวมถึงสามารถเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ

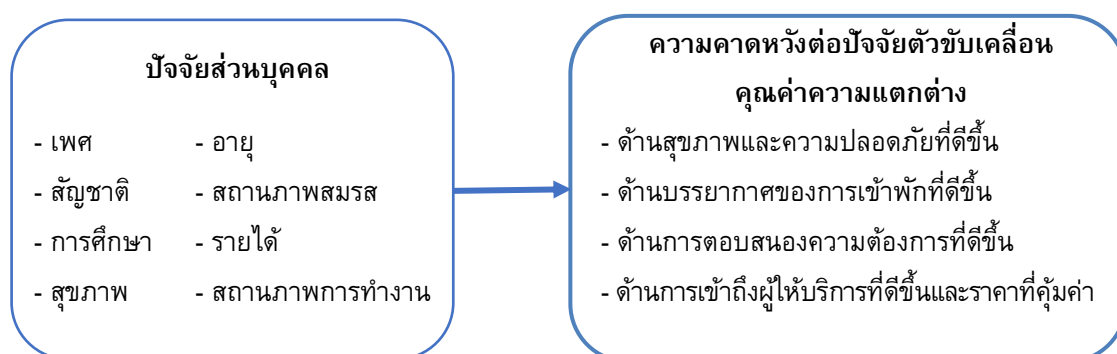
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านความแตกต่าง (differentiation value drivers) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก

3. สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ สถานภาพการทำงาน และสุขภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กที่แตกต่างกัน

4. กรอบแนวคิดในการศึกษา



5. ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีขอบเขตในการศึกษาดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป que เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและเคยมีประสบการณ์การใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กในประเทศไทย
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ งานวิจัยนี้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ รวมถึงเป็นแหล่งที่มีปริมาณความหนาแน่นของโรงแรมขนาดกลางและเล็กกระจายตัวอยู่เป็นจำนวนมาก
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้ทำการศึกษา 1) ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น และด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า และ 2) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ (ตัวแปรอิสระ) ที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก (ตัวแปรตาม)

6. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก รวมถึงวิเคราะห์ความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 384 คน ซึ่งคำนวณจากสูตรของคอคอราน (Cochran, 1977) ระดับค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) เพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ โดยขั้นที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ไปยังพื้นที่ศึกษาที่มีศักยภาพ คือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยเจาะจงเลือกพื้นที่ศึกษาที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ย่านข้าวสาร ย่านสุขุมวิท ย่านสีลม ย่านสาทร และย่านราชเทวี ซึ่งเป็นแหล่งที่มีปริมาณความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวและความหลากหลายของประเภทที่พักแรม รวมถึงความหลากหลายด้านราคาที่พัก (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ขั้นที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified sampling) โดยแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของจำนวนโรงแรมในพื้นที่สุ่มตัวอย่างทั้ง 5 แห่ง เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และขั้นที่ 3 ใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) โดยผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติที่เดินทางแบบอิสระ (free independent travelers) และเคยมีประสบการณ์เข้าพักในโรงแรมขนาดกลางและเล็ก รวมถึงมีความเต็มใจและสะดวกในการเข้าร่วมการสำรวจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการปรับปรุงจากงานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับประเด็นคำถามของปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง จำนวน 20 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ (Likert scale) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และได้ทำการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะเพื่อให้แบบวัดมีความสมบูรณ์มากขึ้น จากนั้นได้ทำการทดลองใช้แบบสอบถามกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบัค (Cronbach's coefficient alpha) เท่ากับ 0.955 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง (Nunnally, 1994)

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ (1) สถิติเชิงพรรณนาเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแสดงเป็นความถี่และวิเคราะห์เป็นค่าร้อยละ และ (2) วิเคราะห์ระดับความสำคัญของปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (3) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test แบบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระจากกัน (independent sample t-test) และ One-way ANOVA ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากรตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไป โดยกำหนดค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05

7. ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (52.34%) อายุระหว่าง 55-60 ปี (54.43%) มีสถานภาพสมรส (69.01%) เดินทางมาจากยุโรปมากที่สุด (33.07%) รองลงมาคืออเมริกา (25.78%) เอเชียใต้ (18.49%) เอเชียตะวันออก (9.64%) เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (4.69%) แอฟริกา (3.65%) โอเชียเนีย (2.60%) และตะวันออกกลาง (2.08%) ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (54.69%) ส่วนใหญ่อยู่ในสถานะการทำงานแบบเต็มเวลา (54.95%) มีรายได้ทั้งหมดต่อปี/ ต่อครัวเรือนอยู่ที่ \$30,000-\$44,999 (29.69%) และ \$45,000-\$59,999 (29.69%) โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประเมินสุขภาพตนเองอยู่ในเกณฑ์ดีเยี่ยม (49.22%)

2. ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก

จากผลการศึกษาในภาพรวมพบว่าคะแนนเฉลี่ยของทั้ง 4 ด้านของปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างมีค่าเท่ากับ 5.53 ซึ่งแสดงว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างอยู่ในระดับสำคัญมาก (very important) รวมถึงให้ความสำคัญกับทุกตัวแปรย่อยแต่ละด้านว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก (very important) เช่นกัน ดังรายละเอียดข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อบัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง
ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก

ปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (Differentiation Value Drivers)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น	5.60	0.87	สำคัญมาก
ความสบายของเครื่องนอน	5.65	1.09	สำคัญมาก
ความสะอาดและสุขอนามัยของห้องพัก	5.63	1.17	สำคัญมาก
ความสะอาดและสุขอนามัยของอาหาร	5.59	1.16	สำคัญมาก
ความปลอดภัยของโรงแรม	5.58	1.09	สำคัญมาก
ความสะอาดและสุขอนามัยของสภาพแวดล้อม	5.56	1.16	สำคัญมาก
ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น	5.52	0.73	สำคัญมาก
การให้ความสนใจลูกค้าแบบรายบุคคล	5.64	0.98	สำคัญมาก
กิจกรรมที่เสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้	5.56	0.99	สำคัญมาก
พนักงานให้การบริการที่อบอุ่น	5.54	1.01	สำคัญมาก
บรรยากาศที่อบอุ่นเหมือนบ้าน	5.51	1.02	สำคัญมาก
ความยืดหยุ่นในการเช็คอิน-เช็คเอาท์	5.47	1.03	สำคัญมาก
ผลิตภัณฑ์และการบริการที่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	5.42	1.00	สำคัญมาก
ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น	5.44	0.81	สำคัญมาก
ความพร้อมของเทคโนโลยีที่ทันสมัยในห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม	5.47	1.08	สำคัญมาก
ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก	5.45	1.07	สำคัญมาก
เชิงเทคโนโลยีเพื่อความบันเทิงในห้องพัก			
ความรวดเร็วของการกระบวนการเช็คเอาท์	5.45	1.10	สำคัญมาก
สิทธิพิเศษที่เสนอผ่านโปรแกรมความภักดีหรือการให้ส่วนลดหรือรางวัล	5.44	1.05	สำคัญมาก
การชำระเงินที่สะดวกรวดเร็ว	5.42	1.08	สำคัญมาก
ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า	5.56	0.82	สำคัญมาก
ความสะดวกในการติดต่อผู้ให้บริการ	5.60	1.05	สำคัญมาก
ความง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลโรงแรมทางออนไลน์	5.59	1.09	สำคัญมาก
ราคาห้องพักเหมาะสม/ ความคุ้มค่าเงินที่จ่าย	5.57	1.02	สำคัญมาก
ความสะดวกในการสำรองห้องพักทางออนไลน์	5.48	1.06	สำคัญมาก
ภาพรวม	5.53	0.68	สำคัญมาก

หมายเหตุ: ใช้การวัดปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างด้วยมาตราส่วนการประมาณค่าของลิเคอร์ท (Likert scale) (1: ไม่มีความสำคัญเลย, 7: สำคัญอย่างมากที่สุด)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 5.60$) มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดเมื่อเทียบกับทุกด้าน ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวสูงอายุเน้นให้ความสำคัญอย่างมากกับคุณค่าความแตกต่างในด้านสุขภาพและความปลอดภัยเมื่อเลือกพักในโรงแรมขนาดกลางและเล็ก รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า ($\bar{X} = 5.56$) และด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 5.52$) ตามลำดับ ในขณะที่ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น ($\bar{X} = 5.44$) มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด แต่อย่างไรก็ตามก็ยังถือว่าอยู่ในระดับสำคัญมาก (very important) เช่นเดียวกัน

3. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ส่งผลความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก

ผลการทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์ t-test และ One-way ANOVA พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรส สัญชาติ การศึกษา สถานภาพการทำงานและรายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 โดยพิจารณารายละเอียดเป็นรายด้าน ดังนี้

สถานภาพสมรส - นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสด ($\bar{X} = 5.73$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสแล้ว ($\bar{X} = 5.46$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกเหนือจากนี้ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สัญชาติ - นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสัญชาติที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวเอเชียใต้ ($\bar{X} = 5.59$) และชาวเอเชียตะวันออก ($\bar{X} = 5.63$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป ($\bar{X} = 5.29$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ นอกเหนือจากนี้ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การศึกษา - นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 5.67$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($\bar{X} = 5.46$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกเหนือจากนี้ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สถานภาพการทำงาน - นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพการทำงานที่ต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า และในภาพรวมของปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง

ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนเท่ากัน ซึ่งได้ผลการศึกษาดังนี้ 1) ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานบางเวลา ($\bar{X} = 5.67$) และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เกษียณอายุ ($\bar{X} = 5.74$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานเต็มเวลา ($\bar{X} = 5.36$) 2) ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เกษียณอายุ ($\bar{X} = 5.61$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานเต็มเวลา ($\bar{X} = 5.32$) 3) ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เกษียณอายุ ($\bar{X} = 5.75$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่ามากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานเต็มเวลา ($\bar{X} = 5.42$) และ 4) ในด้านภาพรวมของปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานบางเวลา ($\bar{X} = 5.65$) และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เกษียณอายุ ($\bar{X} = 5.70$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านภาพรวมมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ทำงานเต็มเวลา ($\bar{X} = 5.40$) นอกเหนือจากนี้ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

รายได้ - พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในทุกด้านและโดยรวมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และเมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ในภาพรวมโดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 เนื่องจากมีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน ผลการศึกษาพบว่า 1) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ระดับ \$75,000 ขึ้นไป ($\bar{X} = 5.87$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ระดับน้อยกว่า \$30,000 ($\bar{X} = 5.39$) และระดับ \$30,000-\$44,999 ($\bar{X} = 5.28$) และระดับ \$60,000-\$74,999 ($\bar{X} = 5.42$) 2) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ระดับ \$45,000-\$59,000 ($\bar{X} = 5.65$) มีความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ระดับ \$30,000-\$44,999 ($\bar{X} = 5.28$)

8. อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็กพบว่าโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในทุกด้านอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยสามารถพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างเน้นให้ความสำคัญกับปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้นมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับในหลายงานวิจัยที่พบว่าความสะอาด ความปลอดภัย และความสะดวกสบายเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักแรม (Anuar, et al., 2017, pp. 270-272; Caber & Albayrak, 2014, p. 615) เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นวัยที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพทั้งในแง่ของร่างกายและจิตใจ และด้วยอายุที่เพิ่มมากขึ้นจึงส่งผลต่อสภาพร่างกายรวมถึงความต้านทานต่อโรค (Vojvodic, 2015, p. 482) ดังนั้นการให้บริการห้องพัก สภาพแวดล้อม และอาหารที่มีความสะอาดถูกสุขอนามัย การคัดสรรเครื่องนอนที่ให้ความสบายและตรงตามหลักสรีรวิทยา รวมถึงการออกแบบระบบรักษาความปลอดภัยทั้งภายในห้องพักและบริเวณโรงแรมเป็นสิ่งที่ควรคำนึงเป็นอันดับ

แรกในการออกแบบการบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการทั้งทางร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุในด้านความแตกต่างด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่ดีขึ้น

ด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นในระดับสำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชื่นชอบรูปแบบการบริการที่ทำให้รู้สึกว่าได้ได้รับความสำคัญ เช่น การบริการแบบเฉพาะบุคคล และการได้รับความสนใจและเอาใจใส่จากผู้ให้บริการ (Mungall & Labben, 2009, p. 237) ผู้ให้บริการจึงมีบทบาทอย่างยิ่งในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการดังกล่าว ทั้งนี้ต้องอาศัยความเข้าใจ ความเอาใจใส่ และความเห็นอกเห็นใจของพนักงานที่มีต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมในการอบรมให้ความรู้แก่พนักงาน เพื่อให้เข้าใจความต้องการและความแตกต่างของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังพบว่าผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมถึงกิจกรรมที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ นับเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสนใจอย่างมาก ดังเห็นได้ผลจากการศึกษาที่ตรงกับม้งเกลและแลเบน (Mungall & Labben, 2009, p. 237) และฮัดสัน (Hudson, 2010, p. 446) รวมทั้งการให้ความสำคัญกับบรรยากาศที่อบอุ่นเสมือนบ้าน (Hartman & Qu, 2007, p. 74) ดังนั้น การคำนึงถึงความต้องการเชิงจิตวิทยาและการตลาดเชิงประสบการณ์ รวมถึงการสร้างบรรยากาศการเข้าพักที่อบอุ่นทั้งในด้านของความรู้สึกและด้านกายภาพล้วนเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการโรงแรมควรคำนึงถึงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างประสบการณ์บรรยากาศการเข้าพักที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งและโรงแรมขนาดใหญ่ได้

ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น แม้จากผลการศึกษาพบว่าด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นมีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น แต่อย่างไรก็ตามผลคะแนนเฉลี่ยดังกล่าวก็ยังคงอยู่ในระดับสำคัญมากเช่นกัน จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับงานวิจัยของคอร์เรียและอีเลียต (Correia & Elliott, 2006, p. 48) กับหวาง วู, ลั่ว และลู (Wang, Wu, Luo, & Lu, 2017, p. 99) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในยุคปัจจุบันชอบการเรียนรู้สิ่งใหม่เพื่อแสวงหาประสบการณ์และมองนวัตกรรมเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นสิ่งที่จะอำนวยความสะดวกและสร้างประสบการณ์เรียนรู้สิ่งใหม่ให้กับชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ยังให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการของโรงแรม เช่น กระบวนการเช็คอินและจ่ายเงิน (Chen, Wang, Luoh, Shih, & You, 2014, p. 967) ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมควรเรียนรู้และก้าวทันเทคโนโลยีที่ทันสมัยและเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน ภายใต้ความจำเป็นและศักยภาพของโรงแรมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ได้ดีขึ้น

ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่าอยู่ในระดับสำคัญมากเป็นอันดับที่สอง สอดคล้องกับผลการศึกษาของโมซิสและอูแนล (Moschis & Ünal, 2008, p. 267) ที่พบว่าความสะดวกและความง่ายในการเข้าถึงผู้ให้บริการเป็น 1 ใน 5 อันดับสูงสุดที่มีความสำคัญในการเลือกพักโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ให้บริการได้สะดวกและดีขึ้น ผู้ให้บริการควรนำคุณสมบัติที่สามารถสร้างความความแตกต่างมาประยุกต์ใช้โดยคำนึงถึงแนวโน้มความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย เช่น ระบบการจองและเว็บไซต์ที่ง่ายต่อการใช้งาน การมีช่องทาง การจองทั้งในระบบออนไลน์และออฟไลน์ที่สะดวกและหลากหลาย รวมถึงการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารและทำการตลาดออนไลน์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ราคาที่เหมาะสมและความคุ้มค่าเงินถือเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดอีกประเด็นหนึ่งดังที่พบได้จากในหลายงานวิจัย (Caber & Albayrak, 2014, p. 619) ดังนั้นการเสนอการบริการที่

เน้นคุณค่าด้านความคุ้มค่าของเงิน เช่น การลดราคา โปรโมชั่น การให้อภิชนนาการ รวมถึงความเป็นเอกลักษณ์และคุณภาพการบริการ ล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสามารถสัมผัสได้ถึงความคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป

2. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ส่งผลต่อความคาดหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่าง (differentiation value drivers) ในการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดกลางและเล็ก พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลในด้านสถานภาพสมรส สัญชาติ การศึกษา สถานภาพการทำงาน และรายได้มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างดังนี้

สถานภาพสมรส พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสดมีความหวังต่อปัจจัยขับเคลื่อนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับบาเบอร์, โคราฟ และวิลเลียม จูเนียร์ (Baber, Kaurav, & Williams Jr., 2015, p. 22) ที่พบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานะโสดมีความชื่นชอบในเรื่องของบรรยากาศที่สวยงาม คุณภาพการบริการ ความเป็นมิตรและความมีประสิทธิภาพของพนักงานมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแต่งงานแล้ว อีกทั้งผลการศึกษาของบาตรา (Batra, 2009, p. 208) ยังเน้นว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อประสบการณ์ใหม่และการพบปะผู้คนใหม่ โดยถือว่าเป็นประโยชน์สูงสุดที่ได้จากการเดินทางท่องเที่ยว

ผลการศึกษานี้สามารถอธิบายได้จากงานวิจัยของกูดวินและล็อกชิน (Goodwin & Lockshin, 1992, p. 28) ที่กล่าวว่าผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสดมักถูกมองทั้งในแง่ของการมีความสุขกับชีวิต การผจญภัยที่ไม่มีสิ้นสุดและในแง่ของการต้องเผชิญกับความเหงา ความโดดเดี่ยว ดังนั้นกลุ่มดังกล่าวจึงมักชอบที่จะพบปะสังสรรค์กับผู้คนเพื่อเข้าสังคมและพัฒนาทักษะทางสังคมของตนเองเพื่อบรรเทาความเหงาและความโดดเดี่ยว อีกทั้งยังมองว่าการเดินทางเป็นส่วนหนึ่งของการผจญภัยที่จะนำไปสู่ประสบการณ์การพบปะผู้คนและสังคมใหม่ ดังนั้นกลุ่มดังกล่าวจะให้ความสำคัญกับการบริการเฉพาะบุคคล ชื่นชอบการบริการและความสัมพันธ์ที่เป็นมิตร รวมถึงมีความคาดหวังอย่างยิ่งที่จะได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นปัจเจกบุคคล นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียวที่มีสถานภาพโสดเหล่านี้มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมและวิถีชีวิต (Bianchi, 2016, p. 197) สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในแง่ของขนาดกลุ่มที่เพิ่มขึ้น ถือเป็นโอกาสของผู้ประกอบการในการมุ่งเจาะกลุ่มดังกล่าว ดังนั้น ผู้ประกอบการโรงแรมจึงควรเสริมสร้างบรรยากาศสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพโสด โดยการให้บริการที่มีคุณภาพและการบริการแบบส่วนบุคคล การให้บริการห้องพักและเสนอผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว รวมถึงการสร้างสรรค์กิจกรรมที่อำนวยความสะดวกให้กลุ่มดังกล่าวได้มีโอกาสพัฒนาทักษะทางสังคมหรือมีโอกาสได้พบปะแลกเปลี่ยนกับผู้อื่น สิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้การเดินทางเป็นเสมือนการผจญภัยที่นำไปสู่ประสบการณ์ใหม่ อีกทั้งยังสามารถช่วยเยียวยาความเหงาและความโดดเดี่ยวในจิตใจของกลุ่มดังกล่าวได้เช่นกัน

สัญชาติ ผลการศึกษพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น โดยพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวเอเชียตะวันออกและชาวเอเชียใต้มีความคาดหวังต่อการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรป ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับไวเอเรจ, เพทเคอว์, โบลดอนนา, ลัมส์เดน และเดอมิกโก (Vieregge, Phetkaew, Boldona, Lumsden, & DeMicco, 2007, p. 172) ที่พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวเอเชียมักให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของการบริการที่จับต้องได้ (tangible attributes)

เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก เห็นได้จากงานวิจัยของหวาง และคณะ (Wang et al., 2017, p. 107) ที่ชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ชาวจีนไม่เพียงแค่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ แต่ยังมองเห็นถึงความสำคัญในแง่ประโยชน์ที่ได้รับจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยีที่จะอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันรวมถึงในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย ในขณะที่ทอเรส, ฟู และเลโฮ (Torres, Fu, & Lehto, 2014, p. 260) พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปมักให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของการบริการที่จับต้องไม่ได้ (intangible attributes) ในแง่ของการสร้างประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการมากกว่า

จากข้อค้นพบนี้สามารถยืนยันได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติหรือวัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะมีความชอบหรือความคาดหวังต่อการบริการของโรงแรมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้สิ่งที่ผู้คนจากวัฒนธรรมหนึ่งชื่นชอบก็มีได้หมายความว่า จะเป็นที่ยอมรับสำหรับผู้คนในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง ดังนั้นในเบื้องต้นผู้ประกอบการควรศึกษาคูณลักษณะการบริการที่มีลักษณะร่วมที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวในแต่ละวัฒนธรรมพึงพอใจร่วมกันหรือคุณลักษณะการบริการที่เป็นสากล เช่น ความเป็นมิตรไมตรี จากนั้นผู้ประกอบการสามารถกำหนดหรือปรับกลยุทธ์การบริการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการเฉพาะเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มวัฒนธรรม

การศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีความคาดหวังต่อบริการที่ปรับเปลี่ยนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ผลการศึกษานี้สนับสนุนทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวว่าระดับการศึกษามีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค (Blythe, 2013) และสอดคล้องกับการศึกษาของเฉินและคณะ (Chen et al., 2014, p. 967) ที่พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่โรงแรมมีให้มากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า เนื่องจากมีความคาดหวังน้อยกว่า

เนื่องด้วยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรุ่นใหม่ในปัจจุบันมีการศึกษาที่ดีขึ้นและมีประสบการณ์มากขึ้น ดังนั้นจึงมีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการและการบริการแบบเฉพาะบุคคลที่เพิ่มมากขึ้นด้วย (Caber & Albayrak, 2014, p. 612) นอกจากนี้ จางและแฮม (Jang & Ham, 2009, p. 374) กล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่สูงมีแนวโน้มชอบเดินทางท่องเที่ยวรวมถึงมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวที่มากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าอีกด้วย แสดงให้เห็นว่าแม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวจะเป็นกลุ่มที่มีความคาดหวังสูง แต่ก็สามารถนำมาซึ่งรายได้ที่สูงตามมาด้วยหากได้รับการบริการที่พึงพอใจ ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมจึงควรให้ความสำคัญกับการมุ่งลูกค้าเป็นศูนย์กลางและการเสนอบริการเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง สิ่งนี้ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญสำหรับธุรกิจโรงแรมเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้

สถานภาพการทำงาน จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพเกษียณมีความคาดหวังต่อบริการที่ปรับเปลี่ยนคุณค่าความแตกต่างในด้านบรรยากาศของการเข้าพักที่ดีขึ้น ด้านการตอบสนองความต้องการที่ดีขึ้น ด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า และในภาพรวมของตัวชี้วัดคุณค่าความแตกต่างมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่อยู่ในสถานภาพการทำงาน

เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุส่วนใหญ่มีอายุประมาณ 65 ปีขึ้นไป และด้วยอายุที่สูงขึ้นนี้ส่งผลต่อสภาพร่างกายและมีโอกาสเสี่ยงในด้านต่าง ๆ มากขึ้น เพราะเหตุนี้จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีความคาดหวังสูงเมื่อเดินทางท่องเที่ยว ด้วยมีความกังวลต่อความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น ทั้งในแง่ของร่างกายและ

ประสบการณ์ที่จะได้รับจากการท่องเที่ยว (Alon, Shitrit, & Chowes, 2010, p. 253) นอกจากนี้ในเรื่องของวัยที่สูงขึ้นแล้ว กลุ่มดังกล่าวยังมีความกังวลในเรื่องของความคุ้มค่าของเงิน ด้วยเหตุว่ากลุ่มเกษียณอายุมองว่าเงินเก็บสะสมและเงินที่ได้รับจากการเกษียณอายุเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการยังชีพในบั้นปลายชีวิต ดังนั้นเมื่อเดินทางท่องเที่ยวจึงมักตระหนักถึงราคาและความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไป นอกจากนี้ในแง่ของจิตวิทยา กลุ่มผู้เกษียณอายุต้องปรับตัวให้รับกับความเปลี่ยนแปลงของชีวิตหลังจากเกษียณ การทำกิจกรรมใหม่หรือหาประสบการณ์ใหม่จะช่วยชดเชยหรือเติมเต็มให้กับชีวิตหลังเกษียณได้ (Nikitina & Vorontsova, 2015, p. 850) ซึ่งหมายรวมถึงความคาดหวังของนักท่องเที่ยววัยเกษียณที่มีต่อผลิตภัณฑ์ การบริการ และกิจกรรมที่โรงแรมนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างการเข้าพักด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมควรคำนึงถึงลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยววัยเกษียณเมื่อพิจารณาถึงกลยุทธ์การตลาดในการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว เพื่อให้สามารถนำเสนอการบริการที่ตอบสนองความต้องการ คลายความวิตกกังวล และช่วยส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวได้

รายได้พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้อยู่ในระดับที่สูงมีความคาดหวังต่อบริการที่ปรับเปลี่ยนคุณค่าความแตกต่างในทุกด้านมากกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยกว่า ตรงกับการศึกษาของบาห์ตี, ฮุง, ฟอง และคาร์ (Bhati, Hoong, Fong, & Kaur, 2014, pp. 106-107) รวมถึงสกีทโคและลูสคูท (Schitko & Losekoot, 2012, p. 71) ที่พบว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีมักมีความต้องการที่ซับซ้อนและมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์สูงกว่ากลุ่มที่มีรายได้ต่ำ นอกจากนี้ จางและแฮม (Jang & Ham, 2009, p. 374) ยังกล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้สูงมีโอกาสดำเนินทางและใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวที่มากขึ้น ซึ่งหมายถึงรายได้ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการจ่ายโดยการให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าที่แตกต่างในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเข้าถึงผู้ให้บริการที่ดีขึ้นและราคาที่คุ้มค่า ซึ่งเป็นด้านที่กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระดับสูง (\$75,000 ขึ้นไป) ให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นการนำเสนอความแตกต่างในการเข้าถึงผู้ให้บริการ โดยการนำนวัตกรรมเชิงเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อเพื่อให้เกิดความสะดวกและเข้าถึงได้ง่าย รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการที่เน้นถึงความคุ้มค่าที่ได้รับ เช่น ความเป็นเอกลักษณ์หรือมีชื่อเสียงของโรงแรม อภินันทนาการ สิทธิประโยชน์จากการเข้าพัก คุณภาพการบริการ และราคาที่สมเหตุสมผลจะสามารถดึงดูดและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้

9. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

ผลจากการศึกษานี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการ การส่งเสริมการตลาด ตลอดจนกลยุทธ์ในการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของกลุ่มตลาดดังกล่าวได้ตรงกับความต้องการและพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในยุคปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรมนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการที่

สามารถสร้างความแตกต่างและเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับคู่แข่งที่เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดโดยนำตัวแปรที่ใช้ในการศึกษานี้ไปศึกษากับกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุรุ่นใหม่ชาวไทย เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวภายในประเทศสำหรับธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็ก รวมถึงการเจาะจงศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม เช่น ยุโรปหรือเอเชีย หรือในลักษณะของการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งยังคงพบไม่มากนักในงานวิจัย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถมีแนวทางในการตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแต่ละวัฒนธรรม

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561
จาก https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/download/article/article_20170511100514.pdf.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). โรงแรมช่วงฤดูเดียว ปรับได้โปรด. สืบค้นเมื่อ 23 พฤษภาคม 2561
จาก https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Competitive-Hotel-Industry_FullPage.pdf.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). การสำรวจการประกอบการกิจการโรงแรมและเกสเฮาส์ พ.ศ. 2561. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://www.nso.go.th>.
- Alon, D., Shitrit, P., & Chowders, M. (2010). Risk behaviors and spectrum of diseases among elderly travelers: A comparison of younger and older adults. *Journal of Travel Medicine*, 17(4), 250-255.
- Anuar, J., Musa, M., Khalid, K., & Ngelambong, A. (2017). Hotel selection attributes among mature travellers at Redang island. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 9(2), 1-10.
- Avcikurt, C., Altay, H., & Ilban, M. Q. (2011). Critical success factors for small hotel businesses in Turkey: an exploratory study. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(2), 153-164.
- Baber, R., Kaurav, R. P. S., & Williams Jr., R. L. (2015). How travelers differ in their preferences regarding hotel selection: Empirical evidence from travelers in India. *Asian Journal of Tourism and Hospitality Research*, 8(1), 15-26.
- Batra, A. (2009). Senior pleasure tourists: examination of their demography, travel experience, and travel behavior upon visiting the Bangkok metropolis. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(3), 197-212.
- Bhati, A. S., Hoong, C. T., Fong, J. C. L., & Kaur, K. (2013). Personalised Travel Services: An Exploratory Study in Singapore Context. *GSTF Journal on Business Review (GBR)*, 3(1), 106-113.
- Bianchi, C. (2016). Solo holiday travellers: Motivators and drivers of satisfaction and dissatisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 197-208.
- Blythe, J. (2013). *Consumer behaviour*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Caber, M., & Albayrak, T. (2014). Does the importance of hotel attributes differ for senior tourists? A comparison of three markets. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(4), 610-628.
- Chen, W. Y., Wang, K. C., Luoh, H. F., Shih, J. F., & You, Y. S. (2014). Does a friendly hotel room increase senior group package tourists' satisfaction? A field experiment. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(8), 950-970.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Correia, S., & Elliott, R. (2006). An examination of internet user profiles in the mature tourism market segment in South Africa. *Consortium Journal of Hospitality & Tourism*, 10(2), 47-62.
- Goodwin, C., & Lockshin, L. (1992). The solo consumer: Unique opportunity for the service marketer. *Journal of Services Marketing*, 6(3), 27-36.
- Hartman, J. D., & Qu, H. (2007). The senior travel market: Do's and Don'ts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 8(2), 67-81.
- Hudson, S. (2010). Wooing zoomers: marketing to the mature traveler. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(4), 444-461.
- Jang, S. S., & Ham, S. (2009). A double-hurdle analysis of travel expenditure: Baby boomer seniors versus older seniors. *Tourism Management*, 30(3), 372-380.
- Moschis, G. P., & Ünal, B. (2008). Travel and leisure services preferences and patronage motives of older consumers. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 24(4), 259-269.
- Mungall, A., & Labben, G. T. (2009). Hotel offer adjustments for senior citizen guests: perception of Swiss hoteliers. In *Advances in Hospitality and Leisure*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, 5, 223-239.
- Nikitina, O., & Vorontsova, G. (2015). Aging population and tourism: Socially determined model of consumer behavior in the "senior tourism" segment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, (214), 845-851.
- Nunnally, J. C. (1994). *Psychometric theory 3E*. New York, NY: Tata McGraw-Hill Education.
- Schitko, D., & Losekoot, E. (2012). An investigation of the attitudes of travel and tourism intermediaries to mature travellers. *Journal of Tourism*, 13(1), 61-78.
- Torres, E. N., Fu, X., & Lehto, X. (2014). Examining key drivers of customer delight in a hotel experience: A cross-cultural perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 36, 255-262.
- Vieregge, M., Phetkaew, P., Beldona, S., Lumsden, S. A., & DeMicco, F. J. (2007). Mature travelers to Thailand: A study of preferences and attributes. *Journal of Vacation Marketing*, 13(2), 165-179.
- Vojvodic, K. (2015). Understanding the senior travel market: A review. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 3, 479-488.
- Wang, W., Wu, W., Luo, J., & Lu, J. (2017). Information technology usage, motivation, and intention: a case of Chinese urban senior outbound travelers in the Yangtze River Delta region. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(1), 99-115.