

แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับ  
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



เบญจพร เชื้อผึ้ง

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

มิถุนายน 2562

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับ  
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

มิถุนายน 2562

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ  
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ของ เบญจพร เชื้อผึ้ง

ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว  
ของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์  
(ดร.พลิชฐ์ โสภณพงศพัฒน์)

.....ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ)

.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(ดร.รัชต์ วรณสุขชะศิริ)

.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(ดร.สันติธร ภูริภักดี)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิ  
(ดร.ธีรวิทย์ พ่อคำ)

.....อาจารย์บัณฑิตศึกษา  
(รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา)

.....คณบดีวิทยาลัยการจัดการ  
(ดร.ศรีสุดา จงสิทธิผล)

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ คือ ความภาคภูมิใจและถือเป็นสัญลักษณ์ของความพากเพียร และอดทนต่ออุปสรรคที่ผ่านเข้ามาในชีวิต

ขอขอบคุณและเชิดชู บุคคลสำคัญของความสำเร็จในครั้งนี้ ประกอบด้วย ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.รัชต วรณสุขะศิริ และดร.สันติธร ภูริภักดี คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้แนวคิด ความรู้ กำลังใจ และเสียสละเวลา ให้คำปรึกษาและตรวจแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เกิดความสมบูรณ์ ดร.ธารณี นวัสนธิ์ อาจารย์บรรณาธิการ พรหมศิลป์ อาจารย์สุภาภรณ์ ทองคำนุช ที่ช่วยเหลือ มิตรภาพและให้กำลังใจ ตลอดระยะเวลาการศึกษา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ สถานประกอบการ หัวหน้าส่วนราชการ พนักงานบริษัท SCG ที่ได้ เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้ข้อมูลและความร่วมมือในการสัมภาษณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการ ทำวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คณบดีคณะศิลปศาสตร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนุ ทดแทนคุณ และอาจารย์นิรมล จันทรย์แย้ม ที่ได้ให้ความเมตตา และผลักดันให้ได้รับทุนการศึกษา จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ และเพื่อนร่วมงานสาขาวิชาการท่องเที่ยว และการโรงแรม ตลอดจนนักศึกษามิตรทั้งหลายที่คอยช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอด ระยะเวลาที่ศึกษา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จในงานวิจัยฉบับนี้ อันได้แก่ คุณพ่อสุนทร เชื้อผึ้ง คุณแม่ลักขณา เชื้อผึ้ง และครอบครัวเชื้อผึ้ง ที่ให้กำเนิด อบรมสั่งสอน มอบความรักและความช่วยเหลือทุกประการ คุณป้าสุรางค์ โสฬัสมฤทธิชัย คุณปรีญา โสฬัสมฤทธิชัย คุณอาภากร โสฬัสมฤทธิชัย ที่ได้ให้ความรัก กำลังใจ และที่พักระหว่างศึกษา จนจบการศึกษา

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อสถานประกอบการ ภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและบริการ รวมทั้งเป็นประโยชน์กับผู้สนใจมาประยุกต์ ใช้ในหน่วยงาน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนสืบไป

เบญจพร เชื้อผึ้ง

**เรื่อง:** แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา

**ผู้วิจัย:** เบญจพร เชื้อผึ้ง วิทยานิพนธ์: ป.ร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2561

**ประธานที่ปรึกษา:** ดร.ณัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ, **กรรมการที่ปรึกษา:** ดร.รัชต วรณสุขะศิริ, ดร.สันติธร ภูริภักดี

**คำสำคัญ:** การพัฒนา, มาตรฐาน, อารยสถาปัตย์, โรงแรม, ผู้สูงอายุ, พระนครศรีอยุธยา

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสำรวจสถานการณ์ปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 5) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสำรวจและแบบสอบถามใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ รวม 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Scheffe's Method) การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) และวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพปัจจุบันของโรงแรมส่วนใหญ่มีการก่อสร้างและติดตั้งอุปกรณ์เพื่อผู้สูงอายุแต่ยังขาดมาตรฐานอารยสถาปัตย์ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมมีลักษณะใกล้เคียงกันแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อหาโอกาสที่ได้อยู่ร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเพื่อชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวได้ให้ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจทั้งก่อนและหลังการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ด้านมาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุแบ่งได้ 2 เกณฑ์ คือ มาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมและมาตรฐานอารยสถาปัตย์ของรีสอร์ทและบูทีคสถานประกอบการสามารถเลือกใช้เกณฑ์ที่เหมาะสมกับโครงสร้างได้ตามความเหมาะสมเพื่อพัฒนาที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้เป็นที่พักผ่อนแบบเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ได้มาตรฐานต่อไป

**Title:** THE DEVELOPMENT OF THE UNIVERSAL DESIGN STANDARD FOR HOTEL TO ACCOMMODATE THE ELDERLY TOURISTS IN AYUTTHAYA PROVINCE

**Author:** Benjaporn Chuapung, Thesis: Ph.D. (Tourism Management), University of Phayao, 2018

**Advisor:** Dr.Nattapol Praditphonlert, **Co–advisor:** Dr.Ratchata Warusukhasiri, Dr.Santidhorn Pooripakdee

**Keywords:** Development, Standard, Universal Design, Hotel, Elderly, Ayutthaya Province

### ABSTRACT

The objectives of this research are five folds. Firstly, it aims to explore present status of hotels in Phra Nakhon Sri Ayutthaya in terms of their services provided to Thai elderly tourists. Secondly, it focuses on studying all the visitors' behaviors in choosing to stay in a hotel in the province. Thirdly, it analyzes the expectation and satisfaction of the visitors concerning the hotels' services. Fourthly, it studies the potential of hotel business regarding its capacity to facilitate visitors in the province. Lastly, it aims to suggest and formulate ways to develop friendly design standard of the hotels to accommodate tourists in the province. This research used a survey form and a questionnaire for Thai and foreign elderly tourists. The tourists under the study included a total of 400 samples. The quantitative analysis features descriptive statistics based on percentage, average, standard deviation, analysis of variance (ANOVA), Scheffe's method, logistic regression analysis and factor analysis. Whereas qualitative research method utilized in–depth interview and content analysis was used to interpret the findings. The results of the research present the fact that, in terms of the hotels' present status, most of them already built and installed equipments to accommodate the elderly even though it lacks Universal Design Standard. The visitors' behavior was found that there were similar characteristics. Thai tourists travelled because they would like to be with their children in a new place, but the foreign ones would like to admire beautiful nature and landscapes. In terms of the expectation and satisfaction on the services of the hotels for Thai and foreign tourists in relation to marketing mix, it was found out that Thai and foreign visitors provided similar expectation and satisfaction both before and after using hotel services. Concerning the Universal design standard of the hotel, it can be categorized into the hotel standard and resort and boutique standard. It depends on each hotel to select what suits its structure in order to develop itself as a role model accommodation for elderly tourists in Phra Nakhon Sri Ayutthaya.

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
คำถามการวิจัย.....	6
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	6
ขอบเขตของการวิจัย .....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	8
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย .....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว .....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management).....	17
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว .....	22
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ.....	33
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง .....	37
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	41
แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมและที่พัก.....	42
แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ .....	47
แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ .....	53
แนวคิดเกี่ยวกับ Universal Design และคู่มือการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ .....	63
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	88
สรุปแนวคิดการวิจัย .....	99

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	104
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	105
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	107
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	113
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	114
4 ผลการวิจัย .....	120
ผลการวิจัยเชิงปริมาณ .....	120
ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	191
5 บทสรุป .....	218
สรุปผลการวิจัย .....	218
อภิปรายผลการวิจัย.....	235
ข้อเสนอแนะ .....	258
บรรณานุกรม .....	261
ภาคผนวก .....	274
ภาคผนวก ก แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ .....	275
ภาคผนวก ข แบบสอบถามความต้องการการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พัก แรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	283
ภาคผนวก ค ผลการตรวจสอบเครื่องมือแบบสำรวจจากผู้เชี่ยวชาญ .....	299
ภาคผนวก ง ผลการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ .....	306



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ประวัติผู้วิจัย .....	311



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการเทียบจำนวนที่จอดรถปกติกับที่จอดรถคนพิการ.....	66
2 แสดงสรุปแนวคิดการวิจัย.....	99
3 แสดงสรุปวิธีดำเนินการวิจัย.....	117
4 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านที่จอดรถ.....	121
5 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางลาดภายนอกอาคาร.....	123
6 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางเข้าอาคาร.....	124
7 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อม ระหว่างอาคาร.....	127
8 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านราวจับ.....	129
9 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านบันได.....	130
10 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านป้าย.....	132
11 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านประตูภายนอกอาคาร.....	133
12 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านพื้นผิวต่างสัมผัส.....	135
13 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านทางลาดภายในอาคาร.....	136
14 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านบริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุ.....	138
15 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านห้องน้ำ.....	139
16 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อม อาคาร.....	145
17 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านราวจับ.....	147
18 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านลิฟต์.....	148
19 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านบันได.....	149
20 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านป้าย.....	152
21 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านประตู.....	153
22 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านหน้าต่าง.....	155
23 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านพื้นผิวต่างสัมผัส.....	157
24 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านห้องพักในโรงแรม.....	159

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
25	แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านโรงมหรสพ หอประชุม.....	161
26	แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	163
27	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว.....	166
28	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว.....	168
29	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านบุคคลที่มาร่วมในการท่องเที่ยว.....	169
30	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว.....	170
31	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว.....	171
32	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านปัจจัยในการเลือกที่พัก.....	172
33	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านวิธีการจองห้องพัก.....	174
34	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าพัก.....	175
35	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา...	176
36	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา ด้านการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยว ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.....	177
37	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ.....	179

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
38	แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงาน.....	181
39	แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงาน.....	182
40	แสดงค่าพารามิเตอร์ในการทำนายในโมเดลการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติกส์ .....	183
41	แสดงค่าพารามิเตอร์ในการทำนายในโมเดลการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติกส์ .....	184
42	แสดงค่าสถิติของไคเซออร์-ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ของแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา .....	185
43	แสดงจำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบของแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา .....	186
44	แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Method).....	187
45	แสดงตารางผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ.....	191
46	แสดงความพร้อมของห้องพักในโรงแรม/รีสอร์ต/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ.....	195
47	แสดงความพร้อมด้านส่วนประกอบทางการตลาดของโรงแรม/รีสอร์ต/บูทีค ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ .....	198
48	แสดงความสามารถในการพัฒนาเป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ...	202
49	แสดงผลการสัมภาษณ์บุคลากรทางการศึกษา.....	206

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
50 แสดงการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรในสถานศึกษาเพื่อความสอดคล้อง กับความต้องการของสถานประกอบการในอนาคต .....	209
51 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ.....	210
52 แสดงสรุปผลการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ .....	212



## สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 แสดงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามอายุ ปี พ.ศ. 2555-2559.....	3
2 แสดงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกอายุรายภูมิภาค ปี พ.ศ. 2555-2559.....	4
3 แสดงอัตราการเข้าพักของสถานที่พักแรมในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559 .....	4
4 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว .....	13
5 แสดงกระบวนการทางการตลาด .....	26
6 แสดงลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์.....	35
7 แสดงขนาดและพื้นที่สำหรับทำที่จอดรถคนพิการ .....	67
8 แสดงพื้นที่สำหรับจอดรถคนพิการ .....	67
9 แสดงทางลาดสำหรับคนพิการ .....	68
10 แสดงทางลาดสำหรับคนพิการ .....	68
11 แสดงลักษณะทางลาดแบบตรง .....	69
12 แสดงลักษณะทางลาด 90 องศา .....	69
13 แสดงลักษณะทางลาด 180 องศา.....	70
14 แสดงองศาที่ถูกต้องตามที่กระทรวงกำหนด.....	70
15 แสดงทางลาดขอบถนน .....	71
16 แสดงรูปมุด้านบนราวจับ .....	72
17 แสดงด้านขยายปลายราวจับ .....	72
18 แสดงโตะและเคาน์เตอร์สำหรับรถเข็นคนพิการ .....	73
19 แสดงทางลิ้นแบบมีราวกั้นตัก .....	75
20 แสดงระดับการแขวนอุปกรณ์ในเขตทางสัญจร .....	76
21 แสดงความกว้างที่เหมาะสมกับกลุ่มคนจำนวนน้อย .....	77
22 แสดงความกว้างของทางเดินและทางเชื่อมที่สามารถให้เก้าอี้เข็นคนพิการ สวนกันได้ .....	77
23 แสดงความกว้างของพื้นที่สำหรับการหักลิ้น 180 องศา .....	78

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
24	แสดงราวจับมีลักษณะกลม เส้นผ่าศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร .....	78
25	แสดงราวจับทำด้วยวัสดุผิวเรียบ.....	79
26	แสดงลักษณะลิฟท์สำหรับคนพิการ .....	79
27	แสดงบันไดสำหรับคนพิการ.....	80
28	แสดงราวจับบันไดสำหรับคนพิการ .....	81
29	แสดงตัวอย่างป้ายทางลาดสำหรับคนพิการ.....	82
30	แสดงตัวอย่างสัญลักษณ์แสดงประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ ...	82
31	แสดงลักษณะการติดตั้งป้ายแสดงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ คนพิการและผู้สูงอายุ.....	83
32	แสดงความกว้างของประตูแบบบานผลัก .....	83
33	แสดงความกว้างของประตูแบบบานเลื่อน.....	84
34	แสดงประตูและราวจับประตูสำหรับคนพิการ.....	85
35	แสดงพื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับคนพิการทางการเห็น.....	86
36	แสดงหอประชุมและโรงมหรสพควรจัดพื้นที่สำหรับคนพิการทางการเคลื่อนไหว .	87
37	แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย .....	103
38	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านที่จอดรถ.....	122
39	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางลาดภายนอกอาคาร .....	124
40	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางเข้าอาคาร.....	126
41	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร.....	128
42	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านราวจับ .....	129
43	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านบันได .....	131
44	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านป้าย .....	132
45	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านประตูภายนอก อาคาร .....	134
46	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านพื้นผิวต่างสัมผัส .....	135

## สารบัญญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
47	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านทางลาดภายในอาคาร .	137
48	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านบริการที่จัดไว้สำหรับ ผู้สูงอายุ.....	138
49	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านห้องน้ำ .....	144
50	แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อม อาคาร .....	146
51	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านราวจับ.....	147
52	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านลิฟต์.....	149
53	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านบันได.....	151
54	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านป้าย.....	153
55	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านประตู.....	155
56	แสดงแผนภูมิการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านหน้าต่าง .....	156
57	แสดงแผนภูมิการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านพื้นผิวต่างสัมผัส .....	158
58	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านห้องพักในโรงแรม .....	160
59	แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านโรงแรมหรือหอประชุม .	161
60	แสดงแผนภูมิวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว .....	167
61	แสดงแผนภูมิจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว .....	168
62	แสดงแผนภูมิบุคคลที่มาร่วมในการท่องเที่ยว .....	169
63	แสดงแผนภูมิพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว .....	170
64	แสดงแผนภูมิจำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว .....	171
65	แสดงแผนภูมิปัจจัยในการเลือกที่พักโรงแรม .....	173
66	แสดงแผนภูมิวิธีการจองห้องพัก .....	174
67	แสดงแผนภูมิค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าพัก.....	175
68	แสดงแผนภูมิการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา .....	176
69	แสดงแผนภูมิการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัด พระนครศรีอยุธยา .....	177



## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
70 แสดง UNIVERSAL MODEL.....	244
71 แสดงองค์ประกอบของอารยสถาปัตยกรรม.....	245



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวในปีที่ พ.ศ. 2559 ถึง 1.71 ล้านล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 33.87 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วร้อยละ 13.35 (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเน้นการทำการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เป็นกระแสหลักของประเทศ ที่มีอิทธิพลในการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมีศักยภาพในการจับจ่าย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) สปาการท่องเที่ยวเพื่ออายุวัฒนะ (Spa and Wellness Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อคนพิการ (Disabled Tourism) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ (Senior Tourism) ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปีในทุกประเทศ

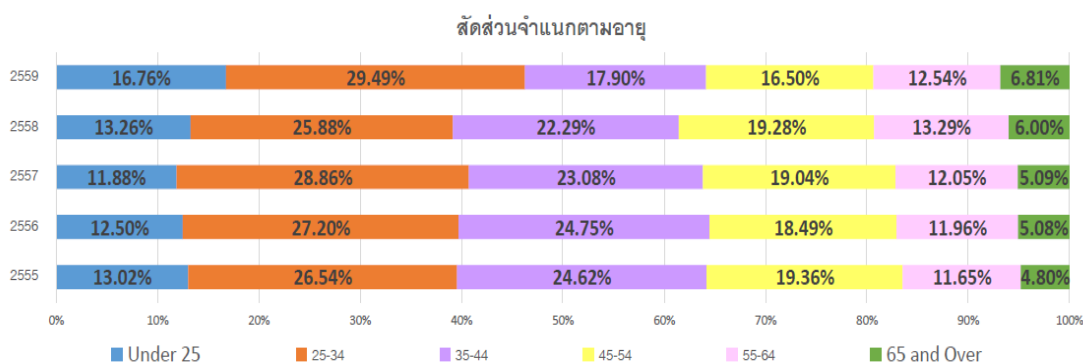
กระแสของสังคมผู้สูงอายุในโลกที่กำลังเกิดขึ้น ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ กระแสการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรโลกสู่สังคมผู้สูงอายุ มีแนวโน้มจะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ กระแสการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในหลายประเทศโดยการผ่อนปรนกฎระเบียบการออกวีซ่าให้แก่นักท่องเที่ยวและการสนับสนุนการลงทุนได้ส่งผลให้สภาวะการแข่งขันระหว่างประเทศทวีความรุนแรง ธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีการวางแผนและปรับตัวเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มข้างต้น

จากสถานการณ์ข้างต้นทำให้เกิดปัญหาที่หลากหลายและมีความซับซ้อน อันเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อโดยตรงมายังธุรกิจโรงแรมทั่วทุกมุมโลก อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อประเทศไทยด้วย จากปัญหาดังกล่าว การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีสภาวะทางกายถดถอย เช่น ร่างกายขาดความสมบูรณ์ ปัญหาข้อเข่าเสื่อม ปัญหาด้านสายตา และโรคประจำตัวที่มักเกิดกับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นที่น่าวิตกกังวลเป็นอย่างมากของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว โรงแรมเป็นธุรกิจบริการธุรกิจหนึ่งที่เป็นจุดรองรับการพักผ่อนหย่อนใจของนักเดินทางและนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุจะมีพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวและความคาดหวังจากการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป เพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะมีเวลาว่างมากกว่าเพราะอยู่ในช่วงเกษียณอายุจากการทำงานประจำ สามารถท่องเที่ยวได้ทุกวัน ทุกฤดูกาล มีอำนาจในการ

จับจ่ายใช้สอย สามารถสร้างผลประกอบการที่ดีให้กับโรงแรมได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวทั่ว ๆ ไปจะสามารถท่องเที่ยวได้ในช่วงวันหยุดหรือช่วงเทศกาลเท่านั้น ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมจึงจำเป็นต้องตื่นตัวในการวางแผนที่จะรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยใช้หลักการของ Universal Design การออกแบบเพื่อคนทุกคนในสังคมหรือรูปแบบต่าง ๆ ตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

สหประชาชาติคาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุเพิ่มสูงขึ้นจาก 687.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2549 เป็น 1,968 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 ซึ่งคนในทวีปเอเชียจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด แนวโน้มการขยายตัวของตลาดผู้สูงอายุในประเทศสมาชิกอาเซียนหลาย ๆ ประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2558-2603 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว โดยสิงคโปร์จะเป็นประเทศที่มีสัดส่วนจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดในอาเซียน นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติทั้งหมดในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ คาดการณ์ว่าในอีก 2 ปี หรือในปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนมากถึง 7 ล้านคน การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุนี้ ถือเป็นโอกาสของประเทศไทยในการลงทุนด้านการท่องเที่ยว

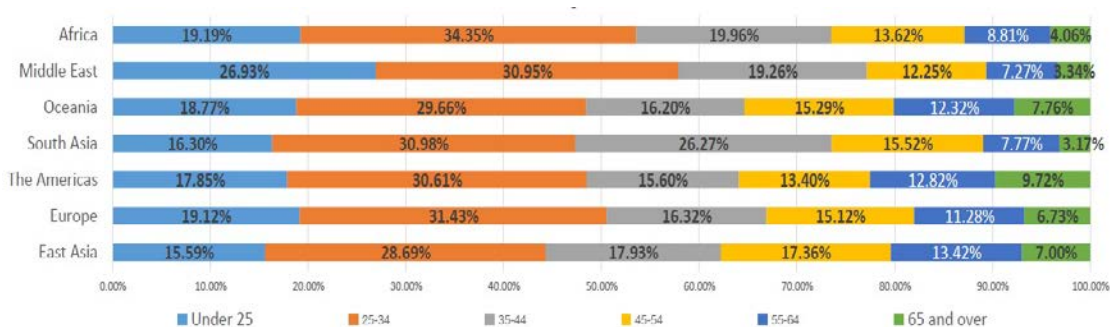
สัดส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นนี้ทำให้นานาประเทศจะต้องเตรียมพร้อมการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มตลาดที่น่าสนใจในแง่ธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีกำลังซื้อและเวลาว่าง ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ มีค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวต่อทริปสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ยังส่งผลให้จำนวนผู้เกษียณอายุชาวต่างชาติในไทยเพิ่มขึ้นตามอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ในปัจจุบันประเทศไทยสามารถขยายตลาดนักท่องเที่ยวเกษียณอายุต่างชาติที่มีศักยภาพ อาทิ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และเยอรมนี โดยคณะกรรมการสนับสนุน กำกับ ติดตามและการจัดทำสถิตินักท่องเที่ยวและรายได้ด้านการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) แสดงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ ดังภาพ 1



ภาพ 1 แสดงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตามอายุ ปี พ.ศ. 2555–2559

**ที่มา:** กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554

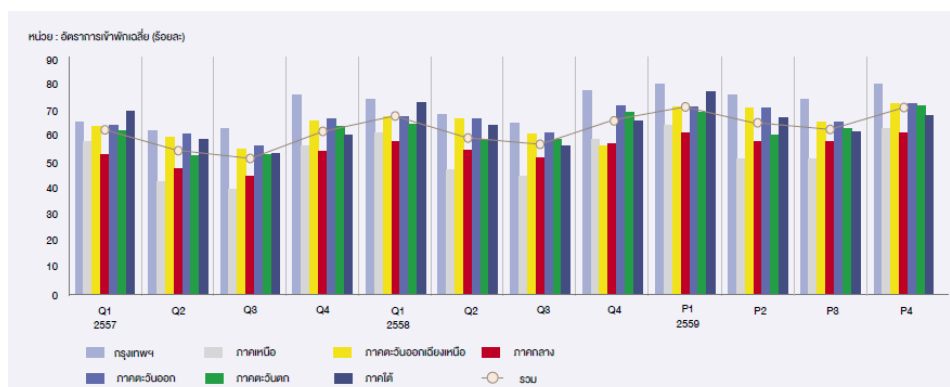
จากภาพ 1 พบว่า สถานการณ์นักท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2555–2560 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งสัดส่วนตามอายุได้ 6 ช่วงอายุ ซึ่งช่วงอายุระหว่าง 55 ปีขึ้นไปนั้น มีสัดส่วนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งแสดงให้เห็นแนวโน้มของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และเมื่อเปรียบเทียบจำแนกรายอายุต่อภูมิภาค ตามภาพ 2 ว่าด้วยเรื่องคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2559 ในช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป ได้พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันซึ่งมีอัตราการเดินทางท่องเที่ยวยังประเทศไทยสูงเป็นอันดับหนึ่งถึงร้อยละ 22.54 อันดับรองลงมา ได้แก่ เอเชียตะวันออก ร้อยละ 20.42 โอเชียเนีย ร้อยละ 20.08 โอเชียเนีย ร้อยละ 20.08 ยุโรป ร้อยละ 18.0 แอฟริกา ร้อยละ 12.87 เอเชียใต้ ร้อยละ 10.94 และตะวันออกกลาง ร้อยละ 10.61 ตามลำดับ



ภาพ 2 แสดงคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกอายุรายภูมิภาค  
ปี พ.ศ. 2555-2559

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้รายงานอัตราการเข้าพักของสถานพักผ่อนในปี พ.ศ. 2559 ภาพ 3 ซึ่งมีอัตราการเข้าพักโดยรวมเท่ากับร้อยละ 69.37 ภูมิภาคที่มีอัตราการเข้าพักสูงสุด 3 อันดับแรก คือ กรุงเทพมหานคร ภาคตะวันตก และภาคตะวันออก มีอัตราการเข้าพักเท่ากับร้อยละ 80.12 ร้อยละ 73.34 และร้อยละ 73.25 ตามลำดับ และภูมิภาคที่มีอัตราการเข้าพักขยายตัวสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ภาคตะวันตก ภาคกลาง และภาคเหนือ ขยายตัวร้อยละ 3.30 ร้อยละ 2.74 และร้อยละ 2.34 ตามลำดับ ตามภาพ 3 นอกจากนี้ฐานข้อมูลของกรมการท่องเที่ยวยังพบอีกว่า พื้นที่ภาคกลางรวมถึงกรุงเทพมหานคร มีนักท่องเที่ยวไม่รวมนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 20,650,860 คน คิดเป็นร้อยละ 40.74 จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 50,689,561 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560ก, สื่อออนไลน์)



ภาพ 3 แสดงอัตราการเข้าพักของสถานที่พักผ่อนในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2559

จากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ และแนวโน้มการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในอนาคต ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน ทั้งนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมของประเทศไทยในปัจจุบัน ยังไม่มีการวางแผนเพื่อปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้เหมาะสมต่อการใช้งานของผู้สูงอายุ ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มตลาดสำคัญต่อการท่องเที่ยวในอนาคต อีกทั้งหากธุรกิจที่พักแรมมีการตื่นตัวที่จะปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุจะทำให้โรงแรมดังกล่าวเป็นจุดสนใจและเป็นที่ยอดนิยมที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทุกสารทิศให้มาเข้าพักยังโรงแรมที่เอื้ออำนวยต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว อีกทั้งยังเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวจังหวัดได้อีกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะหาแนวทางเพื่อพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเลือกจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว มีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรม โดยเฉพาะอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งมรดกโลกที่สำคัญของชาติ เป็นอดีตราชธานีและศูนย์กลางการเมืองการปกครองของไทยในสมัยอยุธยาเมื่อครั้งยังมีความเจริญรุ่งเรืองมีเหล่าบรรดาพ่อค้าต่างชาติทั้งซีกโลกตะวันออก และซีกโลกตะวันตกต่างก็เดินทางมาเจริญสัมพันธไมตรีละค้าขายกับกรุงศรีอยุธยา จนทำให้อาณาจักรกรุงศรีอยุธยามีความยิ่งใหญ่ในแถบดินแดนสุวรรณภูมิและเป็นราชธานีถึง 417 ปี และความยิ่งใหญ่ของราชธานีเก่าทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีงานวิจัยที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุสนใจในวิถีชีวิต ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมและอนุรักษ์นิยม ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงโอกาสของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อการพัฒนาเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยดูได้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวและพักค้างแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวม 1,548,608 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 1,205,428 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 343,180 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560ข, สื่อออนไลน์) อีกทั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยายังมีแผนพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2561-2564 โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ข้อที่ 1 พัฒนาคูณภาพแหล่งท่องเที่ยวและบริการสู่มาตรฐานสากล โดยมีเป้าประสงค์ที่จะเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวโดยมีกลยุทธ์ที่จะพัฒนาคูณภาพการให้บริการให้ได้มาตรฐานสากล และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล โดยจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีโรงแรมและที่พักสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ หากโรงแรมและที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เล็งเห็นความสำคัญของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และร่วมกันปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จะทำให้สร้างความแตกต่างให้กับที่พักของตนเองส่งผลถึงรายได้ในอนาคต อีกทั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะเป็นจังหวัดต้นแบบที่มีกลุ่มโรงแรมที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ได้มาตรฐานสากลต่อไป

### คำถามการวิจัย

1. สถานภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไร
3. ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไร
4. ศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างไร
5. แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรเป็นอย่างไร

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจสถานภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับ

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ขอบเขตด้านพื้นที่

โรงแรมและรีสอร์ทที่มีมาตรฐานการบริการเทียบเท่าระดับ 3 ดาวขึ้นไป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งสิ้น 2 อำเภอ

1. อำเภอพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ โรงแรมอยุธยา แกรนด์, โรงแรมไอยุเดีย ออนเดอะริเวอร์, คลาสสิก คามีโอ แอนด์ เซอร์วิส อพาทเมนท์, คาวาลิ คาซ่า รีสอร์ท, แอมโปเรสซิเดนซ์, โรงแรมศาลาอยุธยา, โรงแรมกรุงศรีริเวอร์, วาสนา ดีไซน์ โฮเทล, โรงแรมอโยธยา วรบุรี อโยธา คอนเวนชัน รีสอร์ท, อยุธยา ริทริต, แคนทารี โฮเทล อยุธยา ริเวอร์วิว เพลส โฮเต็ล, อโยธารา วิลเลจ

2. อำเภอบางปะอิน ได้แก่ พลุทยา รีสอร์ท แอนด์ สปา, อยุธยา การ์เด้นริเวอร์โฮม

#### ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้มี 4 กลุ่มคือ

1. กลุ่มผู้ใช้บริการ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2. กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้บริหารโรงแรม หัวหน้าระดับสูง พนักงานปฏิบัติการโรงแรม และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้แก่ วิศวกรจากหน่วยงานรัฐ วิศวกรจากหน่วยงานเอกชน และสถาปนิก

4. กลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา ได้แก่ นักวิชาการ ครู-อาจารย์ ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การตลาดบริการ ธุรกิจโรงแรม

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาเรื่องการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมโดยใช้ Universal Design เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ การเตรียมความพร้อมของบุคลากรในโรงแรม บุคลากรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

#### ขอบเขตด้านเวลา

ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2561-มกราคม 2562



### นิยามศัพท์เฉพาะ

**นักท่องเที่ยวสูงอายุ** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มเริ่มเกษียณจากวัยทำงาน มีเวลาว่างมากขึ้น มีเงิน เป็นผู้มีเงินบำนาญบำนาญ หรือเงินออมที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**โรงแรม** หมายถึง สถานที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีการบริการเทียบเท่าระดับ 3 ดาว

**สิ่งอำนวยความสะดวก** หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยวควรได้รับเมื่อเข้าพักในโรงแรมหรือที่พักแรม ประกอบด้วย ห้องพัก ห้องน้ำ อาหาร Lobby ทางสัญจร ลิฟท์ บันได บริการด้านความปลอดภัย บุคลากรที่ดูแลผู้สูงอายุ พาหนะเดินทาง โปรแกรมหรือรายการที่จัดขึ้นภายในโรงแรม รวมไปถึงอุปกรณ์ และเครื่องมือด้วย

**พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ** หมายถึง สิ่งที่นักท่องเที่ยววัย 55 ปีขึ้นไปเลือกปฏิบัติระหว่างเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**อารยสถาปัตย์** หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งภายในและภายนอกโรงแรมที่มีไว้สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

### ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. เกิดองค์ความรู้ด้านการบริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักแรมต่าง ๆ สามารถนำองค์ความรู้นี้ไปใช้ประโยชน์ได้
2. สามารถพัฒนาศักยภาพที่พักของโรงแรมเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมถึงพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความพร้อมในการดูแลและต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้
3. โรงแรมสามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมได้
4. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สามารถนำงานวิจัยไปทำแผนพัฒนาศักยภาพที่พักแรมในประเทศไทยได้
5. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำผลการวิจัยไปทำการตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในอนาคตได้
6. เป็นตัวอย่างให้กับที่พักแรมประเภทอื่น ๆ นำผลการวิจัยไปปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกของตนเองเพื่อสร้างความแตกต่างของที่พักแรม

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสถานภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา วิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และร่วมกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โดยผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการจัดการการท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง
6. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
7. แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมและที่พัก
8. แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ
9. แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
10. แนวคิดเกี่ยวกับ Universal Design และคู่มือการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
12. สรุปแนวคิดการวิจัย
13. กรอบแนวคิดการวิจัย

## แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว

นักวิชาการและองค์กรต่าง ๆ ทั่วโลก ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวได้มากมาย ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นแนวคิดและทฤษฎีมาได้ดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งองค์การสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization–UNWTO) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่า “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” ซึ่งสามารถสรุปใจความได้ว่า การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว ไม่มากกว่า 1 ปี
2. การเดินทางนั้นผู้เดินทาง เดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช้การถูกบังคับ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

เจษฎา ขวัญเมือง และคณะ (2560, สื่อออนไลน์) องค์การสหประชาชาติ ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ในปี ค.ศ. 1963 ในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยวไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (2542) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยวข้างต้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปได้ ดังนี้ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากที่พักพำนักประจำไปสู่สถานที่ใดที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวด้วยความเต็มใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ แสวงหาความแปลกใหม่ให้กับชีวิตที่ไม่ใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

## ประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มจะมาเยี่ยมชมเยือนทรัพยากรการท่องเที่ยวตามประเภทที่ตนชื่นชอบ สามารถแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติที่มีความสวยงาม น่าสนใจต่อการเดินทางไปเที่ยวชม ซึ่งรวมถึงบริเวณที่มนุษย์เข้าไปปรุงแต่งเพิ่มเติมจากสภาพธรรมชาติในบางส่วน ซึ่งสามารถแบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติตามการพัฒนาออกได้เป็นประเภทย่อย คือ

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติในสภาพดั้งเดิมปราศจากการดัดแปลง เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่สันโดษซึ่งอยู่ไกลชุมชน คุณค่าผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความอุดมสมบูรณ์เป็นธรรมชาติทำให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกับธรรมชาติและได้รับความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ภูเขา ธรณีสัณฐาน วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ภูมิอากาศ ทะเล ธารน้ำแข็ง เป็นต้น

1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการดัดแปลงปรุงแต่ง แต่ยังรักษาสภาพตามธรรมชาติไว้เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่กึ่งสันโดษ ซึ่งมีการปรุงแต่งเพื่อความสะดวกในการเข้าถึง และเพิ่มความสามารถในการรองรับคุณค่าต่อผู้มาเยี่ยมชมอยู่ที่การได้สัมผัสธรรมชาติในระดับ ภายนอกและได้รับความสะดวกในการเยี่ยมชม เช่น ถ้ำ น้ำตก หุบหญ้า น้ำพุร้อน ชายหาด อ่างเก็บน้ำ เป็นต้น

1.3 ทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการดัดแปลงก่อสร้างเพิ่มเติม เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่มีการพัฒนาแล้ว ซึ่งมีการจัดกิจกรรมตอบสนองของความต้องการของผู้เยี่ยมชม มีสิ่งอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ คุณค่าต่อผู้มาเยี่ยมชมอยู่ที่การได้พักผ่อนในสภาพ ธรรมชาติ แต่ได้รับความสะดวกสบายอย่างครบถ้วน เช่น รีสอร์ท เป็นต้น

2. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัตถุโบราณ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และได้สร้างเสริมในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนั้นว่าในสมัยโบราณมีความ

เจริญด้านใดบ้างและเหลือเป็นมรดกตกทอดมาอย่างชนรุ่นหลังอย่างไรบ้าง จึงมีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือนพื้นที่นั้น ซึ่งสามารถแบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

2.1 ประเภทโบราณสถาน เป็นสถานที่ที่มีอายุนับร้อยปี หรือโดยลักษณะแห่ง การก่อสร้าง หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของสถานที่นั้นเป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี

2.2 ประเภทโบราณวัตถุ เป็นสิ่งประดิษฐ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือที่เป็นส่วนหนึ่ง ส่วนใดของโบราณสถาน ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์ หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของวัตถุนั้นเป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี ในแต่ละจังหวัดหรือแต่ละประเทศ อาจเก็บสะสมไว้ในพิพิธภัณฑสถานหรือสถานที่เก็บอื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนเข้าชม อันเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงประวัติศาสตร์อันยาวนานของประเทศ และเป็นความภูมิใจของประชาชนในท้องถิ่นที่ได้พบโบราณวัตถุ ล้ำค่าเหล่านั้น เช่น ภาพเขียนโบราณ วัตถุโบราณ พระพุทธรูปโบราณ รูปปั้นโบราณ เป็นต้น

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากร ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม แต่ละกลุ่มชนที่มีความแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยยึดถือปฏิบัติ สืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว เดินทางไปเยือน ซึ่งสามารถแบ่งทรัพยากร ท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณี และกิจกรรม ได้ 3 ประเภทดังนี้

3.1 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ ชุมชน หมู่บ้าน เรือนแพ ตลาด ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน ดนตรีพื้นเมือง สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน เหมือง วิถีชีวิต อัญมณี ไม้ตรีของประชาชน เป็นต้น

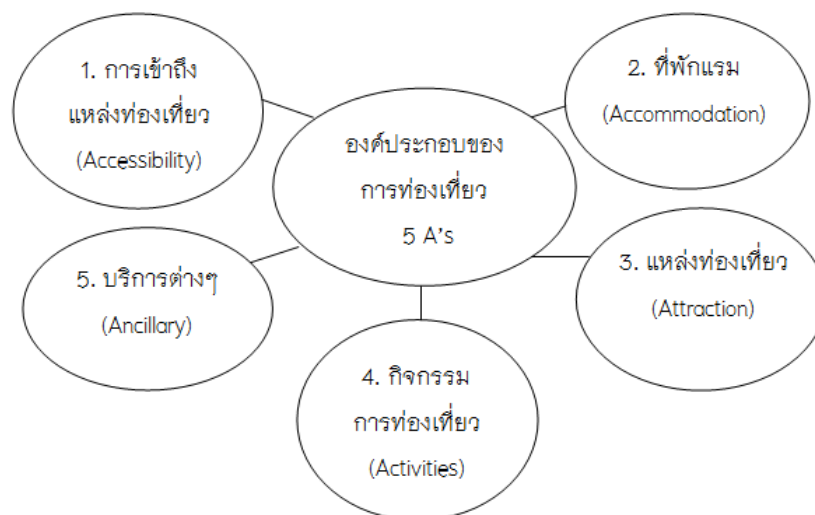
3.2 ประเภทประเพณี ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีแห่เทียนพรรษา เทศกาล กินเจ ประเพณีลอยกระทง งานบุญบั้งไฟ งานพิธีโยนบัว ประเพณีอินทขิล เป็นต้น

3.3 ประเภทกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมแข่งขันกีฬา กีฬากระโดดบันเทิง สวมสนุก สวม紗ธารณะ เฉพาะทาง สนามกอล์ฟ สนามแข่งรถ เชื้อเพลิงไฟฟ้า เป็นต้น สำหรับกิจกรรม การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นควบคู่ไปกับการได้รับความเพลิดเพลิน ซึ่งมีกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอยู่หลายกิจกรรม เช่น การเดินป่า การศึกษาธรรมชาติ การเลี้ยงสัตว์ การดูนก การพายเรือ การดำน้ำ การตั้งแคมป์ การส่องแพการชี้ข้าง การถ่ายรูป การขี่จักรยาน

การโต้เขา การตกปลา การแสงวงบุญ การนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น

### องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

พยอม ธรรมบุตร (2546, หน้า 1-3) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 A's ได้ดังนี้



ภาพ 4 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

ที่มา: พยอม ธรรมบุตร, 2546

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรม ประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กันซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัยหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้ง ซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวได้หมายเพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศ เขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกปลาหมึก ในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้

5. บริการต่าง ๆ ที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ

องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ควรอยู่บนระบบฐานข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System: DMS)

เมื่อนักวิจัยได้ทบทวนและสืบค้นแล้วยังพบว่า ยังมีผู้ที่นิยามองค์ประกอบของแหล่งเพิ่มเติมจาก 5A's เป็น 6A's โดยมีการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) เข้าไปเป็นส่วนประกอบ โดยมีเนื้อหา ดังนี้

บุษบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ใจมา (2552) ได้กล่าวถึงการพิจารณาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาที่สำคัญ 6 A's ได้แก่

#### 1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตก แก่ง บึง ฯลฯ

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ประเพณี วิถีชีวิต ฯลฯ

- 1.3 แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตร เช่น ฟิชชวอน ไรโน่า ฯลฯ
- 1.4 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปราสาทขอม ศูนย์วัฒนธรรม พิพิธภัณฑน์ ฯลฯ
2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
  - 2.1 การคมนาคมขนส่งโดยรถยนต์
  - 2.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยทางเท้า
  - 2.3 ความปลอดภัยในการเดินทาง
  - 2.4 คุณภาพของเส้นทางที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
  - 2.5 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทุกฤดูกาล
3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)
  - 3.1 ศาลาที่พักหรือจุดชมวิว
  - 3.2 ป้ายแนะนำทาง และสถานที่ท่องเที่ยว
  - 3.3 ระบบสื่อความหมาย/สัญลักษณ์
  - 3.4 บริการอินเทอร์เน็ต
  - 3.5 บริการไปรษณีย์
  - 3.6 บริการเช่ารถจักรยาน จักรยานยนต์
  - 3.7 บริการห้องน้ำหรือห้องสุขา
  - 3.8 บริการโทรศัพท์สาธารณะ
  - 3.9 บริการน้ำดื่ม และน้ำใช้
  - 3.10 บริการร้านอาหาร และเครื่องดื่ม
  - 3.11 ร้านขายของที่ระลึก
  - 3.12 ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว
  - 3.13 ศูนย์รับแจ้งเหตุนักท่องเที่ยว
  - 3.14 บริการตรวจคนเข้าเมือง
4. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)
  - 4.1 การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ
  - 4.2 การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
  - 4.3 การลดค่าบริการในบางฤดูกาล
  - 4.4 การออกร้านแสดงสินค้าการท่องเที่ยวกับท้องถิ่นอื่น ๆ หรือต่างประเทศ
  - 4.5 รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต



4.6 บริการเบิก-ถอนเงิน ATM

4.7 โรงพยาบาลหรือสาธารณสุข

5. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation)

5.1 โรงแรม

5.2 รีสอร์ท

5.3 เกสต์เฮ้าส์

5.4 โฮมสเตย์

5.5 วิลเลจส์ สเตย์

5.6 เต็นท์ค้างคืน

6. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

6.1 ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ 1) เดินป่าเที่ยวชมธรรมชาติ 2) ล่องแก่ง 3) ล่องแพไม้ไผ่ 4) ล่องเรือยาง 5) นั่งเกวียน 6) ชี่ซ่าง ชี่ม้า

6.2 ท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ได้แก่ 1) ประเพณีชนเผ่า 2) ประเพณีสงกรานต์หรือปีใหม่ 3) บายสีสู่ขวัญ

6.3 ท่องเที่ยวจัดแสดง และการแข่งขันกีฬา ได้แก่ 1) การแสดงชนเผ่า 2) โรงละครหรือการเล่นท้องถิ่น 3) งานแสดงดนตรีพื้นบ้านท้องถิ่น 4) แข่งเรือประเพณีในแม่น้ำโขง 5) เทศกาลอาหารท้องถิ่น 6) งานประกวดและแข่งขันต่าง ๆ

Buhalis (2000) กล่าวถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ หรือ 6A's ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) คือ สิ่งที่เป็นธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น สิ่งประดิษฐ์ วัตถุประสงคในการสร้างสิ่งนั้น สิ่งที่เป็นมรดก และการจัดกิจกรรมพิเศษ

2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการขนส่ง ประกอบด้วย เส้นทางอาคาร และยานพาหนะ

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า และการบริการอื่น ๆ

4. รายการนำเที่ยวสำเร็จรูปที่มีอยู่ (Available Packages) คือ รายการนำเที่ยวสำเร็จรูปก่อนเตรียมไว้โดยคนกลางและต้นทุนที่มีอยู่

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) คือ กิจกรรมทั้งหมดที่อยู่แหล่งท่องเที่ยว และที่นักท่องเที่ยวจะร่วมกิจกรรมระหว่างเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว

6. บริการเสริม (Ancillary Services) คือ บริการที่นักท่องเที่ยวจะใช้บริการ เช่น ธนาคาร การติดต่อสื่อสาร ไปรษณีย์ ข้อมูลข่าวสาร โรงพยาบาล เป็นต้น

การท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ความรู้ที่ได้รับจากสืบค้นและทบทวนวรรณกรรม ได้ดังนี้ การท่องเที่ยวคือการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่งด้วยความเต็มใจ ความสมัครใจ ทั้งนี้จะต้องมีการค้างคืนหรือไม่ค้างคืนก็ได้ โดยมีได้เป็นการแสวงหารายได้ โดยการท่องเที่ยว มี 7A's องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) รายการนำเที่ยวสำเร็จรูปที่มีอยู่ (Available Packages) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) บริการเสริม (Ancillary Services) และสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic) โดยองค์ประกอบทั้งหมด คือ องค์ประกอบที่สำคัญ ไม่สามารถขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดได้เลย การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวหรือเพื่อการวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยว จำเป็นที่จะต้องมีองค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้นครบสมบูรณ์

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)**

การบริหาร (Administration and Management Theory)

Henri (1949) นักการศึกษาชาวฝรั่งเศสเชื่อว่า ศาสตร์ที่เกี่ยวกับการจัดการนั้น สามารถใช้ได้กับการจัดการทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นการจัดการงานอุตสาหกรรมหรือการจัดการงานรัฐบาล โดยเฮนรีได้สรุปสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการจัดการไว้ดังนี้

1. เกี่ยวกับหน้าที่การจัดการ (Management Functions) กระบวนการจัดการงาน ประกอบด้วยหน้าที่ต่าง ๆ คือ

1.1 การวางแผน หมายถึง การคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจและกำหนดขึ้นเป็นแผนการปฏิบัติงาน หรือวิธีทางขึ้นไว้เป็นแนวทางการทำงานในอนาคต

1.2 การจัดองค์การ หมายถึง การจัดให้มีโครงสร้างของงานต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ให้อยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสมที่จะช่วยให้งานขององค์กรบรรลุผลสำเร็จ

1.3 การบังคับบัญชาสั่งการ หมายถึง การสั่งการต่าง ๆ แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งผู้บริหารจะต้องกระทำตนเป็นตัวอย่างที่ดีและต้องเข้าใจผู้ปฏิบัติงานด้วย ตลอดจนสนใจถึงข้อตกลงในการทำงานของคนงานและองค์กรที่มีอยู่รวมถึงการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร

1.4 การประสานงาน หมายถึง การเชื่อมโยงงานของทุกคนให้เข้ากันได้ และไปสู่เป้าหมายเดียวกันในที่สุด

1.5 การควบคุม หมายถึง การที่จะต้องกำกับดูแลให้สามารถควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำไปนั้นเข้ากันได้กับแผนที่วางไว้แล้ว

2. เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหาร ผู้บริหารระดับสูงจะต้องมีคุณลักษณะพร้อมด้วยความสามารถทางร่างกาย จิตใจ ไหวพริบ การศึกษาหาความรู้ เทคนิคในการทำงาน และประสบการณ์ต่าง ๆ ซึ่งรวมเรียกว่า ความสามารถทางด้านการจัดการซึ่งต่างจากพนักงานระดับปฏิบัติที่จะเน้นหนักที่เทคนิควิธีการทำงานเป็นสำคัญ

3. เกี่ยวกับหลักการจัดการ (Management Principle) มีหลักการที่สำคัญ 14 ประการคือ

- 3.1 หลักการเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ
- 3.2 หลักการของการมีผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว
- 3.3 หลักของการมีจุดมุ่งหมายร่วมกัน
- 3.4 หลักของการดำรงไว้ซึ่งสายงาน
- 3.5 หลักของการแบ่งงานกันทำ
- 3.6 หลักเกี่ยวกับระเบียบวินัย
- 3.7 หลักการถือประโยชน์ส่วนบุคคลเป็นรองจากประโยชน์ส่วนรวม
- 3.8 หลักของการให้ผลประโยชน์ตอบแทน
- 3.9 หลักของการรวมอำนาจไว้ส่วนกลาง
- 3.10 หลักของความเสมอภาค
- 3.11 หลักของการมีเสถียรภาพของการว่าจ้างทำงาน
- 3.12 หลักของความคิดริเริ่ม
- 3.13 หลักของความสามัคคี
- 3.14 หลักของความมีระเบียบเรียบร้อย

โดยสรุป หลักการบริหารดังกล่าวข้างต้นก็คือ วิธีการที่จะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วเป็นการยากที่องค์กรจะปฏิบัติตามหลักการต่าง ๆ ได้ครบถ้วนสมบูรณ์ เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทุกฝ่ายมีการร่วมมือร่วมใจกันอย่างจริงจังในการที่จะสร้างระบบการบริหารจัดการที่ดีให้เกิดขึ้นภายในองค์กรของตน แต่ปัจจุบันเท่าที่สังเกตดูในบางองค์กรยังมีระบบการบริหารที่ไม่เป็นระบบขาดประสิทธิภาพเพราะต่างฝ่ายต่างทำงาน ไม่มีการประสานกัน เกิดความขัดแย้งขึ้นบ่อยครั้งภายในองค์กร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะทำให้องค์กรเกิดปัญหาทางด้านการบริหารงาน ส่งผลให้ขาดความคล่องตัวในการปฏิบัติและขาดความเป็นระบบในหน่วยงานที่สำคัญ คือ ทำให้

ขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กร

### กระบวนการบริการ

กระบวนการบริการเป็นแนวทางหรือวิธีการที่ผู้บริหารใช้ในการปฏิบัติภารกิจให้สามารถดำเนินงานประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้เป็นขั้นตอนในการปฏิบัติงานของผู้บริหาร ซึ่งมีนักบริหารและนักวิชาการได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการบริหารไว้หลายท่านดังนี้

ลือชา สารรงค์ (2547, หน้า 16) ได้อ้างถึงแนวกระบวนการบริการของ Henri โดยได้อธิบายไว้ว่า กระบวนการบริหารประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญต่าง ๆ 5 ขั้นตอน คือ

1. การวางแผน (Planning) คือ การคิดและการล่วงหน้า
  2. การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัดให้มีโครงสร้างของสายงาน ตำแหน่งงาน และอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ
  3. การบังคับบัญชา (Commanding) คือ การดูแลสั่งการให้งานเป็นไปด้วยความถูกต้องเรียบร้อย
  4. การประสานงาน (Co-ordinating) คือ การดูแลควบคุมและอำนวยความสะดวกให้ผู้ทำงานสามารถทำงานได้โดยสะดวก เต็มความสามารถ
  5. การควบคุม (Controlling) คือ การควบคุมให้งานดำเนินไปตามแผนที่วางเอาไว้
- สำหรับแนวปฏิบัติของผู้บริหาร อธิบายว่า ผู้บริหารจะต้องมีคุณลักษณะที่พร้อมทั้งร่างกาย จิตใจ ไหวพริบ การศึกษาหาความรู้ เทคนิคการทำงาน และประสบการณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะประสบการณ์ด้านการบริหารยิ่งมีความจำเป็นมาก ได้เสนอหลักสำหรับผู้บริหารไว้ 4 ประการ คือ (Henri, 1949)

1. ผู้บริหารต้องรับผิดชอบต่อผลงานที่อยู่ในขอบข่ายความรับผิดชอบของตน แม้ว่าหน้าที่นั้นจะได้มอบหมายให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาไปปฏิบัติแล้วก็ตาม
2. ในการมอบงานจะต้องมอบทั้งหน้าที่และอำนาจให้ได้สัดส่วนกัน เอกภาพในการบังคับบัญชาเป็นสิ่งสำคัญต่อหน่วยงาน หากขาดเอกภาพในการบังคับบัญชาแล้วจะทำให้งานในองค์กรเกิดความยุ่งยากสับสน ทำงานไม่สะดวก
3. การบริหารขององค์การจะต้องจัดให้สอดคล้องสัมพันธ์กันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลักขององค์การ แม้ว่าองค์การนั้นจะมีหลายหน่วยงานก็ตาม แต่วัตถุประสงค์หลักขั้นพื้นฐานขององค์กรย่อมตรงกัน
4. ผู้บริหารจะต้องจัดให้ทุกหน่วยงานในความรับผิดชอบปฏิบัติงานสนองวัตถุประสงค์หลักขององค์กร นักบริหารจะต้องแสวงหาวิธีที่จะอำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาในการทำงาน

Gulick (1937) และได้อธิบายกระบวนการบริหารว่าเป็นกระบวนการ โดยเอาคำตอบ จากหัวหน้าฝ่ายบริหารของประเทศมาเรียงเข้ากันเป็นหลักการคือ ขั้นตอนที่ผู้บริหารปฏิบัติ 7 ประการ ได้แก่

Planning หมายถึง การวางแผน เป็นการกำหนดโครงการอย่างกว้าง ๆ ว่าจะทำอะไรบ้าง เพื่ออะไร มีแนวทางจะปฏิบัติอย่างไร การวางแผนจะต้องกระทำก่อนการปฏิบัติจริง

Organizing หมายถึง การจัดองค์การ กล่าวคือ เป็นการจัดสายงานแบ่งแยกอำนาจ การบริหารให้ผู้ปฏิบัติงานทราบหน้าที่บทบาทของแต่ละคน

Staffing หมายถึง การจัดการหาบุคคลมาเข้าสู่ตำแหน่งงานตามที่ได้จัดองค์การเอาไว้ แล้ว มีการบรรจุงาน ฝึกฝน อบรมพัฒนาคุณภาพคน

Directing หมายถึง การวินิจฉัยสั่งการ บอกทิศทางการทำงานเสนอแนะวิธีการทำงาน หลังจากที่ได้วิเคราะห์อย่างรอบคอบแล้วว่าควรจะทำอะไรบ้าง อย่างไร ไปในทิศทางใด

Co-Ordinating หมายถึง การประสานงาน อันได้แก่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง หน่วยงานย่อยและบุคคลในตำแหน่งต่าง ๆ ให้สามารถทำงานร่วมกันได้ ซึ่งอาจจะต้องใช้ เทคนิคต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร การกำหนดระเบียบแบบแผนในการทำงาน เป็นต้น

Reporting หมายถึง การทำงานทุกอย่างจะต้องมีการรายงานไปยังผู้บังคับบัญชาเหนือ ตนขึ้นไปว่าตนเองได้ทำอะไรบ้าง อย่างไร ได้ผลประการใด

Budgeting หมายถึง การจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายให้ถูกต้องเหมาะสมกับกิจกรรม นอกจากนี้ได้เสนอแนวคิดที่ว่า กระบวนการบริหาร มีองค์ประกอบสำคัญ 10 ประการ ด้วยกัน คือ (ลือชา สาระคง, 2547)

1. การกำหนดความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์
2. การจัดทำแผนภูมิโครงสร้างขององค์การหรือหน่วยงาน
3. การบรรจุและจัดระเบียบหรือกำหนดขอบข่ายของอำนาจหน้าที่ฝ่ายบริหาร
4. การมอบหมายอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ
5. การควบคุมดูแลปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมาย
6. การปฏิบัติงานทุกอย่างที่จำเป็น
7. การติดต่อสัมพันธ์กับทุกหน่วยงาน
8. การจูงใจและบำรุงขวัญ
9. การประเมินผล
10. การพิจารณาในอนาคตและการตั้งความมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ขององค์การ ไว้รับสถานการณ์ในอนาคต

จากความหมายของกระบวนการบริหารดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า กระบวนการบริหารเป็นการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีขั้นตอนและเหมาะสมกับหน่วยงาน และองค์กรหรืออาจสรุปได้อีกอย่างหนึ่งว่า การบริหารคือการหาทางทำงานให้สำเร็จ และการทำงานให้สำเร็จได้นั้นมีวิธีการมากมายหลายวิธีที่ผู้บริหารทั้งหลายสามารถใช้ความรู้ความสามารถเพื่อเลือกวิธีที่เหมาะสมตามสภาพความรู้ ความสามารถ สภาพความต้องการ และสภาพแวดล้อมมาใช้ให้เป็นประโยชน์ได้

### **แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)**

นิคม จารุมนี (2536) กล่าวว่า การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทางมาตรการและแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบความสำเร็จ การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System Approach) และบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub System) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งองค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล ฯลฯ ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made Tourism Resource) ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and Rural Way of Life) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction)

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อให้การท่องเที่ยวในพื้นที่ของนักท่องเที่ยวมีความสะดวก บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (2541, หน้า 32-33) ได้อธิบายความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านั้นยังคงต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร ทิศทาง และประสบความสำเร็จ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543, หน้า 75) ให้ความหมายของการจัดการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การวางแผนการท่องเที่ยว และดำเนินการให้เป็นไปตามแผน โดยมีการจัดองค์การ การบริหารงานบุคคล การอำนวยการ และการควบคุมอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ พร้อมทั้งมีการประเมินผลแผนการท่องเที่ยวด้วย

ผู้วิจัยสรุปแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวได้ดังนี้ การจัดการการท่องเที่ยว คือ การกระทำอย่างมีเป้าหมาย มีแบบแผน โดนคำนึงถึงสภาพจริงของพื้นที่ ข้อจำกัด ข้อจำกัด บางอย่างของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติ โดยในแต่ละพื้นที่จะมีทรัพยากรที่แตกต่างกันออกไป ควรมีการวางแผนจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อป้องกันความล้มเหลวจากการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแบบอย่างในการนำไปปฏิบัติได้

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว**

#### **ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยว**

Bowen, Makens and Kotler (1994) กล่าวว่า ตลาดการบริการและการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการทางการจัดการและทางสังคม ซึ่งบุคคลและกลุ่มบุคคลจะได้รับสิ่งจำเป็น และสิ่งทีพวกเขาต้องการต้องการจากการสร้างและแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ รวมทั้งคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับบุคคลอื่น

วินิจ วีรยางกูร (2532, หน้า 15) กล่าวว่า ตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้น เน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อธุรกิจ ได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 29) กล่าวว่า ตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้ขายมาทำการติดต่อเพื่อต่อรองซื้อขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนั้นให้ได้รับความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การหรือธุรกิจท่องเที่ยว

เสวี วงษ์มณฑา (2547) ยังได้กล่าวถึง กระบวนการพัฒนางานการสื่อสารการตลาด ที่ต้องการใช้การสื่อสารเพื่อจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยสร้าง พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับความต้องการของตลาด โดยการพิจารณาวิธีการ สื่อสารตราสินค้า (Brand Contacts) เพื่อกลุ่มผู้บริโภคได้รู้จักสินค้า

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง สังเกต นำไปสู่การวิจัย การวิเคราะห์การพยากรณ์ และการเลือกสรรส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการ ที่เหมาะสมเพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยศึกษา พฤติกรรมความต้องการของกลุ่มลูกค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจ การรู้จักสินค้า สื่อสารข้อมูล และข่าวสารไปลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย

### ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว

เสวี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 11) ได้อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาที่คุณบริโภค ยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุณค่า รวมถึงการจัดจำหน่ายกระจายสินค้า ให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อหาเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าด้วยความพยายามจูงใจ ให้ลูกค้าเกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง ที่เรียกว่า ส่วนประสม ทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2546, หน้า 59-60) กล่าวว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง ที่ผู้ประกอบการธุรกิจใช้เป็นเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาได้ และปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าทางการท่องเที่ยวจะหมายถึงลักษณะ ของสินค้าที่เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ สินค้าและบริการทุกอย่างที่ผู้ประกอบการธุรกิจ เสนอขาย เช่น รายการทัวร์เหมา (Package Tour) เรือสำราญ (Cruise) เป็นต้น

2. ราคา (Price) คือ ตัวบ่งบอกถึงลักษณะของสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ค่อนข้างดี โดยราคาของสินค้าและบริการจะเป็นการสร้างการรับรู้ให้นักท่องเที่ยวได้ว่าราคาเท่านี้ จะหมายถึง ลักษณะของสินค้าทางการท่องเที่ยวในระดับไหน การกำหนดราคา เช่น ราคาทัวร์ ยุโรป 9 วัน 3 ประเทศ 46,900 บาท เป็นต้น ทั้งนี้ราคาจะขึ้นอยู่กับยี่ห้อ ชื่อ และภาพลักษณ์ ของสินค้าทางการท่องเที่ยว



3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Process of Delivery) เป็นกระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการไปให้ถึงลูกค้าโดยรวดเร็วและสะดวกที่สุด เช่น จัดจำหน่ายโดยบริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent) เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้น ซื้อจำนวนมากขึ้น เช่น การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) เป็นต้น

5. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) ได้แก่ บรรยากาศขณะซื้อขายสินค้าและบริการ และขณะที่ลูกค้าบริโภคสินค้า ซึ่งจะสามารถสร้างความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที เช่น การขายทัวร์ที่เคาน์เตอร์ของพนักงานขายกับลูกค้า การพักในห้องพักของโรงแรม

6. กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) คือ การศึกษาข้อมูลทางการตลาดเพื่อให้ทราบถึงกระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยวและการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยว

7. การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง การจัดรวมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวหลาย ๆ อย่างที่เหมาะสมเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองของกลุ่มตลาดเป้าหมายธุรกิจ เช่น รายการนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (All-Inclusive Tour)

8. ความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership/Participation) หมายถึง การประสานงานร่วมมือกันทางธุรกิจระหว่างผู้ซื้อ (Buyers) และผู้ขาย (Sellers) ในธุรกิจท่องเที่ยว การร่วมมือกันเสนอขายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและได้รับความพอใจสูงสุด โดยรักษาคุณภาพมาตรฐานการบริการ และระดับราคาที่เหมาะสม

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดประกอบไปด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเป็นเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น หากคุณค่าสูงกว่าราคา

ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการอย่างชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

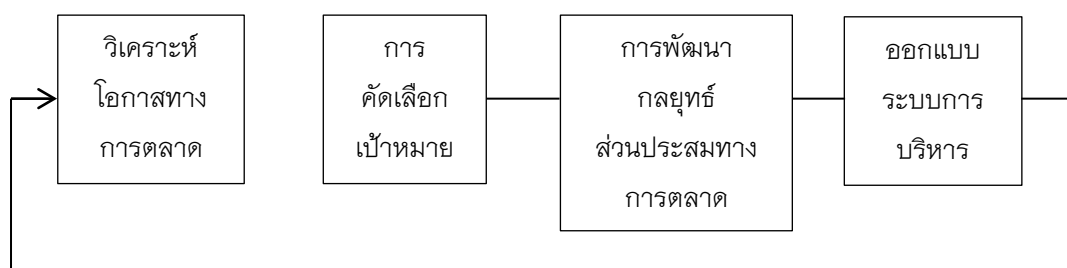
4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันหรือคู่แข่งชั้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

ธงชัย สันติวงษ์ (2534, หน้า 65) ได้กล่าวถึงกระบวนการทางการตลาด (Marketing Process) หมายถึง กระบวนการทางการบริหารที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ พิจารณา คัดเลือก และการแสวงหาโอกาสทางการตลาดเพื่อที่จะตอบสนองวัตถุประสงค์ขององค์การ กระบวนการตลาดจะประกอบด้วย การพิจารณาและวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด และการคัดเลือกเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ดีกว่า และออกแบบระบบการบริหารการตลาดที่เอื้ออำนวยให้การวางแผน การควบคุม ตลอดจนระบบข้อมูลและบุคคลทางการตลาดมีพร้อมที่จะสนับสนุนทางการตลาด



ภาพ 5 แสดงกระบวนการทางการตลาด

วารุณี ตันติวงค์วาณิช (2546, หน้า 123) ได้หนังสือของ Philip Kotler ว่า ส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นปัจจัยภายในและเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งถ้าใช้ให้ถูกต้องเหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย และสัมพันธ์กับปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ก็จะประสบความสำเร็จในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ เป็นที่พอใจของผู้บริโภค และเหนือกว่าคู่แข่ง

ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าและบริการและสิ่งใด ๆ ก็ตามที่เสนอขายโดยธุรกิจให้แก่ตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ การซื้อ การใช้ หรือการบริโภคเพื่อตอบสนองของความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้ และสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ เช่น บริการ ประสบการณ์ เหตุการณ์ บุคคล สถานที่ ทรัพย์สิน องค์การ สารสนเทศและความคิด จากความหมายข้างต้นได้มีผู้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ไว้ดังนี้

สุดาตวง เรื่องรุจิระ (2538, หน้า 10) ส่วนประสมการตลาด หมายถึง สิ่งที่เสนอขายต่อตลาดเป้าหมายที่สามารถตอบสนองความต้องการได้

ธงชัย สันติวงษ์ (2547, หน้า 15) ส่วนประสมการตลาด หมายถึงสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจและรวมถึงลักษณะที่อาจจะมองเห็นได้ของสิ่งนั้นทั้งในแง่ของสิ่งที่จับต้องได้และสิ่งที่จับต้องไม่ได้

ธนวรรณ แสงสุวรรณ (2547, หน้า 42) ส่วนประสมการตลาด หมายถึงสิ่งใด ๆ ก็ตามที่เสนอให้แก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็น ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยสินค้าที่เป็นรูปธรรม บริการ ประสบการณ์ เหตุการณ์ บุคคล สถานที่ ทรัพย์สิน องค์การ สารสนเทศ และความคิด

สมนึก จันทรประทีน (2552) หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่กิจการนำเสนอต่อตลาดโดยมุ่งสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดนั้น ๆ ผู้บริโภคหรือตลาดอาจได้รับการตอบสนองความต้องการในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ การสัมผัส รับรู้ การจัดหามาตรการรองรับ การใช้การบริโภค

ธีรฤติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2547, หน้า 116) ส่วนประสมทางการตลาด (The Service Marketing Mix) หรือ 7P's เป็นส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการโดยเฉพาะ ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ คือ

1. ผลิตภัณฑ์บริการ (Service) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์บริการประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ หรือบุคคล เพื่อสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ 2 ประเภท คือ

1.1 สินค้า (Manufactured Goods/Product)

1.2 บริการ (Service)

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของสินค้าและบริการในรูปตัวเงิน โดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของสินค้าและบริการกับราคาของสินค้าและบริการ ราคามีวิธีในการกำหนด 3 วิธี (Lovelock and Wright) คือ

2.1 วิธีกำหนดจากราคาทุน (Cost-Based Pricing) เป็นการนำต้นทุนทางตรงต่อหน่วยบวกกับค่าเสียหายต่อหน่วย เพื่อให้ทราบต้นทุนรวม แล้วจึงบวกด้วยกำไรที่ต้องการจะได้ราคาขายที่ต้องการ

2.2 วิธีกำหนดราคาจากการแข่งขัน (Competition-Base Pricing) มักเป็นที่นิยมในกรณีที่มีมาตรฐานการบริการของผู้ขายแต่ละรายนั้นไม่มีความแตกต่างกันมากนัก เช่น บริการซักอบรีด บริการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

2.3 วิธีกำหนดราคาจากการรับรู้ในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ของลูกค้า (Value-Based Pricing) ในบางครั้งเรียกว่าวิธีการกำหนดราคาจากลูกค้า หรือวิธีการกำหนดราคาจากอุปสงค์ ราคาจะเกิดจากการรับรู้ในคุณค่าการบริการของลูกค้าเป้าหมาย

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปให้ถึงมือผู้บริโภค เราสามารถแบ่งองค์ประกอบหลักของการจัดจำหน่ายออกเป็น 2 ส่วน คือ

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางของผลิตภัณฑ์ และ/หรือกรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจบริการ มีดังนี้ 1) การขายตรง (Direct Sales) 2) ตัวแทนหรือนายหน้า

(Agent or Broker) 3) ตัวแทนของผู้ขายและผู้ซื้อ (Seller's and Buyers' Agents) 4) ผู้ให้บริการที่ได้รับสัญญาหรือสิทธิ์ในการบริการ (Franchises and Contracted Service Deliverers) 5) การให้บริการทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Channels)

3.2 ทำเลที่ตั้งสำหรับการให้บริการ (Location) แบ่งได้ 3 ประเภท คือ 1) ลูกค้าต้องเดินทางไปรับบริการ ณ สถานที่ของผู้ให้บริการ เช่น โรงแรม สวนสนุกและสถานออกกำลังกาย เป็นต้น ผู้ให้บริการต้องเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม โดยจะต้องคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าในการรับบริการเป็นหลัก และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งชั้นประกอบการพิจารณาด้วย 2) ผู้ให้บริการเดินทางไปให้บริการแก่ลูกค้า ณ สถานที่ของลูกค้า เช่น บริการทำความสะอาด บริการส่งมอบสินค้าถึงบ้าน บริการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น ผู้ประกอบการอาจจะต้องเลือกทำเลที่ตั้งที่อยู่ในย่านที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าได้ เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินการของกิจการ 3) การให้บริการทางไกล (The Service Provider and Customer Transact Business At Arm's Length Location) กรณีนี้ทำเลที่ตั้งไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรง กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย คือ พยายามนำเครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าให้บริการได้โดยสะดวก เช่น เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติของธนาคาร (ATM)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยมีส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาดบริการทั้งหมด 6 องค์ประกอบ ได้แก่

- 4.1 การโฆษณา (Advertising)
  - 4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)
  - 4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)
  - 4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations)
  - 4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing)
  - 4.6 การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication)
5. บุคคล (People) หมายถึง บุคคลที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ ซึ่งรวมถึง
- 5.1 พนักงานของกิจการ
  - 5.2 ลูกค้าที่มาใช้บริการ
  - 5.3 ลูกค้าอื่นที่มาใช้บริการ

พนักงานของกิจการเป็นองค์ประกอบสำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการ ในปัจจุบัน ซึ่งสถานการณ์การแข่งขันรุนแรงขึ้น พนักงานยังเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่าง (Differentiation) ให้กับธุรกิจ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากพนักงานของกิจการดังกล่าวแล้ว ตัวลูกค้าเองรวมถึงลูกค้าคนอื่นที่มาใช้บริการก็จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ในเรื่องการบริการของผู้ให้บริการด้วย

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการ ระเบียบ รวมถึงวิธีการทำงานซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า เช่น การตัดสินใจเรื่องนโยบายที่เกี่ยวกับลูกค้า และบุคลากรขององค์กร เป็นต้น

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการบริการ สถานที่ที่ลูกค้าและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบที่จับต้องได้ต่าง ๆ ซึ่งทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกหรือสื่อสารบริการนั้น ๆ หลักฐานทางกายภาพ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

7.1 ภูมิทัศน์การบริการ (Service Scape) หมายถึง สภาพแวดล้อมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ในการให้บริการลูกค้า แบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ

- 1) สภาพแวดล้อมภายนอก (Facility Exterior) เช่น การออกแบบและรูปลักษณ์ภายนอกของตัวอาคาร ป้ายบอกทางเข้าสถานบริการ ป้ายชื่อของกิจการ และที่จอดรถ เป็นต้น
- 2) สภาพแวดล้อมภายใน (Facility Interior) เช่น การออกแบบตกแต่งภายในอาคาร อุปกรณ์ในการให้บริการป้ายบอกทางภายในอาคาร คุณภาพของอากาศภายในตัวสถานที่ให้บริการ เป็นต้น

7.2 สิ่งที่จับต้องได้ประเภทอื่น ๆ (Other Tangibles) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มองเห็นเป็นรูปธรรมที่ช่วยในการสื่อสารกับลูกค้า เช่น นามบัตร เครื่องแบบและการแต่งกายของพนักงาน เอกสาร แผ่นพับต่าง ๆ เป็นต้น

จากการศึกษาทฤษฎีทางการตลาดแล้วนั้น ผู้วิจัยมีความเข้าใจความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่สนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษารฐานลูกค้าเก่าและแสวงหารฐานลูกค้าใหม่ โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด การคัดเลือกเป้าหมาย พัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดและออกแบบระบบการบริหารการตลาดของผลิตภัณฑ์

### การแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

การแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวสูงอายุอาจแบ่งได้ตามลักษณะของประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ แต่เนื่องจากการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับกิจกรรมความชอบและความสนใจของนักท่องเที่ยว การแบ่งส่วนตลาดตามหลักจิตวิทยาจึงได้รับความนิยม การทำความเข้าใจในความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะทำให้การตลาดสามารถวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุได้

Cleaver (1999) ได้ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุโดยกล่าวว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุไม่มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือเป็นตลาดแบบไม่แบ่งส่วน (Homogeneous) ตามที่เข้าใจกัน และพบว่าสามารถแบ่งส่วนตลาดการท่องเที่ยวตามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวออสเตรเลียตามขนาดของส่วนแบ่งตลาดได้เป็น 4 ส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ดังนี้

1. ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวชอบความคุ้นเคย (Nostalgics)
2. ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวชอบความเป็นมิตร (Fimndlies)
3. ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวชอบการเรียนรู้ (Learners)
4. ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวชอบหลีกเลี่ยงความจำเจ (Escapists)

Stowe (1989) ศึกษาพฤติกรรมและจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในรัฐเพนซิลวาเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา และสรุปผลการแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุออกเป็น 3 ส่วนตลาดคือ

1. นักเดินทางแบบครอบครัว (Family Traveler) ที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเพื่อใช้เวลาอยู่กับครอบครัว
2. นักท่องเที่ยวเน้นกิจกรรม (Active Rester) ที่ชอบท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาตนเองทั้งทางสติปัญญาและจิตใจ และเพื่อพบเพื่อนใหม่
3. นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Older Set) ชอบกิจกรรมเหมาะสมกับวัย

และสรุปว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุไม่ใช่ตลาดแบบไม่แบ่งส่วน (One Homogenous Group) แต่สามารถแบ่งออกได้เป็นหลายส่วนตามความต้องการและความจำเป็น ซึ่ง 10 ปีต่อมา Stowe (2000) ได้ทดสอบตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุอีกครั้ง เพื่อวิเคราะห์ว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ และพบว่าตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในรัฐเพนซิลวาเนียไม่เปลี่ยนแปลงในการแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยว

Ruys and Wei (1998) ศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ชาวออสเตรเลียและสรุปการแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวตามแรงจูงใจออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. Enjoy later life traveler หมายถึง นักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวในขณะที่สุขภาพร่างกายยังแข็งแรงอยู่ หรือนักท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ฝันอยากไปมานานแล้วหรือไม่ท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่มีคุณภาพ

2. Self-fulfillment traveler หมายถึง นักท่องเที่ยวสูงอายุที่ต้องการผจญภัยและเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ในชีวิตในเมืองอื่น ๆ ที่ยังไม่เคยได้ไปสัมผัส หรือไปมีโอกาสในการทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่หรือการไปพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น

3. Comfort and Familiarity Traveler หมายถึง นักท่องเที่ยวสูงอายุที่ต้องการใช้เวลา ร่วมกับครอบครัวและเพื่อน หรือชอบได้รับความรู้สึกถึงความสะดวกสบายในสถานที่ที่ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

Sellick (2004) ศึกษาตลาดท่องเที่ยวออสเตรเลียและแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุตามแรงจูงใจในการเดินทางออกเป็น 4 ส่วน ซึ่งนักการตลาดสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับส่วนแบ่งตลาดที่แตกต่างกันทั้ง 4 ส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุได้ ดังนี้

1. ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวแบบค้นพบและพัฒนาตนเอง (Discovery&Self-Enhancement)

2. ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวแบบกระตือรือร้น (Enthusiastic Connector)

3. ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวแบบลังเล (Reluctant Traveler)

4. ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวแบบคุ้นเคย (Nostalgic Traveler)

Wang (2008) ศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุในสหรัฐอเมริกา และแบ่งส่วนตลาดออกเป็น 3 ส่วนแบ่งตลาด คือ 1) นักเดินทางส่วนตัว ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน 2) นักเดินทางเพื่อการศึกษา ที่ชอบท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และพัฒนาสติปัญญาของตนเอง และ 3) นักเดินทางเพื่อสังคม ที่เดินทางเพื่อใช้เวลากับครอบครัวและพบเพื่อนใหม่

จันทร์จิตร เจริญศิริ และคณะ (2554) ศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยและกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ และทำการแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยใช้แหล่งที่มาของรายได้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด ส่วนนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติใช้ภูมิฐานะของนักท่องเที่ยวเป็นเกณฑ์ในการแบ่งส่วนตลาด พบว่า ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ



1. กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้แน่นอนและประจำ เป็นกลุ่มที่มีรายได้มาจากเงินเบี้ยหวัดหรือเงินบำนาญ มีการศึกษาดี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-25,000 บาท ชอบเดินทางท่องเที่ยวปีละ 1-2 ครั้ง การท่องเที่ยวแต่ละครั้งใช้เวลา 4-7 วัน

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้ไม่แน่นอน สามารถแบ่งเป็นกลุ่มย่อย ได้ดังนี้

2.1 กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้จากการพึ่งพาผู้อื่น ได้แก่ บุตร หลาน หน่วยงานภาครัฐ หรือการบริจาค

2.2 กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้จากการพึ่งพาตนเอง เช่น จากการประกอบอาชีพ หารายได้หรือรายได้พิเศษ สินทรัพย์ที่มีอยู่ ได้แก่ ค่าเช่า ดอกเบี้ย เงินปันผล เงินสะสมหุ้น

ส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวต่างชาติ สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก คือ

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปอเมริกา เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000-2,500 ดอลลาร์สหรัฐ และใช้เวลาท่องเที่ยวเป็นเวลา 2 สัปดาห์

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุจากทวีปยุโรป เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000-2,500 ดอลลาร์สหรัฐ และใช้เวลาท่องเที่ยวเป็นเวลา 2 สัปดาห์

3. กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจากทวีปเอเชีย เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ และใช้เวลาท่องเที่ยวเป็นเวลา 1 สัปดาห์

4. กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจากทวีปออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ และใช้เวลาท่องเที่ยวเป็นเวลา 2 สัปดาห์

Stowe (1989) ได้ศึกษาเรื่อง “Segmentation of the Senior Pleasure Travel market” พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุพึงพอใจการท่องเที่ยวในระยะสั้น ๆ และชอบที่จะกลับมายังสถานที่เดิมมากกว่าเยี่ยมชมในสถานที่ใหม่

กลุ่มที่ 2 เรียกว่า “Active Resters” นักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มนี้ชอบที่จะพบปะผู้คน ชอบสังคม และการพักผ่อน

กลุ่มที่ 3 คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุกลุ่มที่ชอบที่จะเลือกไปกับแพ็คเกจทัวร์ที่รวมทุกอย่าง และพึงพอใจในการท่องเที่ยวไปยังรีสอร์ท (Older Set)

Lieux, Weaver and McCleary (1994) ที่แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มที่อยู่ในวัยใกล้เกษียณและมีรายได้ดี นิยมหาประสบการณ์แปลกใหม่ (Novelty Seekers)

2. กลุ่มที่อยู่ในวัยใกล้เคียงและมีรายได้ดีเช่นเดียวกับกลุ่มแรก แต่นิยมเดินทางท่องเที่ยวในเขตที่มีอากาศอบอุ่นและร้อน โดยใช้ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลานาน (Active Enthusiasts)

3. กลุ่มที่มีอายุมากที่สุดเมื่อเทียบกับสองกลุ่มที่กล่าวมาข้างต้น แต่มีรายได้น้อยกว่าและนิยมเดินทางระยะสั้น (Reluctant Travelers)

Backman and Silverberg (1999) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยแบ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่ชอบการศึกษาและธรรมชาติ (Education/nature)
2. กลุ่มที่ชอบผจญภัย เดินป่า และนอนเต็นท์ (Camping/tenting)
3. กลุ่มที่เดินทางเพื่อสังสรรค์ (Socialization)
4. กลุ่มที่เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation)
5. กลุ่มที่เดินทางเพื่อศึกษาและเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ (Information)

นักวิจัยของสรุปความได้ดังนี้ การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยว คือ การจัดกลุ่มลูกค้าโดยใช้หลักเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อคัดสรรลูกค้าให้ตรงกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอ โดยใช้เกณฑ์แบ่งได้ตามลักษณะของประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ หรืออื่น ๆ โดยในงานวิจัยเรื่องนี้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยอาศัยช่วงอายุ และลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นสำคัญ

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ความหมายของแรงจูงใจ

Houston (1972) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า หมายถึง องค์ประกอบที่กระตุ้นและกำหนดทิศทางของพฤติกรรม

อารี พันธุ์มณี (2534) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า หมายถึง การนำปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นแรงจูงใจมาผลักดันให้ตัวบุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างมีทิศทาง เพื่อบรรลุสู่จุดมุ่งหมายหรือเงื่อนไขที่ต้องการปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาใช้อาจเป็นเครื่องล่อ รางวัล การลงโทษ การทำให้เกิดการตื่นตัว รวมทั้งการทำให้เกิดความคาดหวัง เป็นต้น

เสวี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึงพลังกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้คนเกิดการตัดสินใจ

สมพร สุทัศนีย์ (2544) กล่าวว่า การจูงใจเป็นตัวกำกับพฤติกรรมหรือสิ่งที่ทำให้มนุษย์มีความตั้งใจที่จะถอยหนีหรือพยายามไปสู่เป้าประสงค์

อริยา คูหา (2545) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า หมายถึง ความปรารถนาที่จะบรรลุเป้าประสงค์ หรือความรู้สึกที่กระตุ้นหรือเร้าการกระทำ เป็นพลังภายในที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม

จากการทบทวนและสืบค้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจคือสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของตัวบุคคลที่จะเป็นตัวส่งเสริมให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา เพื่อให้บรรลุตามที่ใจตนเองมุ่งหวังไว้

### ทฤษฎีแรงจูงใจ

มาสโลว์ ได้อธิบายถึงทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ คือ ความต้องการของมนุษย์ซึ่งมีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy&Needs) และเป็นทฤษฎีที่ยอมรับกันแพร่หลาย สมมติฐานดังกล่าวมีความเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ดังนี้

1. มนุษย์มีความต้องการ ความต้องการมีอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มีมนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่า เขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือยัง ขนาดที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้ไม่มีที่สิ้นสุดและจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2. ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นแรงจูงใจของพฤติกรรม

3. ความต้องการของมนุษย์มีลำดับชั้นความสำคัญ กล่าวคือ เมื่อความต้องการระดับต่ำ ได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะมีเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

4. ตามทฤษฎีของมาสโลว์ได้แบ่งลำดับชั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) ไว้ 5 ชั้นจากต่ำไปสูง ดังภาพ 6



ภาพ 6 แสดงลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์

ที่มา: Simplypsychology, 2018, online

มาสโลว์ได้อธิบายความต้องการของมนุษย์ตามลำดับชั้นไว้ ดังนี้

1. ต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการปัจจัยสี่ ความต้องการการยกย่อง และความต้องการทางเพศ ฯลฯ เป็นต้น

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ เป็นต้น

3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongingness Needs) ความต้องการทั้งในแง่ของการให้และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้การยอมรับ เป็นต้น

4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) ซึ่งเป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-Esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะ (Status) จากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้การเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ คักดีศรี ความสามารถ สถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม

5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ได้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่าง

ได้สำเร็จ นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

จากทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่า ก่อนที่ความต้องการของมนุษย์จะก้าวสู่ลำดับขั้นที่สูงขึ้น จะต้องถูกตอบสนองความต้องการในขั้นต่ำก่อน

Pearce, Morrison and Rutledge (1998) ได้นำเอาทฤษฎีของมาสโลว์มาปรับปรุงและประยุกต์ โดยมีความเชื่อว่า ความต้องการของมนุษย์ทางด้านการท่องเที่ยวและการทำงานก็มีความคล้ายกัน ซึ่งทฤษฎีทางการท่องเที่ยวดังกล่าวคือ Travel Career Ladder แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological Needs) เช่น ความต้องการกินอาหาร ดื่มเครื่องดื่ม พักผ่อน หลีกหนีความวุ่นวาย
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เช่น ความต้องการความคลายกังวล ความอุ่นใจ
3. ความต้องการสร้างสัมพันธ์ภาพ (Relationship Needs) เช่น ความต้องการที่จะมีความรัก รู้จักเพื่อนใหม่ พบปะผู้คน
4. ความต้องการการยกย่องนับถือและการพัฒนา (Self-Esteem/Development Needs) เช่น ความต้องการการยอมรับ ความอยากรู้อยากเห็น
5. ความต้องการการเติมเต็มให้แก่ชีวิต (Fulfillment Needs) เช่น ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งสำคัญต่อชีวิต

### **ประเภทของแรงจูงใจ**

พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา (2542) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจไว้ 3 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจเพื่อความอยู่รอด (Survival Motives) เป็นแรงจูงใจที่ช่วยให้คนเราสามารถดำรงชีวิตได้ แรงจูงใจชนิดนี้มักจะมีสัมพันธ์กับสิ่งเบื้องต้นที่คนเราต้องการในชีวิต เช่น อาหาร น้ำ อากาศ การขับถ่าย เป็นต้น
2. แรงจูงใจทางสังคม (Social Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ในสังคม อาจได้รับอิทธิพลโดยตรงจากสิ่งเร้าที่เป็นบุคคล หรือจากวัตถุที่มองไม่เห็นได้ จับต้องได้ หรือมาจากภาวะทางสังคมที่มองไม่เห็นก็ได้ เช่น การมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น การเป็นผู้นำการสร้างมิตร เป็นต้น
3. แรงจูงใจเกี่ยวกับตนเอง (Self-Motives) แรงจูงใจชนิดนี้ค่อนข้างจะซับซ้อนและเป็นสิ่งที่ผลักดันให้คนเราพยายามปรับตัวไปในทางที่ดีขึ้น เช่น แรงจูงใจที่เกี่ยวกับความสำเร็จในหน้าที่การงานหรือความสำเร็จชีวิต เป็นต้น

อีกทั้งยังมีนักวิชาการนานาชาติ ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจ โดย Hilgard (1967) ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. แรงจูงใจที่จะมีชีวิตอยู่ (The Survival Motives) หมายถึง ความต้องการทางสรีระ (Physiological Needs) เช่น ต้องการอาหาร ต้องการการพักผ่อน ฯ เมื่อความต้องการเหล่านี้ถูกเร้าจะทำให้เกิดแรงขับขึ้น ซึ่งแรงขับที่ได้รับการตอบสนองแล้วร่างกายก็จะเกิดความพอใจ แต่ถ้าแรงขับไม่ได้รับการตอบสนอง ก็จะทำให้เกิดความเจ็บป่วยและถึงแก่ชีวิตได้ในที่สุด

2. แรงจูงใจในทางสังคม (The Social Motives) หมายถึง แรงจูงใจอันเกิดจากความต้องการทางสังคม (Social Needs) มนุษย์มีการเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับบุคคลอื่น ๆ ได้แก่ ความต้องการความรัก (Needs for Affection) ความต้องการตำแหน่งในสังคม (Needs for Social Status) ความต้องการทางเพศ (Sex Needs) ความต้องการเหล่านี้ทำให้เกิดแรงจูงใจ (Motives) ให้คนเรากระทำพฤติกรรมทางสังคม (Social Behavior)

3. แรงจูงใจในทางอวดตน (Ego-Integrative Motives) หมายถึง แรงจูงใจอันเกิดจากความต้องการความสำเร็จ (Needs for Successfulness) ความต้องการปรัชญาชีวิตที่น่าพอใจ ความต้องการชื่อเสียงเกียรติยศ ความต้องการในการสร้างและประดิษฐ์เพื่อให้เกิดความรู้สึกลับถိอดตนเอง (Self-Respect) ซึ่งจะเป็นทางให้บุคคลสามารถหลีกเลี่ยงจากการมีปมด้อย (Inferiority Complex) และความรู้สึกว่าตนเองไม่มีค่า (Self-Depreciation) หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ตนจะได้มีความรู้สึกว่าตนมีความสามารถ (Sense of Attainment) ส่วนแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการปรัชญาชีวิตที่น่าพอใจ (Satisfying Philosophies of Life) นั้นก็เพื่อบุคคลจะได้เป็นที่น่านิยมนกย่องของคนอื่นในสังคมด้วย

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

### ความหมายของความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นความเชื่อหรือความคิดอย่างมีเหตุผลในแนวทางที่เป็นไปได้ หรือเป็นความคาดหวังที่คาดการณ์ว่าต้องการจะได้ในอนาคตของบุคคล ความคาดหวังจึงเป็นสภาวะทางจิตที่บุคคลคาดคะเนล่วงหน้า แต่บางสิ่งบางอย่างควรจะมี ควรจะเป็นหรือควรเกิดขึ้นตามความเหมาะสม ซึ่งพบว่ามิผู้ให้ความหมายความคาดหวังไว้หลายท่านดังต่อไปนี้

สุชา จันท์ธอม และสุรางค์ จันท์ธอม (2529) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า ความคาดหวัง (Expectation) คือ ความเชื่อว่าสิ่งใดที่น่าจะเกิดขึ้นและสิ่งใดบ้างน่าจะไม่มีเกิดขึ้น ความคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคล เช่น บุคคลเคยมีประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันกับประสบการณ์ใหม่ก็อาจทำการคาดหวังได้ไม่พลาด

เกินไป หรืออาจจะคาดหวังได้ถูกต้อง บุคคลที่ไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนในสิ่งใดมักจะไม่มี ความคาดหวังในสิ่งนั้นหรือหากมีการคาดหวังก็มักไม่เกิดขึ้นจริงตรงตามที่คาดหวังไว้ ความคาดหวังที่ไม่ประสบความสำเร็จช่วยให้บุคคล มีทัศนคติต่อตนเองไปในทางที่ดีขึ้น

สุภคณานี สุขสำราญ (2544) กล่าวว่า ความคาดหวังหมายถึงสภาพการประเมิน ความสามารถของตนเองกับความตั้งใจในการทำงานสู่เป้าหมายที่ต้องการ หากบุคคล มีความสามารถสูง ตั้งใจสูง จะนำไปสู่ความสำเร็จของงานสูง ในทางตรงกันข้ามหากบุคคล มีความสามารถต่ำ ไม่ตั้งใจ ก็จะไปสู่ความสำเร็จในการทำงานตามที่หวังผล

รัตนา สุขะนินทร์ (2547) กล่าวว่า ความคาดหวังคือทัศนคติที่เกี่ยวกับความต้องการ หรือความปรารถนาที่ผู้บริโภคคาดหวังจะได้รับจากการบริการนั้น ๆ

วิชชุดา จิตอัคคะ (2551) กล่าวว่า ความคาดหวังหมายถึงความคิดเห็นหรือสิ่งที่คาด ไว้ว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คาดหวังออกมานั้นอาจเป็นบวกหรือลบก็ได้ หรืออีกความหมาย หนึ่งหมายถึง การคาดหวังว่าจะสามารถกระทำได้ และเป็นความต้องการที่จะดำเนินการ ไปให้ถึงเป้าหมาย

จากการศึกษาความหมายความคาดหวังข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ และอธิบายความคาดหวังได้ว่า ความคาดหวังหมายถึง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ชาวไทยและชาวต่างชาติก่อนการใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นความ คาดหวังจากสภาพทางกายภาพของโรงแรม เช่น ทางเดินลาดเอียง พื้นผิวสัมผัส ลิฟต์ ราวจับ เป็นต้น ซึ่งความคาดหวังของแต่ละบุคคลเกิดจากจินตนาการและประสบการณ์ที่เคยได้รับ มาก่อนหน้านี้

### ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

Evans (1962) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับความคาดหวังว่า ความคาดหวังเป็นความรู้สึก ที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคุณในการที่จะดีต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มา ในสิ่งที่ตนต้องการ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้รับสาร ที่ก่อให้เกิดความคาดหวัง และพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกันของผู้รับสารนั้น โดยทั่วไปแล้วในการรับสาร ของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

1. ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์
2. ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติและค่านิยมของตน
3. ต้องการประสบการณ์ใหม่
4. ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom (1964) หรือที่เรียกว่า ทฤษฎี V.I.E. เนื่องจากมีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญคือ

1. การรับรู้คุณค่า (V: Valence) หมายถึง ความเข้าใจหรือการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับคุณค่าของผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับตามปริมาณความชอบ ไม่ชอบ และปริมาณความต้องการ ไม่ต้องการ ที่มีต่อผลตอบแทนนั้น ๆ หรือตามภาวะที่เป็นจริง ดังนั้น การรับรู้คุณค่าจึงเป็นสิ่งที่เกิดจากการพิจารณาผลตอบแทนของบุคคล ผลตอบแทนที่จะมีคุณค่าในทางบวกสำหรับบุคคลที่ต้องการเช่น การสนับสนุนจะมีค่าในทางบวกสำหรับบุคคลที่ต้องการได้รับ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ (I: Instrumentality) หมายถึง ความเชื่อหรือความเข้าใจของบุคคลเกี่ยวกับโอกาสความเป็นไปได้ที่ผลตอบแทนหรือผลสำเร็จของงานหรือรางวัล เช่น บุคคลที่เข้าใจว่าเขาจะได้รับเงินเพิ่มขึ้นหรือได้รับสิทธิพิเศษ ถ้าหากเขามีผลผลิตสูงซึ่งได้มาจากการพยายามทำงานหนักผลผลิตจึงมีคุณค่า

3. ความคาดหวัง (Expectancy) หมายถึง ความเชื่อและความเข้าใจของบุคคลเกี่ยวกับโอกาสของความเป็นไปได้ที่ความพยายามในการปฏิบัติงานจะส่งผลต่อระดับความสำเร็จของงาน เช่น การที่บุคคลเชื่อว่าการที่เขาทำงานหนักแล้วจะทำให้ผลผลิตสูงด้วย เขาจะมีความคาดหวังสูงว่าการทำงานหนักทำให้มีผลผลิตสูงขึ้น แต่หากเขาเชื่อว่าการทำงานหนักขึ้น ไม่ได้ทำให้ผลผลิตสูงขึ้น กล่าวคือ ความพยายามในการปฏิบัติงานไม่มีผลต่อผลผลิต เขาจะมีความคาดหวังต่ำหรือไม่มี ความคาดหวังเลยว่าการทำงานหนักจะทำให้ผลผลิตสูง นั่นคือ ความพยายาม

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2547) กล่าวว่านักจิตวิทยาในยุคที่อยู่ในกลุ่มปัญญานิยม (Cognitive) มีความเชื่ออย่างหนักแน่นว่ามนุษย์เรานั้นเป็นสัตว์โลกที่ใช้ปัญญาหรือความคิดของตนในการตัดสินใจว่าจะกระทำหรือแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างไรเพื่อที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่สนองตอบความต้องการของตน ด้วยความเชื่อเหล่านี้เองจึงเกิดฐานคติ Assumption ดังนี้

1. พฤติกรรมของมนุษย์เรานั้นเกิดขึ้นจากผลรวมของแรงผลักดันภายในตัวของเขาเอง และแรงผลักดันจากสิ่งแวดล้อม
2. คนแต่ละคนมีความต้องการ ความปรารถนา และเป้าหมายที่แตกต่างกัน
3. บุคคลตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมใดโดยเลือกจากพฤติกรรมหลายอย่าง ซึ่งสิ่งที่เป็นข้อมูลให้เลือก ได้แก่ ความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะได้ภายหลังจากการแสดงพฤติกรรมนั้นออกไปแล้ว



### องค์ประกอบของความคาดหวัง

รัตนา สุคะนินทร์ (2547) กล่าวถึงองค์ประกอบของความคาดหวังดังนี้

องค์ประกอบของความคาดหวัง The Component of Customer Expectation ได้แก่

1. บริการที่พึงประสงค์ Desired Service เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับหรือปรารถนาที่จะได้รับซึ่งระดับของความปรารถนานั้นขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคลและความเชื่อของลูกค้าที่มีต่อบริการที่ได้รับ

2. บริการที่เพียงพอ Adequate Service เป็นระดับที่ต่ำสุดของการบริการที่ลูกค้ายอมรับได้โดยไม่เกิดความรู้สึกไม่พอใจ ซึ่งความคาดหวังระดับนี้เกิดจากการรับรู้ของผู้บริโภคต่อทางเลือกของผู้ให้บริการอื่น ๆ

3. บริการที่คาดการณ์ Predicted Service เป็นระดับการให้บริการที่ลูกค้าคาดว่าจะได้รับจากผู้ให้บริการในขณะที่ลูกค้าพบกับผู้ให้บริการ การบริการที่คาดการณ์นี้มีผลกระทบโดยตรงต่อการกำหนดระดับการบริการที่พึงประสงค์

### ลักษณะของความคาดหวังที่มีผลต่อการบริการและการท่องเที่ยว

Turner (1982) กล่าวถึงแหล่งที่มาของความคาดหวังของผู้บริโภคว่า ผลของการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการทำให้ทราบว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่งสำคัญด้วยกันคือ

1. ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) ความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละบุคคล ผู้บริโภคอาจจะคาดหวังจากการบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล

2. การบอกเล่าปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word of Mouth Communication) คือ ข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับจากผู้บริโภคอื่น ๆ ที่เคยได้รับการบริการจากผู้ให้บริการมาแล้ว โดยอาจจะเป็นการให้คำแนะนำชักชวนมาใช้บริการจากข้อตำหนิหรือคำบอกเล่าต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการนั้น ๆ

3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experience) การที่ผู้บริโภคเคยได้รับประสบการณ์ตรงต่าง ๆ เกี่ยวกับการบริการมีอิทธิพลต่อระดับของความคาดหวังของผู้บริโภคเช่นกันเพราะประสบการณ์ในอดีตทำให้เกิดการเรียนรู้และการจดจำประสบการณ์เหล่านั้นไว้

4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริโภค (External Communication to Customer) การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากองค์การผู้ให้บริการที่มีต่อผู้บริโภคในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดีหรือเพื่อส่งเสริมการขายล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความคาดหวัง

ของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับ

### แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

นักการศึกษาหลายท่านได้ศึกษาและให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541, หน้า 45) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ คือ ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมาย

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540, หน้า 98) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะที่มีอารมณ์ในทางบวกเกิดขึ้น เนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคนๆหนึ่ง สิ่งที่เขาคาดหวังไประหว่างการเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานของการพอใจและไม่พอใจได้

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540, หน้า 17) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่เขาหายไปหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคลซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้น ๆ

ปวีศา สิทธิสาร (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความพึงพอใจได้รับการตอบสนองโดยความรู้ทางบวกมากกว่าทางลบ มีความรู้สึกที่มีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายและตามความพึงพอใจ ดังนั้น ความพึงพอใจของผู้มารับบริการจึงเป็นหัวใจของธุรกิจที่ให้บริการ การสร้างมาตรฐานในการให้บริการจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดี รู้สึกพึงพอใจ ประทับใจ และมีแรงจูงใจที่จะมาใช้บริการอีก นอกจากนี้ยังแบ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจได้ 2 แบบ คือ ความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยเบื้องต้น ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความพึงพอใจขั้นพื้นฐาน เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และความพึงพอใจที่เกิดจากปัจจัยระดับสูง ได้แก่ ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองความรู้สึกภายใน เช่น ความรู้สึกรัก ชอบ โกรธ เกลียด เป็นต้น

สุเทพ พานิชพันธุ์ (2541, หน้า 23) ได้สรุปถึงสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (Material Inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ
2. สภาพกายภาพที่พึงปรารถนา (Desirable Physical Condition) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย

3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (Ideal Benefaction) หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่สนองความต้องการของบุคคล

4. ผลประโยชน์ทางสังคม (Association Attractiveness) คือ ความสัมพันธ์อันดีมิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการอยู่ร่วมกัน อันเป็นความพึงพอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

นฤมล บัวจันทร์ (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปใช้บริการในสถานที่ให้บริการนั้น และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน

สายัณห์ เทียนวิมลชัย (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การให้ค่าความรู้สึกพอใจหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของคนอันเป็นผลมาจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมเมื่อบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองตามความต้องการ ซึ่งสภาพหรือคุณภาพหรือระดับความพึงพอใจเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ทำอยู่ โดยค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกในทางลบ ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ ชอบใจ สมใจ จุใจ เป็นต้น

ผู้วิจัยขอสรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวกของบุคคลต่อสิ่ง ๆ หนึ่งที่ได้รับการตอบสนองตามที่ตนเองต้องการ จนเกิดความรู้สึกดีต่อสิ่ง ๆ นั้น ในทางตรงกันข้ามหากไม่ได้รับการตอบสนองและมีความรู้สึกเชิงลบจะเกิดความไม่พึงพอใจ

### แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมและที่พัก

ราชกิจจานุเบกษา (2547) พระราชบัญญัติโรงแรม มาตรา 4 ได้ให้ความหมายของ โรงแรม คือ สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ ไม่รวมถึง

1. สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ หรือเพื่อการกุศล หรือการศึกษา ทั้งนี้ โดยมีใช้เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน

2. สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัยโดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น

3. สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

กุลวรา สุวรรณพิมล (2548) ได้ให้ความหมายของธุรกิจที่พักแรมหรือธุรกิจโรงแรม (Accommodation or Hotel) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งบริการอาหารและเครื่องดื่มตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยคิดค่าตอบแทนเพื่อผลกำไรของธุรกิจนั้น ๆ ปัจจุบันนิยมใช้คำว่า ธุรกิจโรงแรมมากกว่าธุรกิจที่พักแรม

ที่พักแรม (Accommodation) หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการที่พักเพื่อคนเดินทางที่ต้องการพักค้าง ซึ่งอาจมีบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วย ที่พักแรมสำหรับนักเดินทางท่องเที่ยวแบ่งออกได้หลายประเภท ซึ่งความแตกต่างของแต่ละประเภทอาจไม่ชัดเจน ที่สำคัญ คือ ความแตกต่างกันในภาพลักษณ์ของธุรกิจ เช่น อินน์ (Inn) ให้ความรู้สึกอบอุ่นและเป็นกันเอง โมเต็ล (Motel) เน้นความสะดวกสบายและผู้มาพักมีที่จอดรถของตนเอง โรงแรม (Hotel) เน้นประสิทธิภาพและการบริการ มีความสะดวกสบาย สามารถแบ่งประเภทของโรงแรม จากการจำแนกได้หลายวิธี โดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่แตกต่างกันได้ 8 เกณฑ์ ดังนี้

1. จำแนกตามสถานที่ตั้ง (Location)
2. จำแนกตามพาหนะของการขนส่ง (Means of Transport)
3. จำแนกตามจุดประสงค์ของการเยี่ยมชมเยือน (Purpose of Visit)
4. จำแนกตามระยะเวลาที่พักค้าง (Duration of Stay)
5. จำแนกตามขนาด (Size)
6. จำแนกตามราคา (Price)
7. จำแนกตามระดับหรือเกรด (Classification and Grading System)
8. จำแนกตามการเป็นเจ้าของหรือการบริหาร (Ownership and Management)

Henkin (1979) ได้จัดแบ่งโรงแรมออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมแขกพักไม่ประจำ (Commercial or Transient Hotels) เป็นโรงแรมที่มีจำนวนมากที่สุด คือ มีทำเลตั้งอยู่ในเมือง มีความสะดวกในการติดต่อธุรกิจ แขกที่เข้าพักในโรงแรมโดยส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์พักชั่วคราวเพื่อติดต่อธุรกิจหรือการท่องเที่ยว มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเช่าหรือพักเป็นเวลานาน โรงแรมเพื่อการพาณิชย์จะจัดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างพร้อมเพรียง เช่น ห้องอาหาร สถานที่บริการด้านธุรกิจ สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส บาร์ เพื่อให้เกิดความประทับใจ

2. โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้แขกเข้าพักอาศัยอยู่ประจำ มีห้องอาหารสำหรับบริการลูกค้าทั่วไป ทำเลที่ตั้งอยู่ชานเมืองหรือในแหล่งธุรกิจ เหมาะสำหรับเป็นที่พักอาศัยทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่แขกในการมาติดต่องาน

3. โรงแรมรีสอร์ท (Resorts Hotel) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ในบริเวณที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการจัดบริการต่าง ๆ เช่น ห้องอาหาร การชกักรีด ห้องฟิตเนส สระว่ายน้ำ โดยเน้นการพักผ่อนหย่อนใจ

Steadman and Kasavana (1988) ได้จัดแบ่งประเภทของโรงแรมโดยยึดพื้นฐานทางด้านขนาดของโรงแรม เป้าหมายการตลาด ระดับของการบริหาร และการเป็นเจ้าของหรือการเป็นสมาชิกขององค์กรในการบริหาร โรงแรมไว้ดังนี้

1. การแบ่งตามขนาดโรงแรม (Hotel Size) การแบ่งตามขนาดของโรงแรม สามารถนับได้จากจำนวนห้องพัก ซึ่งสามารถแยกได้เป็น 4 ขนาด คือ ห้องพักที่มีจำนวนต่ำกว่า 150 ห้อง ห้องพักระหว่าง 150–299 ห้อง ห้องพักระหว่าง 300–599 ห้อง และห้องพักระหว่าง 600 ห้องขึ้นไป

2. การแบ่งตามเป้าหมายด้านการตลาด (Hotel Target Markets) เป้าหมายด้านการตลาดของโรงแรมมีหลายประเภท แต่ที่สำคัญอาจแบ่งได้ดังนี้

- 2.1 โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Hotels)
- 2.2 โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels)
- 2.3 โรงแรมห้องชุด (Suite Hotels)
- 2.4 โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels)
- 2.5 โรงแรมรีสอร์ท (Resort Hotels)
- 2.6 โรงแรมซึ่งจัดห้องพักและอาหารเช้า (Bed and Breakfast)
- 2.7 โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotel)
- 2.8 โรงแรมป่อนการพนัน (Casino Hotels)
- 2.9 ศูนย์ประชุม (Conference Centers)

3. การแบ่งตามระดับการบริการ (Levels and Service) แบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

3.1 การบริการระดับโลก (World-Class Service) โรงแรมประเภทนี้มีเป้าหมายในการรับแขกระดับบุคคลสำคัญของประเทศหรือบุคคลสำคัญของโลก นักธุรกิจผู้มั่งคั่งและบุคคลผู้มีชื่อเสียงอื่น ๆ

3.2 การบริการระดับกลาง มีเป้าหมายในการรับแขกทั่วไปทั้งนักธุรกิจ นักท่องเที่ยวรายบุคคลและหมู่คณะ การบริการของโรงแรมอยู่ในระดับมาตรฐาน แต่สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อาจลดน้อยกว่า โรงแรมที่มีการบริการระดับโลก

3.3 การบริการระดับประหยัด (Economy or Limited Service) โรงแรมประเภทนี้ เก็บค่าบริการถูกกว่าโรงแรม 2 ประเภท ดังกล่าวแล้ว การจัดอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานแต่ไม่หรูหรา การบริการที่ได้มาตรฐานแต่ราคาประหยัด คือ นโยบายสำคัญของโรงแรมประเภทนี้

4. การแบ่งตามความเป็นเจ้าของและการเป็นสมาชิกในสถาบันโรงแรม (Ownership and Affiliation) แยกได้เป็น 2 ประเภท คือ

4.1 โรงแรมบริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) โรงแรมประเภทนี้บุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ การบริหารงานเป็นอิสระ ไม่ขึ้นอยู่กับโรงแรมอื่น ๆ จึงทำให้มีความคล่องตัวและมีอำนาจในการบริหารงาน แต่ก็มีข้อจำกัดในด้านประสิทธิภาพในการบริหารงาน การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด และการขยายธุรกิจในอนาคต

4.2 โรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) โรงแรมเครือข่ายจัดแบ่งการบริหารงาน ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ 1) การบริหารโดยบริษัทแม่ (Parent Company) โรงแรมเครือข่ายในลักษณะนี้ทรัพย์สิน การบริหารงาน เป็นของบริษัทแม่ทั้งหมด 2) การบริหารโดยพันธสัญญา (Management Contract) เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริการโรงแรมแบบเครือข่าย ทรัพย์สินในการจัดสร้างโรงแรมเป็นของบุคคลภายนอกบริษัทแม่ แต่ต้องการใช้ระบบการบริหารงานแบบเครือข่าย 3) การบริหารแบบแฟรนไชส์ (Franchise Groups) ระบบแฟรนไชส์จะวางระบบการจัดการบริหารหน้าที่ของบุคลากร การวางแผนพัฒนาองค์กร ระบบการตลาดออกแบบในการตกแต่งโรงแรม การใช้วัสดุอุปกรณ์ และการวางระบบงานบริการให้ได้มาตรฐาน เจ้าของธุรกิจโรงแรมในระบบแฟรนไชส์มีสิทธิ และอำนาจในการจัดการแต่ต้องสอดคล้องกับข้อตกลง ซึ่งให้ไว้กับระบบแฟรนไชส์

นอกจากนั้น ยังอาจจำแนกประเภทของโรงแรมตามลักษณะการพักการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนี้

#### 1. การแบ่งตามลักษณะการเข้าพัก

1.1 โรงแรมที่ผู้เข้าพักชั่วคราว (Transient Hotel) โรงแรมลักษณะที่ผู้เข้าพักชั่วคราว ส่วนมากจะเป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจที่มาติดต่อธุรกิจ ระยะเวลาเข้าพักเฉลี่ย 1-7 คืน โรงแรมประเภทนี้มีจำนวนมากในเมืองใหญ่ ๆ

1.2 โรงแรมที่ผู้เข้าพักประจำ (Residential Hotel) โรงแรมลักษณะที่ผู้เข้าพักประจำ จะเป็นโรงแรมที่ให้เข้าพักในระยะเวลายาวมากกว่าประเภทแรก อาจจะให้เช่าเป็นระยะเวลา

1-3 เดือน หรือ 1 ปี เป็นต้น

2. การแบ่งตามการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก มี 5 ระดับ ดังนี้

2.1 ระดับพิเศษ 5 ดาว เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในทุก ๆ ด้าน การตกแต่งภายในหรูหรา มีการให้บริการครบทุกด้านและดีเยี่ยม อัตราค่าห้องพักสูงมาก ทำเลที่ตั้งอยู่ในที่การคมนาคมสะดวกหรืออยู่ใจกลางเมือง

2.2 ระดับชั้นหนึ่ง 4 ดาว เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม การตกแต่งภายในโรงแรมมีความหรูหราน้อยกว่า และอัตราค่าห้องพักจะถูกกว่าโรงแรมระดับ 5 ดาว การให้บริการในด้านต่าง ๆ มีพร้อมและมีมาตรฐานการบริการ และความสะดวกสบายเช่นเดียวกับโรงแรมระดับ 5 ดาว

2.3 ระดับนักท่องเที่ยว 3 ดาว เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการด้านต่าง ๆ อัตราค่าห้องพักจะต่ำกว่า การตกแต่งภายในโรงแรมหรูหราน้อยกว่าโรงแรมระดับ 5 ดาว และ 4 ดาว

2.4 ระดับประหยัด 2 ดาว เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการต่าง ๆ มีน้อย มีทำเลที่ตั้งอยู่ในที่ไม่สะดวกมากนัก เช่น อาจอยู่ในถนนเล็ก ๆ หรืออยู่ในซอยซึ่งไม่สะดวกต่อการเดินทาง อัตราค่าห้องพักจะมีราคาถูกกว่า 3 ประเภทแรก มาตรฐานการให้บริการห้องพักสูงกว่าโรงแรมระดับประหยัด 1 ดาว

2.5 ระดับประหยัด 1 ดาว เป็นโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการมีน้อย เป็นโรงแรมที่มีราคาห้องพักต่ำมาก เป็นโรงแรมขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เจ้าของโรงแรมเป็นผู้ดูแลกิจการเอง

ดังนั้น การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาตินั้นจะทำการคัดเลือก สืบค้น และศึกษา โดยโรงแรมหมายถึง สถานที่ประกอบการเชิงพาณิชย์ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อบริการผู้เดินทางได้พักอาศัย รวมไปถึงอาหาร เครื่องดื่ม และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยนั้น ๆ โดยเรียกผู้พักอาศัยเหล่านั้นว่า “แขก” (Guest) โดยใช้การแบ่งประเภทของโรงแรมจากหลายแหล่ง และนำมาประมวลผลกับรูปแบบที่มีอยู่ในประเทศไทย โดยใช้การแบ่งตามเป้าหมายด้านการตลาดโรงแรม (Hotel Target Markets) ซึ่งประกอบไปด้วยโรงแรมโรงแรมเพื่อการพาณิชย์ (Commercial Hotels) ซึ่งมีลักษณะที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง เขตชุมชนหรือย่านธุรกิจเดินทางสะดวกสบาย เป็นโรงแรมที่รองรับลูกค้ากลุ่มนักธุรกิจ โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels) เป็นโรงแรมที่อยู่ใกล้กับสนามบิน บริการส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน เช่น ผู้โดยสารเครื่องบิน เจ้าหน้าที่สายการบิน ทั้งนี้เพื่อสะดวกในการเดินทางระหว่าง

ที่พักกับสนามบิน และป้องกันการพลาดเที่ยวบิน โรงแรมห้องชุด (Suite Hotels) โรงแรมแขกพักประจำ (Residential Hotels) โรงแรมรีสอร์ต (Resort Hotels) เป็นโรงแรมที่สร้างอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยว รองรับนักท่องเที่ยวในช่วงของวันหยุดและฤดูกาลท่องเที่ยว โรงแรมซึ่งจัดห้องพักและอาหารเช้า (Bed and Breakfast) มีลักษณะไม่หรูหราโดยมีห้องพักและอาหารเช้าไว้บริการ แต่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และโรงแรมที่เป็นศูนย์ประชุม (Conference Centers/Convention Center) มีความโดดเด่นคือมีห้องประชุมสัมมนาขนาดใหญ่หลาย ๆ ห้อง เน้นลูกค้ากลุ่มประชุมสัมมนา และจัดงานเลี้ยง ซึ่งโรงแรมที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นโรงแรมที่มีอยู่จริงในประเทศไทย ดังนั้น การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ได้เจาะจงโรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการเทียบเท่าระดับ 3 ดาวขึ้นไป โดยใช้การแบ่งแบบลักษณะการเข้าพักที่มีความสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกรวรรณ สังขกร (2555) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมเลือกพักแรมในโรงแรมขนาด 3-4 ดาว เพราะมีราคาที่ย่อมเยาซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถจ่ายได้ ด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจะใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-3 สัปดาห์และไม่นิยมเปลี่ยนที่พักแรมบ่อย

### แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

#### ความหมายของผู้สูงอายุ

“ผู้สูงอายุ” เป็นคำใช้เรียกบุคคลที่มีอายุมาก นักวิชาการหลายท่านได้บัญญัติความหมายของผู้สูงอายุแตกต่างกันออกไปดังนี้

องค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ United Nations World Tourism Organization: UNWTO ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุไว้ว่า ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ในอดีตประชากรสูงอายุในโลกมีจำนวนเพียงประมาณร้อยละ 2-3 ของประชากรทั่วโลก สัดส่วนของจำนวนผู้สูงอายุที่มีมากกว่า 60 ปีขึ้นไปเพิ่มมากขึ้นเป็นร้อยละ 11 ในปี ค.ศ.1995 (พ.ศ. 2538) และองค์การสหประชาชาติได้พยากรณ์ประชากรโลกว่าจะมีผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปประมาณร้อยละ 17 ของประชากรโลก ในปี ค.ศ. 2025 (พ.ศ. 2568) และเพิ่มเป็นร้อยละ 32 ของประชากรโลกในปี ค.ศ. 2075 (พ.ศ. 2618)

Ruys and Wei (2001) กล่าวว่า ซึ่งแสดงว่าจำนวนผู้สูงอายุในโลกยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต และยังคงคาดการณ์ว่าภายใน 20 ปีข้างหน้าประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรในประเทศญี่ปุ่นและประเทศเยอรมนีจะมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป และประมาณ



1 ใน 4 ของประชากรประเทศฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร และเกาหลีจะมีอายุมากกว่า 60 ปี เช่นกัน หรือแม้แต่ประชากรในประเทศสหรัฐอเมริกาจะมีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 3 ของประชากรทั้งหมดภายในปี พ.ศ. 2593 สำหรับประเทศออสเตรเลีย ประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปีจะมีจำนวนประมาณ 7 ล้านคนในปี ค.ศ. 2051 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 32 ของประชากรในประเทศออสเตรเลีย

Greenberg (1999); Stowe (2000); Wuest, Emenheiser and Tas (2001) มีแนวคิดไปในทิศทางเดียวกันว่า การที่ประชากรมีอายุยืนขึ้น เนื่องจากประชากรมีภาวะสุขภาพที่ดีขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งขยายอายุการทำงานออกไปอีกระยะหนึ่ง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพในเกณฑ์ดี สำหรับผู้สูงอายุที่เกษียณอายุจะมีระยะเวลาหลังเกษียณอายุงานมากขึ้น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตช่วงหลังเกษียณอายุงานประกอบกิจกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่น ๆ และมีความพร้อมทางการเงิน ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุจึงเป็นส่วนตลาดที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นตลาดขนาดใหญ่ และเป็นตลาดที่กำลังเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีอำนาจในการซื้อสูง

อุบลรัตน์ เพ็งสถิตย์ (2546, หน้า 7) กล่าวว่า ผู้สูงอายุในสังคมไทย หมายถึง บุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายในลักษณะของการเสื่อมถอย การเจริญเติบโตของร่างกาย และความต้านทานโรคน้อยลง ความสามารถด้านการปรับตัว และบทบาททางสังคมของแต่ละบุคคลจะมีความสามารถที่แตกต่างกันออกไป ผู้สูงอายุจะมีลักษณะและปัจจัยที่ทำให้เกิดความชรา รวมทั้งการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะปัญหาส่วนตัว ทางด้านร่างกายความสามารถในการปรับตัวของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน ตลอดจนบทบาทและลักษณะนิสัยทางสังคมของผู้สูงอายุที่ได้อยู่ในสังคมนั่นเอง

สุรกุล เจนอบรม (2541, หน้า 6) กล่าวว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลในวัยสุดท้ายของวงจรชีวิต ซึ่งวงจรชีวิตนั้นเริ่มตั้งแต่ทารก วัยเด็ก วัยหนุ่มสาว วัยผู้ใหญ่ และวัยชราในสังคมดั้งเดิมกำหนดการเป็นผู้สูงอายุ โดยใช้บทบาทที่บุคคลนั้น ๆ ทำอยู่ในสังคมเป็นเกณฑ์ คือ บทบาทที่แสดงถึงความเป็นผู้นำ ความรับผิดชอบสูงในสังคม ส่วนในปัจจุบันใช้อายุเป็นเกณฑ์กำหนดความสูงอายุ ซึ่งแตกต่างกันไปในสังคมของแต่ละประเทศ เช่น บางประเทศกำหนด 55 ปี บางประเทศกำหนด 65 ปี และตัวเลขเหล่านี้ คือ เกณฑ์อายุปลดเกษียณตนเองจากการปฏิบัติงานตามที่แต่ละประเทศกำหนดไว้นั่นเอง

จากความหมายของผู้สูงอายุที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีการเสื่อมสภาพของร่างกาย เช่น มีกำลังวังชาลดลง มีความแข็งแรงมากขึ้น และความสามารถในการใช้ศักยภาพของร่างกายลดลง ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและสังคม ขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัย สภาพร่างกาย และการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและสังคมของแต่ละบุคคล ดังนั้น ความชราสามารถพิจารณาได้ 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่กำหนดโดยกาลเวลาและประเด็นที่เกิดขึ้นตามที่เป็นจริง ความชราที่ใช้กาลเวลาเป็นเครื่องกำหนดนั้นอาจจะยอมรับกันว่าคนที่อายุ 60 ปีขึ้นไป ถือว่าเป็นผู้สูงอายุ ส่วนความชราตามความเป็นจริงนั้นพิจารณาจากความเสื่อมโทรมของร่างกายและสภาพอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละคน ดังนั้นแม้บุคคลจะมีอายุเท่า ๆ กันแต่ละคนอาจมีความชราแตกต่างกันได้ แนวคิดนี้ ผู้สูงอายุหรือคนชราเป็นบุคคลที่มีความแตกต่างด้านชีวภาพและกายภาพ อันเนื่องมาจากอายุวัยที่มีมากกว่าบุคคลกลุ่มอื่น ๆ แต่ทว่าผู้สูงอายุนับว่าเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และรับรู้เรื่องราวที่สั่งสมมามากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า

#### การจัดแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุ

United Nations (2007) ได้นิยามผู้สูงอายุไว้ว่า ประชากรทั้งเพศชาย และเพศหญิง ซึ่งมีอายุ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป โดยเป็นการนิยามนับตั้งแต่อายุเกิด

World Health Organization (2015) ไม่ได้มีการให้นิยามผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่า ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีการนิยาม ผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) และสภาพร่างกาย (Functional Markers) เช่น ในประเทศที่เจริญแล้ว มักจัดผู้สูงอายุ นับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศ อาจนิยามผู้สูงอายุ ตามอายุ กำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกาย โดยผู้หญิงสูงอายุอยู่ในช่วง 45-55 ปี ส่วนชายสูง อายุ อยู่ในช่วง 55-75 ปี

ราชกิจจานุเบกษา (2546) ได้กำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์และมีสัญชาติไทย เป็นผู้สูงอายุ โดยแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ (สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ, 2551)

1. ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) เป็นช่วงที่ยังมีพลังช่วยเหลือตนเองได้
2. ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) เริ่มมีอาการเจ็บป่วย ร่างกายเริ่มอ่อนแอ มีโรคประจำตัวหรือโรคเรื้อรัง
3. ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) เจ็บป่วยบ่อยขึ้น อวัยวะเสื่อมสภาพ อาจมีภาวะทุพพลภาพ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2550) ได้แบ่งผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) และผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุตั้งแต่ 80 ปีขึ้นไป) แต่สำหรับงานวิจัยที่ต้องการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุไปในแต่ละช่วงอายุ เช่น ผู้ที่ยังมีงานประจำทำ หรือผู้มีเงินบำนาญ บำนาญหรือเงินออม มักจะใช้อายุ 50-55 ปี หรืออาจใช้วิธีแบ่งกลุ่มเป็นกลุ่มต้น (อายุระหว่าง 50-64 ปี) และกลุ่มปลาย (อายุ 65 ปีขึ้นไป) เพราะการแบ่งช่วงอายุจะมีความสัมพันธ์กับการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับการแบ่งช่วงอายุโดยพิจารณาจากเกณฑ์ช่วงอายุจะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเฉพาะเจาะจง นอกจากนี้ยังสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มตามพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเดินทางที่แตกต่างกัน

### ความต้องการของผู้สูงอายุ

ราชบัณฑิตยสถาน (2526) กล่าวถึง ความต้องการ ว่าหมายถึง ความอยากได้ ใครได้ หรือประสงค์จะได้ และเมื่อเกิดความรู้สึกดังกล่าวจะทำให้ร่างกายเกิดการความขาดสมดุล เนื่องจากมีสิ่งเร้ามากระตุ้น มีแรงขับภายในเกิดขึ้น ทำให้ร่างกายไม่อาจอยู่นิ่งต้องพยายามดิ้นรนและแสวงหาเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ เมื่อร่างกายได้รับตอบสนองแล้ว ร่างกายมนุษย์ก็กลับสู่ภาวะสมดุลอีกครั้งหนึ่ง และก็จะเกิดความต้องการใหม่ ๆ เกิดขึ้นมา ทดแทนวนเวียนอยู่ไม่มีที่สิ้นสุด

ความต้องการ หมายถึง สิ่งที่เป็นอยู่อย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตและพัฒนาศักยภาพที่มนุษย์พอใจ ความต้องการเกิดขึ้นกับบุคคลไม่มีวันจบสิ้น และเปลี่ยนแปลงได้ทุกขณะ โดยเฉพาะผู้สูงอายุยังมีความต้องการในด้านการยอมรับ การดูแลและการมีกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคม เพื่อต้องการให้สังคมยอมรับซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการของผู้สูงอายุ ดังต่อไปนี้

Maslow ได้สร้างทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ และได้กล่าวว่า ความปรารถนาของมนุษย์นั้นติดตัวมาแต่กำเนิด และความปรารถนาเหล่านี้จะเรียงลำดับขั้นของความปรารถนาตั้งแต่ขั้นแรกไปสู่ความปรารถนาขั้นสูงขึ้นไปเป็นลำดับ โดยเรียงลำดับความต้องการของมนุษย์จากขั้นต้นไปสู่ความต้องการขั้นต่อไปไว้เป็นลำดับ ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)
3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Needs)
4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem Meeds)
5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization Needs )

ทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นดังกล่าวมาแล้วนั้น สรุปได้ว่า มนุษย์มีความต้องการเมื่อได้สิ่งที่ตนต้องการแล้วก็จะเกิดความพึงพอใจในชีวิต ซึ่งผู้สูงอายุก็มีความต้องการในแต่ละลำดับขั้นต่างกันตามสภาพร่างกาย สิ่งแวดล้อม สังคม ชุมชน และบุคลิกภาพส่วนตัว อีกทั้งปัญหาทางด้านร่างกาย สุขภาพจิต สังคม และเศรษฐกิจดังกล่าวอาจสรุปได้ว่า ผู้สูงอายุมีความต้องการของร่างกาย ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย ความผูกพันหรือการยอมรับ หรือความต้องการมีสัมพันธภาพ ความต้องการการยกย่อง ดังนั้นในการจัดกิจกรรมจึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยเสริมสร้างสิ่งที่ต้องการที่ขาดหายหรือลดลงหลังจากที่เปลี่ยนบทบาทและหน้าที่

สุธีรา นุ้ยจันทร์ (2530, หน้า 28-29) สรุปได้ว่า ความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้สูงอายุว่านอกจากความต้องการทางด้านร่างกาย ปัจจัยที่เหมาะสมกับวัยและสภาพร่างกาย ด้านเศรษฐกิจเพื่อความมั่นคงในชีวิตไม่เป็นภาระของลูกหลานและสังคม ด้านจิตใจต้องการความรักเอาใจใส่ ความยกย่องนับถือ ด้านสังคม คือ การยอมรับยกย่องจากสังคมและชุมชน โดยมีส่วนร่วมในสังคม ชุมชนเพราะถือว่ายังสามารถใช้ความรู้สติปัญญาให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ ต้องการลดภาระพึ่งพาผู้อื่นต้องการหาความรู้เพิ่มเติม ประสบการณ์ใหม่ ๆ

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร (2544, หน้า 24-26) ได้แบ่งความต้องการของผู้สูงอายุ คือ ความต้องการทางกาย ความต้องการทางด้านนี้ ได้แก่ ความต้องการด้านปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัยและการรักษาพยาบาล ความต้องการทางสังคมเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกับความต้องการด้านจิตใจได้แก่ ความยกย่องนับถือ ความสำคัญ การเป็นเจ้าของ ความมีโอกาสทำในสิ่งที่ปรารถนา ความต้องการเหล่านี้ หากได้รับการตอบสนองก็จะทำให้ผู้สูงอายุมีความสุขขึ้น รู้จักตนเอง รับผิดชอบต่อตนเองมีคุณค่าและส่งผลถึงความสุข ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมถึงความต้องการทางเศรษฐกิจ ผู้สูงอายุไม่คิดจะเป็นเพียงผู้คอยรับความช่วยเหลือจากครอบครัวและผู้อื่นแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังคงต้องการที่จะเป็นผู้มีบทบาท คือ ยังต้องการมีงานทำและมีรายได้เพื่อช่วยตนเอง

ชื่น เตชามหาชัย (2542, หน้า 24-26) ยังได้กล่าวเสริมถึงความต้องการผู้สูงอายุไว้ 3 ด้าน ดังนี้ ความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง สมบูรณ์ มีผู้ดูแลช่วยเหลืออย่างใกล้ชิด ที่อยู่อาศัยที่สะอาด อากาศดี สิ่งแวดล้อมดี อาหารการกินที่ถูกสุขลักษณะตามวัย ต้องการให้มีผู้ช่วยเหลือให้การพยาบาลอย่างใกล้ชิดเมื่อเจ็บป่วย ได้รับการตรวจสุขภาพ และการรักษาพยาบาลที่สะดวก รวดเร็ว ทันทีที่ ได้รับการบริการรักษาพยาบาลแบบให้เปล่าจากรัฐ ได้พักผ่อนนอนหลับอย่างเพียงพอ ความต้องการบำรุงรักษา

ร่างกายและการออกกำลังกายอยู่เสมอ ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อป้องกันอุบัติเหตุ ความต้องการด้านจิตใจ ผู้สูงอายุจะปรับจิตใจและอารมณ์ไปตามการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและสิ่งแวดล้อม ความเครียดที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในวัยผู้สูงอายุ มีผลต่อจิตใจผู้สูงอายุมาก ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของจิตใจที่พบ คือ การรับรู้ ผู้สูงอายุจะยึดติดกับความคิดและเหตุผลของตนเอง การรับรู้สิ่งใหม่ ๆ จึงเป็นไปได้ยาก ความจำก็เลื่อมลง การแสดงออกทางอารมณ์ การแสดงออกทางอารมณ์ของผู้สูงอายุ เกี่ยวเนื่องกับการสนองความต้องการของจิตใจต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ผู้สูงอายุจะมีความรู้สึกต่อตนเองในแง่ต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นความรู้สึกท้อแท้ น้อยใจ โดยรู้สึกว่าสังคมไม่ให้ความสำคัญต่อตนเองเหมือนที่เคยเป็นมาก่อน ทำให้ผู้สูงอายุมีอาการไม่มั่นคง การกระทบกระเทือนใจเพียงเล็กน้อยจะทำให้ผู้สูงอายุเสียใจ หงุดหงิดและโกรธง่าย ผู้สูงอายุต้องการการยอมรับนับถือและการแสดงออกถึงความมีคุณค่าของตนเองโดยสมาชิกในครอบครัวและสังคม ความสนใจสิ่งแวดล้อม ผู้สูงอายุจะสนใจเฉพาะสิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ และตรงกับความสนใจของตนเองเท่านั้น การสร้างวิถีชีวิตของตนเอง การมีอายุมากขึ้น คือ การเข้าใกล้กาลเวลาแห่งการสิ้นสุดของชีวิต การยอมรับสภาพดังกล่าว ทำให้ผู้สูงอายุบางคนมุ่งสร้างความดีงามให้แก่ตนเองเพิ่มมากขึ้น ความผิดปกติทางจิตใจในวัยผู้สูงอายุ แยกเป็นกลุ่มอาการทางจิตเนื่องจากสมองเสื่อม และมีอาการผิดปกติด้านจิตใจและอารมณ์ และความต้องการทางด้านสังคม-เศรษฐกิจของผู้สูงอายุ ต้องการได้รับความสนใจจากผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว สังคมและหมู่คณะช่วยเหลือสังคมและมีบทบาทในสังคมตามความถนัด ต้องการการสนับสนุน ช่วยเหลือจากครอบครัวและสังคมทั้งทางด้านความเป็นอยู่ รายได้ การบริการจากรัฐ มีชีวิตร่วมในชุมชน มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนและสังคม ต้องการลดการพึ่งพาคนอื่นให้น้อยลง ต้องการการประกันรายได้และประกันสุขภาพ

สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุต้องการที่จะใช้ชีวิตหรือดำเนินกิจกรรมที่อิสระ มีโอกาสใช้เวลาว่างร่วมกับผู้อื่นโดยเฉพาะในวัยเดียวกัน เพราะการเรียนรู้และการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุก็ยังมี ความสำคัญการได้รับความรู้ใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ ที่เจริญก้าวหน้าจะทำให้เป็นคนทันต่อเหตุการณ์ การตอบสนองจากความต้องการ จึงทำให้เกิดความรักตนเองรักผู้อื่น รักธรรมชาติ มองตนเองอย่างมีคุณค่า จึงจำเป็นที่จะต้องจัดในรูปกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย และเน้นความแปลกใหม่ท้าทายความสามารถ

### สภาพการณ์ของผู้สูงอายุ

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (2552) ได้คาดการณ์แนวโน้มของสังคมโลกยุคปัจจุบัน พบว่าประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมีจำนวนประชากรสูงอายุเพิ่มมากขึ้นทุกปี และกำลังมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลกองค์การสหประชาชาติได้คาดการณ์จากผลสำรวจที่จัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2549 ว่าจำนวนผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไปทั่วโลกจะเพิ่มจาก 687.9 ล้านคนในปี พ.ศ. 2549 เป็น 1,968 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 โดยจะมีจำนวนผู้สูงอายุในทวีปเอเชียมากที่สุด

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2550) ได้รายงานว่าการที่ประเทศไทย สัดส่วนผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ซึ่งมีผลมาจากการพัฒนาบริการด้านสาธารณสุข รวมทั้งการใส่ใจดูแลสุขภาพของคนรุ่นใหม่ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.8 ในปี พ.ศ. 2537 เป็นร้อยละ 9.4 ในปี พ.ศ. 2545 และร้อยละ 10.7 ในปี พ.ศ. 2550

### แนวคิดเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

#### ความหมายของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุของโลกที่มีอายุยืนยาวขึ้นจากสุขอนามัยและโภชนาการที่ดีขึ้น รวมทั้งมีการดูแลสุขภาพตนเองให้แข็งแรงเพิ่มมากขึ้น และยังคงมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวในเวลาว่างที่มากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุขึ้น

ราณี อิลิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (Senior Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนในเวลาว่างของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีแรงจูงใจที่ผสมผสานความสนใจที่จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ในขณะที่ท่องเที่ยว เช่น การพักผ่อนหย่อนใจ การผ่อนคลายความตึงเครียด การส่งเสริมสุขภาพ และการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย โดยการท่องเที่ยวผู้สูงอายุประกอบด้วยการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น พักผ่อนตามชายหาด ภูเขา ป่าไม้ การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม เช่น เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เช่น เรียน

การประกอบอาหารไทยหรือการนวดแผนไทย เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มีความเกี่ยวเนื่องหรือคาบเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปา น้ำพุร้อน การท่องเที่ยวธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แต่เป็นผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยวที่เน้นการจัดกิจกรรมให้เหมาะสมเฉพาะตลาดกลุ่มผู้สูงอายุเป็นสำคัญ ตลอดจน การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่ ชอบการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ไปในแหล่งท่องเที่ยวที่ห่างไกลจากถิ่นที่อยู่ ใช้เวลาท่องเที่ยวยาวนานหลายวัน และมักชอบท่องเที่ยว ไป 2 หรือ 3 เมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางแต่ละครั้ง ชอบการมีส่วนร่วมในการ ประกอบกิจกรรมกับชุมชนในท้องถิ่น และใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากกว่า นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนทั่วไปโดยเฉลี่ย

การท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เรียกว่า “Elder Hostel Tourism” เป็นผลิตภัณฑ์ทางการ ท่องเที่ยวที่เกิดในสหรัฐอเมริกาตั้งแต่ปี ค.ศ.1975 โดยองค์การ “Elderhostel” ที่มีกลุ่มเป้าหมาย และความเชี่ยวชาญในการจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุที่รวมการจัดการที่พักและ กิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน เนื่องจากกระแสการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร ในโลกที่มีผู้สูงอายุจำนวนมากขึ้นจากการที่ประชากรโลกมีอายุยืนยาวขึ้นกว่าเดิม (Longevity) ในปัจจุบันประชากรในประเทศพัฒนาแล้วมีอายุเฉลี่ยที่ 75 ปี และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มสูงขึ้นอีกในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศในทวีปยุโรปตะวันตก การที่ประชากร ที่อายุยืนขึ้น เนื่องจากประชากรมีภาวะสุขภาพที่ดีขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุส่วนหนึ่งขยายอายุ การทำงานออกไปอีกระยะหนึ่ง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีภาวะสุขภาพในเกณฑ์ดี สำหรับผู้สูงอายุ ที่เกษียณอายุจะมีระยะเวลาหลังเกษียณอายุงานมากขึ้น ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิต ช่วงหลังเกษียณอายุงานมีความต้องการประกอบกิจกรรมสันทนาการ การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนและอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ด้วยความอยากรู้อยากเห็น การจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเกิดขึ้นด้วยการจัดคล้ายกับ การจัดทัศนศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกาและขยายไปในประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก นักท่องเที่ยว สูงวัยจะมีโอกาสเรียนรู้จากการร่วมฟังบรรยาย การเยี่ยมชมสถานที่ และการอภิปรายต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้และผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นผู้บรรยายให้ความรู้ นักท่องเที่ยวสูงอายุจะได้รับความรู้ใหม่จากผู้ทรงคุณวุฒิโดยตรงเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา มรดกทางศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นที่ไปท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีโอกาสและได้รับ ประสบการณ์ในการพบเพื่อนใหม่หรือกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน (Kastarlak and Barber, 2011)

Kotler, John and James (2006) กล่าวว่า โครงสร้างของประชากรโลกมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) ซึ่งเป็นผลทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบ Long Stay Tourism หรือการท่องเที่ยวที่มีการพำนักระยะยาวที่มีจุดมุ่งหมาย คือ การพักผ่อนหย่อนใจ (Recreation) และการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้นิยมมากในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากประชากรในยุค “Baby Boomer” หรือ “Gen X” เข้าสู่วัยเกษียณอายุจากการทำงาน ซึ่งประชากรกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูงมาก ความสามารถในการใช้จ่ายเงินและไม่มีความกังวลเรื่องค่าใช้จ่าย เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิต จึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ดังนั้น รูปแบบและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้เกษียณหรือผู้สูงอายุ คือ

1. เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่คุณภาพดี
2. คำนึงถึงความคุ้มค่าในการซื้อบริการ
3. ต้องการความมั่นใจด้านความปลอดภัย
4. ต้องการความมั่นใจด้านบริการ ดูแลสุขภาพที่ดี
5. ต้องการกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ

กรวรรธ สังขกร (2555) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีการเข้าถึงสะดวกไม่ควรตั้งอยู่ห่างจากตัวเมือง จัดสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างเหมาะสม มีสิ่งบริการรองรับการท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมธรรมชาติที่สวยงามและเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า วัฒนธรรมประเพณีชีวิตของคนท้องถิ่น

ในงานวิจัยนี้ จึงขอสรุปความรวมของการท่องเที่ยวผู้สูงอายุไว้ว่า เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในต่างแดนของผู้เกษียณอายุจากการทำงานหรือผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยเป็นการพักผ่อนที่ชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ตามความศักยภาพของร่างกาย

### **ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ**

จากการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ พบว่ามีปัจจัยสำคัญหลายประการ เช่น ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ระดับรายได้ สุขภาพร่างกาย เพื่อนร่วมเดินทาง และความปลอดภัย ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ดังนี้



1. ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลหรือลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของมนุษย์ที่แตกต่างกัน เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพการสมรส เป็นต้น จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าที่แตกต่างกัน ซึ่งแนวคิดนี้ได้นำมาใช้วิเคราะห์นักท่องเที่ยวในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้เช่นกัน

Javalgi, Thomas and Rao (1992) ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุและไม่สูงอายุ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวไม่สูงอายุมีระดับการศึกษาสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุ และมักแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมารวมที่ครอบคลุมการเดินทางและที่พักจากบริษัทนำเที่ยว

Zimmer, Searle and Brayley (1995) ศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้สูงอายุในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศแคนาดา พบว่าลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ การศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงจะชอบเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่า

Smith, et al. (1999) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวสูงอายุในรัฐเท็กซัส อริโซนา นิวเม็กซิโก และโคโลราโด ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกมีอายุระหว่าง 55-64 ปี และกลุ่มที่สองมีอายุ 65 ปีขึ้นไป พบว่าสถานภาพการสมรส การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัย เพศ ขนาดของครอบครัว รายได้ของครอบครัว ระดับการศึกษา และสภาพการจ้างงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของทั้งสองกลุ่มที่แตกต่างกัน

## 2. ปัจจัยด้านรายได้

Ruys and Wei (2001) กล่าวว่ารายได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม รวมทั้งนักท่องเที่ยวสูงอายุซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาทางการเงิน เนื่องจากมีเงินออมที่สะสมมานานและได้รับเงินบำนาญที่ได้รับหลังเกษียณอายุ และส่วนใหญ่ไม่มีภาระในการใช้เงินหรือการผ่อนชำระเงินกู้ เช่น การผ่อนชำระเงินกู้ที่อยู่อาศัย เพราะได้ผ่อนจนครบกำหนดแล้ว แต่นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีความสามารถในการจ่ายยังคำนึงถึงความประหยัดเพราะยังมีชีวิตที่ยืนยาว

Zimmer, Searle and Brayley (1995) ยืนยันว่าปัจจัยด้านรายได้ การศึกษา ถิ่นพำนักในชนบท ความเต็มใจที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อนันทนาการ และสุขภาพมีอิทธิพลต่อการเลือกเมืองจุดหมายปลายทาง ดังนั้น ผู้จัดบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอาจพิจารณา

ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุด้วยการลดราคาหรือให้ราคาพิเศษ หรือทำให้เกิดความรู้สึกถึงความคุ้มค่าของราคาค่าบริการ

### 3. ปัจจัยด้านสุขภาพร่างกาย

สุขภาพร่างกายมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุมากกว่ากลุ่มอื่น สุขภาพร่างกายอาจเป็นปัจจัยหลักเนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจต้องการท่องเที่ยวในขณะที่ร่างกายยังแข็งแรงเพียงพอที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ แต่อาจเป็นปัจจัยเหนี่ยวรั้งหากผู้สูงอายุมีปัญหาสุขภาพประจำตัวซึ่งจะเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยวได้เช่นกัน หากแต่การฟื้นตัวหลังการผ่าตัดของผู้สูงอายุมักเป็นตัวเร่งให้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปพักผ่อน

Zimmer, Searle and Brayley (1995) กล่าวว่าความสามารถในการเคลื่อนไหวร่างกายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่แตกต่างระหว่างผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวและผู้สูงอายุที่ไม่เดินทางท่องเที่ยว ผู้สูงอายุที่มีปัญหาในการเคลื่อนไหวร่างกายมักจะหลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยว โดยทั่วไปข้อจำกัดของกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเป็นอุปสรรคทางร่างกายต่อผู้สูงอายุที่มีอายุมากกว่า 80 ปีขึ้นไป อย่างไรก็ตามผู้สูงอายุที่ต้องการได้รับการดูแลเอาใจใส่และความสะดวกสบายขณะเดินทางมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ความสะดวกสบายเป็นปัจจัยทั้งด้านกายภาพและปัจจัยด้านจิตวิทยาสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งทำให้ปัจจัยด้านความมั่นคงและความปลอดภัยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวรวมทั้งความสะดวกในการเดินทางเข้าออกเมืองท่องเที่ยวก็มีความสำคัญสำหรับผู้สูงอายุเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์

### 4 ปัจจัยด้านเพื่อนร่วมทางและเพศของผู้เดินทาง

Ruys and Wei (2001) กล่าวว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ต้องการเพื่อนร่วมเดินทาง (Companionship) และมีส่วนน้อยที่คาดหวังว่าจะพบเพื่อนขณะเดินทางท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิงบางคนชอบเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวและไม่ได้คิดว่าการเดินทางคนเดียวเป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้สูงอายุสตรีโดยทั่วไปจะมีอายุยืนยาวกว่าผู้สูงอายุเพศชาย ดังนั้น นักการตลาดท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวสูงอายุเพศหญิง เนื่องจากมีอิทธิพลต่อการรับรู้การบริการต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเรื่องความปลอดภัย ความสะอาด และการดูแลเอาใจใส่ในห้องพักและงานแม่บ้านในโรงแรม ซึ่งมีความสำคัญต่อผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย

## 5 ปัจจัยด้านความปลอดภัย

Johan and Peter (2000) ได้ศึกษาความปลอดภัยว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริการนำเที่ยวที่มีคุณภาพ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมักขึ้นอยู่กับคุณภาพของการบริการและความจงรักภักดีของลูกค้า การศึกษามีแนวคิดพื้นฐานที่ว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะมีความความจงรักภักดีต่อบริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพ และความปลอดภัยเป็นมิติทางคุณภาพที่นักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสำคัญ ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศฟินแลนด์พบว่า ความปลอดภัยที่รับรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกบริษัทนำเที่ยว และการรับรู้ถึงความสำคัญของความปลอดภัยนี้จะเพิ่มมากขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ความปลอดภัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับอายุ (Age-Related Personal Safety: ARPS) จะแตกต่างจากความปลอดภัยส่วนบุคคลโดยทั่วไป (General Personal Safety: GPS)

### ความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

การศึกษาและวิเคราะห์แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นแรงผลักดันจากภายในช่วยอธิบายการเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวได้ และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแบ่งตลาดการท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุค่อนข้างเข้าถึงได้ยาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีความต้องการที่แน่นอนและจะพิจารณาสินค้าและบริการต่าง ๆ อย่างถี่ถ้วน ทำให้เป็นตลาดที่มีความซับซ้อน จึงควรมีการศึกษาความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งจะทำให้สามารถแบ่งส่วนตลาดได้ถูกต้องเช่นกัน นักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุตามแนวทฤษฎีความต้องการและแรงจูงใจนักท่องเที่ยวในหลายประเทศ ดังนี้

Ruys and Wei (2001) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีอายุน้อยอาจมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ แต่นักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการมีส่วนร่วมและได้รับประสบการณ์และการพัฒนาตนเองมากกว่า เช่น การเรียนรู้สิ่งใหม่ การได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ การได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน การท่องเที่ยวร่วมกับผู้อื่น การผ่อนคลายความตึงเครียด การเข้าถึงธรรมชาติ การเรียนรู้วัฒนธรรม เป็นต้น

Anderson and Langmeyer (1982) ได้ศึกษาปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุโดยแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุออกเป็น 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีอายุต่ำกว่า 50 ปี และนักท่องเที่ยวอายุ 50 ปีขึ้นไป ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มชอบที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนคลายความตึงเครียด และเพื่อเยี่ยมเยียนญาติและเพื่อน แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป ชอบท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากกว่า

และกลุ่มนี้นิยมเดินทางในเดือนสิงหาคม กันยายน ตุลาคม และพฤศจิกายน ซึ่งไม่ใช่ช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวเป็นผู้เกษียณอายุแล้วจึงสามารถเดินทางได้ตามสะดวก

Smith, et al. (1999) ได้ศึกษาเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวธรรมชาติสูงอายุในสหรัฐอเมริกาที่มีอายุระหว่าง 55-64 ปี กับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป บนพื้นฐานแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ การศึกษา/ธรรมชาติ (Education/Nature) การตั้งแคมป์ (Camping) การพบปะผู้คนในสังคม (Social) การผ่อนคลาย (Relaxation) และการแสวงหาข้อมูล (Information) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวธรรมชาติสูงอายุที่มีอายุระหว่าง 55-64 ปี มีความสนใจในการท่องเที่ยวเพื่อการผ่อนคลายและการตั้งแคมป์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวธรรมชาติสูงอายุที่มีอายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป สนใจการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาหาความรู้/ธรรมชาติ

Fleischer and Pizam (2002) ได้ศึกษาปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และพบว่าปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การพักผ่อนและผ่อนคลายความตึงเครียด (Rest and Relaxation) การปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Social Interaction) การออกกำลังกาย (Physical Exercises) การเรียนรู้ (Learning) ความคุ้นเคย (Nostalgia) และความตื่นเต้น (Excitement)

Horneman (2002) ได้ศึกษาปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวออสเตรเลีย และพบว่าปัจจัยจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ การศึกษา/เรียนรู้ (Education/Learning) การพักผ่อน/การผ่อนคลาย (Rest/relaxation) การออกกำลังกาย (Physical Exercises/Fitness) การเยี่ยมเยียนญาติและเพื่อน (Visiting Friends and Relative) และยังพบว่านักท่องเที่ยวเปลี่ยนความต้องการจากการออกกำลังกายไปสู่การปรับปรุงสุขภาพมากขึ้น

Patterson (2002) ได้ศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวสูงอายุ และวิเคราะห์ระดับความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในขณะที่อายุสูงขึ้น พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุโดยทั่วไปมีสุขภาพที่ดีขึ้นโดยรวม มีฐานะการเงินดีขึ้น และมีระดับการศึกษาสูงขึ้น นักท่องเที่ยวสูงอายุมีความสนใจในการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาความแปลกใหม่ หลีกหนีความจำเจ และต้องการได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงจากการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุนั่นก่อน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสูงอายุยังมีความต้องการท่องเที่ยวที่ทำทาสสุขภาพ ความแข็งแรงของร่างกายและประกอบกิจกรรมที่ผจญภัยมากกว่านักท่องเที่ยวสูงอายุในอดีต

Cheong, Chi-Mei and Wu (2006) ได้ศึกษาปัจจัยจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไต้หวันและค้นพบปัจจัยผลึกสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ ความภาคภูมิใจในตนเอง (Ego-Enhancement) ความนับถือตนเอง (Self-Esteem) การเพิ่มพูนความรู้ (knowledge-Seeking) การผ่อนคลาย (Relaxation) และการเข้าสังคม (Socialization) และปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ ความสะอาดและความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก เทศกาลและราคา และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางประวัติศาสตร์

Young-joo, Janke and Megan (2011) ได้ศึกษาปัจจัยจูงใจของผู้สูงอายุที่ร่วมโปรแกรม Elderhostel Program ในสหรัฐอเมริกาและรายงานว่าแรงจูงใจและประโยชน์ที่ได้จากการร่วมโปรแกรมเป็นประสบการณ์ด้านการเรียนรู้จากการเดินทาง ประกอบด้วยประโยชน์ด้านสุขภาพ เช่น ลดความกดดัน เพิ่มพลังงาน พัฒนาร่างกายและจิตใจ ประโยชน์จากการมีส่วนร่วมและเข้าสังคม เช่น เรียนรู้สิ่งใหม่ โอกาสพบเพื่อนใหม่ และใช้เวลาอยู่กับครอบครัวและเพื่อน ประโยชน์จากการได้ความสำเร็จ เช่น การรับรู้ถึงผลสำเร็จ ความท้าทาย ความสนุกสนาน และประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการสร้างผลผลิต เช่น ความสามารถในการสร้างผลงาน ความสามารถในการแข่งขันและโอกาสในการแสดงออก

Autsawin (2008) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุญี่ปุ่นในประเทศไทยด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (Push and Pull Factors) โดยการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไปที่ท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 415 คน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยผลึกที่สำคัญ 3 ประการ ตามลำดับ ได้แก่

1. การหาความแปลกใหม่และความรู้ (Novelty&Knowledge-seeking)
2. การพักผ่อนและการผ่อนคลาย (Rest&Relaxation)
3. การพัฒนาตนเอง (Ego-Enhancement)

สำหรับปัจจัยดึงสำคัญ 4 ประการ ตามลำดับ ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Cultural&Historical Attractions)
2. การเตรียมการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวก (Travel Arrangements& Facilities)
3. กิจกรรมการซื้อสินค้าและการพักผ่อน (Shopping&Leisure Activities)
4. ความปลอดภัยและความสะอาด (Safety&Cleanliness)

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าปัจจัยด้านความเป็นอยู่ที่ดี และด้านการศึกษา มีอิทธิพลต่อการจูงใจการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุญี่ปุ่นที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยปัจจัยหลักของนักท่องเที่ยวสูงอายุส่วนใหญ่ยังคงมีความต้องการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและผ่อนคลายความตึงเครียด แต่ในขณะเดียวกันยังต้องการพัฒนาตนเองและต้องการศึกษาเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยว ด้วยการพบปะผู้คนและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมในท้องถิ่น

### พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

นักวิชาการหลายท่านสนใจศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ พฤติกรรมที่นักท่องเที่ยวสูงอายุคัดเลือก ชื้อ ใช้ และประเมินสินค้า บริการหรือประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่คาดหวังว่าจะก่อให้เกิดความพึงพอใจในการตอบสนองของความต้องการหรือความปรารถนา

Blenman and Romsa (1989) ได้ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวเยอรมัน โดยวิเคราะห์รูปแบบ/ปานพาหนะของการเดินทาง ระยะเวลา ที่พักผ่อน แหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวที่นิยม พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวเยอรมันชอบรูปแบบการเดินทางที่ไม่เครียดจนเกินไป และชอบประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย

Ruys and Wei (2001) ได้ศึกษารูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในประเทศออสเตรเลีย ได้แก่ นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เนื่องจากมีเวลาว่างมาก นิยมท่องเที่ยวครั้งละ 1 หรือ 2 เมือง มากกว่าหลายเมืองในครั้งเดียวกัน และนิยมไปเยี่ยมเพื่อนที่อยู่ต่างเมืองหรือถ้าต้องการพักผ่อนนิยมไปเที่ยวแถบชายฝั่งทะเล

Tsai and Hsien-Tang (2003) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไต้หวันและวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่าร้อยละ 35.6 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนและผ่อนคลาย นักท่องเที่ยวสูงอายุนิยมเดินทางท่องเที่ยวโดยการซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมารวม (All-Inclusive Package Tour) เนื่องจากร้อยละ 60.9 ให้เหตุผลว่าเนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่งดงามและแหล่งประวัติศาสตร์ สำหรับอุปสรรคในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไต้หวันเกิดจากนักท่องเที่ยวเอง เช่น ปัญหาสุขภาพ และปัญหาทางร่างกายที่ทำให้เดินทางไม่สะดวก และนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวไต้หวันส่วนมากพึงพอใจในบริการต่าง ๆ ที่บริษัทนำเที่ยวจัดให้

Littrell, Rosalind and Kun (2004) ได้ศึกษาลักษณะโดยรวมของนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อของ พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถแบ่งส่วนตลาดตามกิจกรรมท่องเที่ยวออกเป็น 3 ส่วนตลาด คือ 1) นักท่องเที่ยวเน้นกิจกรรมกลางแจ้ง 2) นักท่องเที่ยวเน้นวัฒนธรรม และ 3) นักท่องเที่ยวเน้นกีฬาและบันเทิง นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแสดงพฤติกรรมในการใช้จ่ายซื้อของของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน และการเลือกสถานที่ใช้จ่ายซื้อของ เช่น ร้านค้า ศูนย์หัตถกรรมและห้างสรรพสินค้าแตกต่างกัน

Lohmann (2001) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในวันนี้กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในอนาคต โดยการวิเคราะห์ผลสำรวจของการท่องเที่ยวประจำปีของชาวเยอรมัน และสรุปว่าอุปสงค์ของการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้ถูกกำหนดโดยอายุแต่ถูกกำหนดโดยรุ่นของอายุ (Generation) ในวงจรชีวิตที่ 3 ของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของรุ่นหนึ่งค่อนข้างจะตายตัวและไม่เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญจากปัจจัย เช่น การเกษียณอายุ ผลการวิเคราะห์พบว่ารูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในรุ่นหนึ่งจะไม่เปลี่ยนแปลงในระหว่างช่วงเวลา 20 ปี ดังนั้น การทำความเข้าใจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสูงอายุในอนาคตน่าจะไม่ใช่ยากจนเกินไป งานวิจัยสรุปว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งความคาดหวัง แรงจูงใจ และแรงบันดาลใจของนักท่องเที่ยวอายุระหว่าง 55-65 ปี จะสามารถนำมาใช้พยากรณ์นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 65-75 ปี ในปี ค.ศ. 2010 ซึ่งจะส่งผลดีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

## แนวคิดเกี่ยวกับ Universal Design และคู่มือการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

Universal Design คือ การออกแบบเพื่อการใช้งานของคนทุกกลุ่มในสังคม เป็นคำที่พบบ่อยในแวดวงด้านการออกแบบสิ่งแวดล้อมสถานที่และสิ่งของต่าง ๆ รวมไปถึงกลุ่มคนทำงานด้านผู้สูงอายุ คนพิการ และผู้ด้อยโอกาสต่าง ๆ ที่มีข้อจำกัดในการใช้หรือเข้าถึงสิ่งแวดล้อม สถานที่และสิ่งของเครื่องใช้ทั่ว ๆ ไปในสังคม โดยการออกแบบจะคำนึงถึงการใช้ประโยชน์ที่เป็นสากลและใช้ได้ทั่วไปอย่างเท่าเทียมกับสำหรับมวลมนุษยทุกคนในสังคม โดยไม่ต้องมีการออกแบบดัดแปลงพิเศษหรือเฉพาะเจาะจงเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ

### ความหมายของ Universal Design

Universal Design เป็นแนวคิดเรื่องการออกแบบสิ่งแวดล้อม การสร้างสถานที่และสิ่งของต่าง ๆ เพื่อให้ทุกคนที่อยู่ในสังคมสามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านั้นได้อย่างเต็มที่และเท่าเทียมกันโดยไม่ต้องมีการออกแบบดัดแปลงพิเศษหรือเฉพาะเจาะจงเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ ไม่ว่าจะบุคคลนั้นจะเป็นหญิงหรือชาย ใช้ขาเดินหรือใช้รถเข็น ตามองเห็นหรือมองไม่เห็น เด็กหรือผู้ใหญ่ อ่านหนังสือออกหรือไม่ออก ฯลฯ

Universal Design เป็นการออกแบบจากการคิดว่าทำอย่างไรคนประเภทต่าง ๆ จึงจะมีโอกาสใช้ได้อย่างเท่าเทียมกัน เช่น คนสูงอายุ คนป่วย สตรีตั้งครรภ์ คนแคระ เด็กเล็ก ที่มากับรถเข็น เด็กพิการประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะตาบอดหูหนวกแขนขาพิการ คนพิการทางปัญญาทางจิต คนที่อ่านหนังสือไม่ออก ว่าแม้คนเหล่านั้นจะมีข้อจำกัดทางร่างกาย ทางปัญญาทางจิตใจ แต่ก็ยังเป็นบุคคลในสังคม สังคมจึงควรรับผิดชอบดูแลให้สามารถอยู่ในสังคมร่วมกับบุคคลทั่วไปได้อย่างมีความสุขตามอัธยาศัยของแต่ละคน เช่น การจัดให้มีทางลาดขึ้นลง ทางเท้าและอาคารสถานที่สาธารณะต่าง ๆ ให้กับผู้พิการที่ใช้รถเข็น หรือบล็อกรั้วพื้หน้าทางเดินสำหรับคนตาบอด ทั้งนี้ก็เพื่อให้พวกเขาสามารถใช้ชีวิตทำกิจกรรมภายนอกบ้านได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

กล่าวโดยสรุปก็คือ Universal Design เป็นการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำได้ เพื่อให้บุคคลทุกประเภทได้ใช้งานร่วมกันได้อย่างเท่าเทียม โดยคำนึงถึงความสะดวกและปลอดภัย



## องค์ประกอบและหลักการของ Universal Design

1. Fairness เสมอภาค ใช้งานได้กับทุกคนในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกและเลือกปฏิบัติ เช่น การติดตั้งตู้โทรศัพท์สาธารณะสองระดับ ระดับทั่วไปสำหรับผู้ใหญ่ และสำหรับคนที่นั่งรถเข็นใช้งานได้

2. Flexibility ยืดหยุ่น ใช้งานได้กับผู้ที่ถนัดซ้ายและขวา หรือปรับสภาพความสูง-ต่ำ ขึ้น-ลง ได้ตามความสูงของผู้ใช้

3. Simplicity เรียบง่ายและเข้าใจได้ดี เช่น มีภาพหรือคำอธิบายที่เรียบง่ายสำหรับคนทุกประเภท ไม่ว่าจะมีความรู้ระดับไหน อ่านหนังสือออกหรือไม่ อ่านภาษาต่างประเทศได้หรือไม่ หรืออาจใช้รูปภาพเป็นสัญลักษณ์สื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย ฯลฯ

4. Understanding มีข้อมูลเพียงพอ มีข้อมูลง่ายสำหรับประกอบการใช้งานที่เพียงพอ

5. Safety ปลอดภัยการใช้งานที่ผิดพลาด เช่น มีระบบป้องกันอันตรายหากมีการใช้ผิดพลาด รวมทั้งไม่เสียหายได้โดยง่าย

6. Energy Conservation พลังงานประหยัดและไม่ต้องออกแรงมาก เช่น ใช้ที่เปิดก๊อกน้ำแบบยกขึ้น-กดลงแทนการใช้มือขันก๊อกแบบเป็นเกลียว สวิตช์ไฟฟ้าแบบตัวใหญ่ที่กดเบา ๆ ก็สามารถทำงานได้แทนสวิตช์เล็กที่ต้องใช้นิ้วมือออกแรงกดอย่างแรง ฯลฯ

7. Space ขนาดและสถานที่ที่เหมาะสมและใช้งานในเชิงปฏิบัติได้ โดยคิดออกแบบเพื่อสำหรับคนร่างกายใหญ่โต คนที่เคลื่อนไหวร่างกายยาก เช่น ขนาดของห้องน้ำ โถส้วมใหญ่เพียงพอสำหรับคนที่ร่างกายใหญ่โต คนพิการที่มีรถเข็นคันใหญ่ รวมถึงคำนึงถึงคนพิการที่มีรถเข็นคันใหญ่ต้องมีพื้นที่สำหรับหมุนรถกลับไปมาในบริเวณห้องน้ำ

สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ สำนักงานส่งเสริมศักยภาพและสิทธิ และหน่วยวิจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและผู้พิการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว จึงได้จัดทำ “คู่มือการออกแบบสภาพแวดล้อมสำหรับคนพิการและคนทุพพลภาพ” ขึ้น เพื่อเผยแพร่แนวทางสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมให้หน่วยงานต่าง ๆ และประชาชนทั่วไปสามารถอ่านและทำความเข้าใจอย่างง่าย ๆ โดยอาศัยการรวบรวมข้อมูลแนวทางการออกแบบดังกล่าวจากหลายแหล่ง เช่น ADA ของสหรัฐอเมริกา Accessibility for the Disabled ของ UN Architectural Services Department ของฮ่องกง Building Construction Authority ของสิงคโปร์ Code of Practice on Access and Mobility ของลิเวอรัพูล อังกฤษ และ Barrier Free Design Guideline ของญี่ปุ่น เป็นต้น

การออกแบบที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ (Universal Design) เป็นแนวความคิดสากลที่องค์กรสหประชาชาติ ได้พยายามเผยแพร่และส่งเสริม จากแนวคิดเดิม เพื่อให้ผู้พิการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตในอาคารและสิ่งแวดล้อม ตามโครงการ Promotion of Non-Handicapping Physical Environment for Disabled Persons และได้มีการพัฒนาตามลำดับเป็น Accessible Design, Adaptable Design, Barrier Free Design ซึ่งในที่สุดก็เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

หลักการของ Universal Design ที่เริ่มด้วยความเท่าเทียมกันในการใช้สอยของผู้ใช้ ที่ต่างวัยและต่างความสามารถ (Equitable Use) ปรับเปลี่ยนการใช้ได้ (Flexible Use) ใช้ง่ายด้วยตนเอง (Single and Intuitive) การสื่อความหมายเป็นที่เข้าใจ (Perceptible Information) ทนต่อการใช้ที่ผิดพลาด (Tolerance for Error) เบาลแรง (Low Physical Effort) มีขนาดและที่ว่างเพื่อการเข้าถึงและใช้ได้ (Size and Space for Approach and Use)

“คู่มือการออกแบบสภาพแวดล้อมสำหรับคนพิการ และคนทุพพลภาพ” เป็นการเผยแพร่แนวทางการออกแบบสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมให้หน่วยงานต่าง ๆ และประชาชนทั่วไปสามารถอ่านและทำความเข้าใจอย่างง่าย ๆ โดยอาศัยการรวบรวมข้อมูลแนวทางการออกแบบจากหลายแหล่งซึ่งได้กำหนด ดังนี้

1. สิ่งอำนวยความสะดวกในอาคาร ประกอบด้วย ทางลาดบริการที่จัดสำหรับคนพิการ ห้องลิฟต์ ทางเข้าอาคาร ราวจับ ลิฟต์ บันได ป้าย ประตู พื้นผิวต่างสัมผัส โดยกำหนดให้ควรมีการติดตั้งสัญญาณเตือนภัยในอาคาร บริเวณจุดที่มีเสียงเตือนภัย ต้องมีแสงสีแดงกำกับอยู่ทุกจุดเพื่อให้คนพิการทางการได้ยินทราบถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร ประกอบด้วย ที่จอดรถ ทางลาด ทางเข้าอาคาร ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร ราวจับ บันได ป้าย ประตู พื้นผิวต่างสัมผัส

3. ข้อกำหนดพิเศษสำหรับโรงแรม หอประชุม โรงมหรสพ

#### **ที่จอดรถ**

1. ที่จอดรถสำหรับคนพิการ ต้องเป็นพื้นที่สีเหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.40 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 6.00 เมตร

2. ต้องจัดให้มีที่ว่างข้างที่จอดรถกว้างไม่น้อยกว่า 1.00 เมตร ตลอดความยาวของที่จอดรถ โดยที่ว่างดังกล่าวต้องมีลักษณะพื้นผิวเรียบและมีระดับเสมอกับที่จอดรถเพื่อให้เพียงพอสำหรับการเคลื่อนย้ายของคนพิการระหว่างเก้าอี้เข็นคนพิการและตัวรถ และเพียงพอในการเปิดประตูรถได้อย่างเต็มที่

3. สัญลักษณ์บนพื้นที่จอดรถเป็นรูปคนพิการหันด้านขวาบนพื้นที่จอดรถ ขนาดสัญลักษณ์บนพื้นอย่างน้อย 90x90 เซนติเมตร ป้ายสัญลักษณ์แนวตั้งเป็นรูปสัญลักษณ์คนพิการ ขนาดไม่ต่ำกว่า 30x30 เซนติเมตร (ไม่รวมขนาดของตัวอักษรข้อความหรือลูกศร) ติดตั้งสูง 2.00 เมตร วัดจากระดับพื้นที่จอดรถถึงขอบล่างสุทธิของป้าย (รวมขนาดของตัวอักษรและลูกศร)

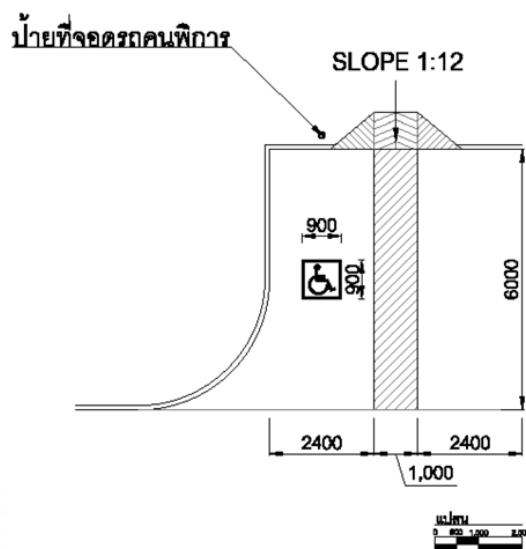
4. จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 51-100 คัน มีที่จอดรถสำหรับคนพิการอย่างน้อย 2 คัน

5. จำนวนที่จอดรถที่เพิ่มขึ้นทุก 100 คัน ให้จัดที่จอดรถของคนพิการเพิ่มขึ้น 1 คัน โดยเพิ่มต่อจาก 100 คันแรก

6. ที่จอดรถคนพิการหรือทุพพลภาพและคนชราต้องไม่ชนานกับทางเดินรถ

**ตาราง 1 แสดงการเทียบจำนวนที่จอดรถปกติกับที่จอดรถคนพิการ**

จำนวนที่จอดรถปกติทั้งหมด	จำนวนที่จอดรถคนพิการอย่างน้อย
ไม่เกิน 50 คัน	1 คัน
51-100 คัน	2 คัน
101-150 คัน	2 คัน
151-250 คัน	3 คัน
251-350 คัน	4 คัน
351-450 คัน	5 คัน



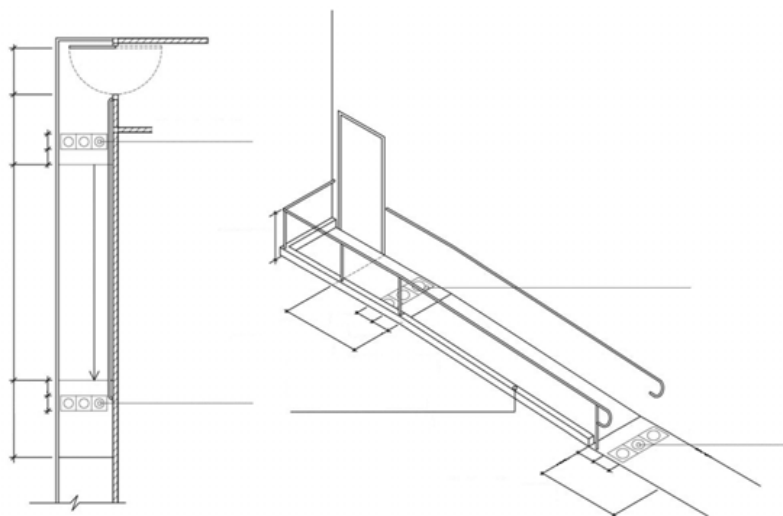
ภาพ 7 แสดงขนาดและพื้นที่สำหรับทำที่จอดรถคนพิการ



ภาพ 8 แสดงพื้นที่สำหรับจอดรถคนพิการ

#### ทางลาด

1. ความยาวทางลาด < 6 เมตร มีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 เมตร
2. ความยาวทางลาด  $\geq 6$  เมตร มีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 1.50 เมตร พื้นผิววัสดุไม่ลื่น
3. ความยาวช่วงละไม่เกิน 6.00 เมตร ถ้าเกินต้องมีชานพักกว้าง 1.50 เมตร ถ้ายาวตั้งแต่ 2.50 เมตร ต้องมีราวจับทั้ง 2 ข้าง
4. ทางลาดด้านที่ไม่มีผนังกั้นให้ยกขอบสูงจากพื้นผิวของทางลาดไม่น้อยกว่า 15 เซนติเมตร และมีราวกันตก

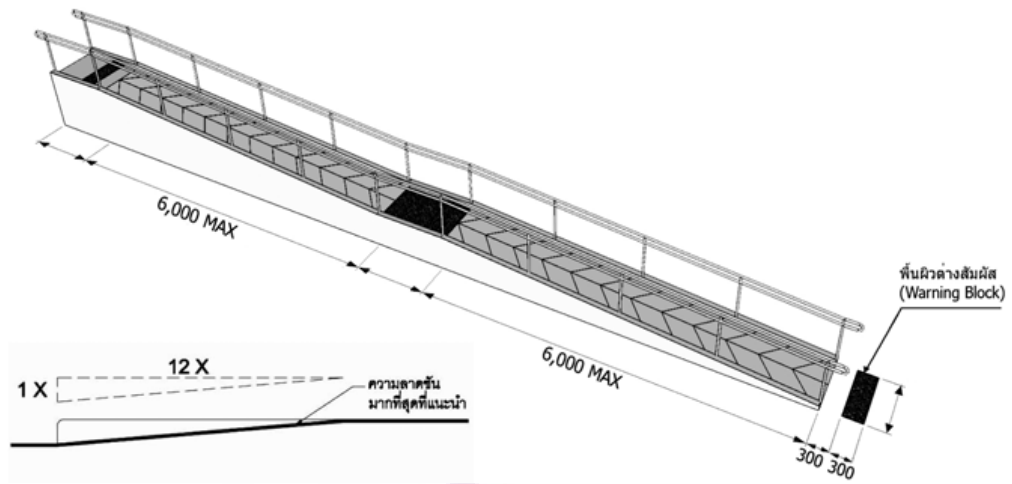


ภาพ 9 แสดงทางลาดสำหรับคนพิการ

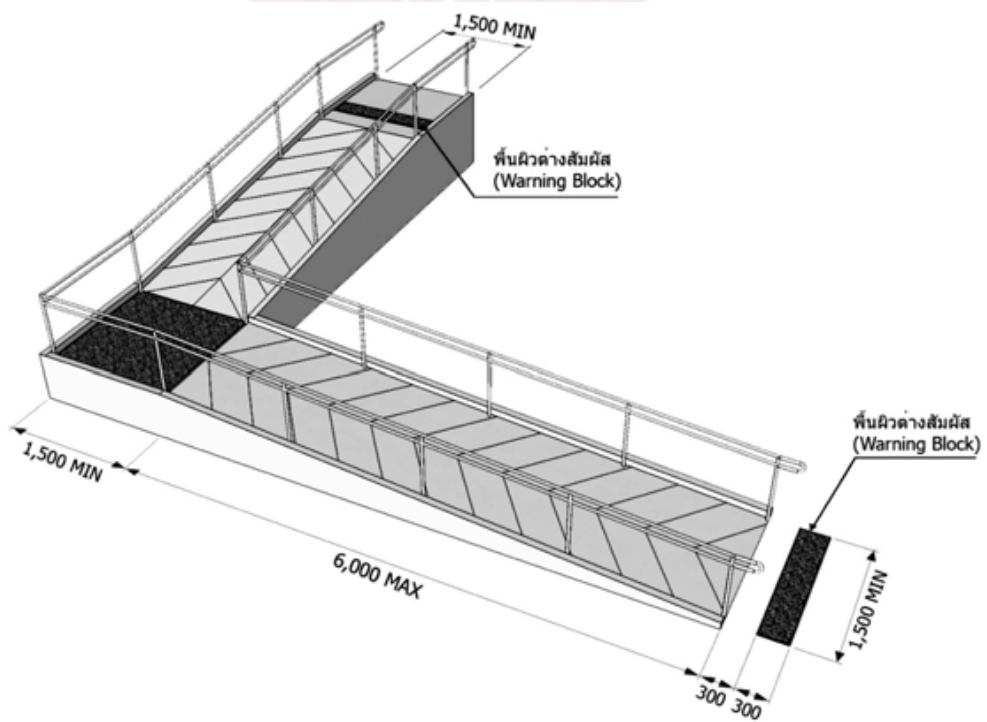


ภาพ 10 แสดงทางลาดสำหรับคนพิการ

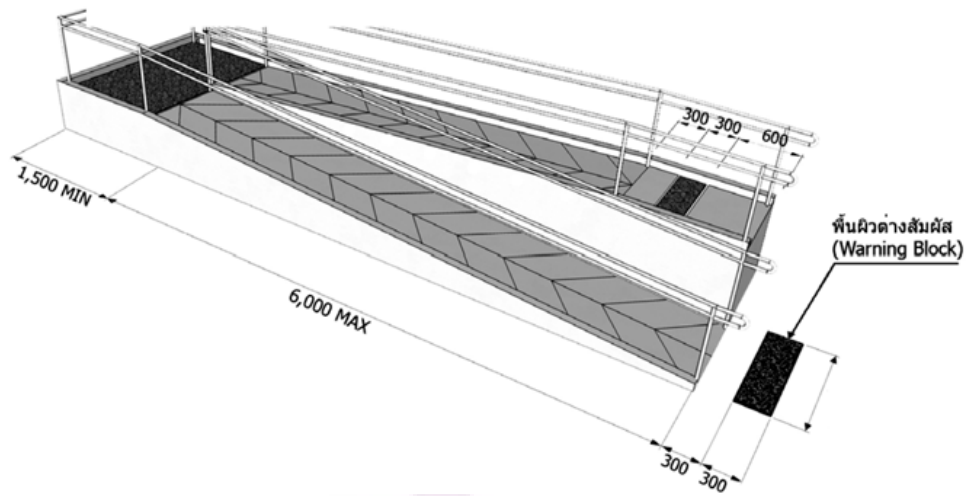
ทางลาดควรจะมี ความกว้าง อย่างน้อย 90 เซนติเมตร ในกรณีที่ทางลาดมีความยาวของทุกช่วงรวมกันตั้งแต่ 6.00 เมตร ขึ้นไป ต้องมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร หากระดับพื้นภายในอาคาร ภายนอกอาคารหรือภายในอาคาร มีความต่างจะดับกันไม่เกิน 20 มิลลิเมตร ควรทำพื้นลาดให้เชื่อมต่อกัน ไม่สะดุด โดยมีอัตราส่วนความลาดเอียง 1:2 (กฎกระทรวงฯ 2548 กำหนดว่า ต้องทำพื้นทางลาดให้พื้นเชื่อมต่อกันโดยไม่สะดุดไม่เกิน 45 องศาซึ่งเท่ากับ 1:1)



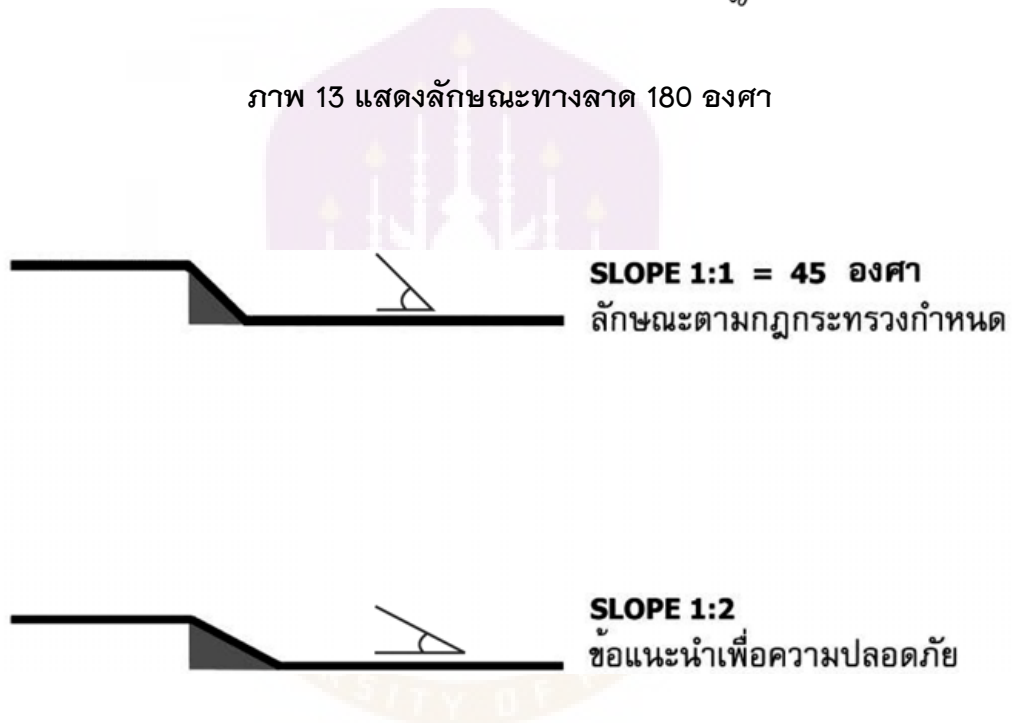
ภาพ 11 แสดงลักษณะทางลาดแบบตรง



ภาพ 12 แสดงลักษณะทางลาด 90 องศา



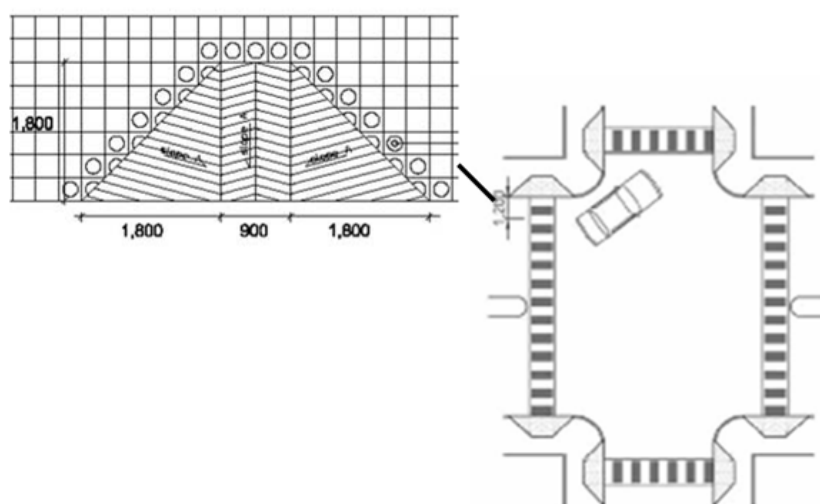
ภาพ 13 แสดงลักษณะทางลาด 180 องศา



ภาพ 14 แสดงองศาที่ถูกต้องตามที่กระทรวงกำหนด

ทางลาดขอบถนนควรมีความกว้างอย่างน้อย 90 เซนติเมตร โดยไม่รวมทางลาดด้านข้าง ความชันของทางลาดต้องไม่น้อยกว่า 1:12 (ร้อยละ 8) และขอบหินสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร

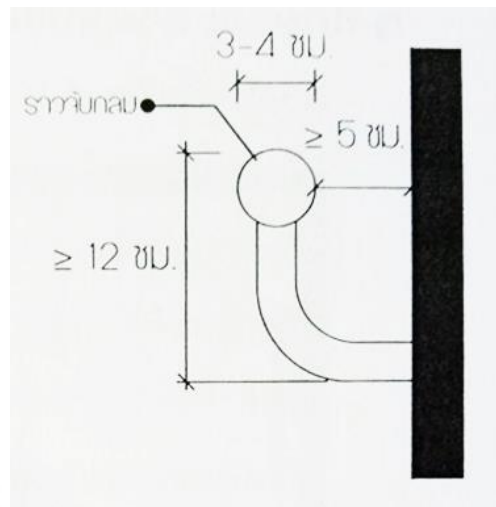
ทางลาดขอบถนนบริเวณมุมถนนเป็นทางลาดขอบถนนที่ตัดขอบถนนลงไปโดยไม่มีทางลาดด้านข้าง ขอบควรขนานกับทิศทางการเดินของผู้ใช้ทางเท้า พื้นที่ปลายทางลาดขอบถนนที่ติดกับพื้นที่ว่างอย่างน้อย 1.20 เมตร และที่ว่างนั้นต้องอยู่ในทางข้ามถนนที่กำหนดไว้



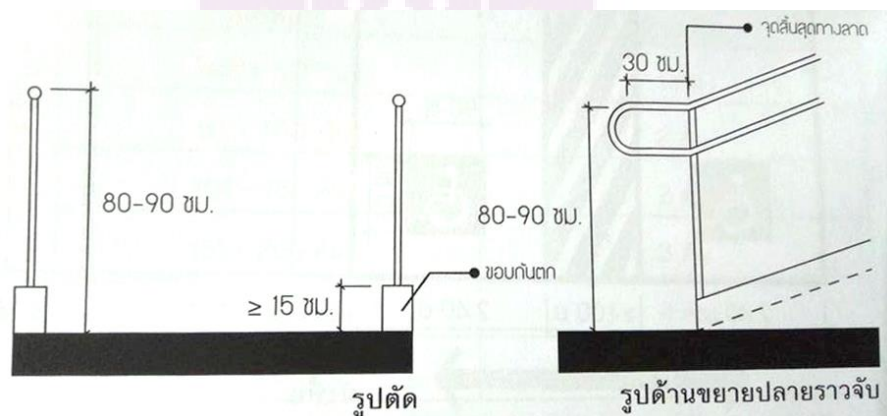
ภาพ 15 แสดงทางลาดขอบถนน

ทางลาดที่มีความยาวตั้งแต่ 2.50 เมตรขึ้นไป ต้องมีราวจับทั้ง 2 ข้าง ราวจับมีลักษณะกลม ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางเท่ากับ 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้นทางลาด 80-90 เซนติเมตร ทำด้วยวัสดุที่มีความแข็งแรงมั่นคง ราวจับยาวต่อเนื่องตลอดทางลาดและยื่นปลายราวจับจากจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดทางลาดออกมา 30 เซนติเมตร โดยปลายราวจับขนานกับพื้น และมีลักษณะโค้งลงและวกลงด้านล่าง ราวจับที่อยู่ติดผนังให้มีระยะห่างจากผนังไม่น้อยกว่า 5 เซนติเมตร สูงจากจุดยึดไม่น้อยกว่า 12 เซนติเมตร ผนังบริเวณราวจับต้องเป็นผนังเรียบ





ภาพ 16 แสดงรูปมูมด้านบนราวจับ



ภาพ 17 แสดงด้านขยายปลายราวจับ

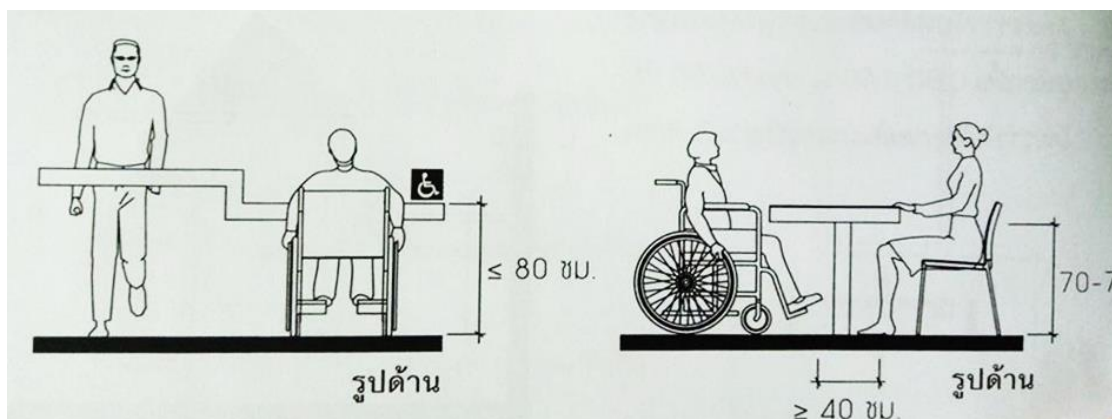
### บริการที่จัดสำหรับคนพิการ

ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่คนพิการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสังเกตได้ง่าย โຕีเะหรือเคาน์เตอร์ที่มีที่ว่างข้างใต้เพื่อให้คนพิการที่นั่งรถเข็นคนพิการสามารถสอดขาได้ เมื่อนั่งแล้วสามารถเอื้อมหยิบสิ่งของบนโຕีเะได้สะดวก

1. บนโຕีเะหรือเคาน์เตอร์มีความสูงสุทธิไม่เกิน 80 เซนติเมตร พื้นที่ว่างใต้โຕีเะหรือเคาน์เตอร์สูงจากพื้น 70-75 เซนติเมตร และลึกสุทธิไม่น้อยกว่า 40 เซนติเมตร

2. มีป้ายสัญลักษณ์รูปคนพิการเพื่อแสดงจุดให้บริการข้อมูล โดยสัญลักษณ์รูปคนพิการเป็นสีขาว พื้นป้ายสีน้ำเงินหรือสลักกัน มีความชัดเจน มองเห็นได้ง่าย ติดอยู่

ในตำแหน่งที่ไม่ทำให้ล้าสน



ภาพ 18 แสดงโต๊ะและเคาน์เตอร์สำหรับรถเข็นคนพิการ

### ห้องน้ำคนพิการ

1. ห้องน้ำที่คนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวกโดยลำพัง มีจำนวนอย่างน้อย 1 ห้อง หรือหากแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ ควรจัดให้มี ห้องน้ำคนพิการอยู่ร่วมกับทุกจุดที่จัดให้มีห้องน้ำปกติ

2. ไม่มีสิ่งกีดขวาง ระดับพื้นห้องน้ำเสมอกับพื้นภายนอก หากมีระดับต่างกัน ต้องทำทางลาด วัสดุที่ใช้ทำพื้นห้องน้ำควรเป็นวัสดุที่ไม่ลื่น กันน้ำ และทำความสะอาดง่าย และควรมีระบบระบายน้ำที่ดี และควรมีพื้นที่ว่างหน้าประตูกว้างอย่างน้อย 1.50 เมตร

3. พื้นที่ว่างภายในห้องน้ำเพื่อให้เก้าอี้เข็นคนพิการสามารถหมุนตัวกลับได้ มีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร

4. ประตูห้องน้ำควรจัดให้อยู่ในลักษณะที่เป็นการเปิดออกทางด้านนอก ทั้งนี้ ประตูที่เหมาะสมที่สุด คือ ประตูบานเลื่อนทึบเพื่อความเป็นส่วนตัวแก่ผู้ใช้ ไม่มีธรณีประตูและไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับเปิดปิดประตู มือจับเลื่อนเปิดปิดประตู เป็นราวจับกลม ขนาด 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้นห้องน้ำ 0.80-1.00 เมตร อุปกรณ์ล็อกเป็นแบบขอสับหรือระบบที่สามารถปลดล็อกได้ง่ายจากภายนอก

5. ห้องน้ำที่สามารถใช้ได้ทั้งชายและหญิง (Unisex) ไม่ควรอยู่ในบริเวณที่ต้องเข้าจากห้องน้ำชายหรือห้องน้ำหญิงโดยตรง และอยู่ในตำแหน่งที่คนพิการสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก ภายในตัวห้องน้ำควรมีปุ่มหรือเชือกสัญญาณฉุกเฉิน เพื่อขอความช่วยเหลือจากภายนอก โดยมีป้ายระบุไว้อย่างชัดเจน

6. โถสุขภัณฑ์ชนิดนั่งราบ ที่นั่งสูงจากพื้นห้องน้ำ 45-50 เซนติเมตร มีพนักพิงหรือมีถึงพักน้ำ ให้คนพิการที่ไม่สามารถทรงตัวได้ใช้พิงหลัง มีที่ปล่อยน้ำแบบคันโยก หรือปุ่มกดขนาดใหญ่ที่คนพิการสามารถใช้ได้อย่างสะดวก ติดตั้งอยู่ด้านข้างถึงพักน้ำของโถหรือติดที่ผนังด้านข้าง โถสุขภัณฑ์ควรอยู่ชนิดผนังด้านใดด้านหนึ่ง โดยมีระยะจากกึ่งกลางของโถสุขภัณฑ์ห่างจากผนังด้านนั้น 45-50 เซนติเมตร และให้ด้านที่ไม่ชิดผนัง มีที่ว่างมากพอสำหรับให้คนพิการที่นั่งรถเข็นคนพิการสามารถเข้าไปใช้ได้สะดวก

7. ราวจับบริเวณโถสุขภัณฑ์ควรเป็นราวจับกลมรูปตัวแอล (L) ที่ผนังด้านข้างโถสุขภัณฑ์ โดยให้มีระยะที่ราวจับยื่นล้ำหน้าโถออกมา 25-30 เซนติเมตร และราวจับแนวตั้งสูงขึ้นไป 60 เซนติเมตร หากติดตั้งราวจับชนิดพับเก็บได้ในแนวตั้งที่ข้างโถด้านไม่ชิดผนัง โดยติดห่างจากขอบโถ 15-20 เซนติเมตร สูงจากพื้น 65-70 เซนติเมตร และมีความยาวยื่นออกมาจากผนังด้านหลังอย่างน้อย 55 เซนติเมตร

8. ราวจับบริเวณอ่างล้างมือ ติดตั้งราวจับแบบพับเก็บได้ในแนวตั้งทั้งสองด้านของอ่างล้างมือ มีความยาวอย่างน้อย 55 เซนติเมตร ติดสูงจากพื้นที่ระดับเดียวกับขอบบนของอ่าง

9. อ่างล้างมือควรอยู่ในตำแหน่งที่คนพิการเข้าประชิดได้โดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ควรใช้อ่างล้างมือแบบแขวน ขอบบนของอ่างสูงจากพื้น 75-80 เซนติเมตร ที่ว่างใต้อ่างสูง 60 เซนติเมตร เพื่อให้รถเข็นคนพิการสามารถสอดขาเข้าไปใช้ได้

10. ก๊อกน้ำควรเป็นชนิดก้านโยก ก้านปิด หรือระบบอัตโนมัติ กรณีที่ห้องส้วมสำหรับคนพิการหรือทุพพลภาพและคนชราอยู่ในห้องส้วมบุคคลทั่วไปมีการจัดให้เข้าถึงได้โดยสะดวกและมีทางเข้าก่อนถึงตัวห้องส้วม

11. กระจกเงา ควรติดตั้งไว้เหนืออ่างล้างมือให้เอียงลงเล็กน้อย ขอบล่างของกระจกสูงจากพื้นห้องน้ำไม่เกิน 1.00 เมตร เพื่อให้คนพิการที่นั่งรถเข็นคนพิการสามารถส่องได้

12. โถปัสสาวะชาย ในกรณีเป็นห้องส้วมสำหรับผู้ชาย (ไม่แยกห้องสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ/ผู้สูงอายุ) ควรจัดให้มีโถปัสสาวะชายที่มีระดับเสมอพื้นจำนวนอย่างน้อย 1 ที่ เพื่อให้ผู้ใช้ทุพพลภาพสามารถใช้งานได้อย่างสะดวก โดยมีราวจับแนวนอนที่ด้านบนของโถ สูงจากพื้น 1.20-1.30 เมตร ยาว 50-60 เซนติเมตร โดยติดตั้งราวจับที่ด้านข้างของโถทั้งสองข้าง สูงจากพื้น 0.80-1.00 เมตร ยาว 55-60 เซนติเมตร โดยราวจับมีขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร พื้นที่หน้าโถปัสสาวะชายควรมีที่ว่างอย่างน้อย 90x120 เซนติเมตร เพื่อการเข้าถึงด้านข้างทั้งสองด้านของโถปัสสาวะควรเป็นที่โล่ง คันกดชักน้ำควรติดตั้งอยู่ที่ 110 เซนติเมตรเหนือพื้นราบหรืออาจใช้ระบบอัตโนมัติ

13. สัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉิน ควรจัดให้อยู่ภายในห้องน้ำแบบปุ่มกดหรือแบบปุ่มสัมผัส หรือแบบเชือกดึง โดยติดตั้งที่ระดับความสูง 2 ระดับ ได้แก่ ความสูง 25-30 เซนติเมตร และความสูง 80-95 เซนติเมตร ควรติดตั้งอุปกรณ์แจ้งเหตุบริเวณโถสุขภัณฑ์ อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเอื้อมถึงและใช้สะดวก ปุ่มกดมีขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัดเจน มีสีแดง

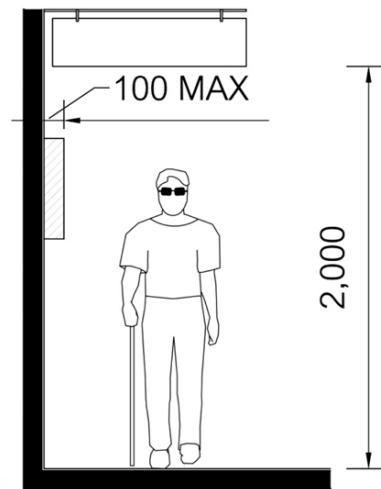
#### ทางเข้าอาคาร ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร

1. เป็นพื้นผิวเรียบเสมอกันไม่ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวางหรือส่วนของอาคารยื่นล้ำออกมา
2. อยู่ในระดับเดียวกับพื้นถนนภายนอกอาคารหรือพื้นลานจอดรถ
3. มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร
4. ท่อระบายน้ำหรือรางระบายน้ำบนพื้นมีฝาปิดสนิท ถ้าฝาเป็นแบบตะแกรงมีขนาดของช่องตะแกรงกว้างไม่เกิน 1.3 เซนติเมตร
5. ในบริเวณที่เป็นทางแยกหรือทางเลี้ยวให้มีพื้นผิวต่างสัมผัสและต้องมีผนังหรือราวกันตกทั้งสองด้าน

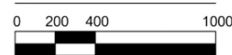


ภาพ 19 แสดงทางเลี้ยวแบบมีราวกันตก

6. อุปกรณ์ที่แขวนอยู่ในเขตทางสัญจร ให้แขวนสูงจากระดับพื้นไม่ต่ำกว่า 2.00 เมตร เพื่อให้ผู้ที่สัญจรผ่านได้อย่างสะดวกและปลอดภัย
7. ในกรณีสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อคนพิการ ที่สูงจากระดับพื้นไม่เกิน 2.00 เมตร แต่จำเป็นต้องยื่นล้ำเข้ามาในเขตทางสัญจร สามารถยื่นล้ำได้ไม่เกิน 10 เซนติเมตร



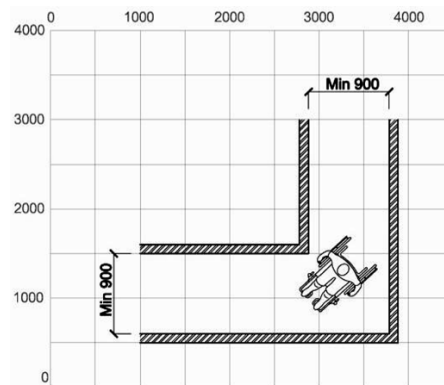
รูปด้าน



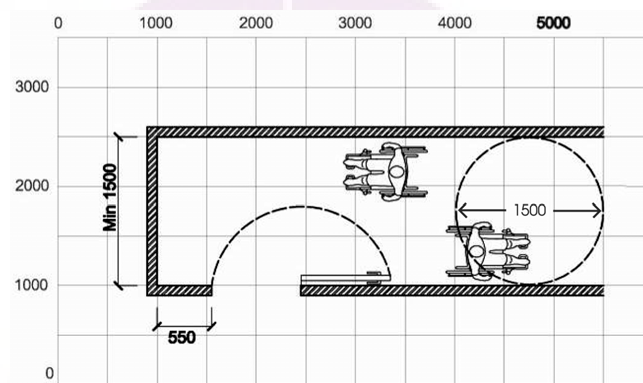
ภาพ 20 แสดงระดับการแขวนอุปกรณ์ในเขตทางสัญจร

**ทางเดินระหว่างอาคารและทางเชื่อมระหว่างอาคาร**

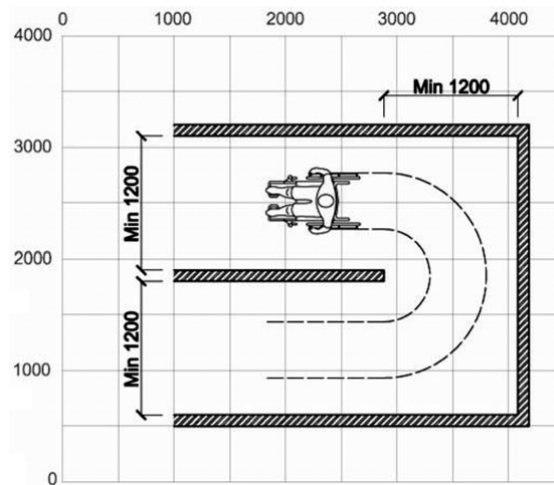
1. ควรเป็นพื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวาง
2. สำหรับความกว้างที่เหมาะสมกับกลุ่มคนจำนวนน้อย (หรือทางเดินที่ไม่มีการสวนกัน) ควรมีความกว้างอย่างน้อย 90 เซนติเมตร
3. ความกว้างของทางเดินและทางเชื่อมระหว่างอาคารที่สามารถให้เก้าอี้เข็นคนพิการสวนกันได้ ต้องมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร



ภาพ 21 แสดงความกว้างที่เหมาะสมกับกลุ่มคนจำนวนน้อย



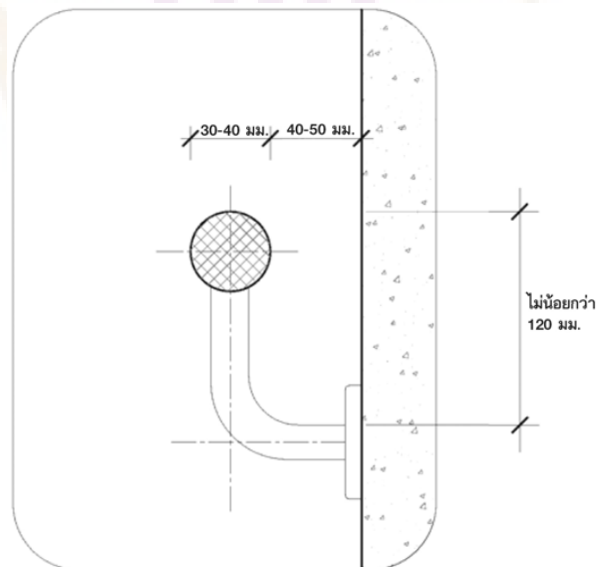
ภาพ 22 แสดงความกว้างของทางเดินและทางเชื่อมที่สามารถให้เก้าอี้เข็นคนพิการ  
สวนกันได้



ภาพ 23 แสดงความกว้างของพื้นที่สำหรับการหักเลี้ยว 180 องศา

#### ราวจับ

ทำด้วยวัสดุเรียบ มีลักษณะกลมเส้นผ่าศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 80-90 เซนติเมตร ติดตั้งห่างจากผนัง 4-5 เซนติเมตร (สำหรับกำแพงพื้นผิวเรียบ) สูงจากจุดยึดอย่างน้อย 12 เซนติเมตร



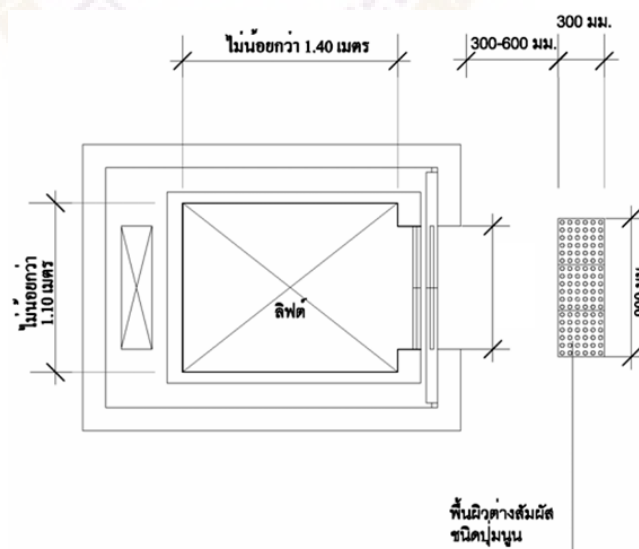
ภาพ 24 แสดงราวจับมีลักษณะกลม เส้นผ่าศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร



ภาพ 25 แสดงราวจับทำด้วยวัสดุผิวเรียบ

### ลิฟต์

1. มีราวจับโดยรอบห้องลิฟต์
2. มีไฟเตือนภัยขณะลิฟต์ขัดข้อง
3. มีโทรศัพท์แจ้งเหตุฉุกเฉินติดตั้งในระดับ 90-120 เซนติเมตร จากพื้น
4. มีระบบการทำงานให้ลิฟต์ลงจอดที่ระดับพื้นและประตูเปิดอัตโนมัติ
5. มีเสียงบอกเลขชั้นและเสียงเตือนให้ทราบว่าประตูปิด-เปิด
6. แผงควบคุมปุ่มต่าง ๆ ต้องมีอักษรเบรลล์กำกับ

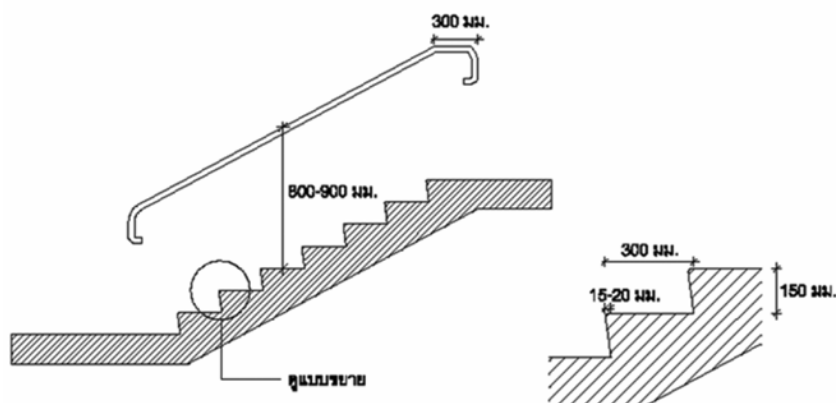


ภาพ 26 แสดงลักษณะลิฟต์สำหรับคนพิการ



### บันได

1. บันไดมีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร
2. มีชานพักทุกระยะในแนวตั้งไม่เกิน 2.00 เมตร
3. มีราวบันไดทั้งสองข้าง มีลูกตั้งสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร (ลูกตั้งบันไดไม่ได้เปิดช่องโล่ง)
4. ลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร
5. พื้นผิวของบันไดใช้วัสดุที่ไม่ลื่น
6. มีจุกบันไดที่มีสีแตกต่างจากพื้นผิวของบันไดเพื่อให้สังเกตเห็นความแตกต่างของบันไดได้ชัด
7. ควรมีกระจกบานใหญ่ติดกับผนังตรงข้ามทางขึ้น-ลงบันได เพื่อให้คนพิการทางการได้ยินใช้สื่อสาร และเพิ่มแสงสว่างให้บริเวณบันได



ภาพ 27 แสดงบันไดสำหรับคนพิการ

8. ราวจับบันไดควรยื่นออกมาในระยะ 30 เซนติเมตร แต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร ตามแนวนอนตรงสุดบันได
9. ควรติดตั้งราวจับตรงกลางเพิ่มอีกราว สำหรับบันไดที่กว้างมากกว่า 3 เมตร
10. ระยะห่างระหว่างราวจับสองด้าน ควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร แต่ไม่ควรเกิน 1.50 เมตร
11. ที่ว่างใต้บันไดและทางลาดควรมีราวปิดกั้นเพื่อห้ามเข้า หรือมีขอบทางสัญจรกั้นอยู่และพื้นผิวต่างสัมผัสเตือนคนพิการทางการเห็น

12. ต้องมีระยะปลอดภัยในแนวตั้ง ที่จะเป็นอันตรายต่อผู้ที่เข้าใช้ในพื้นที่สูงจากระดับพื้นดินไม่ต่ำกว่า 2.00 เมตร



ภาพ 28 แสดงราวจับบันไดสำหรับคนพิการ

### ป้าย

จัดให้มีป้ายแสดงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ โดยป้ายเป็นสีขาวบนพื้นสีน้ำเงิน หรือสลับกัน และมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

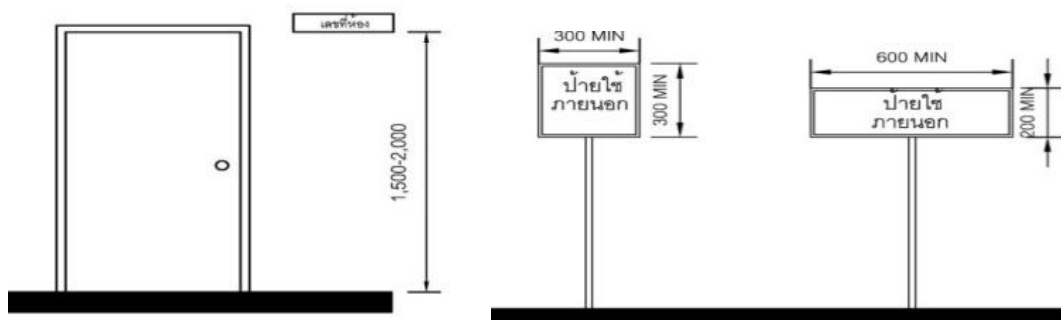
1. มีสัญลักษณ์รูปคนพิการสากล
2. มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ
3. มีสัญลักษณ์ หรือตัวอักษรแสดงประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ
4. ป้ายแสดงสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องมีความชัดเจน มองเห็นได้ง่าย ติดอยู่ในตำแหน่งที่ไม่ทำให้สับสน และต้องจัดให้มีแสงส่องสว่างให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ทั้งกลางวันและกลางคืน
5. หากเป็นป้ายบอกหมายเลขหน้าห้องหรือตัวอักษร ให้มีอักษรเบรลล์กำกับ โดยป้ายควรสูง 120–150 เซนติเมตร



ภาพ 29 แสดงตัวอย่างป้ายทางลาดสำหรับคนพิการ



ภาพ 30 แสดงตัวอย่างสัญลักษณ์แสดงประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ

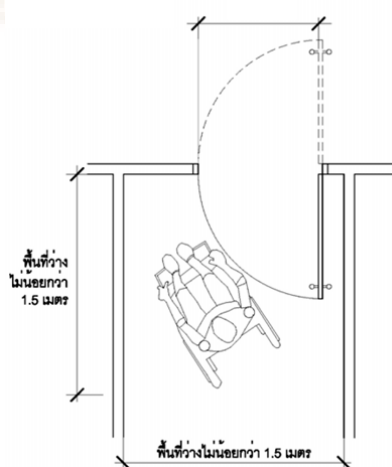


ภาพ 31 แสดงลักษณะการติดตั้งป้ายแสดงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ  
คนพิการและผู้สูงอายุ

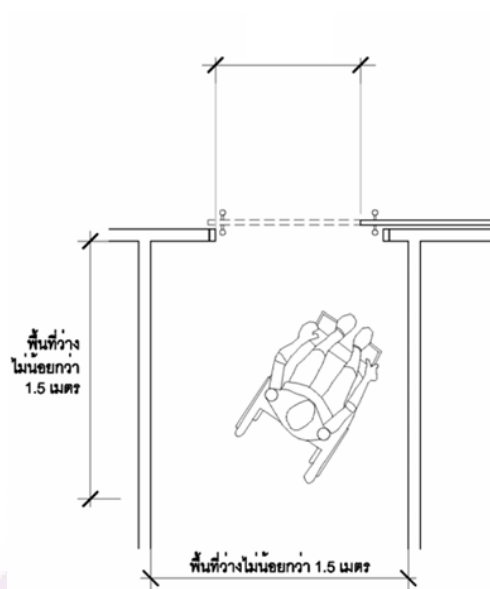
ที่มา: สมาคมสถาปนิกสยาม, 2557

### ประตู

1. ประตูเปิดปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง ในกรณีที่ประตูเป็นแบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร
2. สำหรับประตูที่มีระบบเปิด-ปิดประตูแบบอัตโนมัติ ควรมีปุ่มกดที่คนพิการสามารถควบคุมการเปิด-ปิดประตูได้ด้วยตนเอง ทั้งภายใน และภายนอก (ไม่ใช่ระบบเซ็นเซอร์เปิด-ปิดประตูอัตโนมัติ)

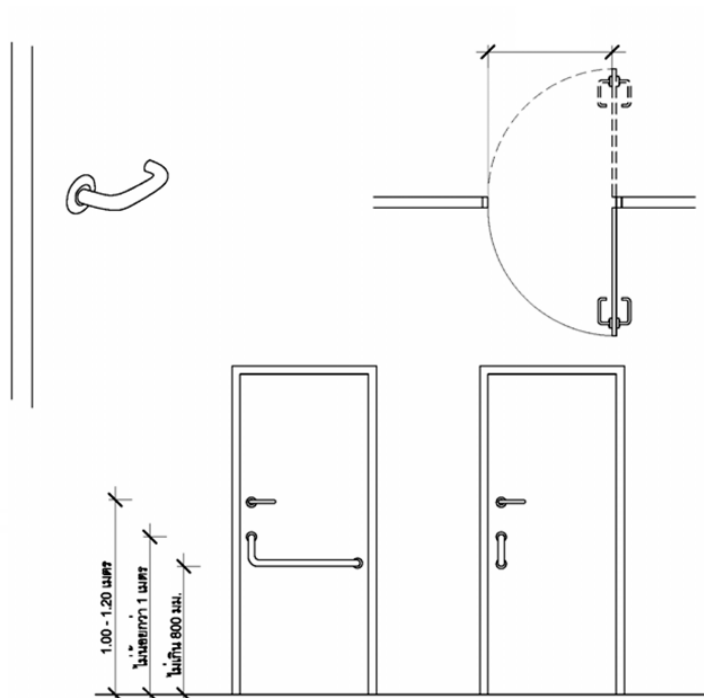


ภาพ 32 แสดงความกว้างของประตูแบบบานผลัก



ภาพ 33 แสดงความกว้างของประตูแบบบานเลื่อน

3. มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวตั้งทั้งด้านในและด้านนอกของประตูซึ่งมีปลายด้านบนสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร และปลายด้านล่างไม่เกิน 0.80 เมตร ในกรณีที่ประตูเป็นกระจกหรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด
4. อุปกรณ์เปิดปิดประตู เป็นชนิดก้านบิดหรือแกนพลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1,20 เมตร
5. ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกและติดกับทางลาดด้านนอก ควรมีพื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1,500x1,500 มิลลิเมตร
6. ควรมีกันสาดบริเวณพื้นที่หน้าทางเข้า



ภาพ 34 แสดงประตูและราวจับประตูสำหรับคนพิการ

### หน้าต่าง

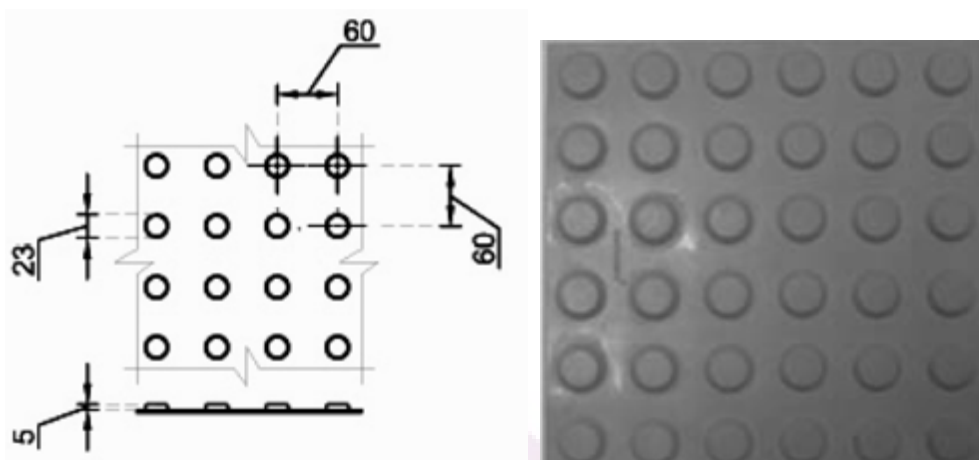
1. หน้าต่างไม่ควรสูงเกินไป และควรทำให้สามารถมองเห็นวิวภายนอกได้ง่าย
2. การเปิด-ปิดหน้าต่างไม่ควรฝืดหรือลื่นเกินไป
3. หากมีเหล็กดัดควรมีช่องที่สามารถเปิดได้ง่ายยามฉุกเฉิน
4. หน้าต่างที่มีมุ้งลวด สามารถถอดมาทำความสะอาดได้
5. กระจกที่สามารถเอื้อมถึงควรเป็นกระจกนิรภัย

### พื้นผิวต่างสัมผัส

พื้นผิวต่างสัมผัส หมายถึง พื้นผิวที่มีความแตกต่างจากพื้นผิวโดยรวม ที่คนพิการทางการเห็นสามารถใช้ปลายไม้เท้าสัมผัส และแยกแยะได้สะดวก

1. เป็นพื้นผิวที่มีสีแตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบ ที่คนสายตาสีตาเลือนรางสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

2. อาคารควรจัดให้มีพื้นผิวต่างสัมผัสชนิดเตือนสำหรับคนพิการทางการเห็นที่พื้นบริเวณต่างระดับที่มีระดับต่างกันเกิน 200 มิลลิเมตร ที่ทางขึ้นและทางลงของทางลาดหรือบันได ที่พื้นด้านหน้าและด้านหลังประตูทางเข้าอาคาร ที่พื้นด้านหน้าของประตูห้องลิฟต์ทั่วไป



ภาพ 35 แสดงพื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับคนพิการทางการเห็น

3. วัสดุที่ใช้ปูพื้นผิวต่างสัมผัสในอาคาร เช่น กระเบื้องปูพื้น พื้นทรายล้าง พื้นหินล้าง พรมเช็ดเท้า กระเบื้องยาง ฯลฯ มีขนาดกว้าง 300 มิลลิเมตร และมีความยาวเท่ากับและขนานไปกับความกว้างของช่องทางเดินของพื้นต่างระดับทางลาดบันไดหรือประตู และขอบเขตพื้นผิวต่างสัมผัสอยู่ห่างจากจุดเริ่มต้นของทางขึ้น หรือทางลงของพื้นต่างระดับทางลาดบันได หรือประตู ไม่น้อยกว่า 300 มิลลิเมตร แต่ไม่เกิน 350 มิลลิเมตร

#### ห้องพักในโรงแรม

โรงแรมที่มีห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป ต้องจัดให้มีห้องพักสำหรับคนพิการไม่น้อยกว่า 1 ห้องต่อจำนวนห้องพักทุก 100 ห้อง โดยห้องพักดังกล่าวต้องมีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. อยู่ใกล้บันไดหรือบันไดหนีไฟหรือลิฟต์
2. ภายในห้องพักต้องจัดให้มีสัญญาณบอกเหตุหรือเตือนภัยทั้งสัญญาณที่เป็นเสียงและแสงและระบบสั่นสะเทือนติดตั้งบริเวณที่นอนในกรณีเกิดอัคคีภัยหรือเหตุอันตรายอย่างอื่น มีสวิทช์สัญญาณแสง และสวิทช์สัญญาณเสียงแจ้งภัยหรือเรียกให้ผู้ที่อยู่ภายนอกทราบ
3. มีสัญลักษณ์รูปคนพิการติดไว้ที่ประตูด้านหน้าห้องพัก
4. สำหรับคนพิการทางการเห็นสามารถเข้าพักในห้องทั่วไปของโรงแรม (ไม่เฉพาะห้องพักคนพิการ) ซึ่งควรมี

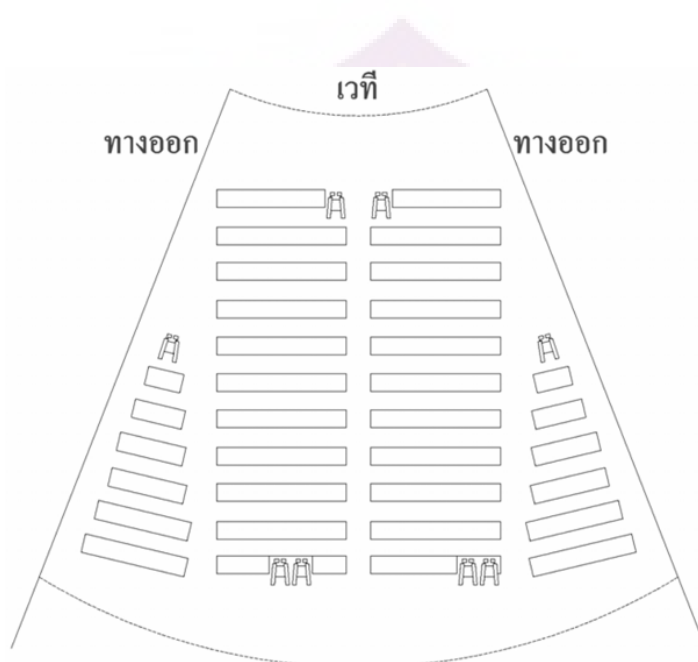
4.1 เอกสารประชาสัมพันธ์และหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อภายในโรงแรม ควรมีอักษรเบรลล์

4.2 ป้ายบอกเลขห้องควรมีอักษรเบรลล์ และติดตั้งบนผนังใกล้ที่เปิดประตู

4.3 ควรมีแผนผังต่างสัมผัสในห้องพักบนแผนผังทั่วไป หรือหากไม่สามารถจัดทำได้ควรให้เจ้าหน้าที่ของโรงแรมอธิบายตำแหน่งของวัตถุต่าง ๆ ภายในห้อง รวมถึงทางหนีไฟในชั้นนั้น

#### โรงแรมรสพ หอประชุม

หอประชุมต้องจัดให้มีพื้นที่พาดหน้าสำหรับเก้าอี้เข็นคนพิการอย่างน้อยหนึ่งที่นั่ง ๆ จำนวน 100 ที่นั่ง (ร้อยละ 1) โดยพื้นที่เฉพาะนี้เป็นพื้นที่ราบขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 0.90 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 1.40 เมตร ต่หนึ่งที่ อยู่ในตำแหน่งที่ใกล้ประตูทางออกหรือในตำแหน่งที่คนพิการเข้าออกได้สะดวก



ภาพ 36 แสดงหอประชุมและโรงแรมรสพควรจัดพื้นที่สำหรับคนพิการทางการเคลื่อนไหว



## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยในประเทศไทย

กรวรรณ สังขกร (2558) ได้ทำวิจัยเรื่องการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ในภาคเหนือตอนบนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ปัญหา อุปสรรค และปัจจัยผลักดันในการพัฒนาของแต่ละจังหวัดในภาคเหนือตอนบน และเสนอแนวทางการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการ และการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ซึ่งมีทรัพยากรและบริการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จึงทำการสำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สถานการณ์การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อยกระดับศักยภาพและความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

กฤษณพัชญ์ บุญช่วย (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่านักท่องเที่ยวชาวรัสเซียส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-40 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ 20,000-50,000 รูเบิล มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทด้านพฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการโรงแรมในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีการรับรู้ข้อมูลจากสื่อออนไลน์และวารสาร นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียเดินทางมาเมืองไทยเป็นครั้งแรก มีความคิดเห็นต่อการให้บริการเป็นไปตามความคาดหวังในระดับปานกลาง จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า 1) คุณภาพการบริการของพนักงาน อยู่ในระดับมาก 2) ด้านคุณภาพของห้องพัก อยู่ในระดับมาก 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักอยู่ในระดับมาก 4) ด้านการให้บริการทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก 5) ด้านความคุ้มค่าเงิน อยู่ในระดับมาก 6) ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับมาก 7) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงแรม อยู่ในระดับมาก จากการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียระหว่างเพศ และอายุ พบว่าระหว่างอายุ มีความ

พึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนระหว่างเพศ พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เรณูมาศ มาอุ่น และคณะ (2556) ได้ทำวิจัยเรื่องการเตรียมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการที่แท้จริงทางด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพ รวมทั้งการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของบุคลากรผู้รับผิดชอบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ พัฒนามาตรฐานสำหรับการพัฒนาบุคลากรผู้รับผิดชอบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ พัฒนาศักยภาพที่รับผิดชอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โดยการนำหลักสูตรที่พัฒนาขึ้น ผลการวิจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกลุ่มอาเซียนกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกลุ่ม JBRIC มีลักษณะทางสังคม พฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใกล้เคียงกัน มีจุดมุ่งหมายของการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและนันทนาการ โดยนิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันสำคัญของไทย เช่น สงกรานต์ ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ แห่เทียนพรรษา ลอยกระทง โดยเดินทางมาเป็นครอบครัว ใช้บริการบริษัททัวร์ และพักในโรงแรมหรือรีสอร์ท ผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพของบุคลากรผู้รับผิดชอบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ บุคลากรในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรมีศักยภาพ 3 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพด้านบุคลิกภาพ ศักยภาพด้านคุณธรรมจริยธรรม และศักยภาพด้านการปฏิบัติงาน

สุรชาติ สินวรรณ (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ ตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและประชาชนท้องถิ่น เพื่อนำมาออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและพิการ ซึ่งแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ โดย 1) การสำรวจพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเทคนิคการประเมินแบบเร่งด่วน (Rural Rapid Appraisal, RRA) จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 507 ราย แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 350 ราย และชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน 157 ราย 2) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป และ 3) นำข้อมูลที่ได้ออกมาวิเคราะห์

เพื่อออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและพิการที่มาท่องเที่ยวบริเวณตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวและชุมชนมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ควรมีการออกแบบและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและพิการ คิดเป็นร้อยละ 100 โดยเฉพาะการออกแบบเส้นทางสัญจรสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและพิการ ในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน สูงถึงร้อยละ 64 และเส้นทางลาดภายนอกอาคาร

กวิน วงษ์ลีดี (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านยานพาหนะในการเดินทาง ด้านค่ากิจกรรมท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายด้านการซื้อสินค้าและบริการ ศึกษาความคิดเห็นและทัศนคติของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มีต่อด้านราคาสินค้าและบริการในประเทศไทย ศึกษาถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าและบริการอันพึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทยเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มคนที่ใช้บริการทำอากาศยานสุวรรณภูมิที่อาคารผู้โดยสาร คือ ผู้โดยสารชาวต่างชาติทั้งขาเข้าและขาออก ได้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชีย กลุ่มยุโรป กลุ่มตะวันออกกลาง กลุ่มอเมริกาเหนือ และกลุ่มออสเตรเลีย จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป สอบถามพฤติกรรมการใช้จ่ายและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ยานพาหนะในการเดินทาง กิจกรรมการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายด้านสินค้าและบริการ แบ่งระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ (Likert 5 Scales) และคำถามปลายเปิดข้อเสนอแนะ ได้ผลการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 60 และหญิงร้อยละ 40 มีอายุ 60-65 ปี ร้อยละ 73.4 มีอายุระหว่าง 66-70 ปี ร้อยละ 22.8 มากกว่า 71 ปี ร้อยละ 3.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ประมาณ 20,000-50,000 เหรียญต่อปี กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นยุโรป ร้อยละ 49 กลุ่มอเมริกาเหนือ ร้อยละ 19 กลุ่มชาวเอเชียน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 8.52 โดยส่วนใหญ่ักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยแล้ว 2-3 ครั้ง มาเพราะประเทศไทยมีความสวยงามด้านธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณีและอาหาร นิยมเดินทางมาเที่ยวเป็นเวลา 2-3 สัปดาห์ มักเดินทางมาเป็นคู่สามีภรรยาหรือกลุ่มเล็ก ๆ มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ต่อครั้งต่ำกว่า 5,000 เหรียญ ได้รับข่าวสารข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนและญาติ ค่าใช้จ่ายที่เสียไปของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ที่พัก อาหาร และช้อปปิ้งน้อยที่สุด

นรินทร์ เอมกลีน (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเปรียบเทียบกลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมจำแนกตาม กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ การแบ่งกลุ่มตามขนาดโรงแรม ระดับของโรงแรม และกลุ่มโรงแรมตามราคาห้องพักต่อคืนจำนวน 62 แห่ง โดยใช้แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรม ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 5 ข้อ ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดเชียงใหม่ตามแนวคิด Diamond Model จำนวน 30 ข้อ และคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ทำให้โรงแรมประสบความสำเร็จ ได้ผลการวิจัย ดังนี้

- 1) กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 62 แห่ง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับการปฏิบัติมาก และเมื่อพิจารณาความคิดเห็นในระดับปฏิบัติ เห็นด้วยมาก สำหรับระดับที่มีค่าเฉลี่ย 4 ลำดับแรก คือ ด้านนโยบายของรัฐบาล ด้านโอกาสของการแข่งขัน ด้านเงื่อนไขด้านปัจจัย และด้านกลยุทธ์ธุรกิจโครงสร้างและการแข่งขัน ดังนั้น ผลของการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าโรงแรมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ในการดำเนินการทางธุรกิจ โดยมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับปัจจัยภายนอก ซึ่งได้แก่นโยบายของรัฐบาลและโอกาสจากภายนอก จากการศึกษาพบว่า ขนาดของโรงแรม ระดับของโรงแรม กลุ่มโรงแรม และการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันที่แตกต่างกันตามแนวคิดโมเดลเพชรพลววัตร์ ได้แก่ ปัจจัยภายใน คือ เงื่อนไขด้านปัจจัย ความต้องการ การสนับสนุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์ธุรกิจ โครงสร้างและการแข่งขัน และโอกาสจากภายนอกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการศึกษา

จิรภา ธีรินทร์พงศ์ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่องยุทธศาสตร์การบริหารจัดการโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการและเงื่อนไขที่มีผลต่อการบริหารจัดการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ โรงแรมเฟิร์ล โรงแรมภูเก็ตเมอร์ลิน และโรงแรมถาวรแกรนด์พลาซ่า และนำเสนอยุทธศาสตร์การบริหารจัดการโรงแรมระดับ 3 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเลือกสนามวิจัยแบบเจาะจง เนื่องจากโรงแรมที่เลือกเป็นโรงแรมที่ดำเนิน

กิจการมาเป็นระยะเวลากว่า 25 ปี และสามารถดำรงอยู่มาจนถึงปัจจุบันภายใต้สภาวะการแข่งขันในการให้บริการ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ได้ผลการวิจัย ดังนี้ กระบวนการบริหารจัดการโรงแรมมี ขั้นตอน คือ 1) การเลือกสถานที่ตั้งโรงแรมเป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจ การติดต่อสื่อสาร อยู่ใกล้สถานบันเทิง 2) การบริหารทรัพยากรบุคคล การคัดเลือกบุคคลให้เหมาะสมกับงานให้ผลตอบแทนเพื่อสร้างแรงจูงใจ 3) การวางแผนบริหารจัดการโรงแรมต้องมีการวางแผนงานเชิงรุก มีการวางแผนการตลาดและการวงกลยุทธ การบริหารจัดการที่ชัดเจน ลักษณะเงื่อนไขที่มีผลต่อการบริหารจัดการโรงแรมมีเงื่อนไขสำคัญ 5 ประการ คือ 1) เงื่อนไขเกี่ยวกับผู้บริหาร มีความรู้ความสามารถ รับผิดชอบต่อหน้าที่ รับฟังความคิดเห็นของพนักงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 2) เงื่อนไขด้านบุคลากร เป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ มีความชำนาญในงาน รับการฝึกอบรมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานให้เกิดทักษะและความชำนาญเพิ่มขึ้น 3) เงื่อนไขด้านการกำหนดราคาและการตลาด คำนึงถึงหลักการ

ไตรภพ โคตรวงษา (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่องอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ พบว่า อันดับหนึ่ง คือ ด้านบุคคล (People) อันดับสอง คือ ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) อันดับสาม คือ ด้านราคา (Price) อันดับสี่ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อันดับห้า คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) อันดับหก คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับเครื่องหมายการค้าและระดับดาวของโรงแรม สภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก ความหลากหลายและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการภายในโรงแรม ด้านราคา (Price) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับราคาและคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มรวมถึงมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย เช่น เงินสด เช็คเดินทาง เครดิตการ์ด เป็นต้น ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการจองห้องพักผ่านเครือข่ายโรงแรมได้ทั่วโลก และการจองห้องพักและชำระค่าบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการ

โฆษณาผ่านโทรทัศน์ และการที่โรงแรมมีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของชุมชน ด้านบุคคล (People) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการที่พนักงานให้บริการที่ถูกต้องและรวดเร็วทันที และพนักงานมีบุคลิกภาพดีการแต่งกายสุภาพ สะอาดสะอ้าน ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับความเร็วในการลงทะเบียนเข้าพักและการคืนห้องพัก และด้านสุดท้ายสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับสถาปัตยกรรมในการก่อสร้างโรงแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สถาปัตยกรรมในการก่อสร้างแบบไทยผสมผสานกับความทันสมัยได้อย่างลงตัว การตกแต่งภายในห้องพักและโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เครื่องแบบพนักงานสวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่มีเอกลักษณ์และทันสมัย

#### งานวิจัยในต่างประเทศ

Yu-Shan, Shyh-Bao and Chao-Tung (2010) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ห้องพักของโรงแรมที่เป็นมิตรจะเพิ่มความพึงพอใจให้กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มากับบริษัททัวร์ การศึกษานี้ใช้การทดลองภาคสนามทำการสำรวจสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในโรงแรม ที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ จะส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุหรือไม่ การศึกษานี้ยังหาด้วยว่า การอธิบายของพนักงานจะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหรือไม่ รูปแบบการทดลองภาคสนามได้นำมาใช้กับการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสูงอายุนานที่มีกับบริษัททัวร์ คุณลักษณะเรื่องความเป็นมิตรกับผู้สูงอายุ ได้รับมาจากการทบทวนวรรณกรรมศึกษา การสนทนากลุ่ม 3 กลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ห้องพักของโรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุจะถูกกำหนดให้เป็นการทดลองกลุ่มแรก และห้องที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุพร้อมกับการอธิบายจากพนักงานจะถูกกำหนดให้เป็นการทดลองกลุ่มที่สอง แบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 397 ชุด สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุนานที่มีกับบริษัททัวร์ ผลการศึกษาบ่งชี้ว่า ห้องที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอาจเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยพิจารณาจากความสะอาด ความสบาย การตกแต่งไฟประดับ ความพึงพอใจโดยรวม และการแนะนำห้องต่อ อย่างไรก็ตาม การอธิบายจากพนักงานไม่ได้เพิ่มหรือมีอิทธิพลกับความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับห้องที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความเป็นมิตร

Chih-Hung (2008) ได้ทำการวิจัยเรื่องความต้องการของผู้สูงอายุสำหรับการบริการสปาในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: การศึกษาเชิงสำรวจ การศึกษานี้ทำการสำรวจตีความตีความในการให้บริการสปาและคุณลักษณะพิเศษต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ นอกจากศึกษาผู้สูงอายุแล้ว ยังทำการศึกษาผู้ที่มีอายุ 50-64 ปี (ก่อนวัยสูงอายุ) ด้วย เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะพิเศษที่เป็นตัวอย่าง 2 แบบ กับความแตกต่างของตีความตีความในการให้บริการสปา เนื่องจากจะเป็นตัวสร้างรูปแบบของระบบการบริการสปาและการบริหารจัดการสำหรับอ้างอิง ดังนั้น การศึกษานี้มีเป้าหมายที่ประชากรในเมืองของไต้หวันที่มีอายุ 50-64 ปี (มีศักยภาพที่จะเป็นผู้สูงอายุ) และอายุ 65 ปี (ผู้สูงอายุ) จัดเป็น 2 กลุ่มที่จะถูกทำการสำรวจ หลังจากทำการวิเคราะห์ทางสถิติกับตัวอย่างดังกล่าว การศึกษานี้พบ 3 ประเด็นหลัก ต่อไปนี้ 1) จากการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้สามารถพบปัจจัยตีความตีความ 6 ประการ ในการให้บริการสปาในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ สังคม/การเรียนรู้ การผ่อนคลาย สปาบำบัด/การใช้การได้ สิ่งอำนวยความสะดวก ข้อมูลสุขภาพที่จะมอบให้/การปรึกษา และ สภาพแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพ/อาหารที่ดีต่อสุขภาพ 2) ผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปีหรือมากกว่านั้น มีปัจจัยตีความตีความ “สังคม/การเรียนรู้” และ “ข้อมูลสุขภาพที่จะมอบให้/การปรึกษา” สูงกว่ากลุ่มก่อนวัยสูงอายุซึ่งมีอายุ 50-64 ปี อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม กลุ่มก่อนวัยสูงอายุซึ่งมีอายุ 50-64 ปี มีปัจจัยตีความตีความ “สิ่งอำนวยความสะดวก” สูงกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปีหรือมากกว่านั้น อย่างมีนัยสำคัญ 3) ทำการใช้โคสแควร์เพื่อทดสอบคุณลักษณะเด่นทางประชากร สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปี หรือมากกว่านั้น และกลุ่มก่อนวัยสูงอายุซึ่งมีอายุ 50-64 ปี ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปีหรือมากกว่านั้น มีระดับการศึกษาสูงกว่าและมีการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวสูงกว่า

Chen, et al. (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยสำคัญในการบริการลูกค้าและการแบ่งส่วนตลาดของผู้เยี่ยมชมที่มีอายุมาก ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามโรงแรมน้ำพุร้อน การศึกษานี้ แบ่งเป็นสองระยะในการรวมเอามุมมองของผู้ใหญ่สูงวัยกับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าไปไว้ในปัจจัยการบริการ ระยะที่ 1 เราทำการหาปัจจัยการบริการโดยการสัมภาษณ์ตัวต่อตัวกับผู้จัดการอาวุโสและที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์ด้านอุตสาหกรรมโรงแรมน้ำพุร้อน ระยะที่ 2 เราสัมภาษณ์ผู้ใหญ่สูงวัยที่น้ำพุร้อน และทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจและเชิงยืนยัน เพื่อพิจารณาความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของปัจจัยการบริการลูกค้า ผลการศึกษาได้เน้นถึงปัจจัยการบริการลูกค้า 7 ประการ ต่อไปนี้ 1) วิธีการสร้างเสริมสุขภาพ 2) การเรียนรู้ทางจิตใจ 3) ประสบการณ์ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ 4) การบำบัดผสมผสาน 5) การผ่อนคลาย 6) อาหารเพื่อสุขภาพ และ 7) กิจกรรม

ทางสังคม จากปัจจัยการบริการเหล่านี้ เมื่อใช้การวิเคราะห์จัดกลุ่มแล้ว ผู้ใหญ่สูงวัยที่ให้สัมภาษณ์จะถูกแบ่งออกเป็น กลุ่มองค์กรรวม กลุ่มการรักษาทางกายภาพ และกลุ่มสันทนากการ และการพักผ่อนหย่อนใจ สุดท้ายนี้ เรานำเสนอตัวแปรทางสังคม-ประชากร สำหรับอธิบายลักษณะเฉพาะของ 3 กลุ่ม ที่พบดังกล่าว

Ayed and Majed (2012) เรื่อง การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศจอร์แดน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และสถานที่ (Place) มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ส่วนบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และราคา (Price) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามลำดับ ได้แก่ปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย (Place) ด้านราคา (Price) ด้านบุคลากร (People) และด้านกระบวนการ (Process)

Abdul Rahim (2010) ได้ทำวิจัยเรื่องสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างที่สามารถเข้าถึงได้สำหรับคนชราและคนพิการในประเทศมาเลเซีย กรณีศึกษาโรงแรม ประเทศมาเลเซีย การศึกษาแนวทางในการปรับปรุงระดับการเข้าถึงอาคารต่าง ๆ ที่มีไว้สำหรับคนชราและคนพิการ ในสภาพแวดล้อมของโรงแรมและรีสอร์ท ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษา คือศึกษาพื้นที่และใช้การสำรวจเชิงสำรวจความสะดวกในการเข้าถึง การวิจัยข้อมูลพื้นฐานและใช้การสัมภาษณ์ โดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยอิงตามการตรวจสอบด้วยการประเมินความสะดวกสบายในการเข้าถึง การสังเกตการณ์ การวิเคราะห์แผนงาน ภาพถ่ายและแบบสอบถาม อีกทั้ง มีการดำเนินการตรวจสอบด้วยการประเมินความสะดวกสบายในการเข้าถึงในโรงแรมและรีสอร์ท 2 แห่ง ในเดือนกรกฎาคมและเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2007 ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกไว้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โรงแรมและรีสอร์ทที่เลือกไว้สร้างขึ้นในคริสต์ทศวรรษ 1980 โดยแห่งแรกตั้งอยู่ในเขตชนบทและอีกแห่งหนึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมือง ผลการตรวจสอบดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ให้บริการสามารถนำผลการตรวจสอบไปปรับปรุง อาคารและยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่เพื่อจัดให้สิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างเหมาะสำหรับคนชราและคนพิการ โดยช่วยให้คนชราและคนพิการสามารถเคลื่อนไหวไปมาได้อย่างอิสระ อย่างปลอดภัยและเข้าร่วมสังคมในพื้นที่อาคารสาธารณะและบริเวณที่เป็นสาธารณะได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

Radisic, Perisic and Berecic (2010) ได้ทำการวิจัยเรื่องการตลาดด้านการขายผลิตภัณฑ์ของโรงแรม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ซึ่งได้แก่ โรงแรมมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวก



ต่างที่หลากหลายครบครัน ห้องมีความสะอาดรวมถึงที่ตั้งสามารถเดินทางได้สะดวก มีการรักษาความปลอดภัยที่ดี และผลผลิตภัณฑของโรงแรมควรมีการปรับปรุงเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักได้อย่างเต็มที่ การที่โรงแรมจะสามารถประสบความสำเร็จ นอกจากการทำการตลาดภายนอกแล้ว อาทิ การส่งเสริมการขายต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลในการประกอบการ ทั้งนี้ ควรมีการทำการตลาดภายในด้วยเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้เข้าพัก อาทิ การปรับปรุงผลผลิตภัณฑ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ซึ่งเป็นส่วนประสมทางการตลาดด้านผลผลิตภัณฑ จะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความประทับใจ และตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักได้ดีที่สุด ฉะนั้นจึงต้องมีการประยุกต์ให้มีความทันสมัยตรงกับความต้องการของผู้เข้าพัก

Heide and Gronhaug (2009) ได้ทำการวิจัยเรื่องการออกแบบและการบริหารจัดการบรรยากาศ-นัยสำคัญสำหรับสถาปัตยกรรมและการบริการของโรงแรม บรรยากาศได้กลายเป็นหัวข้อสำคัญของผู้จัดการด้านการท่องเที่ยวและฝ่ายต้อนรับทั่วโลก ผู้เชี่ยวชาญหลากหลายได้เข้ามามีส่วนร่วมในความพยายามที่จะปรับปรุงบรรยากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้จัดการฝ่ายต้อนรับและผู้เชี่ยวชาญภายนอก อาทิ นักออกแบบและสถาปนิก ถึงแม้จะมีความสนใจเชิงการบริหารจัดการในวงกว้าง แต่ยังคงขาดงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่จะอธิบายบรรยากาศและบทบาทของมันในบริบทของสถานบริการ ผู้เขียนพยายามที่จะเพิ่มเติมองค์ความรู้ปัจจุบันโดยพยายามทำความเข้าใจอันลึกซึ้งในผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้จัดการโรงแรมเข้าใจอะไรบ้างเกี่ยวกับบรรยากาศและพวกเขาดำเนินการที่จะปรับปรุงบรรยากาศของสถานประกอบการของพวกเขาอย่างไร การศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างที่สำคัญในความเข้าใจของทั้งสองกลุ่มถึงความสำคัญของปัจจัยที่ส่งเสริมบรรยากาศต่าง ๆ (ปัจจัยเชิงเหตุ) และประโยชน์และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนกับการสร้างบรรยากาศ (ผลลัพธ์) ความแตกต่างเหล่านี้อาจส่งผลต่อลำดับความสำคัญและทำให้เกิดการความขัดแย้งได้ นอกจากนี้ ยังมีการกล่าวถึงนัยสำคัญเชิงการบริหารจัดการและคำแนะนำเพื่อที่จะกระตุ้นให้เกิดงานวิจัยในอนาคตด้วย

Cathy and Huang (2008) ได้ทำการศึกษาเรื่องโมเดลแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ-เรื่องราวจากปักกิ่งและเซี่ยงไฮ้ การศึกษานี้ได้ทำการหาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศจีน ซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่เผชิญกับอัตราการชราภาพที่รวดเร็วที่สุดในโลก และในขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดเป็นอภิมหาอำนาจการท่องเที่ยวไปทั่วโลก โมเดลทางทฤษฎีจะถูกพัฒนาขึ้นโดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างละเอียดจากการใช้ทฤษฎีจิตวิทยาขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับการชราภาพและแรงจูงใจ และการใช้วิธีทฤษฎี

ฐานราก ทำให้การศึกษานี้สามารถนำเสนอโมเดลแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวจีน โมเดลนี้ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักสองอย่าง 1) สภาวะภายนอก ได้แก่ ความก้าวหน้าทางสังคม การเงินส่วนบุคคล เวลา และสุขภาพ โดยที่การเงินส่วนบุคคลและเวลาจะมีส่วนช่วยจากครอบครัวและการงานความรับผิดชอบ 2) ความต้องการภายใน ได้แก่ การปรับปรุงความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น การหลบหนีจากกิจวัตร การเข้าสังคม การหาความรู้ ความภาคภูมิใจ และความรักชาติ รางวัลส่วนตัว และการโหยหาอดีต ปัจจัยสี่ประการแรกได้รับอิทธิพลจากแนวคิดเรื่องการดำรงชีวิตอย่างต่อเนื่อง ขณะที่การหาความรู้และความภาคภูมิใจ และความรักชาติได้รับอิทธิพลจากแนวคิดเรื่องความเคารพ มากกว่านั้น การศึกษานี้ทำการเสนอหัวข้ออภิปรายจำนวนแปดหัวข้อ แต่ละข้อจะถูกอภิปรายโดยอ้างอิงจากวรรณกรรม การศึกษาที่มีอยู่เกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

SooCheng, Chi-Mei and Jang (2006) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ การสำรวจผู้สูงอายุชาวไต้หวัน ตลาดผู้สูงอายุได้รับความสนใจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยหลักแล้วเป็นเพราะมีขนาดใหญ่ อำนาจในการซื้อเพิ่มขึ้น และความยืดหยุ่นของเวลาหลังการเกษียณ จุดประสงค์หลักของการศึกษานี้คือ เพื่ออธิบายถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไต้หวัน และเพื่อหาว่าตัวแปรใดมีความสำคัญในการอธิบายถึงความแปรปรวนของแรงจูงใจ จากการใช้การวิเคราะห์ปัจจัย การศึกษานี้พบปัจจัยแรงจูงใจแบบหลัก 5 ประการ และแบบดิ่ง 3 ประการ ในปัจจัยเหล่านี้ “การหาความรู้” เป็นแรงจูงใจแบบหลักที่สำคัญที่สุด และ “ความสะอาดและปลอดภัย” เป็นแรงจูงใจแบบดิ่งที่สำคัญที่สุด การวิเคราะห์การถดถอยต่อไปได้บ่งชี้ว่า สถานะทางสุขภาพ และอารมณ์ที่แสดงออกในทางบวกและลบ มีส่วนสำคัญต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวไต้หวัน

Callan and Bowman (2000) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเลือกโรงแรมและการพิจารณาคุณลักษณะทางคุณภาพที่โดดเด่น การศึกษาเบื้องต้นในนักท่องเที่ยวสูงวัยชาวบริติช รายงานการศึกษานี้แสดงสิ่งที่พบจากการสำรวจนักท่องเที่ยวสูงวัยชาวบริติชจำนวน 104 คน ซึ่งได้ให้คะแนนความสำคัญของคุณลักษณะโรงแรม 38 อย่าง เมื่อทำการเลือกโรงแรมหรือตัดสินใจคุณภาพของโรงแรม โดยทำการตอบแบบสอบถามด้วยตัวเอง ที่การพบปะตามสาขาท้องถิ่นต่าง ๆ ของสมาคมผู้สูงวัย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคาดหวังระดับสูงในคุณภาพการบริการของโรงแรม พวกเขาเป็นกลุ่มที่มีความตระหนักเข้าใจดี เน้นถึงความคุ้มค่าของเงินเป็นอย่างมาก แทนที่จะดูเพียงราคาหรือส่วนลดแต่อย่างเดียว สิ่งที่พบในการศึกษาได้เน้นถึงความสำคัญของการทัศนคติและพฤติกรรมของพนักงานบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสนันทนาการ

ถูกพบว่าค่อนข้างจะไม่มี ความสำคัญ แต่คุณลักษณะบางอย่างที่จำเพาะกับ ผู้สูงวัยซึ่งเกี่ยวข้องกับ ข้อจำกัดในการเคลื่อนที่นั้น ถูกพบว่ามีความโดดเด่นสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามในสัดส่วน ที่สำคัญ พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ และสถานะการเกษียณ จะมีความแตกต่างอย่าง มีนัยสำคัญ เป็นการบ่งชี้ว่าตลาดผู้สูงวัยนั้นมีความแตกต่างกันไป

Fleischer and Pizam (2002) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ข้อจำกัดในการท่องเที่ยว ของผู้สูงอายุชาวอิสราเอล การสำรวจพลเมืองผู้สูงอายุชาวอิสราเอลได้ถูกดำเนินการขึ้น เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นระยะเวลาต่าง ๆ แรงจูงใจ ในการท่องเที่ยวของพวกเขาพบว่า คือ รายได้และสุขภาพ แต่ระยะเวลาในการท่องเที่ยว จะเปลี่ยนแปลงตามอายุ โดยช่วงอายุระหว่าง 55 ถึง 65 ปี จะมีเวลาว่างมากขึ้นและมีรายได้ ครวี่เรือนมากขึ้น ทำให้มีจำนวนวันในการท่องเที่ยวพักผ่อนเพิ่มขึ้น กลุ่มที่อายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป จะมีรายได้ลดลงและสุขภาพถดถอย ทำให้มีจำนวนวันในการท่องเที่ยวพักผ่อน น้อยลง ผลการศึกษานี้ยืนยันสมมุติฐานว่าส่วนแบ่งตลาดนี้ไม่ต่างกันในเรื่องพฤติกรรม การตัดสินใจในการท่องเที่ยวพักผ่อน

Choi and Chu (2011) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ในการเข้าพักโรงแรมในฮ่องกง ได้ใช้องค์ประกอบของการตัดสินใจของผู้เข้าพักโรงแรม ในฮ่องกง จัดแบ่งออกเป็นปัจจัยหลักและปัจจัยรองที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้เข้าพัก และช่วยให้โรงแรมในฮ่องกงทราบถึงจุดที่ลูกค้าให้ความสำคัญมากและน้อย เพื่อให้โรงแรม สามารถพัฒนาและปรับปรุง สร้างความเป็นเลิศในปัจจัยเหล่านี้ได้นั้นถูกต้องตามความสำคัญ นักวิจัยพบว่า 5 ปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโรงแรม คือ คุณภาพ การให้บริการของพนักงานโรงแรม ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย คุณภาพของห้องพัก การรักษา ความปลอดภัย และคุณภาพของอุปกรณ์อำนวยความสะดวก สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ ของพนักงานในโรงแรม ความคุ้มค่าของเงินที่จ่าย และคุณภาพของห้องพัก เป็น 3 ปัจจัย ที่มีความสำคัญมากที่สุด โดยปัจจัยทั้ง 3 นี้ จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจกับโรงแรม และเกิดการตัดสินใจซื้อซ้ำหรือบอกต่อยังคนรู้จัก

## สรุปแนวคิดการวิจัย

### ตาราง 2 แสดงสรุปแนวคิดการวิจัย

สรุปแนวคิดการวิจัย
<p><b>1. แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยว</b></p> <p>การท่องเที่ยวคือการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่งด้วยความเต็มใจ ความสมัครใจ ทั้งนี้จะต้องมีการค้างคืนหรือไม่ค้างคืนก็ได้ โดยมีได้เป็นการแสวงหารายได้ โดยการท่องเที่ยวมี 7A's องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) รายการนำเที่ยวสำเร็จรูปที่มีอยู่ (Available Packages) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) บริการเสริม (Ancillary Services) และสุนทรียศาสตร์ (Aesthetic) โดยองค์ประกอบทั้งหมดคือองค์ประกอบที่สำคัญ ไม่สามารถขาดสิ่งหนึ่งสิ่งใดได้เลย การที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวหรือเพื่อการวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยว จำเป็นที่จะต้องมององค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้นครบสมบูรณ์</p>
<p><b>2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการจัดการการท่องเที่ยว</b></p> <p>ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดการบริหารจัดการ คือ กระบวนการบริหารเป็นการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีขั้นตอนและเหมาะสมกับหน่วยงานและองค์กรหรืออาจสรุปได้อีกอย่างหนึ่งว่า การบริหาร คือ การหาทางทำงานให้สำเร็จ และการทำงานให้สำเร็จได้นั้นมีวิธีการมากมายหลายวิธีที่ผู้บริหารทั้งหลายสามารถใช้ความรู้ความสามารถเพื่อเลือกวิธีที่เหมาะสมตามสภาพความรู้ ความสามารถ สภาพความต้องการ และสภาพแวดล้อมมาใช้ให้เป็นประโยชน์ได้ ซึ่งนำมาผนวกกับการจัดการการท่องเที่ยว คือ การกระทำอย่างมีเป้าหมาย มีแบบแผน โดยคำนึงถึงสภาพจริงของพื้นที่ ชัดจำกัด ข้อจำกัดบางอย่าง โดยในแต่ละพื้นที่จะมีทรัพยากรที่แตกต่างกันออกไป ควรมีการวางแผนจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อป้องกันความล้มเหลวจากการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแบบอย่างในการนำไปปฏิบัติได้</p>
<p><b>3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว</b></p> <p>การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง สังกัด นำไปสู่การวิจัย การวิเคราะห์การพยากรณ์ และการเลือกสรรส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการที่เหมาะสมเพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยศึกษาพฤติกรรมความต้องการของกลุ่มลูกค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจ การรู้จักสินค้า สื่อสารข้อมูลและข่าวสารไปลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย โดยการตลาดต้องมีส่วนประสมการตลาดที่เรียกว่า (Marketing Mix) ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Process of Delivery) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) กระบวนการซื้อ (Purchasing Process) การจัดรวมผลิตภัณฑ์ (Packaging) และความร่วมมือทางธุรกิจ (Partnership/Participation) การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ คือ การจัดกลุ่มลูกค้าโดยใช้หลักเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อคัดสรรลูกค้าให้ตรงกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอ โดยใช้เกณฑ์แบ่งได้ตามลักษณะของประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์ หรืออื่น ๆ โดยในงานวิจัยเรื่องนี้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยอาศัยช่วงอายุและลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นสำคัญ</p>

## ตาราง 2 (ต่อ)

### สรุปแนวคิดการวิจัย

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ คือ สิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของตัวบุคคลที่จะเป็นตัวส่งเสริมให้บุคคลแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมา เพื่อให้บรรลุตามที่ใจตนเองมุ่งหวังไว้ เมื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจและได้เห็นภาพหรือสื่อเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้เกิดแรงขับที่จะต้องไปเยือนสถานที่นั้น ๆ

#### 5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติก่อนการใช้บริการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นความคาดหวังจากสภาพทางกายภาพของโรงแรม เช่น ทางเดินลาดเอียง พื้นผิวสัมผัส ลิฟต์ ราวจับ เป็นต้น ซึ่งความคาดหวังของแต่ละบุคคลเกิดจากจินตนาการและประสบการณ์ที่เคยได้รับมาก่อนหน้านี้

#### 6. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวกของบุคคลต่อสิ่ง ๆ หนึ่ง ที่ได้รับการตอบสนองตามที่ตนเองต้องการ จนเกิดความรู้สึกดีต่อสิ่ง ๆ นั้น ในทางตรงกันความหากไม่ได้รับการตอบสนองและมีความรู้สึกเชิงลบจะเกิดความไม่พึงพอใจ

#### 7. แนวคิดเกี่ยวกับโรงแรมและที่พัก

โรงแรมที่มีมาตรฐานการบริการเทียบเท่าระดับ 3 ดาว ขึ้นไป โดยใช้การแบ่งแบบลักษณะการเข้าพักที่มีความสะดวกสบาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กรวรรณ สังขกร ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมเลือกพักแรมในโรงแรมขนาด 3-4 ดาว เพราะมีราคาที่ย่อมเยาซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถจ่ายได้ ด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจะใช้เวลาในการท่องเที่ยว 2-3 สัปดาห์และไม่นิยมเปลี่ยนที่พักแรมบ่อย

#### 8. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป มีการเสื่อมสภาพของร่างกาย เช่น มีกำลังวังชาลดลง มีความแข็งแรงมากขึ้น และความสามารถในการใช้ศักยภาพของร่างกายลดลง ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและสังคมขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัย สภาพร่างกาย และการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและสังคมของแต่ละบุคคล ดังนั้น ความชราสามารถพิจารณาได้ 2 ประเด็น คือ ประเด็นที่กำหนดโดยกาลเวลา และประเด็นที่เกิดขึ้นตามที่เป็นจริง ความชราที่ใช้กาลเวลาเป็นเครื่องกำหนดนั้นอาจจะยอมรับกันว่าคนที่อายุ 55 ปีขึ้นไป ถือว่าเป็นผู้สูงอายุ ส่วนความชราตามความเป็นจริงนั้นพิจารณาจากความเสื่อมโทรมของร่างกายและสภาพอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละคน ดังนั้น แม้บุคคลจะมีอายุเท่า ๆ กันแต่คนอาจมีความชราแตกต่างกันได้ แนวคิดนี้ ผู้สูงอายุหรือคนชราเป็นบุคคลที่มีความแตกต่างด้านชีวภาพและกายภาพ อันเนื่องมาจากอายุวัยที่มีมากกว่าบุคคลกลุ่มอื่น ๆ แต่ทว่าผู้สูงอายุนับว่าเป็นผู้ที่มีประสบการณ์และรับรู้เรื่องราวที่สั่งสมมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยกว่า โดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้สูงอายุออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) เป็นช่วงที่ยังมีพลังช่วยเหลือตนเองได้

## ตาราง 2 (ต่อ)

### สรุปแนวคิดการวิจัย

2) ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) เริ่มมีอาการเจ็บป่วย ร่างกายเริ่มอ่อนแอ มีโรคประจำตัวหรือโรคเรื้อรัง และ 3) ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) เจ็บป่วยบ่อยขึ้น อวัยวะเสื่อมสภาพ อาจมีภาวะทุพพลภาพความต้องการของผู้สูงอายุ คือ ผู้สูงอายุต้องการที่จะใช้ชีวิตหรือดำเนินกิจกรรมที่อิสระ มีโอกาสใช้เวลาว่างร่วมกับผู้อื่นโดยเฉพาะในวัยเดียวกัน เพราะการเรียนรู้และการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุก็น่ามีความสำคัญการได้รับความรู้ใหม่ ๆ วิธีการใหม่ ๆ ที่เจริญก้าวหน้าจะทำให้เป็นคนทันต่อเหตุการณ์ การตอบสนองจากความต้องการ จึงทำให้เกิดความรักตนเองรักผู้อื่นรักธรรมชาติ มองตนเองอย่างมีคุณค่า จึงจำเป็นที่จะต้องจัดในรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลาย และเน้นความแปลกใหม่ท้าทายความสามารถ

### 9. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ คือ การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในต่างแดนของผู้เกษียณอายุจากการทำงานหรือผู้ที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป โดยเป็นการพักผ่อนที่ชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ตามความศักยภาพของร่างกาย โดยนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมักมีปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล โดยมีการวิเคราะห์โปรแกรมท่องเที่ยวอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจซื้อ และมักเลือกโปรแกรมแบบเหมารวม โดยให้ความสำคัญกับราคาเป็นหลัก โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 80 ปีขึ้นไปจะเคลื่อนไหวร่างกายได้ลำบากทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม 80 ปีขึ้นไปอาจไม่ตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวเลย ซึ่งต่างจากกลุ่ม 60-79 ปี ความสะดวกสบายเป็นปัจจัยทั้งด้านกายภาพและปัจจัยด้านจิตวิทยาสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งทำให้ปัจจัยด้านความมั่นคงและความปลอดภัยมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุไม่ได้ให้ความสำคัญการเดินทางท่องเที่ยวเพียงคนเดียว เพราะสามารถท่องเที่ยวกับกลุ่มทัวร์ได้โดยไม่รู้สึกลำบาก โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับด้านความสะดวกสบายมากกว่าเพศชาย และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ต้องการความสะดวกสบายทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก ต้องการความปลอดภัยและต้องการซื้อสินค้าและบริการ โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสูงอายุจะเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลา 15-20 วัน ต่อครั้ง เดินทางท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง ต่อปี และในแต่ละครั้งจะเดินทางมากกว่า 1 เมือง หรือ 1 จังหวัด

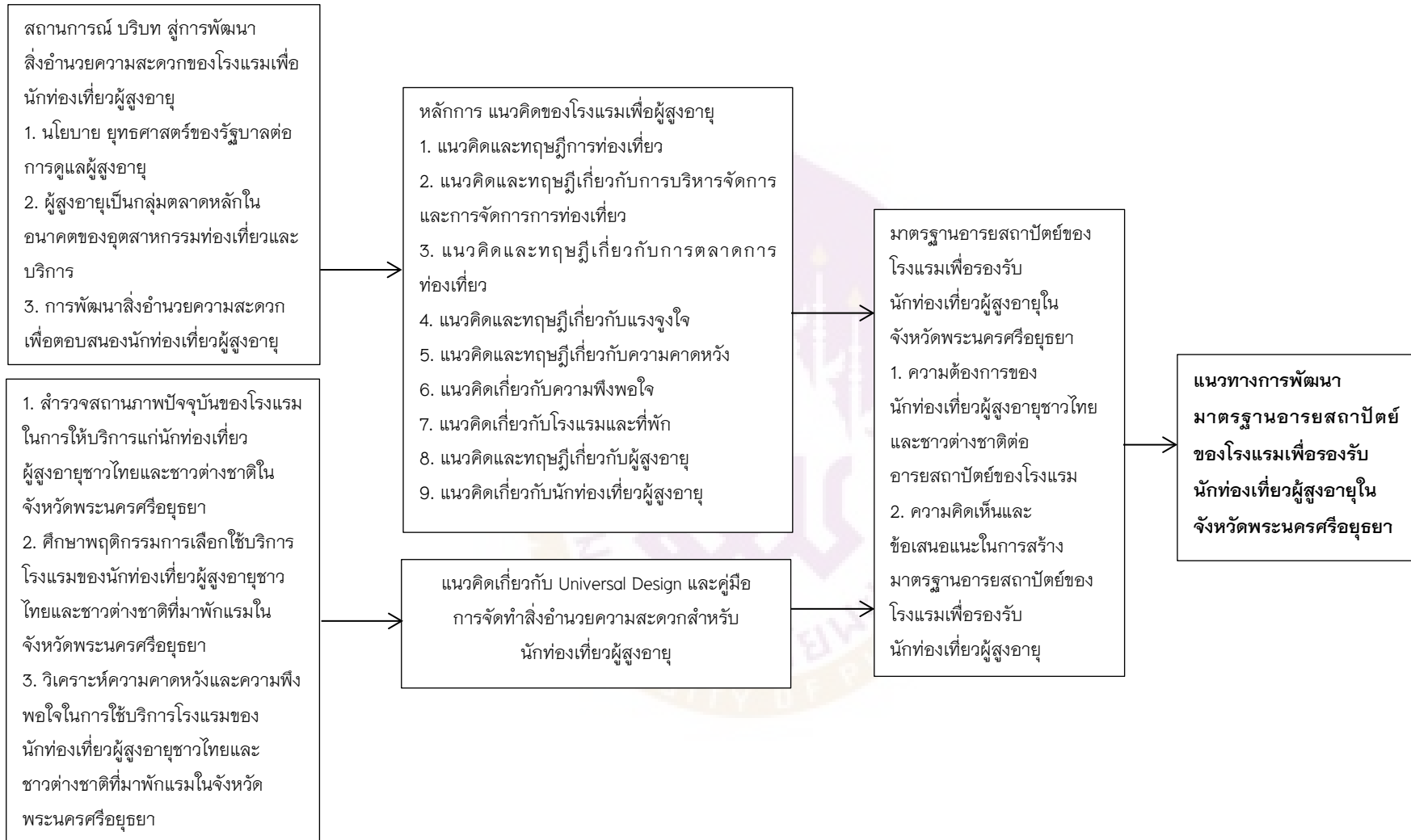
## ตาราง 2 (ต่อ)

## สรุปแนวคิดการวิจัย

## 10. แนวคิดเกี่ยวกับ Universal Design และคู่มือการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวยุสูงอายุ

Universal Design คือ การออกแบบสิ่งแวดล้อม การสร้างสถานที่และสิ่งของต่าง ๆ เพื่อการใช้งานของคนทุกกลุ่มในสังคมได้ใช้อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่ต้องมีการออกแบบดัดแปลงพิเศษหรือเฉพาะเจาะจงเพื่อบุคคลกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ โดยมีองค์ประกอบ คือ เสริมภาค ยืดหยุ่น เรียบง่ายเข้าใจได้ดี ใช้งานง่าย ทนทานและปลอดภัย ทุนแรงและขนาดที่เหมาะสม ซึ่งในปัจจุบันและอนาคตประเทศไทยจะมีสังคมผู้สูงอายุมากขึ้นอีกทั้งประเทศไทยยังเป็นประเทศที่ถูกเลือกให้เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จึงจำเป็นจะต้องเตรียมพร้อมเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งนี้ตามแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจมีการปรับปรุงทางกายภาพไปบางส่วน แต่ภาคเอกชนยังคงมีการเปลี่ยนแปลงเป็นส่วนน้อยเพราะต้องใช้เงินลงทุนในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับคนทุกวัย





ภาพ 37 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” เป็นการวิจัยโดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ที่มีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาประกอบกันเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ โดยมีวิธีการศึกษาตามวัตถุประสงค์ 5 ข้อ ดังนี้

1. เพื่อสำรวจสถานการณ์ภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

#### ขั้นตอนในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ที่มีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาประกอบกันเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามที่ผู้วิจัยต้องการ ผู้วิจัยจึงได้แบ่งขั้นตอนในการทำวิจัยเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ผู้วิจัยทำการศึกษาเกี่ยวกับการ Universal Design และคู่มือการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อนำไปใช้อ้างอิงในขั้นตอนการออกแบบเครื่องมือแบบสำรวจ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

**ขั้นตอนที่ 2** ผู้วิจัยสร้างแบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมโดยอ้างอิงมาตรฐาน Universal Design เป็นเกณฑ์ โดยเครื่องมือดังกล่าวเป็นแบบ (Check-list) และใช้สำรวจโรงแรมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 16 โรงแรม และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ

(Quantitative Research)

**ขั้นตอนที่ 3** ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามเชิงปริมาณจำนวน 400 ชุด โดยข้อความมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงที่ได้วิเคราะห์ในเบื้องต้น และคำถามอิงจากแนวคิด ทฤษฎี การท่องเที่ยว การบริหารจัดการ การตลาดการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ แรงจูงใจ ผู้สูงอายุ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยจัดพิมพ์ 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 ตัวอย่าง แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างประเทศ จำนวน 80 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

**ขั้นตอนที่ 4** ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบ และกลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยแบบสัมภาษณ์จำนวน 24 ชุดแบ่งตามกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 16 ชุด
2. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ชุด
3. กลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 5 ชุด

**ขั้นตอนที่ 5** ผู้วิจัยจัดการประชุมกลุ่มและรายงานข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และกลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษาได้ทราบ จากนั้นร่วมกันวิเคราะห์ศักยภาพในการบริหารจัดการโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากนั้นร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ที่มีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาประกอบกันเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามที่ผู้วิจัยต้องการ สามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

### เชิงคุณภาพ

**กลุ่มที่ 1** กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้บริหารโรงแรม หัวหน้าระดับสูง พนักงานปฏิบัติการโรงแรม และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีจำนวนโรงแรมรวมจำนวน 327 แห่ง เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 16 แห่ง ได้แก่

1. โรงแรมอยุธยา แกรนด์
2. โรงแรมโอยูเดียออนเดอะริเวอร์
3. โรงแรมคลาสสิก คาไมโอ แอนด์ เซอร์วิส อพาตเมนท์
4. โรงแรมคาวาลิ คาซ่า รีสอร์ท
5. แอมโป เรสซิเดนซ์
6. โรงแรมศาลาอยุธยา
7. โรงแรมกรุงศรีริเวอร์
8. วาสนา ดีไซน์ โฮเทล
9. โรงแรมอโยธยา
10. วรบุรี อโยธยา คอนเวนชัน รีสอร์ท
11. อโยธยา ริทรีต
12. แคนทารี โฮเทล อโยธยา
13. ริเวอร์วิว เพลส โฮเต็ล
14. อโยธยา วิลเลจ
15. พลุทยา รีสอร์ท แอนด์ สปา
16. อโยธยา การ์เด็นริเวอร์โฮม

**กลุ่มที่ 2** กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้แก่ วิศวกร สถาปนิก จำนวน 3 คน

1. คุณโชคชัย เมฆฉาย โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. คุณคตวิชัย นันทีะยานา วิศวกรจากบริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)
3. คุณทรงยศ วีระทวีมาศ ตัวแทนจากบริษัทปูนซีเมนต์ไทย ส่วนงาน SCG Eldercare Solution

**กลุ่มที่ 3** นักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา ได้แก่ นักวิชาการ ครู-อาจารย์ ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การตลาดบริการ ธุรกิจโรงแรม จำนวน 5 คน ได้แก่

1. ดร.ธารณี นวัสนธิ อาจารย์และหัวหน้าสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
2. ดร.อิสระพงศ์ พลธานี อาจารย์สายวิชาศิลปศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
3. อาจารย์ฐาปกรณ์ ทองคำนุช อาจารย์สาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
4. อาจารย์หงสกุล เมสนุกูล อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
5. อาจารย์ปวีณา ขำพัด อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรม การโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

### เชิงปริมาณ

**กลุ่มที่ 4** กลุ่มผู้ใช้บริการ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 1,548,608 คน ทำการเทียบสัดส่วนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จากสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ด้านสถานการณ์นักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2555-2560 พบว่ามีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุคิดเป็นจำนวนร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 80 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 20 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คือ 400 ตัวอย่าง แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 80 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 80 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 20 ซึ่งเป็นวิธีการที่สอดคล้องกับ (ราณี อิลิชัยกุล, 2557, หน้า 137) ในการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology) ที่มีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มาประกอบกันเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ตามที่ผู้วิจัยต้องการ ซึ่งมีเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

### เชิงคุณภาพ

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบ และกลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง จำนวน 24 คน ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้บริหารโรงแรม หัวหน้าระดับสูง พนักงานปฏิบัติการโรงแรม และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 16 โรงแรม โรงแรมละ 1 คน รวม 16 คน

1.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้แก่ วิศวกร สถาปนิก จำนวน 3 คน

คุณโชคชัย เมฆฉาย โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คุณคตวิชัย นันทะยานา วิศวกรจากบริษัทอิตาเลียนไทย ดีเวล๊อปเมนต์ จำกัด

(มหาชน)

คุณทรงยศ วีระทวีมาศ ตัวแทนจากบริษัทปูนซีเมนต์ไทย ส่วนงาน SCG Eldercare Solution

1.3 กลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา ได้แก่ นักวิชาการ ครู-อาจารย์ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การตลาดบริการ ธุรกิจโรงแรม จำนวน 5 คน ได้แก่

ดร.ธารณี นวัสนธิ อาจารย์และหัวหน้าสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ดร.อิสระพงศ์ พลธานี อาจารย์สายวิชาศิลปศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

อาจารย์ฐาปกรณ์ ทองคำนุช อาจารย์สาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

อาจารย์หงสกุล เมสนุกุล อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

อาจารย์ปวีณา ขำพัด อาจารย์สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรม การโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

2. การประชุมกลุ่ม (Group Discussion) กับกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และกลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง จำนวน 24 คน ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้บริหารโรงแรม หัวหน้าระดับสูง พนักงานปฏิบัติการโรงแรม และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 16 โรงแรม โรงแรมละ 1 คน รวม 16 คน

2.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ได้แก่ วิศวกร สถาปนิก จำนวน 3 คน

2.3 กลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา ได้แก่ นักวิชาการ ครู-อาจารย์

ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว การตลาดบริการ ธุรกิจโรงแรม จำนวน 5 คน

### เชิงปริมาณ

1. แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อสำรวจสถานภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้จากการศึกษาระเบียบคณะกรรมการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการ ว่าด้วยมาตรฐานอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกโดยแก่คนพิการ พ.ศ. 2544 นำมาสร้างเป็นแบบสำรวจตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีเชิงปริมาณ ให้เลือกตอบ 3 ตัวเลือก ไม่มี มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน มีและได้มาตรฐาน และหมายเหตุกับกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 16 แห่ง เมื่อได้แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เรียบร้อยแล้ว ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อคำถามกับความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ที่ทำการศึกษา

2. แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 คน และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 80 คน ข้อคำถามเป็นทั้งข้อคำถามแบบให้เลือกตอบ (Structured Question) และข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (checklist) เพื่อสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สัญชาติสถานภาพ ระดับการศึกษา การเกษียณอายุจากการทำงาน การประกอบอาชีพในอดีตและปัจจุบัน ภาระด้านครอบครัว รายได้ และแหล่งที่มาของรายได้ เป็นลักษณะแบบเลือกตอบ (Structured Question)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อการเลือกพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 2 หมวด ได้แก่ หมวดที่ 1 ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หมวดที่ 2 พฤติกรรมการเลือกที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ด้านที่พัก ด้านที่

2 ด้านราคา ด้านที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านที่ 5 ด้านพนักงานบริการ ด้านที่ 6 ด้านกระบวนการ ด้านที่ 7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question)

โดยแบบสอบถามจัดทำเป็น 2 ภาษา คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยแบบสอบถามภาษาอังกฤษได้จากการนำแบบสอบถามภาษาไทยให้ผู้เชี่ยวชาญทางการแปลภาษาอังกฤษ คือ ดร.ทิวา ใจหลัก เป็นผู้แปลและตรวจสอบความถูกต้องทางภาษา จากนั้นนำแบบสอบถามภาษาอังกฤษให้ผู้เชี่ยวชาญทางการแปล แปลแบบสอบถามจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย คือ ผศ.ดวงจันทร์ ลิณีโพธิ์ เมื่อเนื้อหาจากการแปลเหมือนกันและมีใจความตรงกัน จึงถือว่าแบบสอบถามภาษาอังกฤษนั้นถูกต้องตามหลักภาษาและนำสู่กระบวนการตรวจ IOC

### การสร้างเครื่องมือ

1. แบบสำรวจ ผู้วิจัยทำการศึกษาเกี่ยวกับการ Universal Design และคู่มือการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพื่อนำไปใช้อ้างอิงในการสร้างเครื่องมือแบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมโดยอ้างอิงมาตรฐาน Universal Design เป็นเกณฑ์ โดยเครื่องมือดังกล่าวเป็นแบบ (Check-List) และนำแบบสำรวจไปทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถาม (IOC) จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณ เสนอผู้เชี่ยวชาญประมาณ จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย ผศ.ดร.เสงี่ยม บุญพัฒน์ ผศ.ดร.อรรณ บุญพัฒน์ ดร.ธารณี นวัสนธิ์ ดร.ธนภูมิ ปองเสงี่ยม และดร.ทิวา ใจหลัก แล้วปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ สำหรับการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแต่ละข้อ ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 แสดงว่าคำถามนั้นวัดเนื้อหาตรงตามที่ต้องการ แต่ถ้าค่าความสอดคล้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.5 แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดเนื้อหาไม่ตรงตามที่ต้องการวัด (ทองใบ สุดชาติ, 2546, หน้า 81) จนได้แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุฉบับสมบูรณ์ โดยผลการตรวจสอบ IOC ของข้อคำถามทุกข้อมีคะแนนเกิน 0.5 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามสามารถยอมรับได้และสามารถใช้ในแบบสำรวจได้

2. แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จัดทำขึ้นโดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (checklist) เพื่อสอบถามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สัญชาติสถานภาพ ระดับการศึกษา การเกษียณอายุจากการทำงาน การประกอบอาชีพในอดีตและปัจจุบัน ภาระด้านครอบครัว รายได้ และแหล่งที่มาของรายได้ เป็นลักษณะแบบเลือกตอบ (Structured Question)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 2 หมวด ได้แก่ หมวดที่ 1 ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา หมวดที่ 2 พฤติกรรมการเลือกที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านที่ 1 ด้านที่พัก ด้านที่ 2 ด้านราคา ด้านที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านที่ 5 ด้านพนักงานบริการ ด้านที่ 6 ด้านกระบวนการ ด้านที่ 7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นคำถามปลายเปิด(Open-Ended Question)

ทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถาม (IOC) จากนั้นจะนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณ เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย ผศ.ดร.เสงี่ยม บุญพัฒน์ ผศ.ดร.อรรณ บุญพัฒน์ ดร.ธารณี นวสินธิ์ ดร.ชนภูมิ ปองเสงี่ยม และ ดร.ทิวา ใจหลัก แล้วปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ สำหรับการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามในแต่ละข้อ ถ้าค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 แสดงว่าคำถามนั้นวัดเนื้อหาตรงตามที่ต้องการ แต่ถ้าค่าความสอดคล้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.7 แสดงว่าข้อคำถามนั้นวัดเนื้อหาไม่ตรงตามที่ต้องการวัด (ทองใบ สุตซารี, 2546, หน้า 81) โดยผลการตรวจสอบ IOC ทุกข้อคำถามมีคะแนนเกิน 0.5 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามสามารถยอมรับได้และสามารถใช้ในรูปแบบสำรวจได้



หลังจากที่ผ่านการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถาม (IOC) เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มทดลองซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยในครั้งนี้จำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( \frac{1 - \sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

$\alpha$  = ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

N = ค่าจำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum s_i^2$  = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

$s_t^2$  = ค่าความแปรปรวนของคะแนนแบบสอบถามทั้งฉบับ

เมื่อคำนวณค่าความเชื่อมั่นดังกล่าวแล้ว ถ้าค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.7 ต้องนำมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจนกว่าจะได้ค่าสูงกว่าเดิม จึงจะถือว่าเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ได้มาตรฐาน เพื่อไปเก็บข้อมูลในภาคสนามต่อไป

3. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structures Interview) โดยกำหนดข้อคำถามไว้ล่วงหน้า ได้แก่

ข้อคำถามสำหรับผู้ประกอบการ

3.1 ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายนอกและภายใน โรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

3.2 ความพร้อมของห้องพัก ในโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

3.3 ความพร้อมด้านการบริหารจัดการโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

3.4 ความสามารถในการพัฒนาโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ข้อคำถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

3.5 การพัฒนาเมืองต้นแบบและโรงแรมต้นแบบ รองรับเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์

ข้อคำถามสำหรับบุคลากรทางการศึกษา

3.6 การพัฒนาเมืองต้นแบบและโรงแรมต้นแบบ รองรับเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์

3.7 การพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรในสถานศึกษาเพื่อความสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการในอนาคต

นำส่งผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ผศ.ดร.เสงี่ยม บุญวัฒน์ ผศ.ดร. อวรรณ บุญวัฒน์ และดร.ธารณี นวสินธิ์ เพื่อตรวจสอบข้อคำถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และแก้ไขให้ถูกต้องตามที่คณะกรรมการเสนอ เมื่อแบบสัมภาษณ์สมบูรณ์ผู้วิจัยจะส่งแบบสัมภาษณ์ไปให้กลุ่มตัวอย่างล่วงหน้า เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เตรียมข้อมูลและเนื้อหาในการสัมภาษณ์ จากนั้นผู้วิจัยจึงเข้าไปเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (ฉัตรสุมน พฤตมิถุน, 2553) และนำข้อมูลการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

4. การประชุมกลุ่ม (Group Discussion) กับกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา โดยกำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้า ได้แก่ 1) การบริหารจัดการโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 7Ps 2) แผนและมาตรการในการรองรับลูกค้าผู้สูงอายุในอนาคต 3) การปรับปรุงสภาพแวดล้อมของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ จากนั้นผู้วิจัยจึงเข้าไปเก็บข้อมูลโดยการนัดประชุมเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้ระดมความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าวร่วมกันอย่างลึกซึ้ง โดยมีผู้ดำเนินการประชุมกลุ่ม และนักวิจัยเป็นผู้จดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสนทนา และนำข้อมูลการประชุมกลุ่มมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมวิจัยเชิงเอกสาร โดยการค้นคว้า ศึกษาจากเอกสาร หนังสือ วารสาร คู่มือระเบียบคณะกรรมการฟื้นฟูสมรรถภาพคนพิการว่าด้วยมาตรฐานอุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกโดยแก่คนพิการ พ.ศ. 2544 คู่มือการออกแบบสภาพแวดล้อมสำหรับคนพิการและคนทุพพลภาพ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อคนทุกคนในสังคม

การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. การวิจัยเชิงสำรวจ ในงานวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้การใช้เครื่องมือเชิงสำรวจ 3 ชนิด คือ

1.1 แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการ จำนวน 16 แห่งในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โดยผู้วิจัยเป็นผู้ประเมินเอง และตรวจทานเพื่อความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์การหาค่าทางสถิติพื้นฐาน

1.2 แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 คน และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 80 คน โดยจัดทำเป็น 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การแจกแบบสอบถามใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้วิจัยและทีมผู้ช่วยนักวิจัยลงพื้นที่ภาคสนาม ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

1.3 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อสัมภาษณ์ให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงอย่างลึกซึ้งกับกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 24 คน โดยผู้วิจัยสัมภาษณ์ด้วยตนเองและถอดความเป็นความเรียงเพื่อนำไปวิเคราะห์

2. การวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory) ประชุมกลุ่มกับกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง จำนวน 24 คน จากนั้นผู้วิจัยจึงเข้าไปเก็บข้อมูลโดยการนัดประชุมเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้ระดมความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าวร่วมกันอย่างลึกซึ้ง โดยมีผู้ดำเนินการประชุมกลุ่ม และนักวิจัยเป็นผู้จัดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสนทนา และนำข้อมูลการประชุมกลุ่มมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของข้อมูลทั้งหมดแล้ว จึงลงรหัสข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) มาใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และผู้วิจัยนำผลการประเมินจากการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 16 แห่ง มาดำเนินการวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐานการหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ

2. แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องของความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม บันทึกข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผล

ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ใช้สถิติพื้นฐานได้แก่ การหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Means) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ

3. ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงอนุมานทดสอบค่าเฉลี่ยความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่พักรวมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Anova) ทดสอบค่าที (t-test) วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison Test) ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe's Method) เพื่อหาความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) เพื่อใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีค่าย่อยมากกว่า 2 ค่าขึ้นไป ใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ

การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ชนิด Binary โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยที่ตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงกลุ่มที่มีได้เพียง 2 ค่า คือ เหตุการณ์ที่สนใจและเหตุการณ์ที่ไม่สนใจ

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อสกัดส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อการเลือกพักรวมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อตอบสนองความต้องการกับลูกค้าให้ตรงจุด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และหมุนแกนองค์ประกอบแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Rotation) โดยกำหนดเกณฑ์พิจารณาองค์ประกอบที่ได้ คือ มีค่า Eigen Value  $\geq 1.00$  โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ตอนที่ 2 การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC)

ตอนที่ 3 การหมุนแกนองค์ประกอบและตั้งชื่อองค์ประกอบ

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับข้อความแบบเปิด (Open Ended Question) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Contents Analysis) โดยจัดกลุ่มประเด็นสำคัญ และนำเสนอข้อมูลอธิบายเป็นความเรียง

3. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หลังจากผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลและได้ตรวจสอบความถูกต้องทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจึงจัดข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย โดยระบุคุณลักษณะเฉพาะของสาระข้อความอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การ ประกอบบริบท (Context)

4. การประชุมกลุ่ม (Group Discussion) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย โดยระบุคุณลักษณะเฉพาะของสาระข้อความอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การ ประกอบบริบท (Context) และนำเสนอ



### ตาราง 3 แสดงสรุปวิธีดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์	ประเภทการวิจัย	เครื่องมือ	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติที่ใช้ในการวิจัย
1. เพื่อสำรวจสถานภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	เชิงปริมาณ	แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ โรงแรมและที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 16 แห่ง	ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	เชิงปริมาณ	แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้าพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	กลุ่มผู้ใช้บริการ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดคือ 400 ตัวอย่าง 1. แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 ตัวอย่าง 2. ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 80 ตัวอย่าง	ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

ตาราง 3 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	ประเภทการวิจัย	เครื่องมือ	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติที่ใช้ในการวิจัย
3. เพื่อวิเคราะห์คาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	เชิงปริมาณ	แบบสอบถามความ ต้องการของ นักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุชาวไทยและ ชาวต่างชาติที่พัก แรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา	กลุ่มผู้ใช้บริการ ได้แก่ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและ ชาวต่างชาติที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด คือ 400 ตัวอย่าง 1. แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 ตัวอย่าง 2. ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 80 ตัวอย่าง	ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Means) วิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เชฟเฟ (Scheffe's Method) วิเคราะห์การถดถอย โลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) วิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ตาราง 3 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	ประเภทการวิจัย	เครื่องมือ	กลุ่มตัวอย่าง	สถิติที่ใช้ในการวิจัย
4. เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	เชิงคุณภาพ	แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง จำนวน 24 คน ประกอบด้วย 1. กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 16 ชุด 2. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ชุด 3. กลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 5 ชุด	วิเคราะห์ข้อมูล เนื้อหา (Content Analysis)
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	เชิงคุณภาพ	การประชุมกลุ่ม (Group Discussion)	กลุ่มนักออกแบบ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 30 คน ดังนี้ 1. กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 16 คน 2. กลุ่มนักออกแบบ จำนวน 3 คน 3. กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน 4. กลุ่มนักวิชาการและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 5 คน	วิเคราะห์ข้อมูล เนื้อหา (Content Analysis)



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์จึงได้มีกระบวนการในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเชิงคุณภาพได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยข้อคำถามที่สอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ ข้อมูลดังกล่าวสามารถตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 และ 5 ได้ เชิงปริมาณผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือคือแบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ข้อมูลดังกล่าวสามารถตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1, 2 และ 3 ได้ ดังนั้น ในการรายงานผลการวิจัยในเล่มนี้ ผู้วิจัยจึงขอรายงานผลการวิจัยโดยจัดเรียงการวิจัยเชิงปริมาณก่อนเพื่อให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งงานวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ใช้เครื่อง 2 เครื่องมือ ได้แก่ แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ดำเนินการโดยสำรวจกลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ โรงแรมและที่พักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 16 แห่งและแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยดำเนินการจัดทำกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 คน และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 80 คน ทำการสำรวจเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2561 จนถึงวันที่ 20 กันยายน 2561 ซึ่งผลการวิจัยสามารถตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1, 2 และ 3 โดยมีผลการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

#### ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการสำรวจสถานการณ์ภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งสิ้น 16 แห่ง โดยผู้วิจัยจัดกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

**ประเภทที่ 1** ประเภทโรงแรม ประกอบไปด้วย โรงแรมอยุธยา แกรนด์, โรงแรมคลาสสิก คาโมโอ แอนด์ เซอร์วิส อพาทเมนท์, โรงแรมคาวาลิ คาซ่า รีสอร์ท, แอมโป เรลซิเตนซ์ โรงแรมกรุงศรีริเวอร์, วาสนา ดีไซน์ โฮเทล, โรงแรมอโยธยา, วรบุรี อโยธา คอนเวนชัน

รีสอร์ท, แคนทารี โฮเทล อัญญา, ริเวอร์วิว เพลส โฮเต็ล

**ประเภทที่ 2** ประเภทรีสอร์ท ประกอบไปด้วย อัญญา ริทรีต, อโยธยา วิลเลจ พลุชญา รีสอร์ท แอนด์ สปา, อัญญา การ์เด้นริเวอร์ไซด์

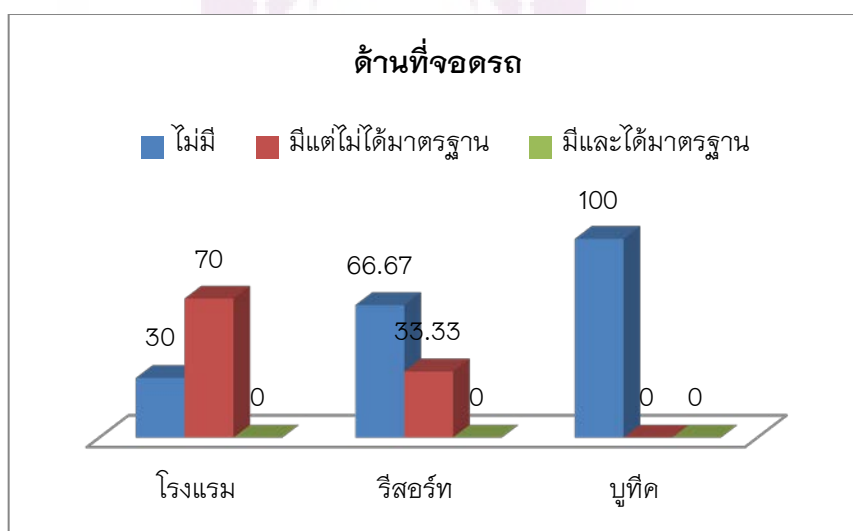
**ประเภทที่ 3** ประเภทบูทีคประกอบไปด้วย โรงแรมไฮยูเดียขอนแก่นริเวอร์, โรงแรมศาลาอัญญา ได้ผลการสำรวจดังนี้

**ตาราง 4 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านที่จอดรถ**

ด้านที่จอดรถ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. พื้นที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.4 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 6 เมตร	-	100	-	50	50	-	100	-	-
2. พื้นที่ยาวข้างที่จอดไม่น้อยกว่า 1 เมตร ตลอดความยาวของที่จอด มีลักษณะเป็นพื้นผิวเรียบและมีระดับเสมอกัน	-	100	-	50	50	-	100	-	-
3. สัญลักษณ์บนพื้นที่จอดรถเป็นรูปผู้สูงอายุหันด้านขวาบนพื้นที่จอดรถมีขนาดไม่น้อยกว่า 90x90 เซนติเมตร	30	70	-	50	50	-	100	-	-
4. ป้ายสัญลักษณ์แนวตั้งเป็นรูปผู้สูงอายุขนาดไม่น้อยกว่า 30x30 เซนติเมตร ติดตั้งสูง 2 เมตรวัดจากระดับพื้นถึงป้าย	40	60	-	100	-	-	100	-	-
5. จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 50 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุอย่างน้อย 1 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 51-100 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุอย่างน้อย 2 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 101-150 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุอย่างน้อย 2 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 151-250 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุอย่างน้อย 3 คัน	40	60	-	75	25	-	100	-	-

ตาราง 4 (ต่อ)

ด้านที่จอดรถ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 251-350 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุอย่างน้อย 4 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 351-450 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุอย่างน้อย 5 คัน									
6. ที่จอดรถผู้สูงอายุต้องไม่ขนานกับ ทางเดินรถ (จุดซ้อนคัน)	70	30	-	75	25	-	100	-	-
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>30</b>	<b>70</b>	<b>0</b>	<b>66.67</b>	<b>33.33</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

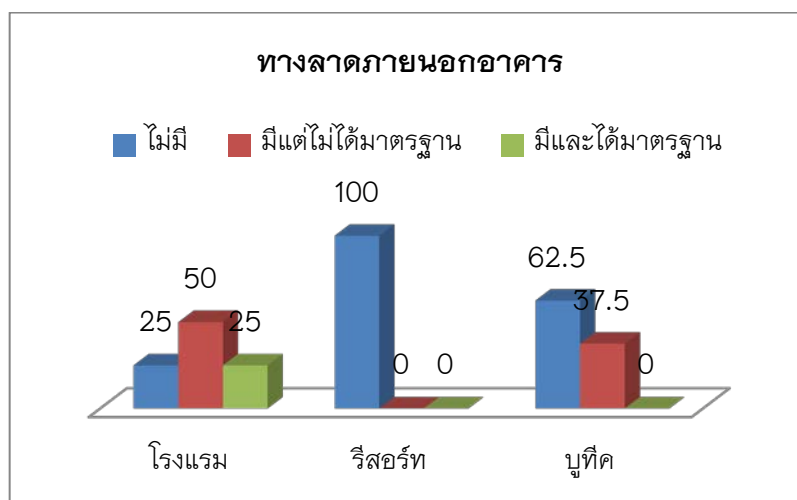


ภาพ 38 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านที่จอดรถ

จากตาราง 4 และภาพ 38 ผู้วิจัยพบว่า ผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคาร ด้านที่จอดรถของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ที่จอดรถของโรงแรม มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 70 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 30 ที่จอดรถของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 66.67 ที่จอดรถของบูทีค ไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 5 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางลาดภายนอกอาคาร

ทางลาดภายนอกอาคาร	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. ความยาวทางลาดน้อยกว่า 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 เมตร	-	60	40	100	-	-	-	100	-
2. ความยาวทางลาดมากกว่าหรือเท่ากับ 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 1.50 เมตร พื้นผิววัสดุไม่ลื่น	-	60	40	100	-	-	50	50	-
3. ความยาวช่วงละไม่เกิน 6.00 เมตร ถ้าเกินต้องมีชันพักกว้าง 1.50 เมตร ถ้ามีความยาวตั้งแต่ 2.50 เมตร ต้องมีราวจับทั้ง 2 ข้าง	50	40	10	100	-	-	100	-	-
4. ทางลาดด้านที่ไม่มีผนังกันให้ยกขอบสูงจากพื้นผิวของทางลาดไม่น้อยกว่า 15 เซนติเมตร และมีราวกันตก	50	40	10	100	-	-	100	-	-
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>25</b>	<b>50</b>	<b>25</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>62.50</b>	<b>37.50</b>	<b>0</b>



**ภาพ 39 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางลาดภายนอกอาคาร**

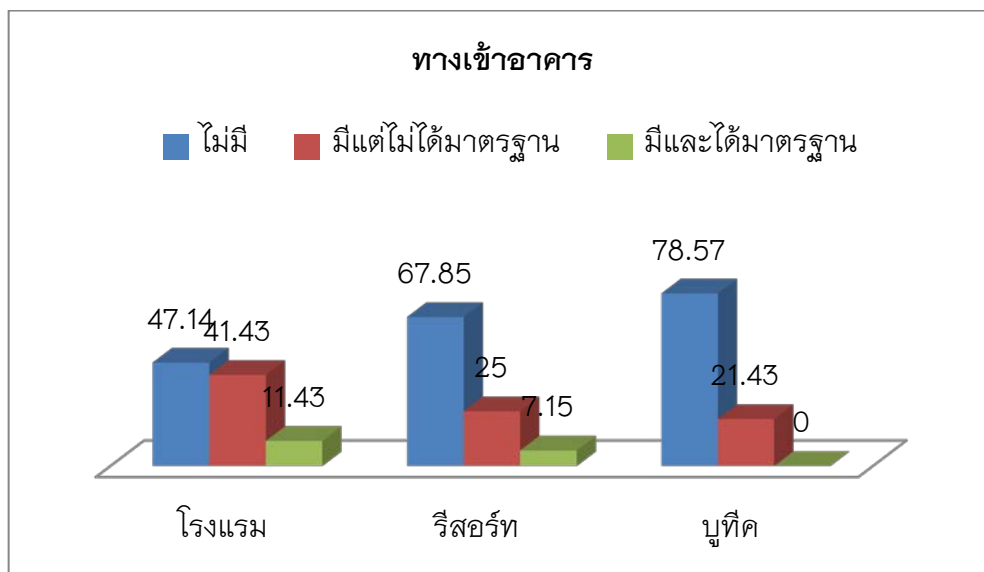
จากตาราง 5 และภาพ 39 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านทางลาดภายนอกอาคารของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบู่ทีค พบว่า ทางลาดภายนอกอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 25 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 50 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 25 ทางลาดภายนอกอาคารของรีสอร์ท ไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100 ทางลาดภายนอกอาคารของบู่ทีค มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 62.50

**ตาราง 6 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางเข้าอาคาร**

ทางเข้าอาคาร	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บู่ทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. เป็นพื้นผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือผิวขรุขระ ไม่มีสิ่งกีดขวางหรือส่วนของอาคารยื่นล้ำออกมา	-	60	40	25	50	25	100	-	-

## ตาราง 6 (ต่อ)

ทางเข้าอาคาร	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
2. อยู่ในระดับเดียวกับพื้นถนนภายนอกอาคารหรือลานจอดรถ	60	40	-	50	50	-	50	50	-
3. มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	-	60	40	75	-	25	50	50	-
4. ท่อระบายน้ำหรือรางระบายน้ำบนพื้นมีฝาปิดสนิท ถ้าฝาเป็นแบบตะแกรงมีขนาดของช่องตะแกรงกว้างไม่เกิน 1.3 เซนติเมตร	10	90	-	50	50	-	50	50	-
5. ในบริเวณที่เป็นทางแยกหรือทางเลี้ยวให้มีพื้นผิวต่างสัมผัสและต้องมีผนังหรือราวกันตกทั้งสองด้าน	60	40	-	75	25	-	100	-	-
6. อุปกรณ์ที่แขวนอยู่ในเขตทางสัญจร ให้แขวนสูงจากระดับพื้นไม่ต่ำกว่า 2.00 เมตร เพื่อให้ผู้ที่สัญจรผ่านได้อย่างสะดวกและปลอดภัย	100	-	-	100	-	-	100	-	-
7. ในกรณีสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อผู้สูงอายุ ที่สูงจากระดับพื้นไม่เกิน 2.00 เมตร แต่จำเป็นต้องยื่นล้ำเข้ามาในเขตทางสัญจรสามารถยื่นล้ำได้ไม่เกิน 10 เซนติเมตร	100	-	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>47.14</b>	<b>41.43</b>	<b>11.43</b>	<b>67.85</b>	<b>25</b>	<b>7.15</b>	<b>78.57</b>	<b>21.43</b>	<b>0</b>



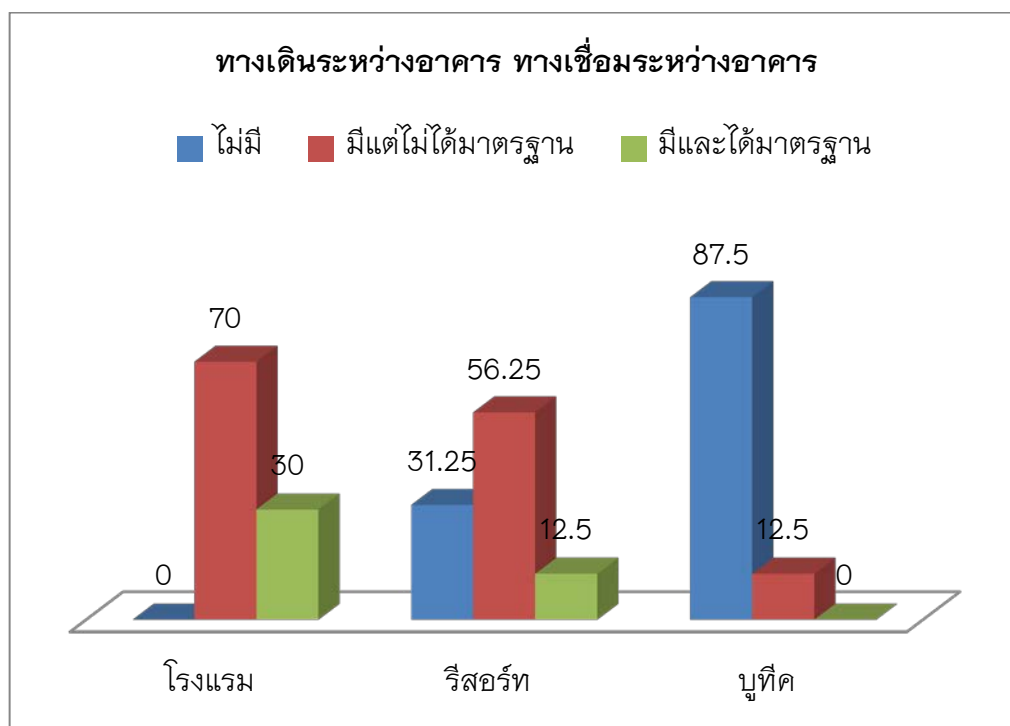
ภาพ 40 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางเข้าอาคาร

จากตาราง 6 และภาพ 40 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางเข้าอาคารของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ทางเข้าอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 11.43 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 41.43 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 47.14 ทางเข้าอาคารของรีสอร์ท มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 7.15 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 67.85 ทางเข้าอาคารของบูทีค มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 21.43 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 78.57

ตาราง 7 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร

ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. พื้นผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือผิวขรุขระ ไม่มีสิ่งกีดขวาง	-	40	60	-	75	25	100	-	-
2. ความกว้างที่เหมาะสมกับกลุ่มคนจำนวนน้อย (หรือทางเดินที่ไม่มีการสวนกัน) ควรมีความอย่างน้อย 90 เซนติเมตร	-	70	30	25	50	25	50	50	-
3. ความกว้างของทางเดินและทางเชื่อมระหว่างอาคารที่สามารถให้เก้าอี้เข็นหรือวีลแชร์สวนกันได้ ต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	-	80	20	50	50	-	100	-	-
4. สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร	-	90	10	50	50	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>0</b>	<b>70</b>	<b>30</b>	<b>31.25</b>	<b>56.25</b>	<b>12.50</b>	<b>87.50</b>	<b>12.50</b>	<b>0</b>



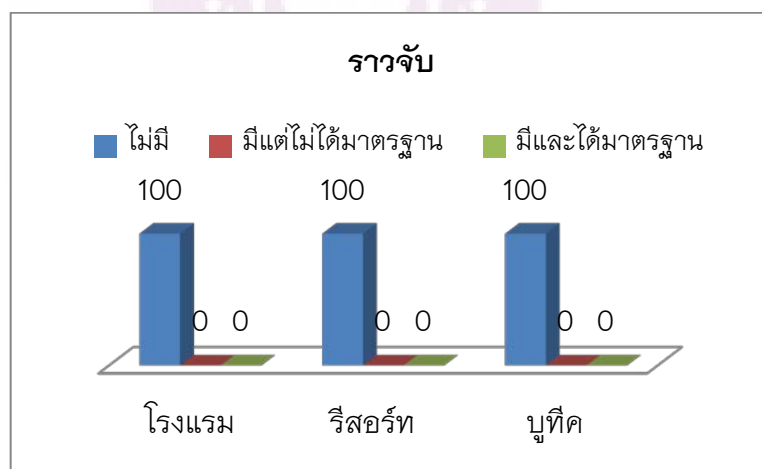


**ภาพ 41 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร**

จากตาราง 7 และภาพ 41 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคาร ด้านทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคารของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบungalow พบว่า ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 30 และมีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 70 ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคารของรีสอร์ท มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 7.15 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 67.85 ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคารของบungalow มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 21.43 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 78.57

ตาราง 8 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกด้านราวจับ

ราวจับ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
วัสดุเรียบ มีลักษณะกลมเส้นผ่าศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 80-90 เซนติเมตร ติดตั้งห่างจากผนัง 4-5 เซนติเมตร (สำหรับ กำแพงพื้นผิวเรียบ) สูงจากจุดยึดอย่างน้อย 12 เซนติเมตร	100	-	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	100	-	-	100	-	-	100	-	-

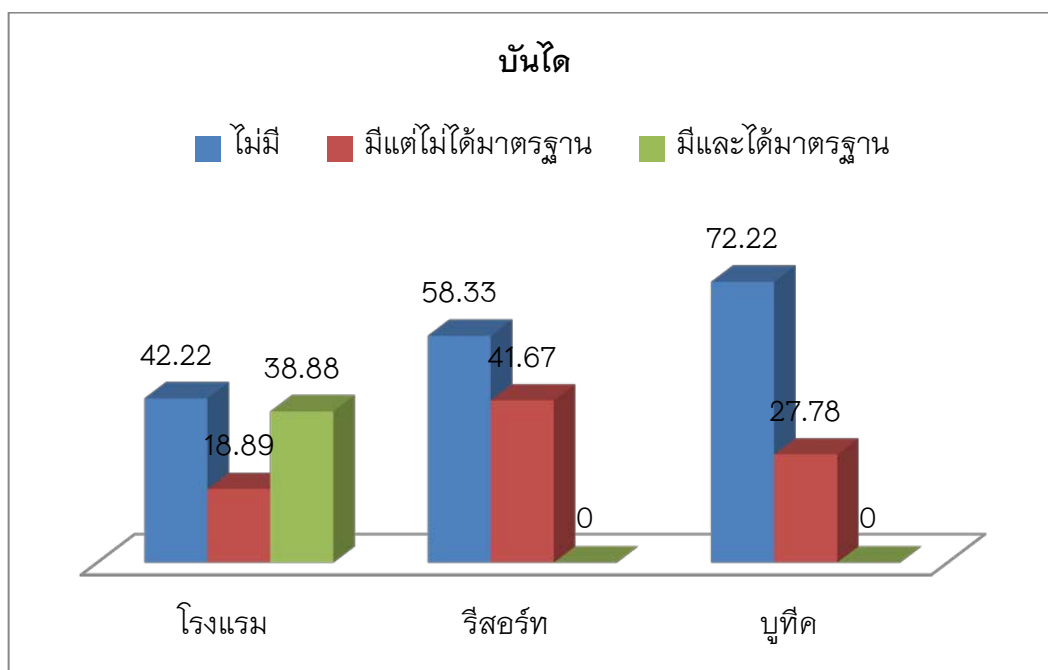


ภาพ 42 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านราวจับ

จากตาราง 8 และภาพ 42 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านราวจับของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ราวจับของโรงแรม ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ราวจับของรีสอร์ท ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ราวจับของบูทีค ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 9 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านบันได

บันได	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. กว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	10	10	80	50	50	-	50	50	-
2. มีชานพักทุกระยะใน แนวตั้งไม่เกิน 2.00 เมตร	20	20	60	100	-	-	100	-	-
3. มีราวบันไดทั้งสองข้าง มี ลูกตั้งสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร	-	20	80	-	100	-	50	50	-
4. มีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร	-	20	80	-	100	-	50	50	-
5. พื้นผิวบันไดใช้วัสดุที่ไม่ลื่น	-	50	50	-	100	-	-	100	-
6. มีจุกบันไดมีสีแตกต่าง จากพื้นผิวของบันได	50	50	-	75	25	-	100	-	-
7. หัวบันไดมีราวจับยื่น ออกมาในระยะ 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร	100	-	-	100	-	-	100	-	-
8. สำหรับบันไดที่กว้าง มากกว่า 3 เมตร ต้องการ ติดตั้งราวจับตรงกลาง	100	-	-	100	-	-	100	-	-
9. ระยะห่างระหว่างราวจับ สองด้าน ควรมีความกว้าง ไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร แต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร	100	-	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>42.22</b>	<b>18.89</b>	<b>38.88</b>	<b>58.33</b>	<b>41.67</b>	<b>0</b>	<b>72.22</b>	<b>27.78</b>	<b>0</b>

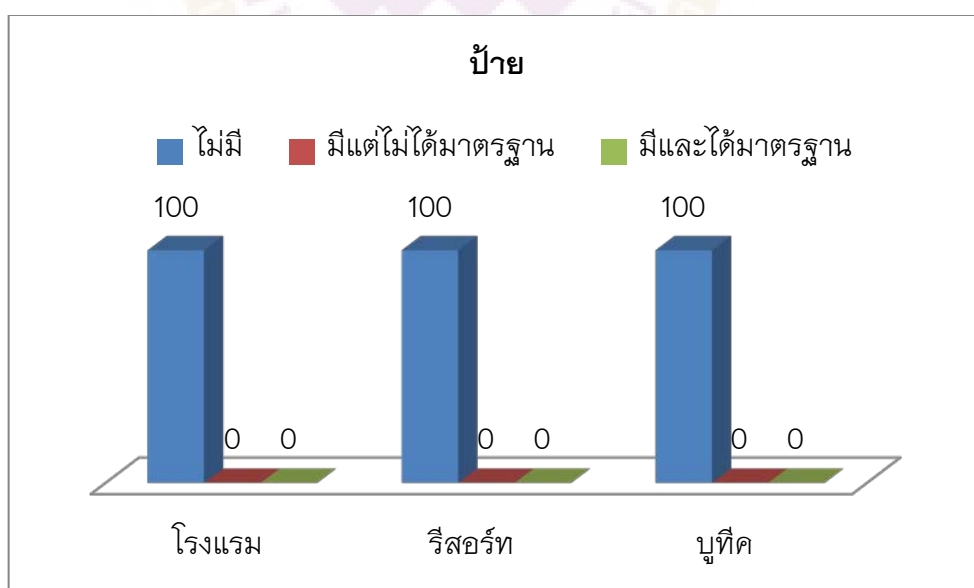


**ภาพ 43 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านบันได**

จากตาราง 9 และภาพ 43 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านบันไดของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า บันไดภายนอกอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 38.88 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 18.89 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 42.22 บันไดภายนอกอาคารของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 41.67 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 58.33 บันไดภายนอกอาคารของบูทีค มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 27.78 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 72.22

ตาราง 10 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านป้าย

ป้าย	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. ป้ายสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุเป็นสีขาวบนพื้นสีน้ำเงิน หรือ สลับกัน	100	-	-	100	-	-	100	-	-
2. มีสัญลักษณ์สำหรับผู้สูงอายุสากล	100	-	-	100	-	-	100	-	-
3. มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ	100	-	-	100	-	-	100	-	-
4. มีสัญลักษณ์หรือตัวอักษรแสดงประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ	100	-	-	100	-	-	100	-	-
5. มีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน	100	-	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

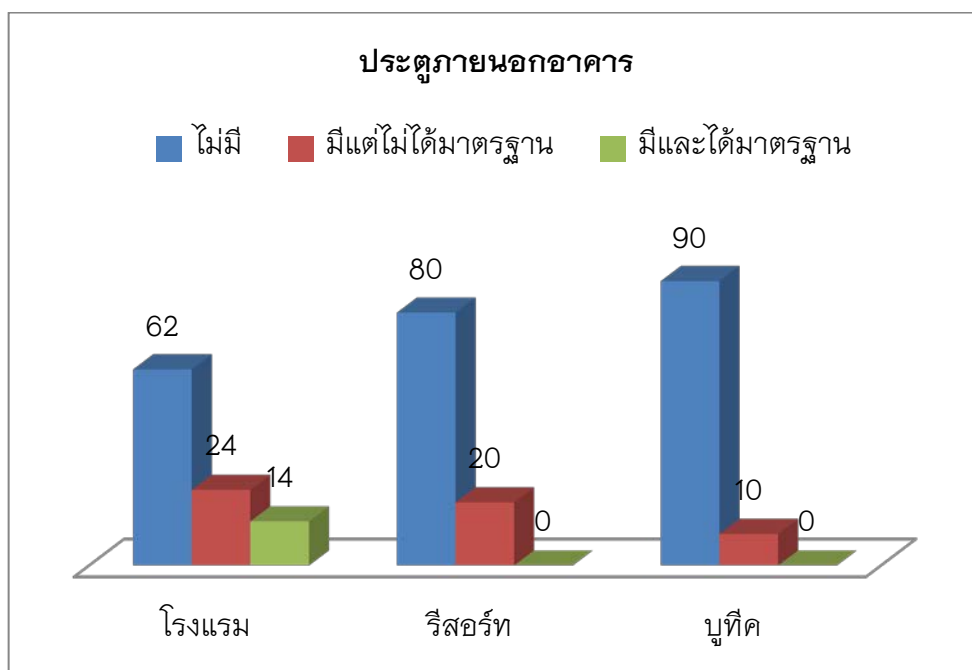


ภาพ 44 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านป้าย

จากตาราง 10 และภาพ 44 ผู้วิจัยพบว่า ผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคาร ด้านป้ายของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ป้ายภายนอกอาคาร ของโรงแรม รีสอร์ทและบูทีค ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 11 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านประตูภายนอกอาคาร

ประตูภายนอกอาคาร	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. ประตูเปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์ บังคับประตูให้ปิดเอง หากบานประตูเป็น แบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาด กว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่ น้อยกว่า 1.50 เมตร	-	60	40	25	75	-	50	50	-
2. ประตูที่มีบานเปิด-ปิดอัตโนมัติ ควรมี ปุ่มกดที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็น สามารถ ควบคุมการปิด-เปิดประตูด้วยตนเอง	100	-	-	100	-	-	100	-	-
3. มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐาน ในแนวตั้งทั้งด้านในและด้านนอกของ ประตู ซึ่งมีปลายด้านบนสูงจากพื้นไม่ น้อยกว่า 1.0 เมตร และปลายด้านล่างไม่ เกิน 0.8 เมตร ในกรณีที่เป็นประตูกระจก หรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติด เครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด	70	30	-	100	-	-	100	-	-
4. อุปกรณ์ปิด-เปิดประตู เป็นชนิดก้านปิด หรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1.2 เมตร	80	20	-	100	-	-	100	-	-
5. ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอก หรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรมีพื้นที่ ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ ภายนอกอย่างน้อย 1.5x1.5 เมตร	60	10	30	75	25	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>62</b>	<b>24</b>	<b>14</b>	<b>80</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>90</b>	<b>10</b>	<b>0</b>

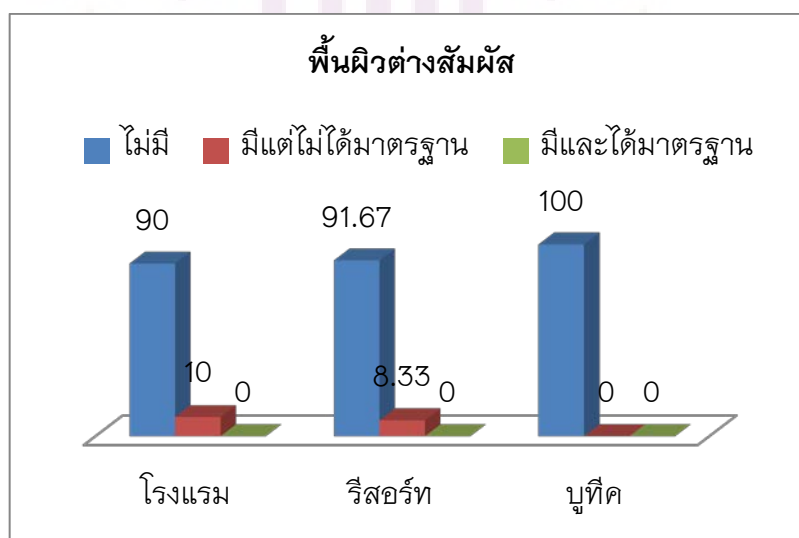


ภาพ 45 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านประตูกายนอกอาคาร

จากตาราง 11 และภาพ 45 ผู้วิจัยพบว่า ผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านประตูกายนอกอาคารของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ต และบungalow พบว่า ประตูกายนอกอาคารของโรงแรม มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 14 มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 24 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 62 ประตูกายนอกอาคารของรีสอร์ต มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 20 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 80 ประตูกายนอกอาคารของบungalow มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 10 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 90

ตาราง 12 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านพื้นผิวต่างสัมผัส

พื้นผิวต่างสัมผัส	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. เป็นพื้นผิวที่มีสีแตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบ ที่คนสายตาเลือนรางสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย	90	10	-	100	-	-	100	-	-
2. มีพื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับชนิดเดียวกับพื้นที่มีความต่างระดับเกิน 0.2 เมตร	90	10	-	100	-	-	100	-	-
3. วัสดุที่ใช้ปูพื้นผิวต่างสัมผัส ทำจากกระเบื้องปูพื้น หรือพื้นทรายล้าง หรือพื้นหินล้าง หรือพรมเช็ดเท้า หรือกระเบื้องยาง มีขนาด 0.3 เมตร	90	10	-	75	25	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>90</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>91.67</b>	<b>8.33</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>



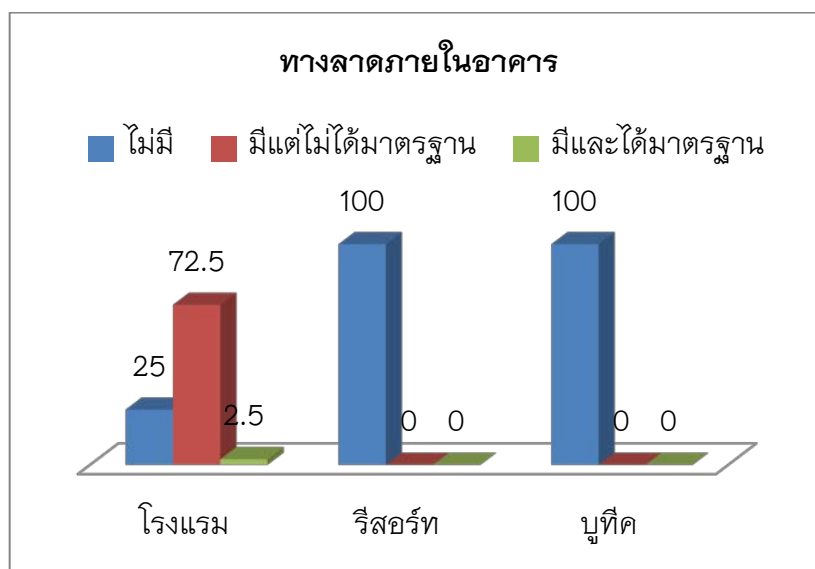
ภาพ 46 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคารด้านพื้นผิวต่างสัมผัส



จากตาราง 12 และภาพ 46 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายนอกอาคาร ด้านพื้นผิวต่างสัมผัสของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ด้านพื้นผิวต่างสัมผัสของโรงแรม มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 10 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 90 ด้านพื้นผิวต่างสัมผัสของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 91.67 ด้านพื้นผิวต่างสัมผัสของบูทีค ไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 13 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านทางลาดภายในอาคาร

ทางลาดภายในอาคาร	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. ความยาวทางลาดน้อยกว่า 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 เมตร	-	90	10	100	-	-	100	-	-
2. ความยาวทางลาดมากกว่าหรือเท่ากับ 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 1.50 เมตร พื้นผิววัสดุไม่ลื่น	-	100	-	100	-	-	100	-	-
3. ความยาวช่วงละไม่เกิน 6.00 เมตร ถ้าเกินต้องมีชันพักกว้าง 1.50 เมตร ถ้ามีความยาวตั้งแต่ 2.50 เมตร ต้องมีราวจับ ทั้ง 2 ข้าง	50	50	-	100	-	-	100	-	-
4. ทางลาดด้านที่ไม่มีพนักกั้นให้ยกขอบสูงจากพื้นผิวของทางลาดไม่น้อยกว่า 15 เซนติเมตร และมีราวกันตก	50	50	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>25</b>	<b>72.5</b>	<b>2.5</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

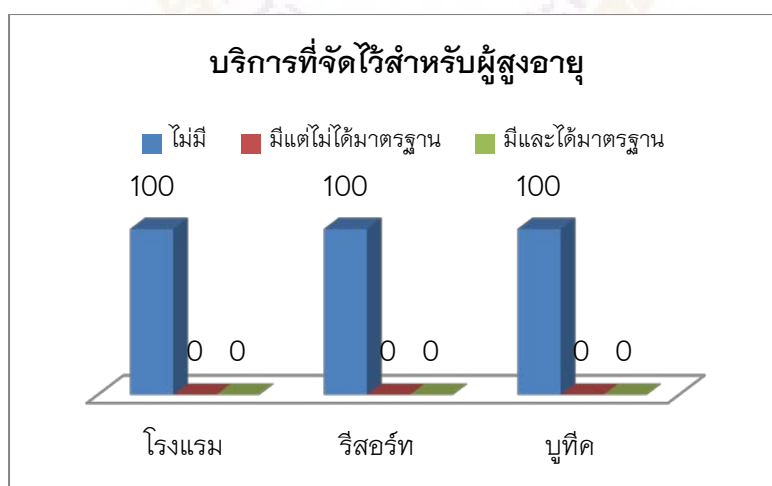


ภาพ 47 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านทางลาดภายในอาคาร

จากตาราง 13 และภาพ 47 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านทางลาดภายในอาคารของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูกีต พบว่า ทางลาดภายในอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 2.5 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 72.5 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 25 ทางลาดภายในอาคารของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 91.67 ทางลาดภายในอาคารของบูกีต ไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 14 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านบริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุ

บริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ผู้สูงอายุเข้าถึงได้สะดวกและสังเกตได้ง่าย	100	-	-	100	-	-	100	-	-
2. โถ้หรือเคาน์เตอร์มีที่ว่างข้างใต้เพื่อให้ผู้สูงอายุที่นั่งรถเข็นสามารถสอดขาได้	100	-	-	100	-	-	100	-	-
3. บันไดหรือเคาน์เตอร์มีความสูงสุทธิไม่เกิน 80 เซนติเมตร พื้นที่ว่างใต้โถ้หรือเคาน์เตอร์สูงจากพื้น 70-75 เซนติเมตร และลึกสุทธิไม่น้อยกว่า 40 เซนติเมตร	100	-	-	100	-	-	100	-	-
4. มีป้ายสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุเพื่อแสดงจุดให้บริการข้อมูล โดยสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุเป็นสีขาว พื้นป้ายสีน้ำเงินหรือสลับกัน ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เห็นได้ง่าย	100	-	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>



ภาพ 48 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านบริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุ

จากตาราง 14 และภาพ 48 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านบริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่าบริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุของโรงแรม รีสอร์ท และบูทีค ไม่มีการจัดบริการ คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 15 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านห้องน้ำ

ห้องน้ำ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. ห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวกโดยลำพัง มีจำนวนอย่างน้อย 1 ห้องหรือหากสถานที่นั้นมีพื้นที่ขนาดใหญ่ ควรจัดให้มีห้องน้ำสำหรับผู้สูงอายุอยู่ร่วมกับทุกจุดที่จัดให้มีห้องน้ำปกติ	60	30	10	100	-	-	100	-	-
2. ไม่มีสิ่งกีดขวาง ระดับพื้นห้องน้ำเสมอกับพื้นภายนอก หากมีระดับต่างกันต้องทำทางลาด	10	80	10	25	75	-	100	-	-
3. วัสดุที่ใช้ทำพื้นห้องน้ำควรเป็นวัสดุที่มีผิวหยาบ หรือผิวขรุขระกันน้ำ และทำความสะอาดง่ายและมีระบบระบายน้ำที่ดี และควรมีพื้นที่ว่างหน้าประตูกว้างอย่างน้อย 1.50 เมตร	10	70	20	-	100	-	50	50	-

ตาราง 15 (ต่อ)

ห้องน้ำ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
4. พื้นที่ว่างภายในห้องน้ำ เพื่อให้เก้าอี้เซ็นผู้สูงอายุ สามารถหมุนตัวกลับได้ มีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	20	70	10	75	25	-	100	-	-
5. ประตูห้องน้ำจัดอยู่ในลักษณะที่เป็นการเปิดออกทางด้านนอก ไม่มีธรณีประตู หรือเป็นประตูบานเลื่อนที่บ	10	80	10	25	75	-	50	50	-
6. มือจับเลื่อนเปิดปิด ประตู เป็นราวจับกลม ขนาด 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้นห้องน้ำ 0.80-1.00 เมตร	50	40	10	50	50	-	100	-	-
7. อุปกรณ์ล็อกเป็นแบบ ขอสับหรือระบบที่สามารถปลดล็อกได้ง่าย จากภายนอก	30	50	20	75	25	-	100	-	-
8. ห้องน้ำที่สามารถใช้ได้ ทั้งชายและหญิง (Unisex) เข้าถึงได้ โดยสะดวก	80	10	10	100	-	-	50	50	-
9. มีปุ่มหรือเชือกสัญญาณฉุกเฉิน เพื่อขอความช่วยเหลือจากภายนอก	100	-	-	100	-	-	100	-	-
10. โถสุขภัณฑ์ชนิดนั่งราบ (ชักโครก) ที่นั่งสูงจากพื้นห้องน้ำ 45-50 เซนติเมตร มีพนักพิง หรือมีถังพักน้ำ	-	-	100	0	25	75	-	-	100

ตาราง 15 (ต่อ)

ห้องน้ำ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
11. ที่ปูลอยน้ำแบบคันทันโยกหรือปุ่มกดขนาดใหญ่ที่ผู้สูงอายุสามารถใช้ได้อย่างสะดวก ติดตั้งอยู่ด้านข้างถึงพนักงาของโถหรือติดที่ผนังด้านข้าง	-	-	100	0	25	75	-	-	100
12. มีพื้นที่ว่างขนาด 45-50 เซนติเมตร สำหรับให้ผู้สูงอายุที่นั่งรถเข็นสามารถเข้าไปใช้โถได้สะดวก	60	40	-	100	-	-	100	-	-
13. ราวจับบริเวณโถสุขภัณฑ์เป็นราวจับกลมรูปตัวแอล (L) ที่ผนังด้านข้างโถสุขภัณฑ์ โดยให้มีระยะที่ราวจับยื่นล้ำหน้าโถออกมา 25-30 เซนติเมตร ราวจับแนวตั้งสูงขึ้นไป 60 เซนติเมตร	90	10	-	100	-	-	100	-	-
14. ราวจับบริเวณอ่างล้างมือ มีความยาวอย่างน้อย 55 เซนติเมตร ติดสูงจากพื้นที่ระดับเดียวกับขอบบนของอ่าง	10	90	-	100	-	-	100	-	-

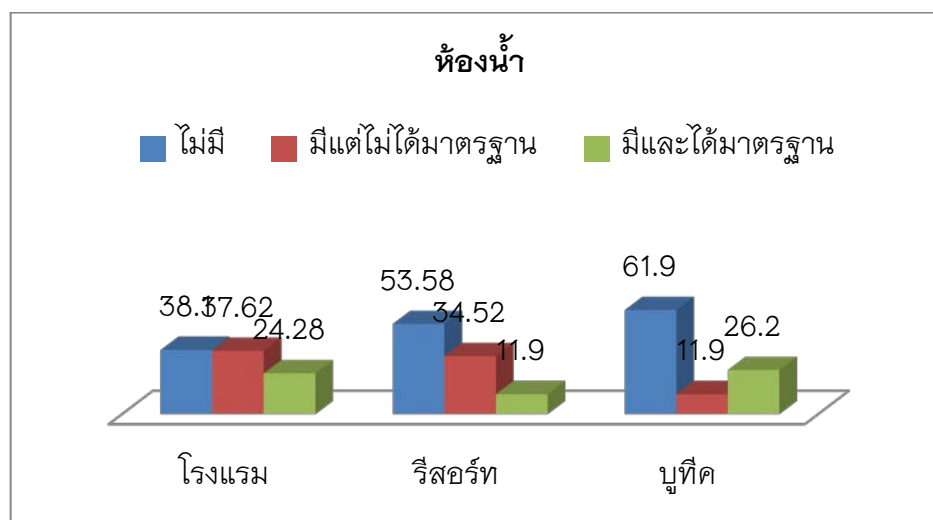
ตาราง 15 (ต่อ)

ห้องน้ำ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
15. อ่างล้างมือควรอยู่ในตำแหน่งที่ผู้สูงอายุเข้าประชิดได้ง่ายโดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ขอบบนของอ่างสูงจากพื้น 75-80 เซนติเมตร ที่วางได้อ่างสูง 60 เซนติเมตร เพื่อให้รถเข็นสามารถสอดเข้าไปได้	10	90	-	-	100	-	-	50	50
16. ก๊อกน้ำเป็นชนิดก้านโยก ก้านปัด หรือระบบอัตโนมัติ	-	-	100	-	100	-	-	-	100
17. กระจกเงา ติดตั้งไว้เหนืออ่างล้างมือให้เอียงลงเล็กน้อย ขอบล่างของกระจกสูงจากพื้นห้องน้ำไม่เกิน 1 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถส่องได้	10	90	-	-	100	-	-	-	100
18. โถปัสสาวะชายในกรณีที่ไม่แยกห้องน้ำ ควรมีโถปัสสาวะชายที่มีระดับเสมอพื้นจำนวนอย่างน้อย 1 ที่ โดยมีราวจับแนวนอนที่ด้านบนของโถ สูงจากพื้น 1.2-1.3 เมตร ยาว 50-60 เซนติเมตร โดยติดตั้งไว้ด้านข้างของโถทั้งสองข้างสูงจากพื้น 0.8-1.0 เมตร ยาว 55-60 เซนติเมตร	80	10	10	100	-	-	50	50	-

ตาราง 15 (ต่อ)

ห้องน้ำ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
19. พื้นที่หน้าโถงปีสภาวะ ชายควรมีที่ว่างอย่าง น้อย 90x120 เซนติเมตร เพื่อการ เข้าถึงที่สะดวก คั่นก ชักน้ำติดตั้งอยู่ที่ 110 เซนติเมตรเหนือพื้นราบ หรือ	70	30	-	75	25	-	100	-	-
20. สัญญาณแจ้งเหตุ ฉุกเฉินจัดอยู่ภายใน ห้องน้ำแบบปุ่มกดหรือ แบบปุ่มสัมผัสหรือแบบ เชือกดึง โดยติดตั้งที่ ระดับความสูง 2 ระดับ ได้แก่ ความสูง 25-30 เซนติเมตร และความสูง 80-95 เซนติเมตร ติดตั้งอุปกรณ์ไว้บริเวณ โถสุขภัณฑ์ อยู่ใน ตำแหน่งที่สามารถเอื้อม ถึงและใช้สะดวก ปุ่มกด ขนาดใหญ่และมีสีแดง	100	-	-	100	-	-	100	-	-
21. กอล์ฟใส่กระดาษเช็ด มือ/ผู้สำหรับเช็ดมือ	-	-	100	-	-	100	-	-	100
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>38.10</b>	<b>37.62</b>	<b>24.28</b>	<b>53.58</b>	<b>34.52</b>	<b>11.90</b>	<b>61.90</b>	<b>11.90</b>	<b>26.20</b>



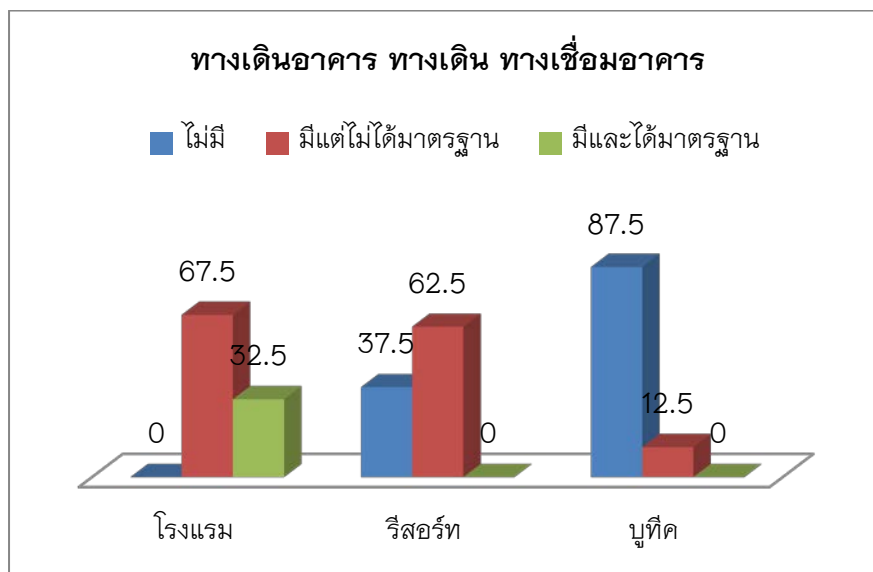


ภาพ 49 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านห้องน้ำ

จากตาราง 15 และภาพ 49 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านห้องน้ำของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ โรงแรม, รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ห้องน้ำของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 24.28 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 37.62 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 38.10 ห้องน้ำของรีสอร์ท มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 11.90 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 34.52 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 53.58 ห้องน้ำของบูทีค มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 26.20 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 11.90 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 61.90

ตาราง 16 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อม  
อาคาร

ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคาร	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. พื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่ ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวาง	-	60	40	25	75	-	100	-	-
2. ความกว้างที่เหมาะสม กับกลุ่มคนจำนวนน้อย (หรือทางเดินที่ไม่มีการ สวนกัน) ควรมีความ อย่างน้อย 90 เซนติเมตร	-	50	50	25	75	-	50	50	-
3. ความกว้างของทางเดิน และทางเชื่อมระหว่าง อาคารที่สามารถให้ เก้าอี้เข็นผู้สูงอายุสวน กันได้ ต้องมีขนาด ความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	-	70	30	50	50	-	100	-	-
4. สำหรับการเคลื่อนที่ โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีความ กว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร	-	90	10	50	50	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>0</b>	<b>67.50</b>	<b>32.50</b>	<b>37.50</b>	<b>62.50</b>	<b>0</b>	<b>87.50</b>	<b>12.50</b>	<b>0</b>

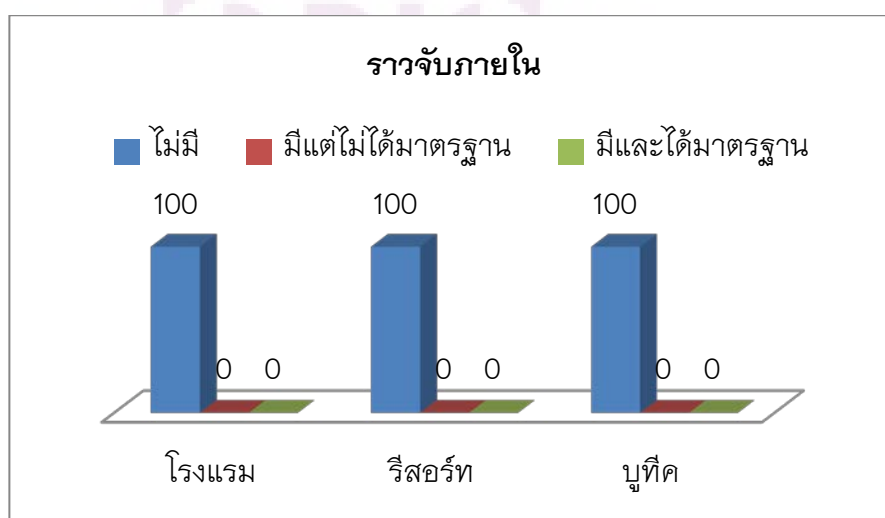


**ภาพ 50 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคาร**

จากตาราง 16 และภาพ 50 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคารของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีคพบว่า ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคารของโรงแรมมีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 67.50 ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคารของรีสอร์ทมีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 62.50 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 37.50 ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคารของบูทีคมีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 87.50

ตาราง 17 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านราวจับ

ราวจับ	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
วัสดุเรียบ มีลักษณะกลม เส้นผ่าศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจาก พื้น 80-90 เซนติเมตร ติดตั้ง ห่างจากผนัง 4-5 เซนติเมตร (สำหรับกำแพงพื้นผิวเรียบ) สูงจากจุดยึดอย่างน้อย 12 เซนติเมตร	100	-	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

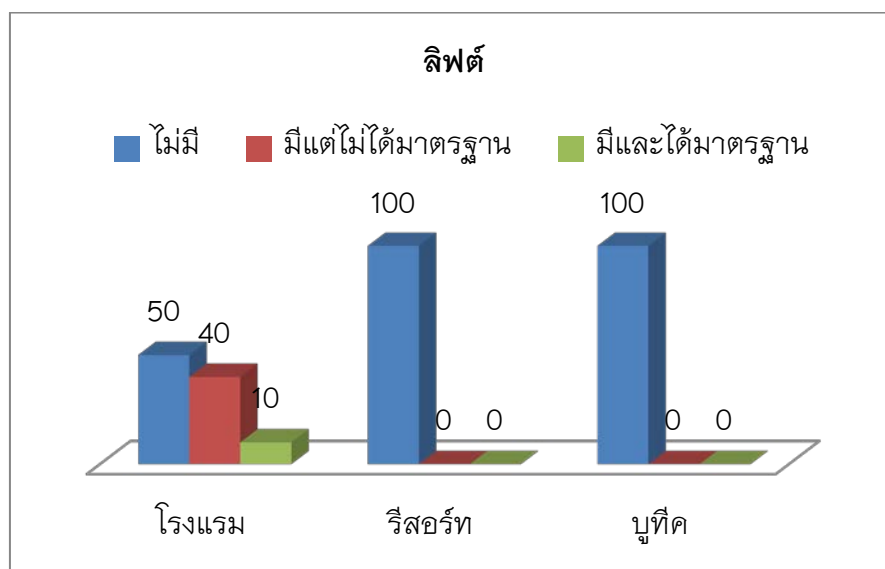


ภาพ 51 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านราวจับ

จากตาราง 17 และภาพ 51 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคาร ด้านราวจับของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ราวจับของโรงแรม รีสอร์ท และบูทีค ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 18 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านลิฟต์

ลิฟต์	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. มีราวจับโดยรอบห้องลิฟต์	80	20	-	100	-	-	100	-	-
2. มีไฟเตือนภัยขณะลิฟต์ขัดข้อง	80	20	-	100	-	-	100	-	-
3. มีโทรศัพท์แจ้งเหตุฉุกเฉินติดตั้งในระดับ 90-120 เซนติเมตรจากพื้น	10	80	10	100	-	-	100	-	-
4. มีระบบการทำงานให้ลิฟต์ลงจอดที่ระดับพื้นและประตูเปิดอัตโนมัติ	-	60	40	100	-	-	100	-	-
5. มีเสียงบอกเลขชั้นและเสียงเตือนให้ทราบว่าประตูปิด-เปิด	80	20	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>50</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>



ภาพ 52 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านลิฟต์

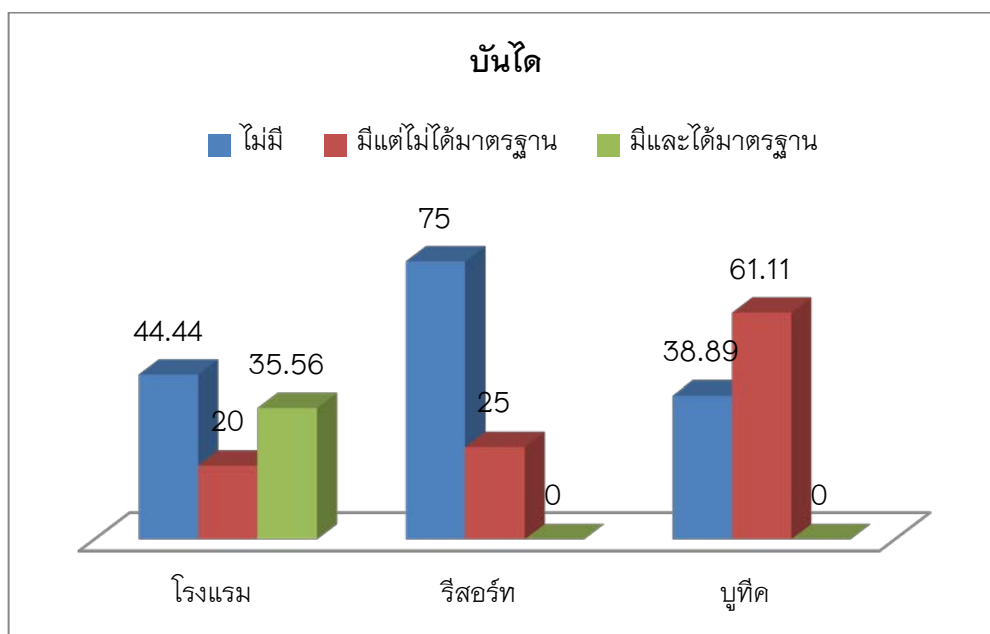
จากตาราง 18 และภาพ 52 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านลิฟต์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ลิฟต์ของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 10 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 40 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 50 ลิฟต์ของรีสอร์ท ไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100 ลิฟต์ของบูทีค ไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 19 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านบันได

บันได	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. กว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	10	50	40	75	25	-	-	100	-
2. มีชานพักทุกระยะในแนวตั้งไม่เกิน 2.00 เมตร	-	40	60	100	-	-	-	100	-

## ตาราง 19 (ต่อ)

บันได	คำร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
3. มีราวบันไดทั้งสองข้าง มีลูกตั้งสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร	-	-	100	50	50	-	-	100	-
4. มีลูกกอนกวางไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร	-	-	100	50	50	-	-	100	-
5. พื้นผิวบันไดใช้วัสดุที่ไม่ลื่น	10	80	10	50	50	-	-	100	-
6. มีจุกบันไดมีสีแตกต่างจากพื้นผิวของบันได	90	-	10	50	50	-	50	50	-
7. หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมาในระยะ 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร	100	-	-	100	-	-	100	-	-
8. สำหรับบันไดที่กว้างมากกว่า 3 เมตร ต้องการติดตั้งราวจับตรงกลาง	100	-	-	100	-	-	100	-	-
9. ระยะห่างระหว่างราวจับสองด้าน ควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร	90	10	-	100	-	-	100	-	-
เฉลี่ยรวม	44.44	20	35.56	75	25	0	38.89	61.11	0



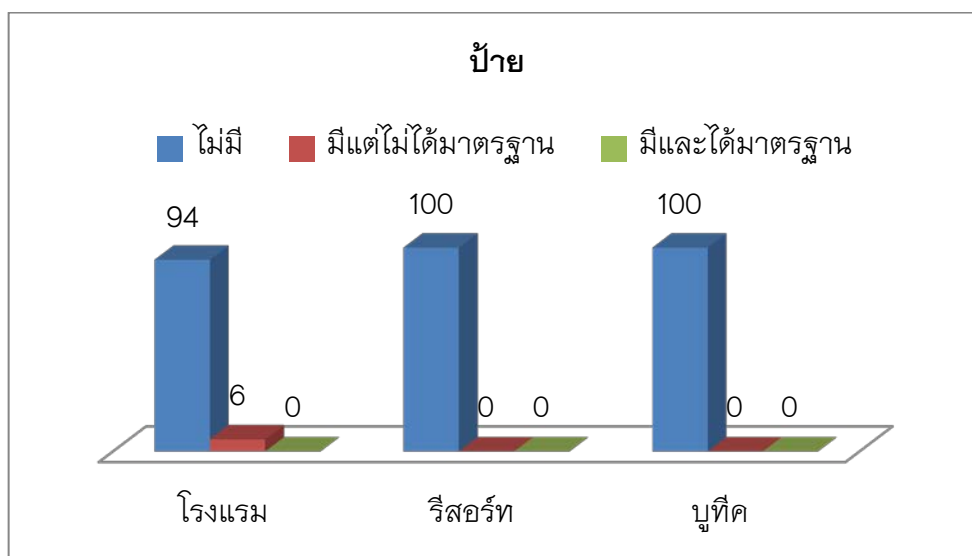
ภาพ 53 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านบันได

จากตาราง 19 และภาพ 53 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านบันไดของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า บันไดของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 35.56 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 20 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 44.44 บันไดของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 25 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 75 บันไดของบูทีค มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 61.11 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 38.89



ตาราง 20 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านป้าย

ป้าย	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. ป้ายสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เป็นสีขาวบนพื้นสีน้ำเงิน หรือสลับกัน	90	10	-	100	-	-	100	-	-
2. มีสัญลักษณ์ผู้สูงอายุ สากล	90	10	-	100	-	-	100	-	-
3. มีเครื่องหมายแสดงทาง ไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกสำหรับผู้สูงอายุ	90	10	-	100	-	-	100	-	-
4. มีสัญลักษณ์หรือ ตัวอักษรแสดงประเภท ของสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกสำหรับผู้สูงอายุ	100	-	-	100	-	-	100	-	-
5. มีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสง ส่องสว่างให้สามารถ มองเห็นได้ชัดเจนทั้ง กลางวันและกลางคืน	100	-	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>94</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>



ภาพ 54 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านป้าย

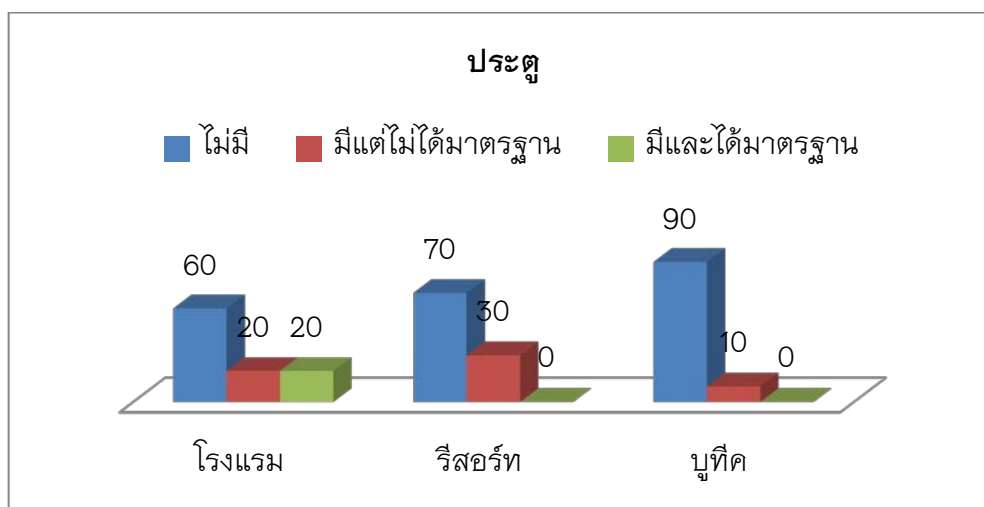
จากตาราง 20 และภาพ 54 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านป้ายของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบุทีค พบว่า ป้ายของโรงแรม มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 6 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 94 ป้ายของรีสอร์ท ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ป้ายของบุทีค ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 21 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านประตู

ประตู	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บุทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. ประตูเปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง หากบานประตูเป็นแบบบานเปิด ผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	90	10	-	100	-	-	100	-	-

## ตาราง 21 (ต่อ)

ประตู่	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
2. ประตูที่มีบานเปิด-ปิดอัตโนมัติ ควรมีปุ่มกดที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็น สามารถควบคุมการปิด-เปิดประตูด้วยตนเอง	90	10	-	100	-	-	100	-	-
3. มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวตั้งทั้งด้านในและด้านนอกของประตู ซึ่งมีปลายด้านบนสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร และปลายด้านล่างไม่เกิน 0.8 เมตร ในกรณีที่เป็นประตูกระจกหรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด	90	10	-	100	-	-	100	-	-
4. อุปกรณ์ปิด-เปิดประตู เป็นชนิดก้านปิดหรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1.2 เมตร	100	-	-	100	-	-	100	-	-
5. ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกหรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรมีพื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1.5x1.5 เมตร	100	-	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>60</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>70</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>90</b>	<b>10</b>	<b>0</b>



ภาพ 55 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านประตู

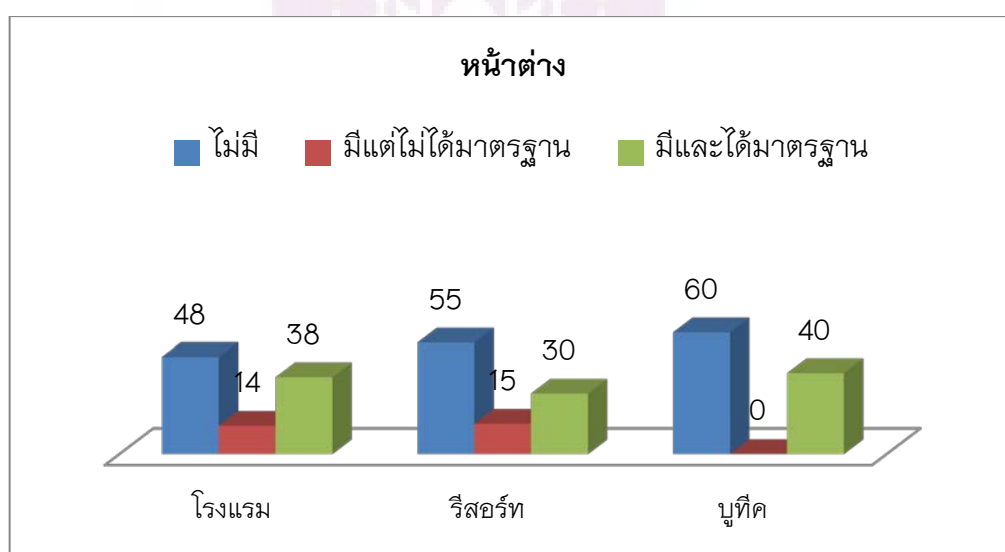
จากตาราง 21 และภาพ 55 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านประตูของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ประตูของโรงแรม มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 20 มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 20 และไม่มีประตูติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 60 ประตูของรีสอร์ท มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 30 และไม่มีประตูติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 70 ประตูของบูทีค มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 10 และไม่มีประตูติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 90

ตาราง 22 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านหน้าต่าง

หน้าต่าง	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. หน้าต่างไม่สูงจนเกินไป และสามารถมองเห็นวิวภายนอกได้ง่าย	-	-	100	-	25	75	-	-	100
2. การปิด-เปิดหน้าต่างไม่ควรฝืดหรือสั่นเกินไป	-	10	90	-	25	75	-	-	100
3. หากมีเหล็กตัดควรมีช่องที่สามารถเปิดได้ง่ายยามฉุกเฉิน	100	-	-	100	-	-	100	-	-

ตาราง 22 (ต่อ)

หน้าต่าง	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
4. หน้าต่างที่มีมุ้งลวด สามารถ ถอดมาทำความสะอาดได้	100	-	-	75	25	-	100	-	-
5. กระจกที่สามารถเอื้อมถึงควรว เป็นกระจกนิรภัย	40	60	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>48</b>	<b>14</b>	<b>38</b>	<b>55</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>40</b>



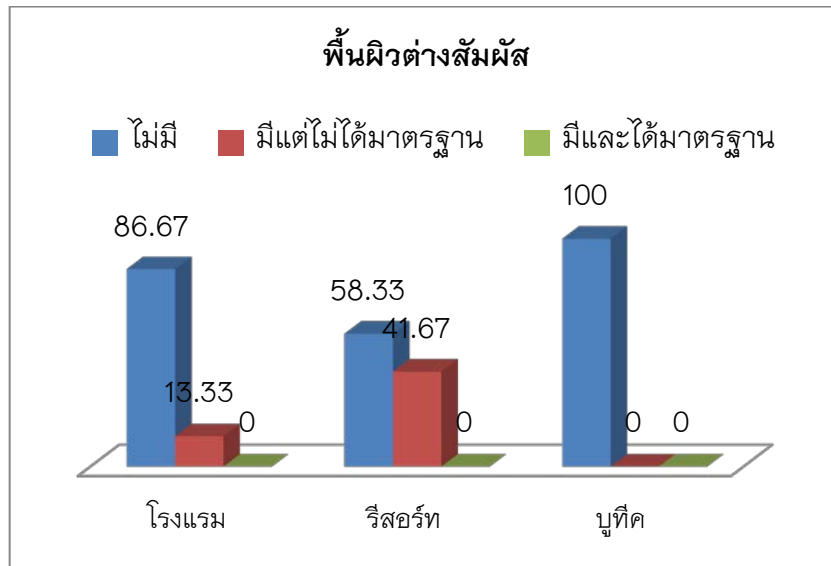
ภาพ 56 แสดงแผนภูมิการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านหน้าต่าง

จากตาราง 22 และภาพ 56 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านหน้าต่างของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า หน้าต่างของโรงแรม มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 38 มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 14 และไม่มี การติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 48 หน้าต่างของรีสอร์ท มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 30 มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 15 และไม่มี การติดตั้ง คิดเป็น

ร้อยละ 55 หน้าต่างของบุทิด มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 40 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 60

ตาราง 23 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านพื้นผิวต่างสัมผัส

พื้นผิวต่างสัมผัส	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บุทิด		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. เป็นพื้นผิวที่มีสีแตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบ ที่คนสายตาเลือนรางสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย	90	10	-	50	50	-	100	-	-
2. มีพื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับชนิดเดียวกับพื้นที่มีความต่างระดับเกิน 0.2 เมตร	100	-	-	50	50	-	100	-	-
3. วัสดุที่ใช้ปูพื้นผิวต่างสัมผัสทำจากกระเบื้องปูพื้น หรือพื้นทรายล้าง หรือพื้นหินล้าง หรือพรมเช็ดเท้า หรือกระเบื้องยาว มีขนาด 0.3 เมตร	70	30	-	75	25	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>86.67</b>	<b>13.33</b>	<b>0</b>	<b>58.33</b>	<b>41.67</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>



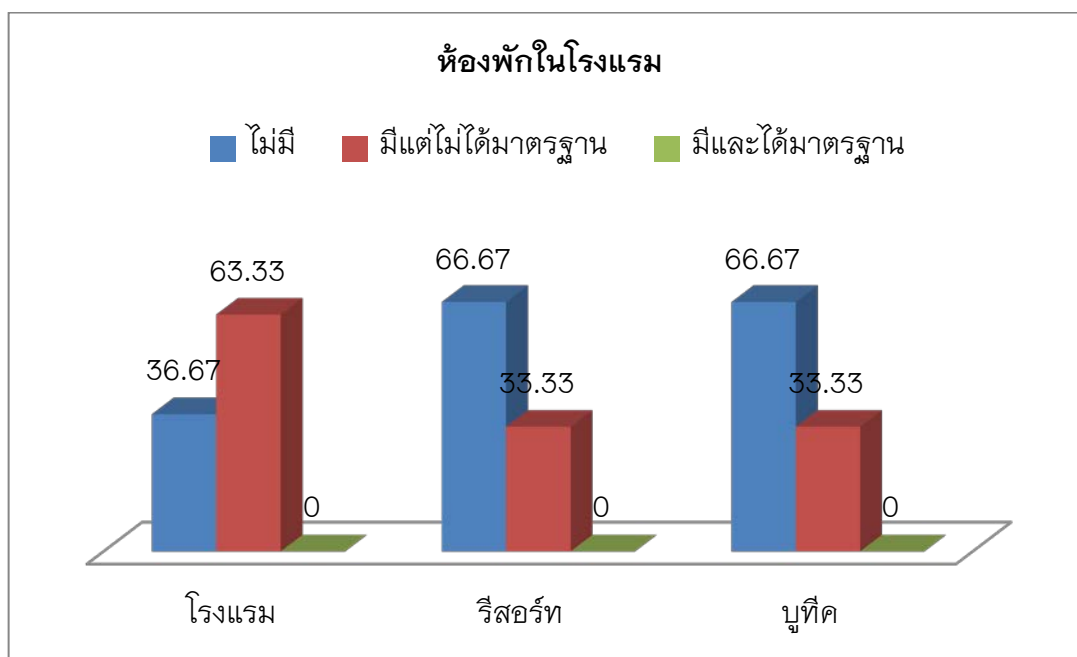
ภาพ 57 แสดงแผนภูมิการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านพื้นผิวต่างสัมผัส

จากตาราง 23 และภาพ 57 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านพื้นผิวต่างสัมผัสของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร และบจู่ค พบว่า พื้นผิวต่างสัมผัสของโรงแรม มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 86.67 พื้นผิวต่างสัมผัสของร้านอาหาร มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 41.67 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.33 พื้นผิวต่างสัมผัสของบจู่ค ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 24 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านห้องพักในโรงแรม

ห้องพักในโรงแรม	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. โรงแรมที่มีห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป ต้องจัดให้มีห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ห้องต่อ จำนวนห้องพักทุก ๆ 100 ห้อง	20	80	-	100	-	-	100	-	-
2. ห้องพักอยู่ใกล้บันไดหรือ บันไดหนีไฟหรือลิฟต์	20	80	-	100	-	-	100	-	-
3. ภายในห้องพักมีสัญญาณบอกเหตุหรือเตือนภัย ทั้งสัญญาณที่เป็นเสียงและแสงและระบบสันสะเทือน ติดตั้งไว้บริเวณที่นอน	80	20	-	100	-	-	100	-	-
4. มีสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุ ติดไว้หน้าห้องพัก	100	-	-	100	-	-	100	-	-
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องนอน (เตียง/ที่นอน/โซฟา/ราวจับ/ระบบ ไฟฟ้า)	-	100	-	-	100	-	-	100	-
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องน้ำ (โถส้วม อ่างล้างมือ ราวจับ พื้นที่ อาบน้ำ ที่นั่งสำหรับ อาบน้ำ)	-	100	-	-	100	-	-	100	-
เฉลี่ยรวม	36.67	63.33	0	66.67	33.33	0	66.67	33.33	0



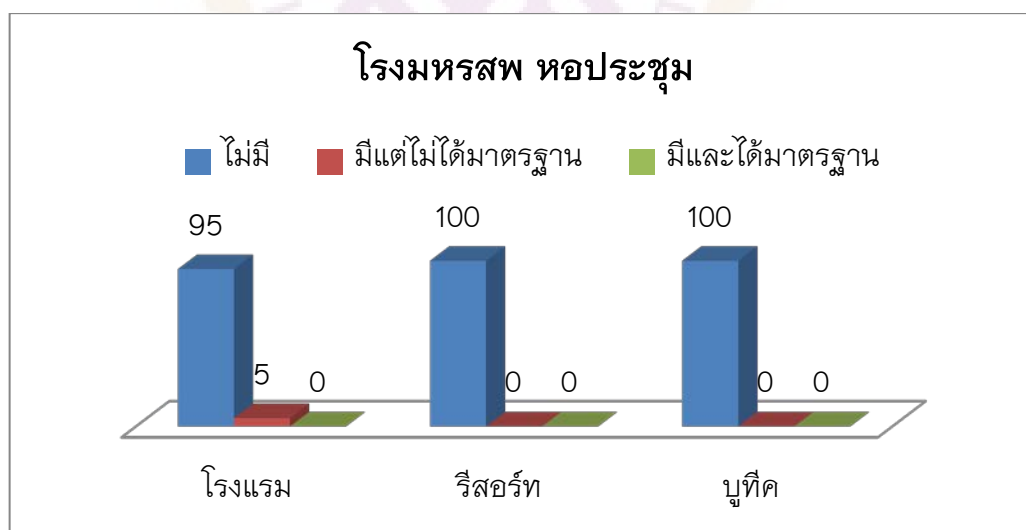


ภาพ 58 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านห้องพักในโรงแรม

จากตาราง 24 และภาพ 58 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านห้องพักในโรงแรมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า ห้องพักของโรงแรม มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 63.33 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 36.67 ห้องพักของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 66.67 ห้องพักของบูทีค มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 66.67

ตาราง 25 แสดงผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในด้านโรงพยาบาล หอประชุม

โรงพยาบาล หอประชุม	ค่าร้อยละ (%)								
	โรงแรม			รีสอร์ท			บูทีค		
	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	ไม่มี	มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน
1. หอประชุมจัดให้มีพานะสำหรับรถเข็นอย่างน้อยหนึ่งที่นั่งทุก ๆ 100 ที่นั่ง	100	-	-	100	-	-	100	-	-
2. มีพื้นที่ราบขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 1.4 เมตรต่อหนึ่งที่นั่งซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้ประตูทางออก หรือในตำแหน่งที่เข้าออกได้สะดวก	90	10	-	100	-	-	100	-	-
<b>เฉลี่ยรวม</b>	<b>95</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>0</b>



ภาพ 59 แสดงแผนภูมิผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคารด้านโรงพยาบาล หอประชุม

จากตาราง 25 และภาพ 59 ผู้วิจัยพบว่าผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างภายในอาคาร ด้านโรงแรมหรู หอประชุมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และบูทีค พบว่า โรงแรมหรู หอประชุมของโรงแรม มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 5 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 95 โรงแรมหรู หอประชุมของรีสอร์ท ไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็น ร้อยละ 100 โรงแรมหรู หอประชุมของบูทีค ไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100

### **ผลการศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อนำข้อมูลไปจัดทำแนวทางการพัฒนามาตรฐาน อารยสถาปัตยกรรมของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด มีข้อความมีความสอดคล้องกับข้อมูลจริงที่ได้วิเคราะห์ ในตอนต้น และคำถามอิงจากแนวคิด ทฤษฎีการท่องเที่ยว การบริหารจัดการ การตลาด การท่องเที่ยว ความพึงพอใจ แรงจูงใจ ผู้สูงอายุ และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยจัดพิมพ์ 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เก็บข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 ตัวอย่าง แบ่งเป็น นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างประเทศ จำนวน 80 ตัวอย่าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้ผลการวิจัย ดังนี้

#### **ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจำแนกการนำเสนอออกเป็น 5 หัวข้อ ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักแรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยาที่มีผลต่อการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัด

## พระนครศรีอยุธยา

แต่ละหัวข้อมีรายละเอียดแสดงดังผลการวิจัยต่อไปนี้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พักรแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 400 คน จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 320 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 80 คน สามารถแสดงข้อมูลพื้นฐานด้าน เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา การเกษียณอายุจากการทำงาน อาชีพ ภาวะด้านครอบครัว รายได้ และแหล่งที่มาของรายได้

ตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
1. เพศ						
ชาย	150	46.88	36	45.00	186	46.50
หญิง	170	53.13	44	55.00	214	53.50
2. สถานภาพ						
โสด	66	20.63	14	17.50	80	20.00
สมรส	231	72.19	58	72.50	289	72.25
หม้าย/หย่าร้าง	23	7.19	8	10.00	31	7.75
3. ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	55	17.19	0	0.00	55	13.8
มัธยมศึกษา/ปวช.	123	38.44	2	2.50	125	31.3
อนุปริญญา/ปวส.	64	20.00	26	32.50	90	22.5
ปริญญาตรี	69	21.56	44	55.00	113	28.2
ปริญญาโท	9	2.81	8	10.00	17	4.3
4. การเกษียณอายุจากการทำงาน						
ใช่	99	30.94	51	63.75	150	37.50
ไม่ใช่	221	69.06	29	36.25	250	62.50
5. อาชีพก่อนเกษียณจากการทำงาน						
รับราชการ	20	20.20	14	27.45	34	22.67
พนักงานบริษัท	8	8.08	14	27.45	22	14.67
รับจ้าง/ลูกจ้าง	9	9.09	9	17.65	18	12.00
รัฐวิสาหกิจ	6	6.06	8	15.69	14	9.33
เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	32	32.32	4	7.84	36	24.00
พอบ้าน/แม่บ้าน	19	19.20	0	0.00	19	12.66
เกษตรกร	5	5.05	2	3.92	7	4.67

ตาราง 26 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
<b>6. อาชีพปัจจุบัน</b>						
รับราชการ	12	3.80	9	11.25	21	5.25
พนักงานบริษัท	52	16.30	18	22.50	70	17.50
รับจ้าง/ลูกจ้าง	57	17.80	15	18.75	72	18.00
รัฐวิสาหกิจ	7	2.20	10	12.50	17	4.25
เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	84	26.30	19	23.75	103	25.75
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	101	31.60	8	10.00	109	27.25
เกษตกร	7	2.20	1	1.25	8	2.00
<b>7. ภาระด้านครอบครัว</b>						
ดูแลพ่อแม่/ผู้สูงอายุ	86	26.88	6	7.50	92	23.00
ดูแลครอบครัว (สามี/ลูก)	129	40.31	20	25.00	149	37.25
ดูแลหลาน/ญาติ	38	11.88	10	12.50	48	12.00
ไม่มีภาระ	67	20.94	44	55.00	111	27.75
<b>8. รายได้ปัจจุบัน</b>						
ไม่เกิน 5,000 บาท (<152 USD)	42	13.13	0	0.00	42	10.50
5,001-10,000 บาท (153-303 USD)	78	24.38	0	0.00	78	19.50
10,001-30,000 บาท (304-910 USD)	149	46.56	0	0.00	149	37.25
30,001-50,000 บาท (911-1,517 USD)	23	7.19	39	48.75	62	15.50
มากกว่า 50,000 บาท (>1,517 USD)	28	8.75	41	51.25	69	17.25
<b>9. แหล่งที่มาของรายได้</b>						
เงินบำนาญ	23	7.19	41	51.25	64	16.00
บุตรหลาน	61	19.06	4	5.00	65	16.25
ประกอบอาชีพ	214	66.88	27	33.75	241	60.25
ค่าเช่า/ดอกเบี้ย	22	6.88	8	10.00	30	7.50

จากตาราง 26 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พักรวมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเพศชาย ร้อยละ 46.50 และเพศหญิง ร้อยละ 53.50 เมื่อพิจารณาแยกตามเชื้อชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงในแต่ละเชื้อชาติมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก

เมื่อพิจารณาตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 72.25 รองลงมา คือ โสด ร้อยละ 20 และหม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 7.75 เมื่อจำแนกตามเชื้อชาติ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 72.19 และชาวต่างชาติ ร้อยละ 72.50 ยังคงมีสถานภาพสมรสจำนวนมากที่สุดเช่นเดียวกัน เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษาพบว่าภาพรวม

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช.จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 31.25 รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 28.25 และระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 22.50 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามการเกษียณอายุจากการทำงาน พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังไม่เกษียณอายุจากการทำงาน ร้อยละ 62.50 แต่เมื่อจำแนกตามเชื้อชาติ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยเกษียณอายุจากการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 30.94 ซึ่งมีจำนวนน้อยกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เกษียณอายุจากการทำงาน จำนวน ร้อยละ 63.75 เมื่อพิจารณาอาชีพก่อนเกษียณ พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ประกอบอาชีพ เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 32.32 รองลงมา คือ รับราชการ ร้อยละ 20.20 และพ่อแม่บ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 19.20 ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างต่างจาก นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ประกอบอาชีพรับราชการมากที่สุด ร้อยละ 27.45 รองลงมา คือ รับจ้าง/ลูกจ้าง ร้อยละ 17.65 และรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 15.69 ตามลำดับ และอาชีพในปัจจุบันของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ทำงานเป็นพ่อแม่บ้าน/แม่บ้านจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 27.25 รองลงมาทำอาชีพเจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 25.75 และรับจ้าง/ลูกจ้าง ร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาภาระด้านครอบครัว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภาระที่ต้องดูแลครอบครัว (สามี/ลูก) เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 37.25 แต่เมื่อพิจารณาแยกตามเชื้อชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีภาระที่ต้องดูแลครอบครัว (สามี/ภรรยา/ลูก) ร้อยละ 40.31 รองลงมา คือ ดูแลพ่อแม่/ผู้สูงอายุ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่มีภาระที่ต้องดูแล ร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ดูแลครอบครัว (สามี/ภรรยา/ลูก) ร้อยละ 25.00

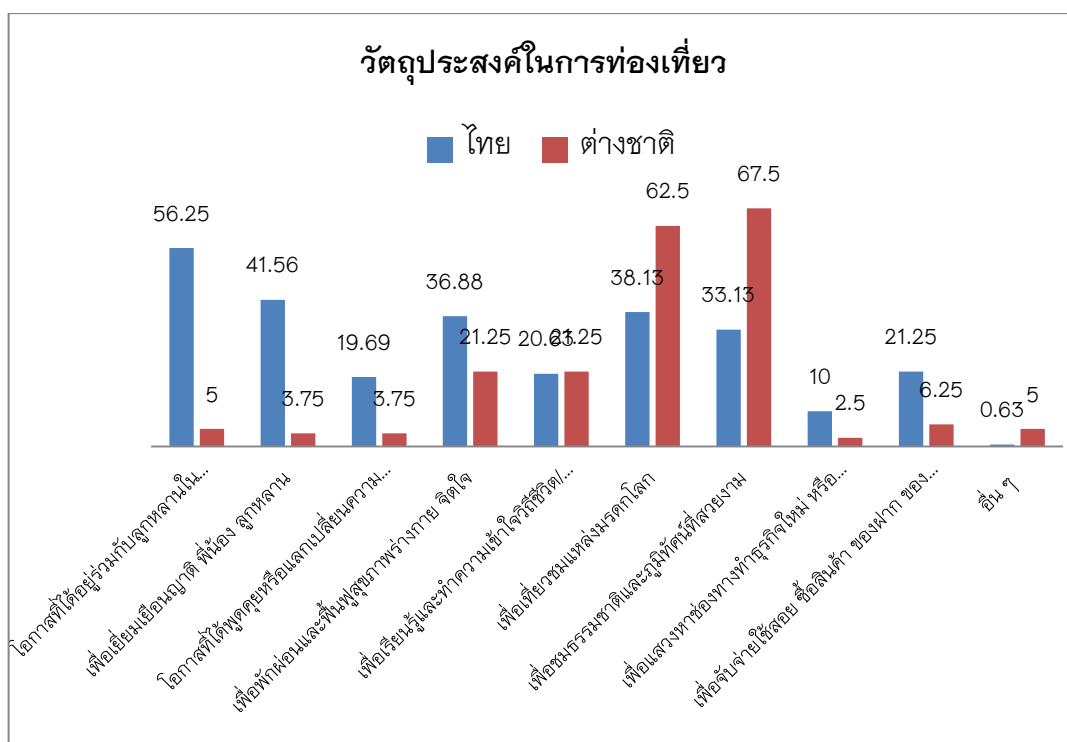
เมื่อพิจารณาด้านรายได้ปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 10,000–30,000 บาท หรือ 304–910 USD) เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 37.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 10,000–30,000 บาท ร้อยละ 46.56 แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท หรือ 1,517 USD ร้อยละ 51.25 ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย และเมื่อพิจารณาตามแหล่งรายได้พบว่า นักท่องเที่ยวมีแหล่งรายได้จากการประกอบอาชีพจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 60.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแหล่งรายได้จากการประกอบอาชีพจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 66.88 ส่วนชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีรายได้มาจากเงินบำนาญจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 51.25

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 400 คน จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 320 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 80 คน สามารถแสดงข้อมูลพฤติกรรมด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว บุคคลที่มาร่วมด้วยในการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว ปัจจัยในการเลือกที่พักผ่อน วิธีการจองห้องพัก ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าพัก การกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังตาราง 27

ตาราง 27 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักผ่อน	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
<b>วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว</b>						
1. โอกาสที่ได้อยู่ร่วมกับลูกหลานใน บรรยากาศใหม่ ๆ	180	56.25	4	5.00	184	46.00
2. เพื่อเยี่ยมเยียนญาติ พี่น้อง ลูกหลาน	133	41.56	3	3.75	136	34.00
3. โอกาสที่ได้พูดคุยหรือแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นกับเพื่อนวัยเดียวกัน	63	19.69	3	3.75	66	16.50
4. เพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ	118	36.88	17	21.25	135	33.75
5. เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจวิถีชีวิต/ วัฒนธรรม/ความเชื่อชุมชน	66	20.63	17	21.25	66	16.50
6. เพื่อเที่ยวชมแหล่งมรดกโลก	122	38.13	50	62.50	172	43.00
7. เพื่อชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม	106	33.13	54	67.50	160	40.00
8. เพื่อแสวงหาช่องทางทำธุรกิจใหม่ หรือ แสวงหาสินค้าใหม่	32	10.00	2	2.50	34	8.50
9. เพื่อจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้า ของฝาก ของ ที่ระลึก	68	21.25	5	6.25	73	18.25
10. อื่น ๆ	2	0.63	4	5.00	6	1.50



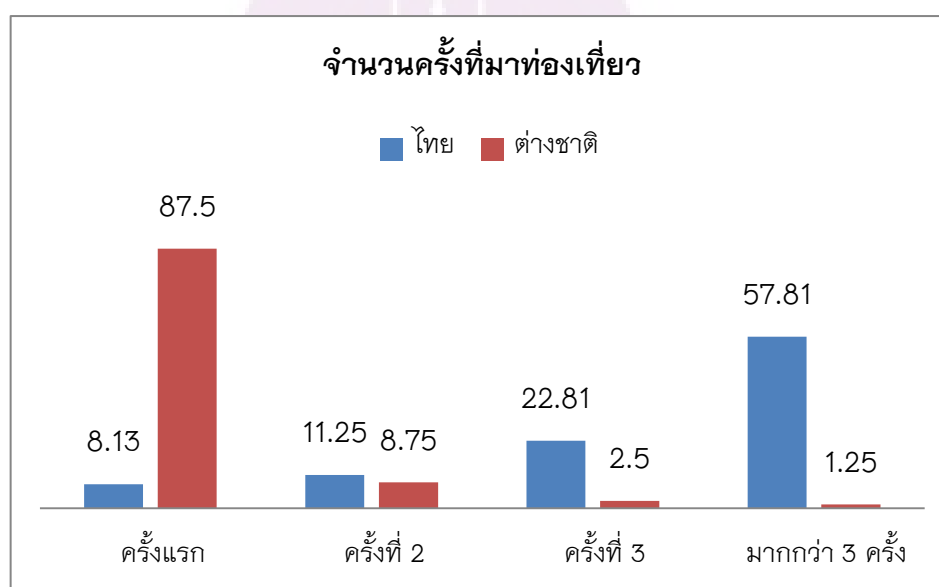
**ภาพ 60 แสดงแผนภูมิวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว**

จากตาราง 27 ภาพ 60 เมื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวโอกาสที่จะได้อยู่ร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.00 รองลงมาเพื่อเที่ยวชมแหล่งมรดกโลก ร้อยละ 43.00 เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่าส่วนใหญ่มาเพื่อโอกาสที่ได้เข้าร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ ร้อยละ 56.25 รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติ พี่น้อง ลูกหลาน ร้อยละ 41.56 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาเพื่อชมธรรมชาติ และภูมิทัศน์ที่สวยงาม ร้อยละ 67.50 รองลงมา คือ เพื่อเที่ยวชมแหล่งมรดกโลก ร้อยละ 62.50



ตาราง 28 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักผ่อน	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว						
1. ครั้งแรก	26	8.13	70	87.50	96	24.00
2. ครั้งที่ 2	36	11.25	7	8.75	43	10.75
3. ครั้งที่ 3	73	22.81	2	2.50	75	18.75
4. มากกว่า 3 ครั้ง	185	57.81	1	1.25	186	46.50

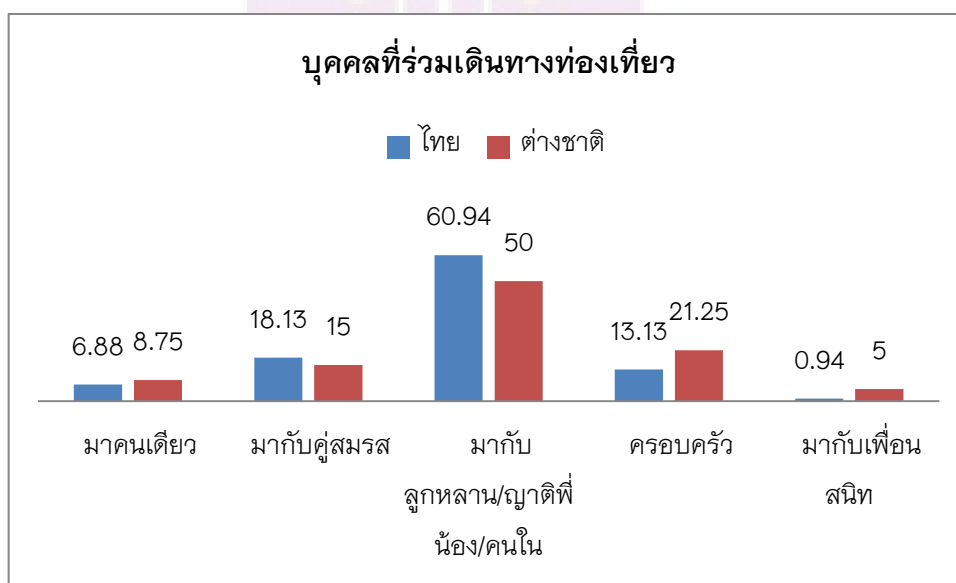


ภาพ 61 แสดงแผนภูมิจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

จากตาราง 28 ภาพ 61 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง  
จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 57.81 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาเที่ยวครั้งแรก  
ร้อยละ 87.50

ตาราง 29 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา ด้านบุคคลที่มาร่วมในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักผ่อน	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
<b>บุคคลที่มาร่วมในการท่องเที่ยว</b>						
1. มาคนเดียว	22	6.88	7	8.75	29	7.25
2. มากับคู่สมรส	58	18.13	12	15.00	70	17.50
3. มากับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว	195	60.94	40	50.00	235	58.75
4. มากับเพื่อนสนิท	42	13.13	17	21.25	59	14.75
5. มากับบริษัทนำเที่ยว	3	0.94	4	5.00	7	1.75

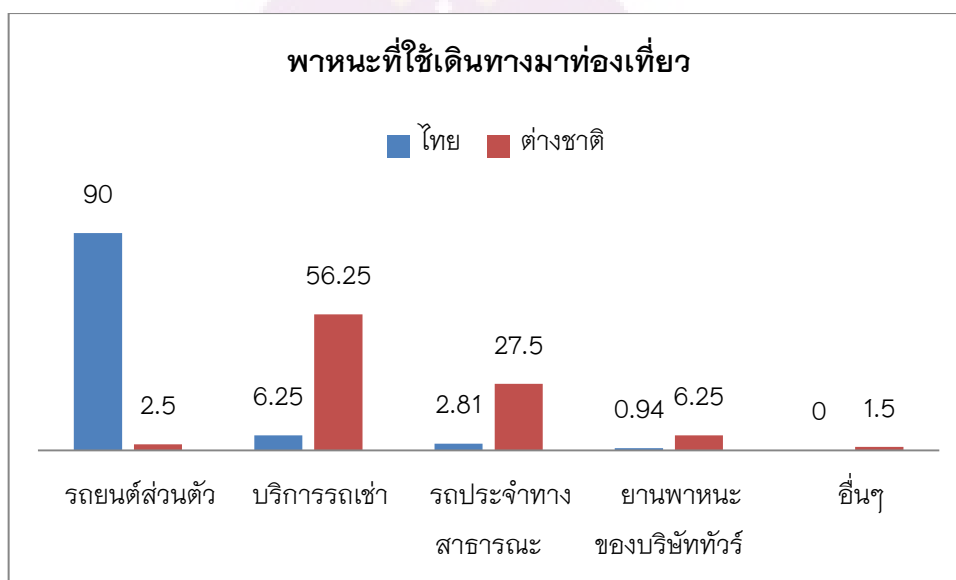


ภาพ 62 แสดงแผนภูมิบุคคลที่มาร่วมในการท่องเที่ยว

จากตาราง 29 ภาพ 62 พบว่าบุคคลที่มาร่วมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาพร้อมกับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว ร้อยละ 60.94 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาพร้อมกับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว เช่นเดียวกัน ร้อยละ 50.00

ตาราง 30 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา ด้านพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักผ่อน	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
<b>พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว</b>						
1. รถยนต์ส่วนตัว	288	90.00	2	2.50	290	72.50
2. บริการรถเช่า	20	6.25	45	56.25	65	16.25
3. รถประจำทางสาธารณะ	9	2.81	22	27.50	31	7.75
4. ยานพาหนะของบริษัททัวร์	3	0.94	5	6.25	8	2.00
5. อื่น ๆ	0	0.00	6	1.50	6	1.50

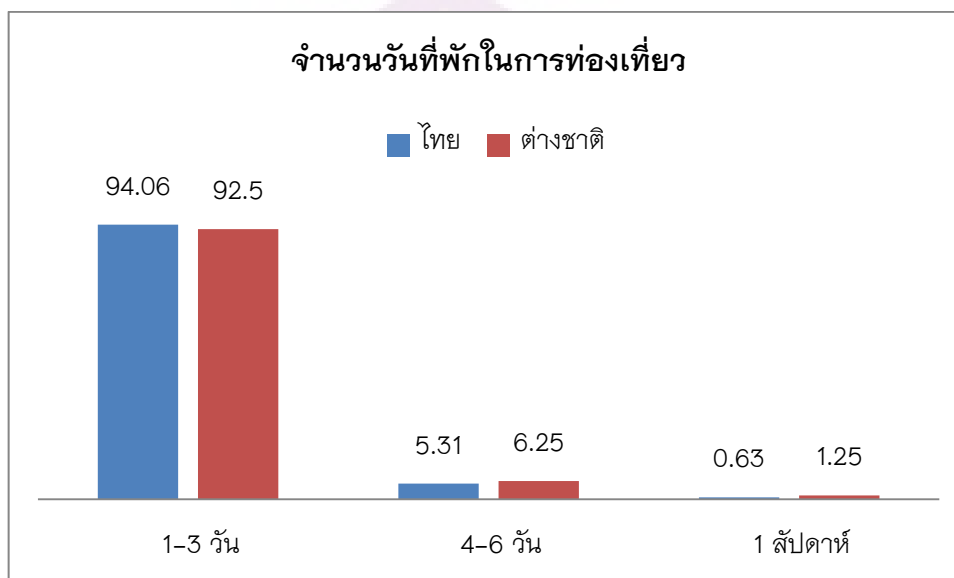


ภาพ 63 แสดงแผนภูมิพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว

จากตาราง 30 ภาพ 63 พบว่าพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มารถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 90.00 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาด้วยบริการรถเช่า ร้อยละ 56.25

ตาราง 31 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา ด้านจำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักผ่อน	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
จำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว						
1. 1-3 วัน	301	94.06	74	92.50	375	93.75
2. 4-6 วัน	17	5.31	5	6.25	22	5.50
3. 1 สัปดาห์	2	0.63	1	1.25	3	0.75

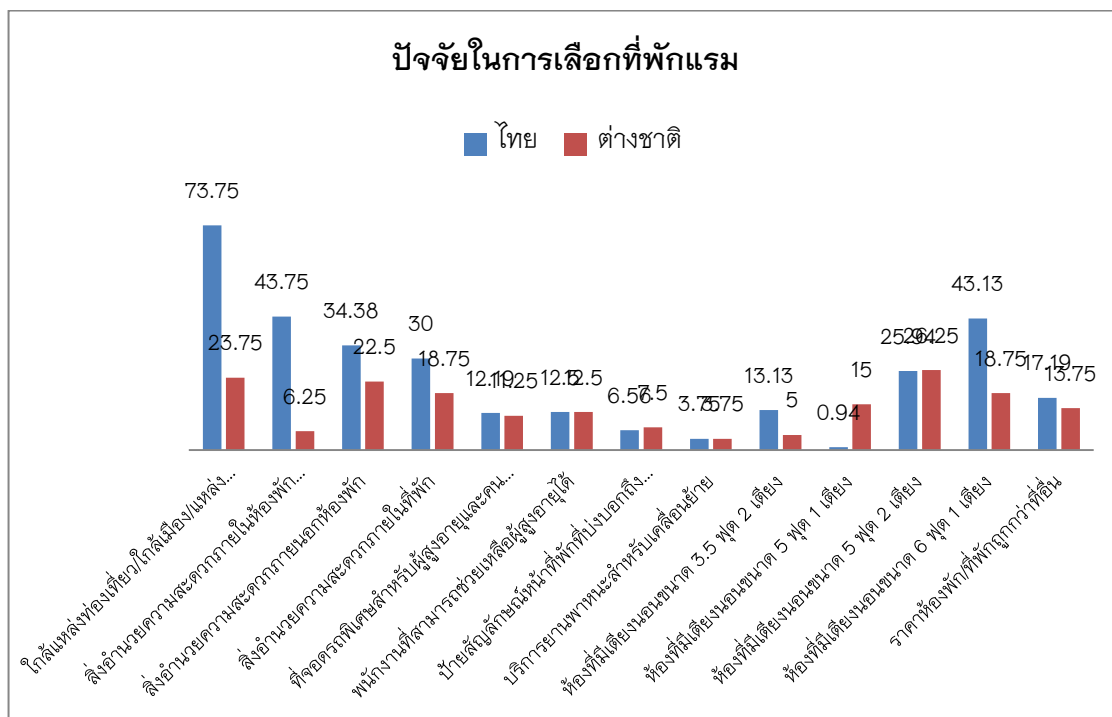


ภาพ 64 แสดงแผนภูมิจำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว

จากตาราง 31 ภาพ 64 พบว่าจำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยว พบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาพักเพียง 1-3 วัน ร้อยละ 93.75

ตาราง 32 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักรแรมในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา ด้านปัจจัยในการเลือกที่พักแรม

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักรแรม	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
<b>ปัจจัยในการเลือกที่พักแรม</b>						
1. ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/ใกล้เมือง/แหล่ง ชุมชน	236	73.75	19	23.75	255	63.75
2. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก พิเศษสำหรับผู้สูงอายุ	140	43.75	5	6.25	255	63.75
3. สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอก ห้องพัก	110	34.38	18	22.50	145	36.25
4. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก	96	30.00	15	18.75	128	32.00
5. ที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ	39	12.19	9	11.25	111	27.75
6. พนักงานที่สามารถช่วยเหลือผู้สูงอายุได้	40	12.50	10	12.50	48	12.00
7. ป้ายสัญลักษณ์หน้าที่พักที่บ่งบอกถึง การให้บริการสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ	21	6.56	6	7.50	50	12.50
8. บริการยานพาหนะสำหรับเคลื่อนย้าย	12	3.75	3	3.75	27	6.75
9. ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 3.5 ฟุต 2 เตียง	42	13.13	4	5.00	15	3.75
10. ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 5 ฟุต 1 เตียง	3	0.94	12	15.00	46	11.50
11. ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 5 ฟุต 2 เตียง	83	25.94	21	26.25	15	3.75
12. ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 6 ฟุต 1 เตียง	138	43.13	15	18.75	104	26.00
13. ราคาห้องพักที่พักรแรมดีกว่าที่อื่น	55	17.19	11	13.75	153	38.25

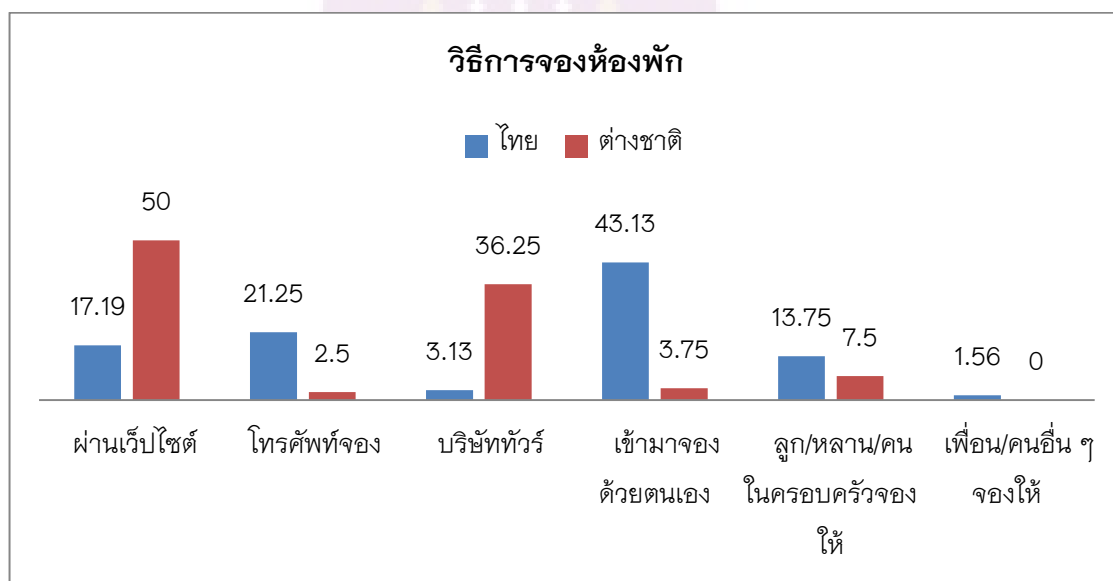


ภาพ 65 แสดงแผนภูมิปัจจัยในการเลือกที่พักแรม

จากตาราง 33 ภาพ 65 พบว่าปัจจัยในการเลือกที่พักแรมพบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวเลือกเพราะใกล้แหล่งท่องเที่ยว/ใกล้เมือง/แหล่งชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 63.75 รองลงมา คือ เลือกเพราะปัจจัยด้านราคาห้องพัก/ที่พักถูกกว่าที่อื่น ร้อยละ 38.25 เมื่อแยกตามเชื้อชาติพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่พักด้วยปัจจัยใกล้แหล่งท่องเที่ยว/ใกล้เมือง/แหล่งชุมชนจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 73.75 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกที่พักด้วยการมีเตียงนอนขนาด 5 ฟุต 2 เตียง จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 26.25

ตาราง 33 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักแรมในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา ด้านวิธีการจองห้องพัก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักแรม	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
<b>วิธีการจองห้องพัก</b>						
1. ผ่านเว็บไซต์	55	17.19	40	50.00	95	23.75
2. โทรศัพท์จอง	68	21.25	2	2.50	70	17.50
3. บริษัททัวร์	10	3.13	29	36.25	39	9.75
4. เข้ามาจองด้วยตนเอง	138	43.13	3	3.75	141	35.25
5. ลูกหลาน/คนในครอบครัวจองให้	44	13.75	6	7.50	50	12.50
6. เพื่อน/คนอื่น ๆ จองให้	5	1.56	0	0	5	1.25

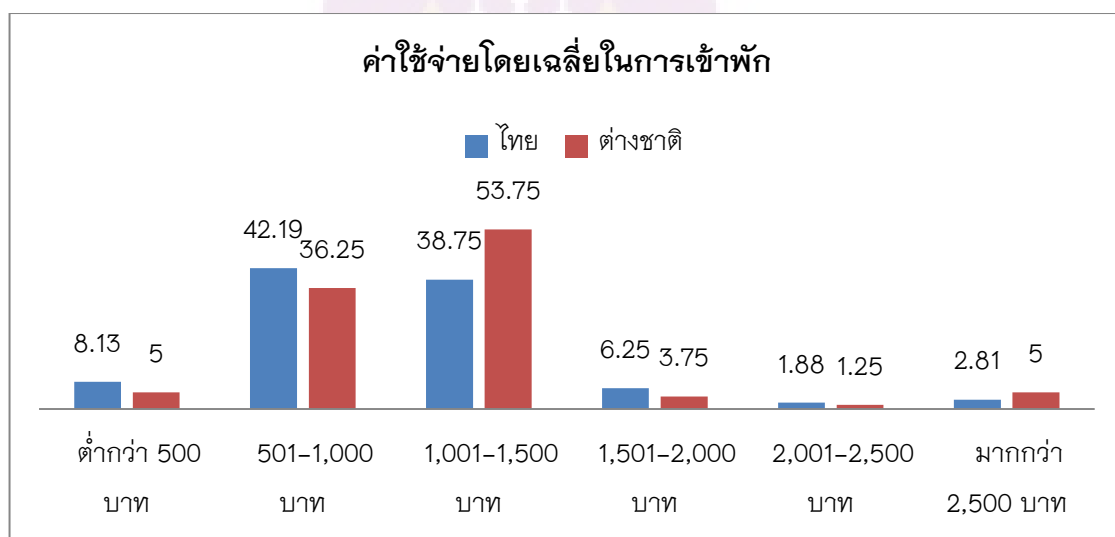


ภาพ 66 แสดงแผนภูมิวิธีการจองห้องพัก

จากตาราง 33 ภาพ 66 พบว่าวิธีการจองห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เข้ามาจองด้วยตนเอง ร้อยละ 43.13 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีการจองผ่านเว็บไซต์ และให้เพื่อน/คนอื่น ๆ จองให้ ร้อยละ 50.00

ตาราง 34 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักแรมในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยาด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าพัก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักแรม	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าพัก						
1. ต่ำกว่า 500 บาท	26	8.13	4	5.00	30	7.50
2. 501-1,000 บาท	135	42.19	29	36.25	164	41.00
3. 1,001-1,500 บาท	124	38.75	43	53.75	167	41.75
4. 1,501-2,000 บาท	20	6.25	3	3.75	23	5.75
5. 2,001-2,500 บาท	6	1.88	1	1.25	7	1.75
6. มากกว่า 2,500 บาท	9	2.81	4	5.00	9	2.25



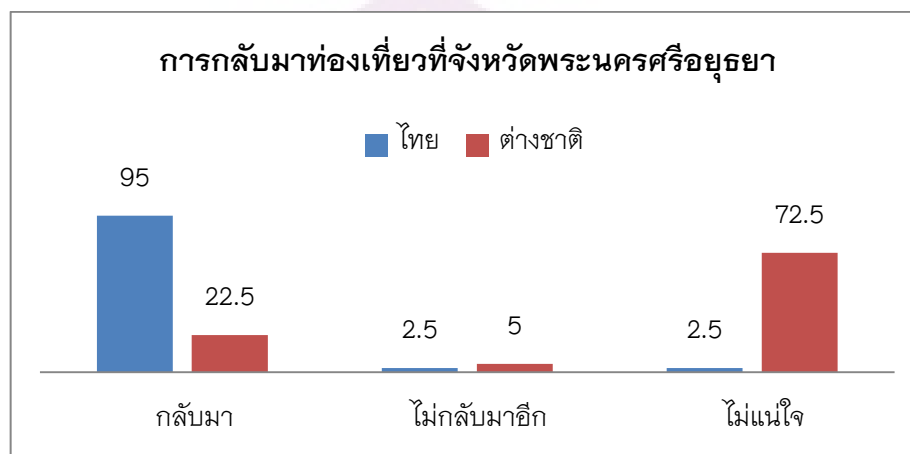
ภาพ 67 แสดงแผนภูมิค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าพัก

จากตาราง 34 ภาพ 67 พบว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าพักพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จองห้องพักในราคา 501-1,000 บาท ร้อยละ 42.19 ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จองห้องพักในราคา 1,001-1,500 บาท ร้อยละ 53.75



ตาราง 35 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา ด้านการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักผ่อน	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
การกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา						
1. กลับมา	304	95.00	18	22.50	322	80.50
2. ไม่กลับมาอีก	8	2.50	4	5.00	12	3.00
3. ไม่แน่ใจ	8	2.50	58	72.50	66	16.50

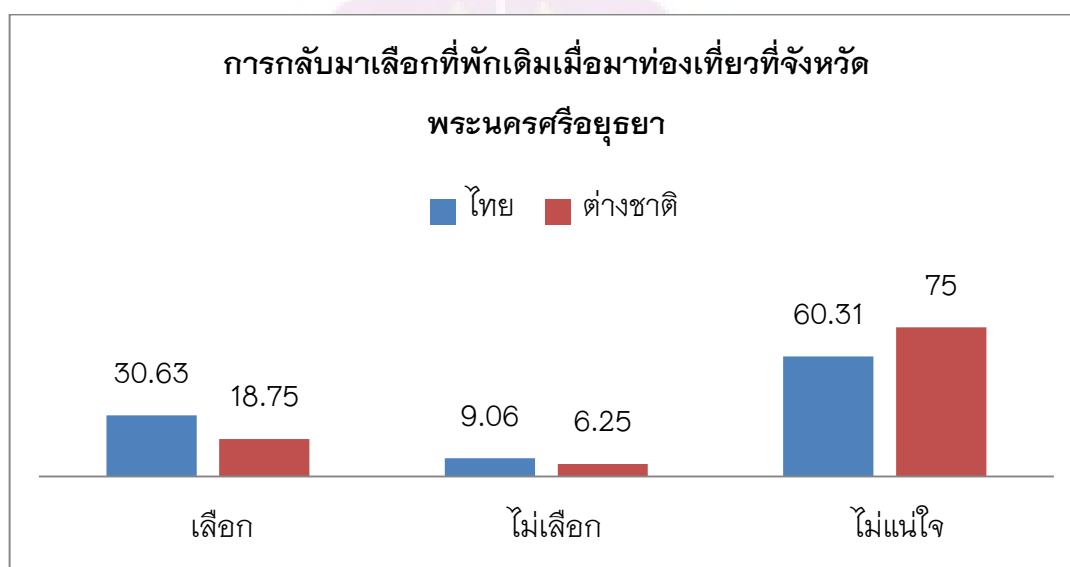


ภาพ 68 แสดงแผนภูมิการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 35 ภาพ 68 พบว่าการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ร้อยละ 95.00 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าไม่แน่ใจ ร้อยละ 75.00

ตาราง 36 แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา ด้านการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ต่อการเลือกพักผ่อน	ชาวไทย (n=320)		ชาวต่างชาติ (n=80)		ภาพรวม (N=400)	
	n	%	n	%	n	%
การกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา						
1. เลือก	98	30.63	15	18.75	113	28.25
2. ไม่เลือก	29	9.06	5	6.25	34	8.50
3. ไม่แน่ใจ	193	60.31	60	75.00	253	63.25



ภาพ 69 แสดงแผนภูมิการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 36 ภาพ 69 พบว่าการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ระบุว่าไม่แน่ใจ ร้อยละ 60.31  
และนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน ร้อยละ 75.00

## ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจำนวน 400 คน จำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 320 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 80 คน สามารถแสดงข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 7 ด้าน คือ

- ด้านที่ 1 ด้านที่พัก
- ด้านที่ 2 ด้านราคา
- ด้านที่ 3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ด้านที่ 5 ด้านพนักงานบริการ
- ด้านที่ 6 ด้านกระบวนการ
- ด้านที่ 7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

**ตอนที่ 3** ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด  
ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิเคราะห์ส่วนนี้จะนำเสนอ 2 ส่วน ส่วนแรก เป็นการนำเสนอค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว ส่วนที่สอง เป็นการเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงานโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) มีรายละเอียดผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ส่วนนี้จะวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับค่าเฉลี่ยของความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านที่พักและบริการ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการ

จัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ปัจจัยด้านพนักงานบริการ 6) ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และ 7) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ แสดงผลการวิเคราะห์ดังตาราง 37

**ตาราง 37 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ**

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคาดหวังต่อที่พักแรม (ก่อนใช้บริการ)			ระดับความพึงพอใจต่อที่พักแรม (หลังใช้บริการ)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
<b>ปัจจัยด้านที่พักและบริการ</b>	<b>3.71</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>	<b>3.78</b>	<b>0.53</b>	<b>มาก</b>
1. สภาพของห้องพักหรือที่พักที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ (สะดวกในการใช้งาน/ความเอื้ออำนวย)	3.86	0.75	มาก	3.88	0.79	มาก
2. ขนาดของห้องพักหรือที่พัก	3.73	0.71	มาก	3.82	0.76	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก/ที่พักที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ (ที่นอนเตียง/ขนาดของห้องพัก ห้องน้ำ/ประตู/ผ้าปูที่นอน/ทางเดิน รถเข็น/ทางลาด/ที่วีล)	3.63	0.72	มาก	3.75	0.68	มาก
4. ความสะอาดของห้องพัก/ที่พัก	3.65	0.71	มาก	3.74	0.72	มาก
5. สถานที่ตั้ง/ทำเลของที่พักเหมาะสม ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งธุรกิจ/แหล่งชุมชน/สถานพยาบาล	3.67	0.90	มาก	3.72	0.80	มาก
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>	<b>3.63</b>	<b>0.72</b>	<b>มาก</b>	<b>3.63</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>
6. มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักและมีให้เลือกหลากหลาย	3.71	0.80	มาก	3.71	0.80	มาก
7. ห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับราคา	3.62	0.81	มาก	3.66	0.84	มาก
8. ราคาห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก	3.64	0.80	มาก	3.60	0.82	มาก
9. ราคาห้องพักถูกกว่าโรงแรม/ที่พักอื่น	3.58	0.83	มาก	3.55	0.77	มาก
<b>ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย</b>	<b>3.49</b>	<b>0.74</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.67</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>
10. มีข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก/ที่พักให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหลากหลายช่องทาง	3.56	0.84	มาก	3.66	0.91	มาก
11. มีบริการสำรองห้องพัก/ที่พักทางอินเทอร์เน็ต	3.55	0.85	มาก	3.74	0.73	มาก
12. มีบริการสำรองห้องพัก/ที่พักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว(บริษัททัวร์)	3.41	0.88	ปานกลาง	3.53	0.81	มาก
13. มีบริการยืนยันการสำรองห้องพัก/ที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต	3.44	0.88	ปานกลาง	3.75	0.80	มาก
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>	<b>3.39</b>	<b>0.63</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.54</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>
14. มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	3.36	0.95	ปานกลาง	3.55	0.85	มาก
15. มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์	3.30	0.86	ปานกลาง	3.60	0.79	มาก
16. มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ	3.44	0.90	ปานกลาง	3.59	0.82	มาก
17. มีการลดราคาเมื่อพักระยะยาวหรือพักเป็นหมู่คณะ	3.44	0.96	ปานกลาง	3.53	0.93	มาก

## ตาราง 37 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคาดหวังที่พักรแรม (ก่อนใช้บริการ)			ระดับความพึงพอใจที่พักรแรม (หลังใช้บริการ)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
18. มีบริการรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบิน/สถานีขนส่ง	3.40	0.79	ปานกลาง	3.58	0.79	มาก
19. มีการบำบัด/ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ (ฟรี/ราคาถูก)	3.41	0.81	ปานกลาง	3.48	0.83	ปานกลาง
20. มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพฟรี	3.38	0.77	ปานกลาง	3.46	0.84	ปานกลาง
21. มีบริการรถเข็นและคนดูแลตลอดการเข้าพัก	3.39	0.81	ปานกลาง	3.53	0.75	มาก
<b>ปัจจัยด้านพนักงานบริการ</b>	<b>3.64</b>	<b>0.56</b>	<b>มาก</b>	<b>3.76</b>	<b>0.81</b>	<b>มาก</b>
22. ให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เป็นมิตร	3.98	0.79	มาก	3.94	0.78	มาก
23. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.90	0.77	มาก	3.76	0.81	มาก
24. ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	3.79	0.77	มาก	3.81	0.70	มาก
25. มีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาของท่าน (ไทย/ จีน/ญี่ปุ่น/เกาหลี/อังกฤษ/ฝรั่งเศส)	3.67	0.83	มาก	3.92	2.64	มาก
26. มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการบริการ	3.49	0.82	ปานกลาง	3.51	0.80	มาก
27. มีความรู้ความเข้าใจในการดูแลผู้สูงอายุ	3.46	0.91	ปานกลาง	3.68	0.86	มาก
28. มีความสามารถให้การแก้ไขปัญหา	3.41	0.89	ปานกลาง	3.84	2.63	มาก
29. มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว	3.40	0.82	ปานกลาง	3.65	0.69	มาก
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ</b>	<b>3.43</b>	<b>0.73</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.65</b>	<b>0.70</b>	<b>มาก</b>
30. มีช่องทางด่วนพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในการ Check In และ Check Out	3.45	0.92	ปานกลาง	3.73	0.84	มาก
31. มีบริการให้ข้อมูลตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ	3.47	0.86	ปานกลาง	3.74	0.78	มาก
32. มีบริการรถเข็นสำหรับผู้สูงอายุ	3.36	0.84	ปานกลาง	3.67	0.84	มาก
33. มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว	3.32	0.78	ปานกลาง	3.48	0.85	ปานกลาง
34. มีวิธีการในการสำรองที่พักและชำระค่าที่พัก ค่าบริการ หลากหลายวิธี เช่น เงินสด/บัตรเครดิต/โอนเงินผ่านธนาคาร โอนเงินทางอินเทอร์เน็ต/โอนเงินผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ	3.56	0.84	มาก	3.62	0.83	มาก
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b>	<b>3.48</b>	<b>0.61</b>	<b>ปานกลาง</b>	<b>3.68</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>
35. บรรยากาศในห้องพักที่พักร (รูป/รส/กลิ่น/เสียง) ที่ดี	3.56	0.76	มาก	3.78	0.76	มาก
36. สิ่งปลูกสร้างภายในที่พักที่สามารถอำนวยความสะดวก แก่ผู้สูงอายุมีสถานะพร้อมใช้งาน (พื้นที่สาธารณะของที่พัก)	3.37	0.72	ปานกลาง	3.74	0.78	มาก
37. มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุในที่ พักร/ห้องพักร ที่พร้อมใช้งาน	3.53	0.70	มาก	3.65	0.79	มาก
38. ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพักร/ที่พัก ได้มาตรฐาน	3.44	0.74	ปานกลาง	3.57	0.69	มาก
39. บรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรอบอยู่ในเกณฑ์ดี ทุ่งนา/แม่น้ำ/คลอง/วัดฯ	3.53	0.79	มาก	3.68	0.77	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.54</b>	<b>0.46</b>	<b>มาก</b>	<b>3.67</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>

จากตาราง 37 พบว่า ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อที่พักแรมก่อนใช้บริการ ในด้านปัจจัยที่พักและบริการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ( $\bar{X}=3.71$ , S.D.=0.60) โดยอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับที่สองคือปัจจัยด้านพนักงานบริการ ( $\bar{X}=3.64$ , S.D.=0.56) โดยอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับที่สามคือปัจจัยด้านราคา ( $\bar{X}=3.63$ , S.D.=0.72) โดยอยู่ในระดับมาก

นอกจากนี้ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อที่พักแรมหลังใช้บริการในด้าน ปัจจัยที่พักและบริการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ( $\bar{X}=3.78$ , S.D.=0.53) โดยอยู่ในระดับมาก รองลงมา อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านพนักงานบริการ ( $\bar{X}=3.76$ , S.D.=0.81) โดยอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X}=3.67$ , S.D.=0.67) โดยอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อที่พักแรมก่อนใช้บริการในระดับมาก ( $\bar{X}=3.54$ , S.D.=0.46) และนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อที่พักแรม หลังใช้บริการในระดับมาก ( $\bar{X}=3.67$ , S.D.=0.44)

การเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงาน

ผลการวิเคราะห์ส่วนนี้จะนำเสนอการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจ ต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงานด้วยการวิเคราะห์ 3-way ANOVA ผลการวิเคราะห์แสดงรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงาน

**ตาราง 38 แสดงการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงาน**

ปัจจัย		n	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1. เชื้อชาติ	ไทย	320	3.50	0.44	9.214*	.003
	ต่างชาติ	80	3.69	0.52		
2. เพศ	ชาย	186	3.51	0.44	0.139	.709
	หญิง	214	3.56	0.48		
3. การเกษียณอายุจากการทำงาน	ใช่	150	3.57	0.48	0.034	.853
	ไม่ใช่	250	3.51	0.46		

Levene's Test of Equality of Error Variances F=1.336, df1=7, df2=392, p=.232

หมายเหตุ: \* p<.05

จากตาราง 38 พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อนใช้บริการสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=9.214$ ,  $p=.003$ ) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงก่อนใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F=0.139$ ,  $p=.709$ ) และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เกษียณจากการทำงานและไม่เกษียณอายุจากการทำงานก่อนใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F=0.034$ ,  $p=.853$ )

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงาน

**ตาราง 39 แสดงการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงาน**

ปัจจัย		n	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1. เชื้อชาติ	ไทย	320	3.65	0.41	7.156*	.008
	ต่างชาติ	80	3.78	0.51		
2. เพศ	ชาย	186	3.68	0.46	1.488	.223
	หญิง	214	3.66	0.42		
3. การเกษียณอายุจากการทำงาน	ใช่	150	3.69	0.43	0.137	.711
	ไม่ใช่	250	3.66	0.44		

Levene's Test of Equality of Error Variances  $F=1.075$ ,  $df1=7$ ,  $df2=392$ ,  $p=.379$

หมายเหตุ: \*  $p<.05$

จากตาราง 39 พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังใช้บริการสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=7.156$ ,  $p=.008$ ) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงหลังใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F=1.488$ ,  $p=.223$ ) และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุจากการทำงานและไม่เกษียณอายุจากการทำงานหลังใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $F=0.137$ ,  $p=.711$ )

**ตอนที่ 4** ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ในส่วนนี้เป็นการทำนายการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยจำแนกค่าเป็นสองระดับ ได้แก่ กลับมา (1) และไม่กลับมา (0) โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ชนิด Binary โดยมีตัวแปรทำนาย ได้แก่ ปัจจัยด้าน

ที่พักและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงานบริการ ปัจจัยด้านพนักงานบริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

**ตาราง 40 แสดงค่าพารามิเตอร์ในการทำนายในโมเดลการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติกส์**

ปัจจัย	B	SE	Wald	p	Exp (B)
1. ปัจจัยด้านที่พักและบริการ	0.744	0.307	5.884*	.015	2.104
2. ปัจจัยด้านราคา	-0.510	0.244	4.375*	.036	0.600
3. ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.184	0.242	0.575	.448	0.832
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.507	0.264	3.693	.055	1.661
5. ปัจจัยด้านพนักงานบริการ	-1.077	0.358	9.033*	.003	0.341
6. ปัจจัยด้านพนักงานบริการ	0.196	0.250	0.614	.433	1.217
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	0.131	0.332	0.156	.693	1.140

-2 Log likelihood=365.278 Cox & Snell R<sup>2</sup>=.071 Nagelkerke R<sup>2</sup>=.113

Hosmer and Lemeshow Test Chi-square=15.637, df=8, p=.048

**หมายเหตุ:** \* p<.05

จากตาราง 40 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลับมาหรือไม่กลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ปัจจัยด้านที่พักและบริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านพนักงานบริการ

โดยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านที่พักและบริการแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาถึง 2 เท่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกันมีแนวโน้มที่จะทำให้กลับมาหรือไม่กลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 0.6 เท่า และนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านพนักงานบริการแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการกลับมาหรือไม่กลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 0.3 เท่า โดยปัจจัยต่าง ๆ ในโมเดลร่วมกันทำนายการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ร้อยละ 11.3 และโมเดลการวิเคราะห์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01



**ตอนที่ 5** ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีผลต่อการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ในส่วนี้เป็นการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจำแนกค่าเป็นสองระดับ ได้แก่ กลับมา (1) และไม่กลับมา (0) โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกส์ (Logistic Regression Analysis) ชนิด Binary โดยมีตัวแปรทำนาย ได้แก่ ปัจจัยด้านที่พักและบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงานบริการ ปัจจัยด้านพนักงานบริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

**ตาราง 41 แสดงค่าพารามิเตอร์ในการทำนายในโมเดลการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติกส์**

ปัจจัย	B	SE	Wald	p	Exp (B)
1. ปัจจัยด้านที่พักและบริการ	0.003	0.266	0.000	.992	1.003
2. ปัจจัยด้านราคา	-0.069	0.199	0.119	.730	0.934
3. ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย	0.210	0.202	1.085	.298	1.234
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	0.113	0.229	0.244	.621	1.120
5. ปัจจัยด้านพนักงานบริการ	-0.278	0.245	1.284	.257	0.757
6. ปัจจัยด้านพนักงานบริการ	0.137	0.237	0.336	.562	1.147
7. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	-0.177	0.274	0.417	.518	0.838
8. ค่าคงตัว (Constant)	-0.683	1.007	0.460	.498	0.505

-2 Log likelihood = 471.998 Cox & Snell  $R^2$  = .011 Nagelkerke  $R^2$  = .015

Hosmer and Lemeshow Test Chi-square=4.914, df=8, p=.767

**หมายเหตุ:** \*  $p < .05$

จากผลการวิเคราะห์ในตาราง 41 พบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกัน ไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยปัจจัยต่าง ๆ ในโมเดลร่วมกันทำนายการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้เพียงร้อยละ 1.5 และโมเดลการวิเคราะห์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

วิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อสกัดส่วนประสมทางการตลาดบริการ ที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อการเลือกพักผ่อน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อตอบสนองความต้องการกับลูกค้าให้ตรงจุด โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) และหมุนแกนองค์ประกอบแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Rotation) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบ

ตอนที่ 2 การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis :PC)

ตอนที่ 3 การหมุนแกนองค์ประกอบและตั้งชื่อองค์ประกอบ

**ตอนที่ 1** การตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบว่าข้อมูลที่ได้นั้นมีความสัมพันธ์อย่างเพียงพอต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ โดยพิจารณาค่าความเหมาะสมของข้อมูล คือค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ดังตาราง 42

**ตาราง 42 แสดงค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) ของแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

Kaiser-Meyer-Olkin	Bartlett's Test of Sphericity			
	Measure of Sampling Adequacy	Approx. Chi-Square ( $X^2$ )	Df	Sig
0.800	12652.527	741	0.000	

จากตาราง 42 พบว่า ไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.800 ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.700 ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรต่าง ๆ นั้น มีความสัมพันธ์กันดีมาก สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยได้ และจากค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 12652.527 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าเมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น เมตริกซ์สหสัมพันธ์จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่อไปได้

**ตอนที่ 2** การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis :PC) ดังตาราง 43

**ตาราง 43** แสดงจำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ค่าร้อยละของความแปรปรวน และค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสมในแต่ละองค์ประกอบของแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

องค์ประกอบ	ค่าไอเกน	ค่าร้อยละของความแปรปรวน (% of Variance)	ค่าร้อยละของความแปรปรวนสะสม (Cumulative %)
1	10.552	27.056	27.056
2	3.644	9.343	3.399
3	2.968	7.611	44.010
4	2.683	6.880	50.890
5	2.185	5.603	56.493
6	1.850	4.744	61.237
7	1.802	4.621	65.858
8	1.512	3.877	69.735
9	1.238	3.176	72.911

จากตาราง 43 การสกัดองค์ประกอบได้ทำการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC) ซึ่งผู้วิจัยทำการหมุนแกนองค์ประกอบและพบว่า ได้องค์ประกอบทั้งหมด 9 องค์ประกอบ มีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.238-10.552 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 72.911

**ตอนที่ 3** การหมุนแกนองค์ประกอบ โดยผู้วิจัยได้ทำการหมุนแกนองค์ประกอบเพื่อให้ตัวแปรที่มีลักษณะที่ชัดเจนมากขึ้น โดยทำการหมุนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method) ดังตาราง 44

ตาราง 44 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแบบสอบถามความต้องการของ  
 นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภายหลังจาก  
 จากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์  
 (Varimax Method)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. มีบริการให้ข้อมูลตามที่ นักท่องเที่ยวดังกล่าว	.837	.055	-.010	.076	.133	.071	.104	.007	.167
2. การให้บริการที่ถูกต้องการ ตามความต้องการ	.790	.149	.042	.066	.168	.155	.099	.141	.156
3. มีจำนวนบุคลากรเพียงพอ ต่อการบริการนักท่องเที่ยว	.760	.108	.019	.189	.275	-.121	.046	-.023	-.068
4. มีบริการรถเข็นสำหรับ ผู้สูงอายุ	.740	.019	.101	.088	.394	.002	.094	-.069	.205
5. มีช่องทางด่วนพิเศษสำหรับ ผู้สูงอายุในการ Check In และ Check Out	.736	.141	.136	.012	-.008	.149	.090	.190	.262
6. บรรยากาศในห้องพักที่พัก (รูป/รส/กลิ่น/เสียง)	.616	.274	.083	.060	.251	.207	.072	.114	-.061
7. สิ่งปลูกสร้างภายในที่พักที่ สามารถอำนวยความสะดวกแก่ ผู้สูงอายุมีสถานะพร้อมใช้งาน	.480	.221	.235	.100	.406	.058	.095	.222	.366
8. มีการจัดแพ็คเกจสำหรับ กลุ่มทัวร์	.145	.823	.055	.259	.043	-.078	-.002	.053	.160
9. มีรายการส่งเสริมการขาย ตามฤดูกาล	.167	.815	.091	.229	.018	.013	.013	.161	.175
10. มีบริการยืนยันการจอง ห้องพัก/ที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต	-.006	.800	.102	.064	.122	.000	.118	-.031	.057
11. มีบริการสำรองห้องพัก/ที่ พักทางอินเทอร์เน็ต	.105	.739	.170	-.158	.070	.348	.191	.075	-.030
12. มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มา ประจำ	.043	.722	.054	.335	.094	-.194	.096	.143	.108
13. มีบริการสำรองห้องพัก/ที่ พักผ่านบริษัทตัวแทนการ ท่องเที่ยว	.079	.709	.099	.033	.150	.135	.229	-.202	-.089
14. มีข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก/ที่ พักให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หลายช่องทาง	.306	.667	.054	-.037	-.070	.193	.181	.062	.020

## ตาราง 44 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
15. ห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับราคา	.109	.063	.888	.043	-.021	.081	.030	.116	.157
16. ราคาห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก	.021	.051	.862	.090	.163	.014	.067	-.043	-.045
17. มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักและมีให้เลือกหลากหลาย	.139	.169	.857	.121	.002	.061	.124	.071	.019
18. สถานที่ตั้ง/ทำเลของที่พักเหมาะสมใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งธุรกิจ	.068	.133	.852	-.009	.005	.136	.118	.097	.140
19. ราคาห้องพักถูกกว่าโรงแรม/ที่พักอื่น	-.047	.083	.423	-.019	.296	.220	.097	-.045	-.096
20. มีการบำบัด/ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ (ฟรี/ราคาถูก)	.019	.110	.033	.868	.086	.058	.056	-.070	.131
21. มีบริการรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบิน/สถานีขนส่ง	.131	.135	.090	.794	-.030	.066	.135	.116	.070
22. มีการลดราคาเมื่อพักระยะยาวหรือพักเป็นหมู่คณะ	.049	.181	.025	.786	.018	-.080	.169	.131	.062
23. มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพฟรี	.130	.027	.047	.677	.168	.510	.024	-.016	-.003
24. มีบริการรถเข็นและคนดูแลตลอดการเข้าพัก	.247	.116	.121	.610	.108	.522	-.042	-.164	-.072
25. บรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรอบ ทุ่งนา/แม่น้ำ/คลอง/วัด ฯ	.237	.093	.064	.088	.790	.084	.060	.022	-.031
26. ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพัก/ที่พัก	.366	.085	.000	.055	.760	.060	.033	.134	.121
27. มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุในที่พัก/ห้องพัก ที่พร้อมใช้งาน	.302	.072	.130	.090	.757	-.079	-.008	.028	.297
28. มีความจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว	.231	.113	.077	-.004	.497	.101	.023	.053	.495
29. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	.053	.060	.120	.207	.075	.811	.140	.132	.138
30. ให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เป็นมิตร	.133	.074	.191	.034	-.032	.810	.060	.110	.219
31. ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	.432	.054	.119	-.036	.423	.459	.148	.014	-.042

ตาราง 44 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
32. สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพัก/ที่พักเหมาะสม กับผู้สูงอายุ	.036	.137	.133	.056	.150	-.058	.826	-.061	.042
33. ขนาดของห้องพักหรือที่พักร	.125	.120	.051	.181	.050	.013	.799	.080	.008
34. ความสะอาดของห้องพักที่พักร	.083	.182	.156	.020	.073	.178	.725	.102	-.065
35. สภาพของห้องพักหรือที่พักร เหมาะสมกับผู้สูงอายุ	.171	.138	.045	.112	-.157	.152	.606	.133	.193
36. มีความสามารถในการ แก้ไขปัญหา	.116	.097	.098	.053	.071	.094	.071	.937	-.042
37. มีความสามารถในการ สื่อสารด้วยภาษาของท่าน (ไทย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี อังกฤษ ฝรั่งเศส)	.129	.037	.080	.045	.094	.083	.133	.921	-.108
38. มีความรู้ความเข้าใจในการ ดูแลผู้สูงอายุ	.380	.190	.068	.130	.071	.127	-.028	-.022	.736
39. มีความรู้ความเข้าใจใน ทักษะการบริการ	.105	.058	.065	.120	.160	.132	.124	-.195	.697

จากตาราง 44 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax Method) สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ทั้งหมด 9 องค์ประกอบ โดยแต่ละองค์ประกอบมีตัวแปรดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มี 7 ตัวแปร ได้แก่ มีบริการให้ข้อมูลตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ การให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการ มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการ นักท่องเที่ยว มีบริการรถเข็นสำหรับผู้สูงอายุ มีช่องทางด่วนพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในการ Check In และ Check Out, บรรยากาศในห้องพัก/ที่พัก (รูป/รส/กลิ่น/เสียง) และสิ่งปลูกสร้างภายในที่พักที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุมีสถานะพร้อมใช้งาน ค่าไอเกน เท่ากับ 10.552 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .480-.837 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Identity

องค์ประกอบที่ 2 มี 7 ตัวแปร มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์ มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล มีบริการยืนยันการสำรองห้องพัก/ที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต มีบริการสำรองห้องพัก/ที่พักทางอินเทอร์เน็ต มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ มีบริการสำรองห้องพัก/ที่พัก

ผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว และมีข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก/ที่พักให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หลายช่องทาง ค่าไอเคนเท่ากับ 2.968 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .667 –.823 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Variety of Service

องค์ประกอบที่ 3 มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับราคา ราคาห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักและมีให้เลือกหลากหลาย สถานที่ตั้ง/ทำเลของที่พักเหมาะสมใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งธุรกิจ และราคาห้องพักถูกกว่าโรงแรม/ที่พักอื่น ค่าไอเคน เท่ากับ 2.683 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .423–.888 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Room

องค์ประกอบที่ 4 มี 5 ตัวแปร ได้แก่ มีการบำบัด/ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ (ฟรี/ราคาถูก) มีบริการรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบิน/สถานีขนส่ง มีการลดราคาเมื่อพักระยะยาว หรือพักเป็นหมู่คณะ มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพฟรี และมีบริการรถเข็นและคนดูแลตลอดการเข้าพัก ค่าไอเคน เท่ากับ 2.683 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .610–.868 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Service

องค์ประกอบที่ 5 มี 4 ตัวแปร ได้แก่ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรอบ ทუნา/แม่น้ำ/คลอง/วัดฯ ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพัก/ที่พัก มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุในที่พัก/ห้องพัก ที่พร้อมใช้งาน และมีความจำเป็นบุคลากรเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว ค่าไอเคนเท่ากับ 1.802 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .497–.790 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Additional Service

องค์ประกอบที่ 6 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เป็นมิตร และให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ค่าไอเคนเท่ากับ 1.850 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .459–.811 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Never say No

องค์ประกอบที่ 7 มี 4 ตัวแปร ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ขนาดของห้องพักหรือที่พัก ความสะอาดของห้องพัก/ที่พักและสภาพของห้องพักหรือที่พักเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ค่าไอเคนเท่ากับ 1.802 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .606–.826 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Elderly

องค์ประกอบที่ 8 มี 2 ตัวแปร ได้แก่ มีความสามารถในการแก้ไขปัญห และมีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาของท่าน (ไทย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี อังกฤษ ฝรั่งเศสฯ) ค่าไอเคนเท่ากับ 1.512 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .921–.937 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Language and Communication

องค์ประกอบที่ 9 มี 2 ตัวแปร ได้แก่ มีความรู้ความเข้าใจในการดูแลผู้สูงอายุ และมีความรู้ความเข้าใจในทักษะการบริการ ค่าไอเกนเท่ากับ 1.238 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .697-.736 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า Understanding

### ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

#### ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงแรม ผู้บริหารโรงแรม หัวหน้าระดับสูง พนักงานปฏิบัติการโรงแรม และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 16 โรงแรม โรงแรมละ 1 คน รวม 16 คน โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยมีข้อคำถาม 4 ข้อดังนี้

1. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายนอกและภายใน โรงแรม/รีสอร์ต/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
2. ความพร้อมของห้องพัก ในโรงแรม/รีสอร์ต/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
3. ความพร้อมด้านการบริหารจัดการโรงแรม/รีสอร์ต/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
4. ความสามารถในการพัฒนาโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

#### ตาราง 45 แสดงตารางผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

หัวข้อ/ สถานที่	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
	ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายนอกและภายใน โรงแรม/รีสอร์ต/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
โรงแรมที่ 1	สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ห้องอาหาร ลูกค้าสามารถใช้งานได้ปกติ โรงแรมได้จัดทำทางลาดบริเวณหน้าทางเข้าของโรงแรมเพื่ออำนวยความสะดวกไว้แล้ว ถ้าแยกเป็นการบริการผู้สูงอายุที่เดินได้ปกติกับนั่งรถเข็นยอมใช้อุปกรณ์ที่ต่างกัน ผู้สูงอายุที่นั่งรถเข็นน่าจะมีจำนวนน้อยกว่าผู้สูงอายุที่เดินได้ปกติ ดังนั้นการลงทุนปรับปรุงสิ่งใด โรงแรมจะยึดถือบุคคลส่วนมากเป็นสำคัญ



## ตาราง 45 (ต่อ)

หัวข้อ/ สถานที่	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
โรงแรมที่ 2	โรงแรมไม่มีห้องอาหาร มีเพียงสระว่ายน้ำที่สงวนไว้สำหรับแขกที่มาพัก กับ Coffee Shop นี้ หากลูกค้าจะมาพักก็ใช้บริการได้เสมอ แต่หากใช้วีลแชร์ต้องมีคนติดตามมาด้วย หรือให้พนักงานดูแลเวลาเซ็นไปรอบ ๆ โรงแรมหรือริมแม่น้ำได้ โดยปกติลูกค้าก่อนจะเข้าพัก ก็คงต้องเลือกโรงแรมไว้แต่ต้นแล้ว ลูกค้ามาพักที่นี่แสดงว่าชอบบรรยากาศกับการตกแต่งของที่นี่อาจจะไม่สมบูรณ์ในแง่ของสิ่งก่อสร้างเพื่อคนทุกคนในบางส่วน
โรงแรมที่ 3	ลูกค้าสามารถใช้งาน Facility ของโรงแรมได้ทุก ๆ Function เพราะลูกค้าที่เคยมาพักทั้ง ผู้สูงอายุ ทั้งผู้ใช้วีลแชร์ ผู้สูงอายุใช้ไม่เท่า ก็ใช้ได้กันอย่างปกติ ทุกประการ ส่วนที่จอดรถ หากต้องการพิเศษสามารถบอกพนักงานได้เสมอ
โรงแรมที่ 4	ลูกค้าที่ใช้วีลแชร์สามารถจอดรถได้ที่บริเวณด้านข้าง Lobby แต่หากลูกค้ามากับบริษัท ทัวร์ก็สามารถใช้บริการกับทางโรงแรมได้ทุกสิ่ง หรือหากลูกค้าเดินทางมาเป็นครอบครัว และมีผู้สูงอายุ ก็สามารถจอดรถด้านหน้า Lobby ได้ ห้องอาหารได้มีทางลาดไว้เรียบร้อยแล้ว เพราะทางลาดยังใช้ในการขนย้ายอาหารด้วย ไม่ได้ใช้เพียงแค่วีลแชร์ ดังนั้น โรงแรมจะทำทางลาดไว้ หรือไม่ก็พยายามทำให้ทางเดินราบเรียบมากที่สุดเพื่อสะดวกในการใช้งานทั้งลูกค้าและพนักงานของโรงแรม
โรงแรมที่ 5	สามารถใช้บริการได้ทุกอย่าง หรือแขกเกิดความไม่สะดวกในการดูแลตัวเองสามารถโทรเรียกพนักงานได้ โดยโรงแรมของเรายังมีร้านอาหารญี่ปุ่น ปิ้งย่างสไตล์เกาหลี ยิม สระว่ายน้ำ สระว่ายน้ำ โรงหนัง บริการนวด เพราะโรงแรมเราเป็นที่พักแล้วทางสรรพสินค้า ลูกค้ามาพักจะเกิดความสะดวกอย่างมาก หากไม่ได้ออกไปเที่ยวที่ไหน ก็พักผ่อนภายในโรงแรมได้เลย มีครบทุกอย่าง
โรงแรมที่ 6	เรามีห้องอาหาร Eatery and Bar at SALA Ayutthaya ลูกค้าสามารถมาใช้บริการได้มีทั้ง อาหารนานาชาติและอาหารไทย ห้องอาหารเราพิเศษตรงที่เห็นวิวแม่น้ำเจ้าพระยาและวัดพุทไธศวรรค์ที่อยู่ฝั่งตรงข้ามและลูกค้าสามารถไปเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ง่าย สามารถติดต่อกับโรงแรมได้ ส่วน Facility อื่น ๆ เช่น สระว่ายน้ำโรงแรมก็มีบริการเช่นกัน
โรงแรมที่ 7	โรงแรมมีห้องอาหาร ห้องประชุม สระว่ายน้ำ ทำนน้ำแม่น้ำป่าสัก เรือล่องแม่น้ำ ลูกค้าสามารถใช้บริการได้หมดทุกอย่างที่โรงแรมมี และโรงแรมมีพนักงานคอยดูแลตามจุดต่าง ๆ อยู่แล้ว ดังนั้น ไม่เป็นอุปสรรคใด ๆ เลย ทางโรงแรมรับลูกค้าหลายกลุ่มหลายประเภทและยังไม่เคยประสบปัญหาเกี่ยวกับความไม่สะดวกในการใช้งานหรือความไม่พร้อมของสถานที่

## ตาราง 45 (ต่อ)

หัวข้อ/ สถานที่	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
โรงแรมที่ 8	ไม่น่าจะมีปัญหาที่แก้ไขไม่ได้ แต่ทั้งนี้แล้วหากในอนาคตโรงแรมทุกโรงแรมร่วมมือร่วมใจกันปรับปรุงโรงแรมให้รองรับผู้สูงอายุกันอย่างจริงจัง นับว่าเป็นสิ่งที่ดี ทางโรงแรมก็เห็นด้วยแต่ในขณะนี้ไม่มีตัวเลขอย่างชัดเจนเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ อีกอย่างแหล่งท่องเที่ยวในอยุธยาที่จำเป็นที่จะต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยเช่นกัน มันต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งภาครัฐกับภาคเอกชน มิใช่ว่าโรงแรมปรับปรุงแต่ทางจังหวัดไม่ปรับอะไรเลย เมืองต้นแบบก็จะไม่เกิดขึ้น เท่าที่ไปประชุมมาในสมาคมก็ยังไม่มีการพูดคุยเกี่ยวกับการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุเท่าใดนัก แต่ในอนาคตเมื่อเห็นตัวเลขนักท่องเที่ยวและเม็ดเงินของลูกค้ายุคนี้ เมืองต้นแบบก็อาจจะเป็นไปได้
โรงแรมที่ 9	โรงแรมมีสระว่ายน้ำ ห้องนวดแบบแผนโบราณ มีห้องอาหารนานาชาติ สามารถรองรับลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย แต่อาจจะบริการผู้ใช้วีลแชร์ได้ไม่เต็มที่ แต่เต็มใจ เพราะเรามีพนักงานที่สามารถดูแลลูกค้าของโรงแรมได้อย่างทั่วถึง
โรงแรมที่ 10	โรงแรมตั้งอยู่ริมแม่น้ำป่าสัก เงียบและสงบ มีห้องประชุม ห้องบอลรูม 6 ห้อง สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ลูกค้ามีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ กรู๊ปทัวร์ หากเกิดเหตุฉุกเฉินทางโรงแรมก็ติดต่อเรียกรถพยาบาลที่อยู่ในละแวกใกล้ได้ เท่าที่ประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกที่โรงแรมมีให้ในมุมมองของคนที่เคลื่อนไหวได้ปกติ ก็ให้ตนเอง 100% แต่หากมองในมุมมองของผู้สูงอายุ ผู้พิการ คนที่เคลื่อนไหวลำบาก อาจได้คะแนนน้อยลงมา ทั้งนี้ทั้งนั้นมีความเห็นว่า “คนหรือพนักงานบริการ” คือ สิ่งที่สำคัญที่สุด หากโรงแรมมีอุปกรณ์เพียงพอแต่ขาดใจในการให้บริการ ขาดความเห็นอกเห็นใจ โรงแรมก็ไม่น่าพักอยู่ดี หากพนักงานดี ดูแลดี อุปสรรคของลูกค้าก็หมดไปได้
โรงแรม ที่ 11	พื้นที่โดยรอบอย่างที่บอกในตอนต้นเป็นพื้นที่เล่นระดับ หากไม่ได้นั่งวีลแชร์ก็สามารถใช้งานได้ตามปกติ แต่หากใช้วีลแชร์ก็ใช้งานได้อย่างลำบาก โดยปกติลูกค้าถ้ามาทานข้าวที่โรงแรมก็จะเลือกนั่งบริเวณด้านบนไม่ลงไปด้านล่างริมสระแทน
โรงแรมที่ 12	ไม่ลำบากเลย เพราะลูกค้าผู้สูงอายุมานิใช้บริการที่โรงแรมเป็นประจำ ทั้งมาพักและไม่พัก ในอนาคตเราอาจจะทำสัญลักษณ์หรือโปรแกรมให้จริงจังในการบริการแก่ผู้สูงอายุและคนพิการด้วย เพื่อสร้างความต่าง
โรงแรมที่ 13	เรามีบริการล่องเรือรอบเกาะเมือง ห้องอาหาร นวดแผนโบราณ เท่าที่ผ่านมามีลูกค้าหลากหลายประเภท หลากหลายประเทศ ทางโรงแรมก็สามารถรับมือได้หมด เคยมีลูกค้าเป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหวมาใช้บริการพร้อมกันจำนวนกว่า 30 คน และใช้บริการล่องเรือรอบเกาะเมือง โรงแรมก็เคยบริการมาแล้ว อาจจะลำบากตอนพาลงเรือแต่เราได้วางแผนและจัดสรรพนักงานมาดูแลได้ และลูกค้าก็มีความสุขและประทับใจในการมาใช้บริการ

## ตาราง 45 (ต่อ)

หัวข้อ/ สถานที่	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
โรงแรมที่ 14	ถ้าพูดถึงบรรยากาศโดยรวมโดยมองข้ามอุปกรณ์ต่าง ๆ ตามที่สมาคมคนพิการกับ Universal Design กำหนด โรงแรมก็ถือว่าบรรยากาศดีและพร้อมต้อนรับลูกค้าทุกท่าน แต่หากพูดถึงในแง่ของอุปกรณ์ ทางลาด พื้นสัมผัส ความกว้างยาวของบันได อันนี้คงต้องบอกว่าโรงแรมอาจจะไม่ได้มีอุปกรณ์ในจุดนี้
โรงแรมที่ 15	พื้นที่โดยรอบโรงแรมมีสระน้ำ สปา ห้องอาหาร เรือนำเที่ยว รถรับจ้างที่ให้บริการฟรี น่าจะสามารถชดเชยอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ไม่ได้ดีได้ แต่ถ้าจะต้องปรับปรุงจริงก็คงต้องประเมินว่าสิ่งใดจำเป็นมากน้อยเพียงใด หากปรับแล้วความสวยงามโดยรวมของโรงแรมจะเปลี่ยนไปแค่ไหน อันนี้ต้องดูกันอีกทีหนึ่ง หากคำนวณแล้วคุ้มค่าและเป็นผลดีก็ปรับปรุงได้
โรงแรมที่ 16	ตอนนี้ก็ต้อนรับลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุอยู่ 2 ห้องเป็นชาวสวีเดน มาที่นี่เป็นครั้งที่ 2 แล้วก็ประทับใจในการบริการ บรรยากาศของโรงแรม ความดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน และอาหารที่อร่อย

จากการสัมภาษณ์หัวข้อความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายนอกและภายใน โรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผู้วิจัยขอสรุปว่าที่พักในหลาย ๆ แห่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายนอกและภายในเป็นพื้นฐาน เช่น สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร ล็อบบี้ สปา และมองว่าสถานประกอบการของตนเองมีความพร้อมสำหรับบริการลูกค้า ทั้งลูกค้าใหม่และลูกค้าเดิม ทั้งนี้ในการรองรับผู้สูงอายุอาจมีความไม่สะดวกสลายในบางจุด แต่สามารถดูแลลูกค้าและบริหารจัดการภายในโรงแรมได้

ตาราง 46 แสดงความพร้อมของห้องพักในโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ของท่านต่อการรองรับ  
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ความพร้อมของห้องพักในโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	
โรงแรมที่ 1	ปัจจุบันโรงแรมไม่ได้จัดทำห้องพักสำหรับผู้สูงอายุสากลที่ได้มาตรฐาน แต่ได้มีห้องพักที่มีอุปกรณ์บางชนิดเพื่อให้อำนวยความสะดวกในระหว่างเข้าพัก เช่น รววจับในห้องน้ำ ประตูบานเลื่อน พื้นกันลื่น และธรณีประตู และขนาดห้องพักมีขนาดมาตรฐานหากใช้รถเข็นก็สามารถใช้งานห้องพักได้ง่าย อุปกรณ์น้อย ที่ผ่านมาโรงแรมจะพยายามจัดห้องให้ลูกค้าตามที่ร้องขอสำหรับลูกค้าที่จองห้องพักล่วงหน้า
โรงแรมที่ 2	โรงแรมมีขนาดเล็กเนื่องจากมีแนวคิดที่จะสร้างโรงแรมแบบบูทีค ดังนั้น จะเน้นการตกแต่งที่เข้ากับบรรยากาศของความเป็นไทย ห้องมีขนาดกว้างขวาง อีกทั้งลูกค้าของโรงแรมส่วนใหญ่จะเป็นวัยทำงานจนถึงวัยเกษียณแต่ยังไม่มีปัญหาเรื่องการเคลื่อนไหว ดังนั้นจึงใช้ห้องพักของโรงแรมได้ปกติ ส่วนธรณีประตูที่มีตามทางเดินภายในโรงแรม ไม่ถือเป็นปัญหาสำหรับผู้สูงอายุที่เคลื่อนไหวปกติ แต่อาจมีปัญหาเกี่ยวกับลูกค้าที่นั่งรถเข็น
โรงแรมที่ 3	มีบริการห้องพักหลายขนาด ลูกค้าสามารถเลือกห้องพักตามที่ต้องการได้ หากลูกค้าใช้รถเข็นและเดินทางคนเดียวก็สามารถให้พนักงานดูแลอำนวยความสะดวกได้ แต่ภายในห้องพักยังไม่มีการติดตั้งอุปกรณ์ช่วยตามหลัก Universal Design อย่างเต็มรูปแบบ ปัจจุบันมีลูกค้าชาวต่างชาติมาพักเป็นจำนวนมาก โดยส่วนใหญ่มากับบริษัททัวร์ ซึ่งสามารถช่วยเหลือตนเองได้อยู่แล้ว แต่ในบางวันจะมีลูกค้าที่พิการและสูงอายุมาพักเช่นกัน ซึ่งการออกแบบของโรงแรมเน้นการใช้งานที่สะดวกและปลอดภัย
โรงแรมที่ 4	ก่อนเช่น พื้นลาดที่ไม่ลื่น ห้องน้ำที่เป็นบางเลื่อน การเลือกใช้พื้นผิวที่ไม่ลื่น ลิฟต์ขนาดใหญ่ ห้องขนาดใหญ่ แต่ปัจจุบันลูกค้ามักเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มสัมมนา มีลูกค้าสูงอายุในบางครั้งแต่ส่วนใหญ่จะมาเข้าพักเป็นครอบครัวและคนในครอบครัวดูแลอยู่แล้วโรงแรมได้เตรียมพร้อมที่จะทำสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการและผู้สูงอายุไว้แล้วบางส่วน โดยเน้นอุปกรณ์ที่ใช้งานจริงและสำคัญ
โรงแรมที่ 5	ห้องพักของโรงแรมจะแตกต่างจากที่อื่นตรงที่มีขนาดใหญ่ และมีอุปกรณ์ในห้องพักที่ใช้งานได้สะดวก ลูกค้าสามารถเข้าพักแบบรายเดือนได้ ดังนั้นขนาดของห้องนอนไม่เป็นอุปสรรคต่อการเข็นวีลแชร์อย่างแน่นอน และเคยมีลูกค้าที่เป็นผู้พิการทางการเคลื่อนไหว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาพัก ทางโรงแรมก็อำนวยความสะดวกให้ โดยพื้นที่จะราบไม่มีธรณีประตูใด ๆ ที่จะสร้างความลำบากในการใช้รถเข็นหรือการสะดุดล้ม แต่ยังไม่ได้อินสตอลเครื่องช่วยเช่นสัญญาณเตือนแบบในโรงพยาบาล หรือราวจับแบบต่าง ๆ ทางโรงแรมยังไม่มียุทธศาสตร์ปรับปรุงการตกแต่งใด ๆ

## ตาราง 46 (ต่อ)

ความพร้อมของห้องพักในโรงแรม/รีสอร์ต/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	
โรงแรมที่ 6	โรงแรมเรามีห้องให้เลือกทั้งหมด 4 Types และในแต่ละ Types จะมีการตกแต่งที่ต่างกัน หากลูกค้าระบุสิ่งที่ต้องการเช่นต้องการได้ห้องพักที่มีขนาดใหญ่เพื่อให้สะดวกกับการเคลื่อนไหว พนักงานจะจัดหาห้องพักที่มีระนาบเดียวกัน ทั้งห้องน้ำ ห้องนอน โซฟา เพราะอย่างเช่นห้อง Deluxe River View เป็นห้องนอนขนาดใหญ่ก็จริงแต่จะมีอ่างจากุซซี่ที่เล่นระดับซึ่งอาจทำให้ลูกค้าสูงอายุใช้งานได้ไม่เต็มที่ โดยส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาพักเป็นชาวต่างชาติ มีทั้งวัยทำงานและผู้สูงอายุ มีทั้งเดินใช้ไม้เท้า ใช้รถเข็น ก็ใช้บริการของโรงแรมได้ เตียงนอนของเราก็เป็นเตียงที่มีความนุ่มพอดี ไม่ก่อให้เกิดอาการปวดเมื่อยใด ๆ ส่วนการปรับปรุงห้องพักเป็นเรื่องที่คิดว่าเป็นไปได้อย่างแน่นอนแต่ต้องนำเข้าไปประชุมผู้บริหารใหญ่
โรงแรมที่ 7	โรงแรมมีห้องพักสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหว 1 ห้อง แต่บุคคลทั่วไปก็สามารถใช้งานได้ โดยจัดให้มีไว้ใกล้กับลิฟต์เพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้าย หากเกิดปัญหาฉุกเฉิน โรงแรมจะช่วยเหลือทันที และระยะทางจากโรงแรมถึงโรงพยาบาลก็ไม่ไกล สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวหรือทำธุระก็สะดวกสบาย และนอกจากห้องพักเพื่อคนพิการแล้วห้องพักอื่น ๆ ก็มีขนาดที่มาตรฐานถ้าลูกค้าใช้วีลแชร์ก็สามารถพักห้องพักแบบอื่น ๆ ได้เช่นกัน
โรงแรมที่ 8	ไม่ได้จัดทำห้องพิเศษแต่การออกแบบของโรงแรมก็สามารถใช้ได้กับลูกค้าทุกคนอยู่แล้ว เพียงแค่ติดตั้งอุปกรณ์บางชนิดก็จะสามารถปรับเปลี่ยนเป็นห้องพักสำหรับผู้สูงอายุได้ทันที เพราะโครงสร้างได้ออกแบบไว้เผื่ออนาคตแล้ว แต่อาจจะต้องเลือกใช้อุปกรณ์ที่จำเป็นจริง ๆ เพราะถ้าติดตั้งอุปกรณ์เหมือนโรงพยาบาลหรือติดตั้งทุกชนิดเลย ความสวยงามของห้องพักอาจลดลง หรือถ้าให้ติดตั้งเป็นบางห้องแบบ Full Option จะขอพิจารณาอีกที
โรงแรมที่ 9	โรงแรมเราเน้นลูกค้าชาวต่างชาติที่เดินทางมาพักในบริเวณเกาะเมือง ลูกค้าส่วนใหญ่เป็น Backpacker กับบริษัททัวร์ เท่าที่ผ่านมามีเหตุการ์ณผู้พิการหรือผู้สูงอายุไม่สามารถใช้บริการของโรงแรมได้ จึงคิดว่าห้องพักแบบปกติไม่เป็นอุปสรรคต่อลูกค้า เพราะโรงแรมเปิดบริการมานานแล้ว สิ่งใดที่เป็นอุปสรรคต่อการใช้งาน โรงแรมก็จะปรับปรุงอยู่ตลอด แต่หากต้องการให้ปรับปรุงเพื่อผู้สูงอายุอนาคตโดยติดตั้งอุปกรณ์คงต้องปรึกษากับทีมผู้บริหารอีกทีเพราะมีค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่สูง
โรงแรมที่ 10	มีห้องสำหรับผู้พิการอยู่แล้วเพียงแต่อุปกรณ์อาจไม่ครบทุกสิ่งแต่สามารถใช้งานได้สะดวก ราคาห้องจะไม่ได้แพงไปกว่าห้องทั่วไป ใช้เรทราคาเดียวกัน แต่ห้องดังกล่าวลูกค้าทั่วไปไม่ชอบเนื่องจากติดตั้งอุปกรณ์บางอย่าง ใกล้ลิฟต์ซึ่งลูกค้าปกติจะไม่ชอบความวุ่นวายเพราะมีคนเดินผ่านห้องและอาจรู้สึกไม่เป็นส่วนตัว หากจะให้เพิ่มปริมาณห้องให้มากขึ้นคงต้องเป็นแนวทางในอนาคต เพราะปัจจุบันลูกค้ากรุ๊ปทัวร์และผู้มาลัมมามีเต็มแทบทุกเดือน

## ตาราง 46 (ต่อ)

ความพร้อมของห้องพักในโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	
โรงแรมที่ 11	ไม่ได้มีห้องเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุหรือคนพิการใด ๆ เพราะสไตล์โรงแรมเป็นเหมือนรีสอร์ท เรือนไทย อาจไม่สะดวกหากต้องขึ้นบันไดไปชั้นที่ 2 หรือเรือนไทย เท่าที่ผ่านมามีลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุชาวต่างชาติมาพักหลายครั้งแต่มักเลือกห้องพักที่เป็นหลังเพราะสะดวกและสงบ แต่ถ้าต้องใช้รถเข็นแล้วไม่มีคนติดตาม คิดว่าน่าจะเป็นอุปสรรคมาก ๆ ด้วยเรือนไทย ด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง แม้กระทั่งบริเวณโดยรอบที่เป็นพื้นไม้เล่นระดับ ไม่มีทางลาดเลยอาจจะลำบากหน่อย
โรงแรมที่ 12	ไม่เป็นปัญหาเลย เพราะที่โรงแรมเน้นลูกค้าที่พักราน มีลูกค้าที่ใช้วีลแชร์มาใช้บริการเป็นประจำ ขนาดของห้อง ราคา คุณภาพการบริการ และความใส่ใจพิเศษ โดยในช่วงหลังนี้ทางโรงแรมติดตั้งอุปกรณ์ในห้องน้ำบางชนิดในห้องพักแล้ว เช่น ราวจับ และที่นั่งอาบน้ำ ลูกค้าโรงแรมเป็นญี่ปุ่นเสียส่วนมาก คนญี่ปุ่นใส่ใจเรื่องอุปกรณ์เหล่านี้แล้วลูกค้าก็ชอบที่จะนั่งอาบน้ำมากกว่ายืนอาบน้ำ โรงแรมจึงติดตั้งอุปกรณ์ไว้รองรับแล้ว
โรงแรมที่ 13	เท่าที่ศึกษาเรื่อง Universal Design เป็นเรื่องที่ไม่ได้ใหม่สำหรับโรงแรม เพียงแต่โรงแรมอื่น ๆ อาจไม่ได้ใส่ใจที่จะทำ แต่โรงแรมเราทำมานานแล้ว เราติดตั้งราวจับในห้องน้ำ เพราะสิ่งนี้คือสิ่งสำคัญ ทำทางลาด ทูบธรณีประตูไปในพื้นที่ ๆ ลูกค้าต้องใช้เป็นประจำ หากสังเกตดูห้องพักของโรงแรมจะมีขนาดกว้างมาก กว้างกว่าที่อื่น ๆ ในจังหวัดด้วย เรื่องการใช้วีลแชร์เป็นเรื่องปกติมากถ้ามาใช้บริการที่โรงแรม
โรงแรมที่ 14	โรงแรมเป็นเรือนไทย มีบันไดหน้าห้องพัก ประมาณ 4-5 ชั้น หากลูกค้าเดินได้ปกติก็จะไม่เป็นปัญหาในการเข้ามาใช้บริการ แต่ถ้าพูดถึงบรรยากาศ ความเงียบสงบ และความเป็นไทย โรงแรมน่าจะเหมาะสำหรับผู้สูงอายุในการพักผ่อน
โรงแรมที่ 15	โรงแรมเน้นลูกค้าต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ ราว 80% เป็นชาวต่างชาติ อีก 20% เป็นคนไทย และชาวต่างชาติก็ชอบบรรยากาศและการตกแต่งของโรงแรมอยู่แล้วหากอุปกรณ์ที่จะอำนวยความสะดวกหรือช่วยให้แขกปลอดภัยขึ้นกว่าเดิมก็ยินดีที่จะปรับปรุง เพราะโรงแรมเน้นและใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างมาก ต้องการให้ลูกค้ารู้สึกพิเศษมากกว่าอยู่ที่บ้าน
โรงแรมที่ 16	โรงแรมไม่มีห้องพักเพื่อคนพิการแต่มีห้องพักที่ผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติชอบ เจ้าของเองก็เป็นผู้สูงอายุและก็นำให้ผู้สูงอายุเข้ามาพักบ่อย มานั่งสมาธิ มาปฏิบัติธรรม มาสังสรรค์ ก็เป็นที่ชื่นชอบของแขกทุกคนเลย อุปกรณ์ช่วยเหลืออื่น ๆ เราไม่ได้ติดตั้งไว้ แต่เราเน้นที่พื้นไม้สีน เพอร์นิเจอร์ในห้องพักเข้ากับบรรยากาศ รับรองไม่มีทางผิดหวังหากได้มาพักที่นี่

จากการสัมภาษณ์หัวข้อความพร้อมของห้องพัก ในโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผู้วิจัยขอสรุปว่า สถานประกอบการไม่ได้สร้างและตกแต่งห้องพักโดยอาศัยหลักการออกแบบ Universal Design และใช้ห้องพักที่มีขนาดใหญ่ที่สามารถใช้รถเข็นภายในห้องได้ โดยรีสอร์ทและบูทีคจะมีอุปสรรคต่อการรองรับผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นแต่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการรองรับผู้สูงอายุที่มีการเคลื่อนไหวปกติ โดยโรงแรมจะใช้วิธีบริหารจัดการและการใช้บุคลากรของโรงแรมในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นเพื่อลดปัญหาและอุปสรรค เช่น จัดห้องพักสำหรับผู้สูงอายุใกล้บันไดหรือใกล้ลิฟต์ จัดพนักงานดูแลผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นเป็นพิเศษ นอกจากนี้โรงแรมและรีสอร์ทบางที่ใช้วิธีการแก้ไขข้อบกพร่องโดยการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุในบริเวณพื้นที่ส่วนตัว เช่น ห้องน้ำ บริเวณอาบน้ำ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ผู้สูงอายุต้องช่วยเหลือตนเอง โดยติดตั้งราวจับในห้องน้ำที่อ่างอาบน้ำ ลบธรณีประตู ประตูบานเลื่อน แต่อุปกรณ์ยังไม่ถูกต้องตามหลักการออกแบบทางอารยสถาปัตย์

#### ตาราง 47 แสดงความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีคต่อการรองรับ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	
โรงแรมที่ 1	โรงแรมใช้การจองผ่านหลายช่องทาง หลายเว็บไซต์ แต่ส่วนใหญ่ชาวต่างชาติจะมากับบริษัททัวร์กับจองผ่านเว็บไซต์ ราคาที่ปกติไม่มีการเพิ่มราคาแต่อย่างใด แต่หากอนาคตมีการเปลี่ยนแปลงของห้องพักและติดตั้งอุปกรณ์พิเศษเพื่ออำนวยความสะดวกก็อาจจะมีการคิดราคาห้องพักพิเศษใหม่หรืออาจใช้ราคาเดิม ซึ่งปัจจุบันทางโรงแรมใช้วิธีการบริหารห้องพักเองตามความเหมาะสม เช่น ถ้ามีเด็กเล็กจะจัดห้องพักที่อยู่ชั้นล่างหัวมุม คนชราหรือผู้พิการจะจัดห้องให้ใกล้กับลิฟต์เพื่อความสะดวก
โรงแรมที่ 2	โดยส่วนใหญ่ลูกค้าจะจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ agoda เป็นหลักและมี walk in บางส่วนส่วนใหญ่ลูกค้าจะมาพักซ้ำเพราะรู้สึกชื่นชอบในการตกแต่งและความเงียบสงบของโรงแรม ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ติดแม่น้ำ วิวสวย การบริการที่อบอุ่น ลูกค้าต่างชาติบางท่านมาพักที่โรงแรมปีละครั้งและใช้ห้องพักเดิมทุกครั้งเวลาที่ผ่านมาที่พระนครศรีอยุธยา ก็ไม่น่าจะต้องปรับปรุงอะไร แต่ถ้าหากมีโปรโมชันวันครบครัน วันผู้สูงอายุ ก็อาจจะทำโปรโมชันนี้ขึ้นมาก็ได้

## ตาราง 47 (ต่อ)

<b>ความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีคต่อการรองรับ</b>	
<b>นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ</b>	
โรงแรมที่ 3	ถ้ามีบริษัททัวร์ที่มีแต่ผู้สูงอายุทางโรงแรมอาจจะต้องปรับแผนของพนักงานที่สามารถช่วยเหลือ หรือมีความรู้เกี่ยวกับการช่วยชีวิตเข้าทำงานในช่วงเวลานั้นเพราะความปลอดภัยของลูกค้า และคงต้องจัดสรรห้องพิเศษไว้รองรับ หากบนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมากจริง ๆ คงต้องปรับแผนพนักงาน แผนของห้องอาหาร โปรโมชันอื่น ๆ ที่คิดว่าเหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มพิเศษ ซึ่งไม่ใช่เรื่องยากในการจะทำเลยเพราะอย่างที่บอกในตอนต้น ว่าสิ่งอำนวยความสะดวกของเรามีแล้วเพียงแต่แค่มองไม่ได้ Focus กับนักท่องเที่ยวเฉพาะผู้สูงอายุเท่านั้น
โรงแรมที่ 4	ถ้าจะเน้นลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุโดยเฉพาะจะต้องนำเสนอโปรโมชั่นใหม่ ๆ ห้องพักแบบใหม่ที่จัดเตรียมไว้เพื่อสูงอายุเฉพาะ เพราะปัจจุบันโรงแรมทำการตลาดเหมือน ๆ กับโรงแรมอื่น ๆ ไม่ได้เจาะจงกลุ่มลูกค้าเฉพาะแบบนี้ ซึ่งก็ไม่มีอะไรยากเพราะต้นทุนก็ไม่ได้เปลี่ยนแปลง เพียงแต่อาจจะปรับเปลี่ยนเล็กน้อยเท่านั้น ในส่วนตัวมองว่าผู้สูงอายุที่มาโรงแรมก็มีมาพักอยู่ปกติแต่ลูกค้าไม่ได้ร้องขอการบริการหรือห้องพักพิเศษเลย เลยทำให้ไม่ได้แบ่งกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจน
โรงแรมที่ 5	คงปรับเรื่องกระบวนการบริการ เช่นใช้ช่องทางพิเศษในการเช็คอิน บริการเข็นรถพิเศษ อาหารพิเศษ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุ ส่วนเรื่องราคาคงใช้ราคามาตรฐาน
โรงแรมที่ 6	การทำการตลาดเดิมดีอยู่แล้ว หากทำการตลาดเพื่อผู้สูงอายุเพิ่มก็ถือว่าเป็นช่องทางการตลาดใหม่ คงต้องทำให้ครบทั้งที่พัก อาหาร กิจกรรมท่องเที่ยว ให้มันครบองค์ประกอบมากกว่าแค่ห้องพักอย่างเดียว มันอาจไม่น่าสนใจเท่าไร
โรงแรมที่ 7	เคยมีการเซ็น MOU ร่วมกันของสถานประกอบการกับภาครัฐเกี่ยวกับการทำเมืองต้นแบบ หากจะทำให้เกิดรูปธรรมจะต้องร่วมมือกันหลาย ๆ สถานประกอบการ เช่น ร่วมกันโปรโมทเมือง โปรโมทกิจกรรม โปรโมทโรงแรม ไปพร้อมกันให้หมด เพื่อกระตุ้นยอดการจองห้องพักของลูกค้าผู้สูงอายุ อาจจะไม่เน้นลูกค้าต่างชาติก่อน เพราะโดยส่วนใหญ่ผู้สูงอายุที่มาพักจะเป็นชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย โดยผู้สูงอายุอาจได้ดูแลอาหารพิเศษเพิ่มเติมหรือกิจกรรมนวดสปาเพิ่มเพื่อช่วยผ่อนคลายและบำบัด



## ตาราง 47 (ต่อ)

ความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีคต่อการรองรับ	
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	
โรงแรมที่ 8	การตลาดเฉพาะกลุ่มอย่างผู้สูงอายุอาจจะจัดเป็นแพ็คเกจห้องพักรวมกับโปรแกรมท่องเที่ยวและอาหารเพื่อสุขภาพก็ได้ หรือจะเป็นเฉพาะห้องพักเดี่ยว ๆ ก็ได้ ทั้งนี้คงขึ้นอยู่กับปริมาณลูกค้ากลุ่มนี้ว่ามากหรือน้อย แต่ถ้าปัจจุบันก็จะใช้การทำการตลาดเหมือนกับลูกค้าทั่วไป ไม่มีอะไรแตกต่าง ความแตกต่างที่มีให้ในภาพรวมคงเป็นการบริการของพนักงานเสียมากกว่า โดยอาจจะต้องให้การดูแลเป็นพิเศษ อย่างใกล้ชิดเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าผู้สูงอายุมากเป็นพิเศษอยู่แล้ว โดยทั่ว ๆ ไปถ้าพบลูกค้าสูงอายุที่มาเพียงลำพังหรือไม่มีคนดูแลพนักงานก็จะบริการตั้งแต่ลงจากรถ ยกกระเป๋า ช่วยอำนวยความสะดวกตอน check in ไปส่งห้องพัก ก็จะทำให้ลูกค้าคลายความกังวลไปได้บ้าง
โรงแรมที่ 9	โรงแรมมีลูกค้าทุกเพศทุกวัยในราคาห้องพักที่เท่าเทียมกันหมด แต่อาจจะใช้การบริการและคามห่วงใยกับลูกค้าที่เป็นสูงอายุมากหน่อยเท่านั้นเอง ลูกค้าผู้สูงอายุคนไทยส่วนมากถ้ามาพักคือเป็นลูกค้าประจำเพราะพนักงานดูแลลูกค้าอย่างดีมีทั้งมาคนเดียวหรือมาเป็นหมู่คณะ ส่วนลูกค้าชาวต่างชาติโดยส่วนใหญ่มาเป็นครอบครัวเป็นกรุ๊ปทัวร์ หรืออาจจะมาเองแต่มากันเป็นครอบครัวเลยไม่ต้องดูแลเป็นพิเศษเท่าใดนัก ส่วนราคาถ้ามากับบริษัททัวร์ทางโรงแรมก็ให้ราคาตามที่ตกลงกันได้ หรือหากจะจองผ่าน www. ก็ได้เช่นเดียวกัน
โรงแรมที่ 10	ปัจจุบันราคาของห้องพักแตกต่างกันตามลักษณะของห้องพัก หากมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะโรงแรมก็คงไม่เปลี่ยนแปลงเรื่องราคา ยังคงต้องยึดราคาเดิมเอาไว้เพื่อรักษาสถานลูกค้าเดิมเอาไว้ หรือแม้กระทั่งทำห้องให้มีอุปกรณ์ตามที่เคยประชุมกันเรื่องอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในครั้งก่อนก็คิดว่ายังคงไว้ซึ่งราคาเดิม
โรงแรมที่ 11	เราทำการตลาดจากการใช้การรีวิวอาหาร ขนม เครื่องดื่มและบรรยากาศผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับโฆษณาและรีวิวอาหาร ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีมาก ลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักที่นี้จากการใช้โซเชียล ซึ่งการทำการตลาดสมัยใหม่จะประหยัดต้นทุนและได้วงกว้างกว่าการทำการตลาดแบบเดิม ๆ
โรงแรมที่ 12	ปกติเรามี Record ของลูกค้าเดิมเอาไว้อยู่แล้วและเมื่อมีโปรโมชั่นต่างๆทางโรงแรมจะแจ้งข่าวสารไปยัง E-mail ของลูกค้าซึ่งก็เป็นการทำการตลาดวิธีหนึ่งที่ใช้เป็นประจำ ส่วนเว็บไซต์เราใช้ในการจองสำหรับลูกค้าที่เดินมาด้วยตนเอง ส่วนบริษัททัวร์ทางโรงแรมจะมีบริษัททัวร์ที่ให้ราคาพิเศษแต่ยังไม่มีทัวร์ที่เฉพาะทางเข้ามา

## ตาราง 47 (ต่อ)

ความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีคต่อการรองรับ	
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	
โรงแรมที่ 13	ด้านห้องพักถ้าไม่เอาเกณฑ์มาตรฐานมาวัดก็ถือว่าพร้อมให้บริการ ด้านพนักงานก็มีเพียงพอและสามารถดูแลลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุได้ ส่วนภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมก็คงต้องมีจุดที่ต้องปรับปรุงอยู่บ้างเพื่อให้เกิดความสะดวกแก่ลูกค้ามากที่สุด ด้านราคาจำเป็นต้องใช้ราคามาตรฐานแม้ว่าห้องพักจะมีการปรับปรุงเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักแล้วก็ตาม เพราะถือว่าเป็นหน้าที่ของโรงแรมที่จะต้องเตรียมพร้อมเสมอ
โรงแรมที่ 14	โรงแรมเรามีขนาดเล็ก ๆ ลูกค้าที่มาจะเป็นลูกค้าประจำ เป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ต้องการมาพักผ่อน การทำการตลาดของโรงแรมไม่มีอะไรซับซ้อน เราใช้เว็บไซต์ใช้ agoda ใช้เกือบทุกเว็บไซต์ที่คิดว่าลูกค้าจะเข้าไปห้องพักโดยมีค่าธรรมเนียมให้กับเว็บไซต์นั้น ๆ เป็นรายห้อง ซึ่งถือว่าสะดวกทั้งในแง่ของผู้ประกอบการและในมุมของลูกค้า ส่วนห้องพักของเราหากต้องปรับปรุงก็ต้องพิจารณาเป็นรายชั้นไป แต่คงใช้ซึ่งราคาเดิมเพราะไม่อยากเสียฐานลูกค้าไปและมองว่าอุปกรณ์บางอย่างมีความจำเป็นจริง ๆ
โรงแรมที่ 15	Product ของเรา คือ สปา ห้องพัก ซึ่งตอบโจทย์มากสำหรับผู้สูงอายุแต่อาจจะต้องมีการซื้ออุปกรณ์บางชนิดมาติดตั้งเพื่อให้ลูกค้าผู้สูงอายุใช้งานได้อย่างสะดวกและปลอดภัยขึ้นกว่าเดิม ส่วนด้านราคาถือว่าโรงแรมเราตั้งราคาปานกลางถ้าเทียบกับค่าเงินดอลลาร์ แต่ถ้าเป็นลูกค้าชาวไทยก็ยังถือว่าห้องพักของเราราคาปกติคือมีตั้งแต่ 1,500-4,000 บาท พนักงานเราก็มีใจรักในงานบริการ สุภาพอ่อนน้อมตามแบบฉบับของคนไทยซึ่งที่นี่จะดูแลแขกให้รู้สึกสบาย และรู้สึกปลอดภัยตลอดเวลาที่เข้าพัก ส่วนช่องทางหารชำระเงินก็เป็นมาตรฐาน เดบิต เครดิต เงินสด
โรงแรมที่ 16	โรงแรมเราพร้อมที่จะต้อนรับลูกค้าทุกเพศทุกวัยหากพูดในแง่มุมมองของบรรยากาศ การบริการ อาหาร สถานที่ สามารถรองรับได้หมด แต่ถ้ามองถึงกลุ่มคนนั่งรถเข็นตลอดเวลา ก็อาจจะลำบากในการใช้บริการอยู่บ้าง ถ้าจะต้องปรับปรุงสิ่งก่อสร้างใหม่เพื่อรองรับผู้ใช้รถเข็นก็อาจจะต้องพิจารณาเลือกห้องพักที่โครงสร้างเหมาะสมเพียงห้องหนึ่งก่อนเพื่อมีไว้รองรับสำหรับผู้เข็น เพราะอย่างที่บอกไปตอนต้นว่าอุปกรณ์บางอย่างติดตั้งกับโครงสร้างเดิมไม่ได้หรือหากติดตั้งแล้วจะไม่เหมาะสมด้านรูปลักษณ์คงต้องพิจารณาก่อน

จากการสัมภาษณ์หัวข้อความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงแรม รีสอร์ท/บูทีคที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ผู้วิจัยขอสรุปว่าโรงแรมใช้การจองผ่านหลายช่องทาง หลายเว็บไซต์ แต่ส่วนใหญ่ชาวต่างชาติจะมากับบริษัททัวร์กับจองผ่านเว็บไซต์ agoda treveloka, booking.com, expedia และมี walk in บางส่วน ส่วนช่องทางการชำระเงินก็เป็นมาตรฐาน เดบิต เครดิต เงินสด หากมีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มลูกค้าไปเป็นกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุจำเป็นต้องใช้ราคามาตรฐานแม้ว่าห้องพักจะมีการปรับปรุงเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพักแล้วก็ตาม เพราะถือว่าเป็นหน้าที่ของโรงแรมที่จะต้องเตรียมพร้อมเสมอ

#### ตาราง 48 แสดงความสามารถในการพัฒนาเป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยว

##### ผู้สูงอายุ

ความสามารถในการพัฒนาเป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	
โรงแรมที่ 1	เป็นแนวคิดที่ดีมาก ส่วนนี้ทางจังหวัดเป็นผู้คิดจะทำจริงคงต้องใช้งบประมาณอย่างมากในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของจังหวัดให้สอดคล้องกับผู้ใช้งาน โดยต้องรวมตัวผู้ประกอบการจากหลาย ๆ ธุรกิจมาคุยและตกลงร่วมกันในการจะพัฒนาเมือง เพราะหากจังหวัดทำแต่ภาคธุรกิจอื่นไม่เห็นด้วย ก็ไม่มีประโยชน์อะไร เพราะในจังหวัดเชียงใหม่เหมือนจะพยายามทำนะเพราะที่นั่นผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นกับฝรั่งเศสเยอะมาก แต่ร้านค้าก็ไม่ได้ปรับปรุงอะไรนัก นอกจากร้านอาหารขนาดใหญ่ โรงแรม อพาร์ทเม้น ร้านของฝาก
โรงแรมที่ 2	เห็นด้วยเพราะมีแนวโน้มความเป็นไปได้ เพราะจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งผู้สูงอายุชื่นชอบอยู่แล้ว คิดว่าเป็นไปได้แน่นอนและเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างมาก แต่จังหวัดคงต้องปรับปรุงพื้นที่และใช้งบประมาณค่อนข้างสูงในการปรับปรุงเมืองทั้งเมือง ส่วนโรงแรมหากจำเป็นต้องปรับตัวจริง ๆ ก็ทำได้เพราะเพียงแค่ติดตั้งอุปกรณ์บางชนิดก็น่าจะใช้งานได้สะดวกขึ้น แต่พื้นที่จอดรถของโรงแรมมีจำกัดคงทำที่จอดรถพิเศษเพื่อผู้สูงอายุและคนพิการไม่ได้ เพราะปัจจุบันก็จอดได้น้อยอยู่แล้ว หากนำพื้นที่ที่มีอยู่อย่างจำกัดไปทำที่จอด เกรงว่าอาจจะกระทบกับลูกค้าอื่น ๆ ที่มาใช้บริการได้ ส่วนอุปกรณ์ในห้องนอน ห้องน้ำ คงต้องให้ช่างมาประเมินราคา หากไม่สูงมากก็ทำได้เลย แต่ถ้ามีราคาสูงคงจะค่อย ๆ ททยอยปรับปรุงไป หรืออาจจะเตรียมไว้รองรับเพียง 1 ห้องเท่านั้น ทางที่ดีจังหวัดคนทำสัญลักษณ์ให้แน่ชัดและโรงแรมก็นำสัญลักษณ์มาใช้เพื่อแสดงว่าที่นี่ต้อนรับลูกค้ากลุ่มนี้เป็นพิเศษ จะทำให้เมืองต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชัดเจนขึ้นได้ ส่วนอาหารทางเราไม่ได้มีบริการคงไม่ได้ไปปรับเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ
โรงแรมที่ 3	ถ้าทำได้จริงก็จะดี เพราะนอกจากจะเป็นเมืองประวัติศาสตร์และยังเป็นเมืองต้นแบบด้านผู้สูงอายุอีก ก็ยิ่งทำให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ โรงแรมอาจจะปรับปรุงเรื่องอาหารให้มีเมนูอาหารเพื่อบำบัด เพื่อสุขภาพขึ้นด้วย

## ตาราง 48 (ต่อ)

ความสามารถในการพัฒนาเป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	
โรงแรมที่ 4	ถ้ามีนโยบายและภาครัฐ ภาคเอกชน ร่วมมือกันจริงจัง จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวมาก ๆ ญี่ปุ่นเป็นต้นแบบที่ดีในการทำประเทศให้ทุกคนได้มีโอกาสได้ใช้บริการสาธารณะได้ทุกอย่าง เมืองไทยก็น่าจะทำได้ ทำลงมือทำกันอย่างจริงจัง โรงแรมก็พยายามปรับปรุงอยู่เสมอ บางครั้งเมื่อยังมีปัญหาที่มองไม่ออกว่าสิ่งใดควรปรับปรุง เมื่อเข้ามาประเมินอย่างละเอียดจึงทำให้ทราบว่าจริงๆแล้วมาตรฐานที่กำหนดเป็นอย่างไร อาจจะไม่ปรับปรุงไม่ได้ครบถ้วนทุกอย่าง แต่จะทำให้ส่วนที่ใช้งานเป็นประจำก่อน
โรงแรมที่ 5	หากตื่นตัวไว ก็เจริญไว หากทำก่อน ก็ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้นำ ถ้าจังหวัดทำได้ โรงแรมก็ทำได้ แต่จังหวัดต้องทำให้เห็นก่อนว่าทำจริงอย่างจริงจัง โรงแรมจึงทำตาม เพราะมันคือความเสียดอกภาคเอกชนอย่างมาก หากจะลงทุนทำสิ่งใดต้องมั่นใจก่อนว่าภาครัฐเอาจริง ถ้าจะปรับปรุงก็คงปรับเรื่องบุคลากรก่อน ให้เขามีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล การช่วยชีวิต ผู้สูงอายุ เพราะเรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญกว่าเราจับเสียอีก ถ้าทุกคนทำ โรงแรมก็ทำ ส่วนเรื่องพนักงานถ้ามีที่ไหนเปิดอบรมเกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุคงต้องให้ตัวแทนไปอบรมมา สอนงานให้กับพนักงานคนอื่น ๆ ใช้กับลูกค้าก็ได้ ใช้กับพนักงานด้วยกันก็ได้
โรงแรมที่ 6	เป็นสิ่งที่ดีมาก เพราะเท่าที่ทราบมา แนวโน้มของผู้สูงอายุโลกมากขึ้น ๆ ทุกปีเลย ลูกค้าของทางโรงแรมที่เป็นผู้สูงอายุก็มากขึ้นด้วยจากการสังเกต หากจังหวัดปรับปรุงภูมิทัศน์ ปรับปรุงพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคตได้ ก็ถือว่าต้องให้การสนับสนุน ในแง่ของผู้ประกอบการด้วยและในแง่ของผู้อยู่อาศัยในจังหวัดดี นับเป็นเรื่องที่ดี
โรงแรมที่ 7	ก่อนที่จะจังหวัดจะใช้งบประมาณในการพัฒนาสิ่งต่างๆควรดูแนวโน้มและความเป็นไปได้เสียก่อน แต่ถ้าให้บอกว่าเป็นแนวคิดที่ดีมาก ๆ แต่ผู้ประกอบการก็ต้องร่วมมือกันอย่างจริงจัง ชาวบ้านเจ้าของพื้นที่ก็ต้องร่วมมือด้วย จะได้เกิดเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน
โรงแรมที่ 8	คงเป็นสิ่งที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาทำได้ เพราะจังหวัดก็เคยจัดการสิ่งยากมาได้มากมาย และก็ใส่ใจกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทางโรงแรมก็จะพยายามปรับปรุงสิ่งแวดล้อมความสะดวกของโรงแรมเองเช่นกัน แต่คงไม่ได้ทำทุกสิ่งให้ครบวงจร ค่อย ๆ ปรับ ค่อย ๆ ไปเรื่อย ๆ น่าจะสะดวกที่สุดเพราะมันต้องใช้งบประมาณและเสียเรื่องรายได้ที่เสียไปตอนปรับปรุง
โรงแรมที่ 9	ถือเป็นเรื่องใหญ่เลยนะหากทำจริง เพราะจะต้องวางผังเมืองให้สอดคล้องกับผู้ใช้งานจริง ๆ เช่น ริมฟุตบาท รถโดยสาร ตลาด สวนสาธารณะ แหล่งท่องเที่ยว แต่ถ้าทำแล้วทุกคนไม่ว่าจะเด็ก คนท้อง คนปกติ คนพิการ ใช้ได้หมดทุกคน ก็คือว่าเป็นสิ่งที่จังหวัดควรเร่งทำ ทางโรงแรมก็คงปรับปรุงเรื่องทางลาดก่อนเพราะมันเป็นจุดแรกของการใช้บริการ ส่วนเรื่องห้องน้ำ พื้นผิว ราวจับมันเป็นอุปกรณ์ติดตั้ง หาซื้อสำเร็จรูปมาติดตั้งง่าย ไม่นานก็เสร็จสมบูรณ์ งานหนักคงเป็นทางราชการไม่ใช่ทางเอกชน

## ตาราง 48 (ต่อ)

ความสามารถในการพัฒนาเป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ	
โรงแรมที่ 10	ดีมากเลย ถ้าสำรวจไปแล้วรวบรวมแจ้งผลการสำรวจกับทางโรงแรมด้วยว่ามีส่วนไหนขาดตรงบกพร่องไปจะได้ไปปรับปรุงให้ดีขึ้น เพราะตอนนี้ยังไม่เคยโดน Complane จากลูกค้าว่าใช้บริการได้ไม่สะดวก เลยไม่แน่ใจว่าไม่มีแจ้งเพราะไม่มีข้อบกพร่องหรือว่าไม่แจ้งเพราะมันเสียเวลา แต่หากทราบจะรีบทำทันที ไม่ต้องรอสร้างเมืองต้นแบบหรอก แต่เราใส่ใจต่อลูกค้า และให้บริการลูกค้าอย่างดีที่สุด ขาดเหลือก็รีบจัดหาจะดีกว่า
โรงแรมที่ 11	ถ้าจังหวัดจริงจังที่จะปรับเมือง ทางเราก็คงต้องปรับให้ลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุมาใช้บริการที่โรงแรมเราให้ได้มากขึ้น เพราะที่ผ่านมามีไม่ได้ Focus ลูกค้ากลุ่มนี้เท่าไรหรอก แต่หากอนาคตโลกมันเปลี่ยนแปลงไปจริงก็ต้องทำแน่นอน ทำทางลาด ทำทางเดินให้เดินสะดวก ห้องน้ำสำหรับผู้พิการแบบบานเลื่อนขนาดใหญ่ ส่วนเรือนไทยคงไม่ปรับเปลี่ยนใด ๆ เพราะด้วยโครงสร้างของเรือนไม้เกรงว่าหากติดตั้งอุปกรณ์อื่น ๆ ไปจะทำให้เรือนไทยเสียหาย คงปรับส่วนห้องอาหารก่อน
โรงแรมที่ 12	เมืองต้นแบบสำหรับผู้สูงอายุเลยหรือ เท่าที่ประเมินความพร้อมของจังหวัดน่าจะเริ่มต้นจากศูนย์ เพราะประเทศไทยไม่ได้ใส่ใจในการออกแบบด้วย Universal Design แม้กระทั่งรถไฟฟ้าที่สร้างทางสำหรับรถเข็น สุดท้ายมันใช้งานไม่ได้ แต่ตั้งใจจะทำจริง ๆ คิดว่าทั้งประชาชน และเอกชนน่าจะช่วยกันได้ เพราะถือว่าเป็นเจ้าของพื้นที่และก็ได้รับประโยชน์เต็ม 100%
โรงแรมที่ 13	ลงมือทำเมื่อไหร่ ยิ่งเร็วยิ่งดี แต่ถ้าไม่ทำก็ไม่ได้กระทบกับยอดการจองห้องพักของลูกค้า เพราะโรงแรมก็รองรับกลุ่มลูกค้าผู้พิการได้เป็นอย่างดี แต่ถ้าจะให้ช่วยปรับปรุงอะไรลูกค้าขออะไรไม่ขออะไร อยากได้สิ่งใดก็แจ้งกับทางโรงแรมได้ เตรียมพร้อมบริการตลอด
โรงแรมที่ 14	มันคงต้องเริ่มจากจุดเล็ก ๆ ก่อนถึงจะพัฒนาถึงจุดใหญ่ ๆ ได้ เช่น เมื่อจะสร้างสิ่งใหม่ควรคำนึงถึงขนาดตัวที่ใช้งานก่อนเสมอ โรงแรมเองก็จะปรับเรื่องทางเดิน ทางลาด ธรณีประตูก่อนเพราะเป็นสิ่งที่จำเป็นและลงทุนไม่สูงนัก ส่วนอุปกรณ์ในห้องน้ำสามารถทำได้เลย ตอนแรกก็ไม่ได้จะตั้งแต่ใด ๆ เพิ่มเติม แต่เมื่อได้มีคนเข้ามาประเมินทำให้รู้สึกว่าการโรงแรมต้องวางแผนการปรับปรุงจริง ๆ เสียที
โรงแรมที่ 15	โรงแรมเห็นด้วยนะถ้าจังหวัดของเราจะเป็นจังหวัดที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมาเที่ยว มาพัก มาทานข้าวได้ด้วยตนเอง ใช้รถเข็นเที่ยวเองได้ ที่จอดรถพิเศษ และอีกอย่างนอกจากปรับปรุงเมือง คือ การปลูกฝังการมีวินัยให้กับคนในชาติ เรื่องนี้เป็นเรื่องสำคัญมาก หากสร้างที่จอดรถเพื่อผู้สูงอายุขึ้นมามากมาย แต่คนปกติไปจอดจนผู้สูงอายุหรือคนพิการไม่มีที่จอดก็ไม่ได้มีความหมาย ถ้าโรงแรมจะปรับปรุงคงปรับเรื่องอาหารกับทางเดินก่อน อีกอย่างโรงแรมเป็นสปาด้วย มาบำบัด ฟันฟู และทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพก็น่าจะเป็นจุดขายหนึ่งของโรงแรมได้

## ตาราง 48 (ต่อ)

### ความสามารถในการพัฒนาเป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

โรงแรมที่ 16 ผู้สูงอายุทุกคนไม่ได้ใช้รถเข็นทุกคนแต่ผู้ใช้รถเข็นทุกคนมีสิทธิที่จะไปเที่ยวและทำกิจกรรมอะไรก็ได้ ถ้าต้องปรับปรุงสิ่งแรกคงเป็นที่จอดรถเพราะทำงานที่สุด แต่ปกติเราจะให้ลูกค้าจอดที่ลานจอดรถด้านนอก และเดินเข้ามายังตัวโรงแรมหรือห้องอาหารของเรา อันนี้คงต้องปรึกษาช่างรับเหมาว่าควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไรเป็นอันดับแรก และมาดูงบประมาณที่จะใช้ในการปรับปรุงในครั้งนี่ แต่หากปรับจนโรงแรมต้องใช้งบประมาณมาก คงต้องพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

จากการสัมภาษณ์หัวข้อความสามารถในการพัฒนาเป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุผู้วิจัยขอสรุปว่าแนวโน้มของสังคมเปลี่ยนแปลงไปเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงสถานประกอบการให้เป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้โดยการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้ครบถ้วนและถูกต้องตามมาตรฐาน แต่จะเลือกติดตั้งอุปกรณ์ที่มีการใช้งานจริงและใช้งานเป็นประจำ และสร้างสิ่งก่อสร้างเช่นทางลาด ทางเดิน ห้องน้ำ ที่จอดรถ ให้ถูกหลักของ Universal Design เพราะการปรับปรุงต้องใช้งบประมาณสูงทั้งนี้มองว่าหากสถานประกอบการตื่นตัวในการปรับปรุงทางจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต้องเร่งปรับปรุงภูมิทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกันเพื่อเป็นเมืองต้นแบบของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

### แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยใช้เครื่องมือ การสืบค้น การสัมภาษณ์ จนสามารถสกัดออกมาซึ่งได้ผล ดังนี้

## ตาราง 49 ผลการสัมภาษณ์บุคลากรทางการศึกษา

หัวข้อ/ สถานที่	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
การพัฒนาเมืองต้นแบบและโรงแรมต้นแบบ รองรับเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์	
ท่านที่ 1	<p>ถือเป็นการตอบเจตจำนงของการท่องเที่ยวในอนาคต โดยโรงแรมควรจะต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกและภายใน แต่ควรเร่งทำภายนอกก่อนเพราะภายนอกจะสามารถอำนวยความสะดวกแก่การเดินทางได้ในเบื้องต้น อีกอย่างโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ตามกฎหมายจะต้องมีห้องพักสำหรับผู้พิการอยู่แล้วและสามารถใช้ได้กับคนทั่วไป คนท้อง คนชรา ใช้ได้หมด แต่บางโรงแรมก็ขาดการใส่ใจในเรื่องดังกล่าว และมีความคิดเห็นว่าคุณสูงอายุที่ใช้วีลแชร์มีน้อยเพราะผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังคงอยากใช้ชีวิตและเคลื่อนไหวได้อย่างปกติทั่วไป ดังนั้น อุปกรณ์บางอย่างก็ไม่จำเป็นต้องมีก็ได้ เพราะบางทีการติดตั้งอุปกรณ์ให้ครบทุกอย่างที่ควรจะมีกลายเป็นรุงรัง กีดขวางการใช้ชีวิตประจำวันไปเสียอีก แต่หากจะติดตั้งควรเลือกติดตั้งเฉพาะบางชนิดที่ใช้งานจริง และบ่อยครั้ง และเร่งสร้างความปลอดภัยจากการใช้ชีวิตเป็นอันดับต้น ๆ และการบริการอาหาร อาหารสำหรับผู้สูงอายุเป็นสิ่งสำคัญ ถึงจะเป็นจุดเล็ก ๆ แต่สำคัญมาก ส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรที่จะต้องวางแผนการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปของโลกอย่างเร่งด่วนและสนับสนุนให้จังหวัดเป็นเมืองต้นแบบของการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอย่างยิ่ง</p>
ท่านที่ 2	<p>โรงแรมที่มีการออกแบบและตกแต่งเพื่อรองรับผู้สูงอายุ ถือว่าเป็นโรงแรมที่ทันสมัยและปัจจุบันผู้สูงอายุในประเทศไทยมีจำนวนมาก ในต่างชาติดีกก็มาก หากโรงแรมได้มีการปรับปรุงโรงแรมก็จะถือผู้นำเทรนด์ด้านที่พัก โดยส่วนตัวมองว่าการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกมีความสำคัญเพราะมีพื้นที่กว้าง และควรจะมีอุปกรณ์สำหรับผู้สูงอายุ ส่วนภายในห้องพักเป็นพื้นที่จำกัด ผู้สูงอายุสามารถเคลื่อนไหวได้ระยะสั้น ๆ ได้ปกติ ดังนั้น จึงเห็นว่าหากจะเร่งปรับปรุงควรเร่งทำภายนอกก่อนแล้วจึงทำภายใน เพื่อเป็นการควบคุมต้นทุนได้ ส่วนการเป็นเมืองต้นแบบนั้นก็ยังสามารถทำได้เพราะเป็นจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อยู่แล้ว ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุอยู่แล้ว เพียงแค่ปรับปรุงภูมิทัศน์ก็น่าจะอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุได้มากขึ้น อีกทั้งพนักงานบริการของโรงแรมก็มีความสำคัญอย่างมากเพราะต้องมีความรู้ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะ</p>

## ตาราง 49 (ต่อ)

หัวข้อ/ สถานที่	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
ท่านที่ 3	<p>โรงแรมเพื่อผู้สูงอายุในประเทศไทยยังไม่เห็นเป็นรูปธรรม ส่วนเมืองต้นแบบในประเทศไทยน่าจะยังไม่มีจังหวัดไหนทำอย่างจริงจัง แต่เคยศึกษาเรื่องเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมาบ้างจึงพอจะทราบว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวสูงอายุ และจะพำนักระยะยาว มีคอนโดสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ มีหมู่บ้านจัดสรร แต่เมืองยังไม่มี การปรับภูมิทัศน์เพื่อรองรับเท่าใดนัก แต่ถ้าพูดถึงเมืองต้นแบบในต่างประเทศคงนึกถึงประเทศญี่ปุ่น ในประเทศญี่ปุ่นมีการนำ Universal Design มาใช้ในการก่อสร้าง การคมนาคมหลาย ๆ อย่าง ทำให้เห็นถึงความใส่ใจของในประชากรของตนเองและยังอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ ได้อีกด้วย ส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยาการพัฒนาเป็นเมืองต้นแบบอาจจะยากเนื่องจากการคมนาคมด้วยรถโดยสารจะเป็นอุปสรรคด้านหนึ่งที่สำคัญมาก ๆ ต่อการพัฒนา ถนน ทางเดิน อุทยานประวัติศาสตร์ สนามหญ้า กำแพงเมือง ทำน้ำ ทำเรือ ก็ไม่แน่ใจว่าจะสามารถแก้ไขด้านใดหรือวิธีการใดได้บ้าง แต่ถ้าพูดถึงการปรับปรุงโรงแรมเพื่อเป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุคิดว่าน่าจะมีความเป็นไปได้สูง เพราะเป็นธุรกิจของภาคเอกชน ทั้งนี้การลงทุนก็ขึ้นอยู่กับเจ้าของกิจการว่าจะตื่นตัวมากน้อยเพียงใดและกล้าที่จะเสี่ยงต่อการลงทุนเพื่อเป็นผู้นำเรื่องการปรับปรุงโรงแรมได้หรือไม่</p>
ท่านที่ 4	<p>จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดแห่งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งถ้าเทียบกับหัวหิน การท่องเที่ยวจะแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง หัวหินมีนักท่องเที่ยวสูงอายุเข้ามาซื้อบ้าน ซื้อ คอนโด เพื่อเป็นที่พักผ่อนระยะยาว อาจจะเป็นเพราะรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันก็ได้ แต่ไม่ใช่ว่าทำไม่ได้ เพียงแต่ยังไม่เห็นความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุจึงไม่มีการปรับเปลี่ยนใด ๆ เมื่อไม่มีการปรับเปลี่ยน นักท่องเที่ยวยอมไปอยู่ไม่ไปเที่ยวเช่นกัน ดังนั้นควรลงมือทำได้แล้ว เริ่มต้นจากสถานประกอบการ โรงแรม ที่พัก สปา ร้านอาหาร ให้เห็นเชิงประจักษ์เสียก่อน ภาครัฐก็อาจจะทำตามในภายหลัง ทำซ้ำได้ผลซ้ำ ทำเร็วได้ผลเร็ว ถ้าไม่ทำก็ไม่อะไรเลย</p>



## ตาราง 49 (ต่อ)

หัวข้อ/ สถานที่	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
ท่านที่ 5	<p>มาตรฐานอารยสถาปัตย์บางคนอาจมองเป็นเรื่องไกลตัว ไม่จำเป็นต้องมี ไม่จำเป็นต้องใช้ก็ได้ แต่เมื่อใดที่เกิดปัญหา เกิดความทรมานทางด้านร่างกาย การเคลื่อนไหว หรือเมื่อเราป่วย เราจะนึกถึงอุปสรรคในการช่วยเหลือทันที ปัจจุบันตามห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งพยายามปรับตัวโดยการปรับปรุงสถานที่ให้สามารถรองรับได้กับคนทุกเพศทุกวัย การท่องเที่ยวของคนในสมัยนี้ก็เปลี่ยนแปลงไป รถตุ๊กสำหรับครอบครัวชายดีขึ้นและกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับครอบครัวที่มีผู้สูงอายุไปแล้ว เมื่อธุรกิจประเภทอื่น ๆ ตื่นตัวและตระหนักถึงประโยชน์ของการใช้ Universal Design แล้ว ธุรกิจประเภทที่พักก็จำเป็นต้องหันมาใส่ใจในการนำการออกแบบเพื่อผู้สูงอายุมาใช้เช่นเดียวกัน และหากสถานประกอบการร่วมมือกันปรับปรุงในธุรกิจตนเองก็จะทำให้จังหวัดนั้นๆ มีความน่าสนใจเป็นอันดับต้นๆ ในการเลือกเป็นจุดหมายปลายทาง</p>

จากการสัมภาษณ์หัวข้อการพัฒนาเมืองต้นแบบและโรงแรมต้นแบบรองรับเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์ ผู้วิจัยขอสรุปว่าหากโรงแรมที่มีการออกแบบและตกแต่งเพื่อรองรับผู้สูงอายุ ถือได้ว่าเป็นโรงแรมที่ทันสมัย โดยตระหนักถึงประโยชน์ของการใช้ Universal Design เข้ามาออกแบบ ซึ่งปัจจุบันผู้สูงอายุในประเทศไทยมีจำนวนมาก ผู้สูงอายุในต่างชาตีก็น่า หากโรงแรมทำการปรับปรุงโรงแรมเพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุก็จะถือผู้นำด้านที่พักสำหรับผู้สูงอายุ

ตาราง 50 แสดงการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรในสถานศึกษาเพื่อความสอดคล้อง  
กับความต้องการของสถานประกอบการในอนาคต

การพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรในสถานศึกษาเพื่อความสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการในอนาคต	
ท่านที่ 1	การพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าที่เข้าพัก เกิดความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นควรพัฒนาบุคลากรอยู่เป็นระยะ และจะปรับปรุงรายวิชาในหลักสูตรเกี่ยวกับการบริการเพื่อผู้สูงอายุเพิ่มเติมเข้าไปในหลักสูตรด้วย
ท่านที่ 2	ต้องปรับปรุงด้านจิตใจ ทักษะคนดี ด้านบริการให้กับนักศึกษาเพื่อให้เด็กเกิดความเชื่ออาทร เกิดจิตใจที่รักการบริการ มีความรู้ความสามารถที่จะดูแลและเข้าใจ ใส่ใจผู้สูงอายุได้ ทักษะด้านการดูแลผู้สูงอายุ สร้างจุดเด่นของบัณฑิตด้านการโรงแรม
ท่านที่ 3	จากการปรับปรุงหลักสูตรไปเมื่อปี 2560 ทางหลักสูตรไม่ได้มีการทำรายวิชาเกี่ยวกับการบริการและการดูแลผู้สูงอายุ แต่ในปี พ.ศ. 2565 น่าจะมีการวางแผนรายวิชาเสียใหม่ ให้มีรายวิชาการดูแลและบริการผู้สูงอายุ รายวิชาเกี่ยวกับอาหารไขมันต่ำ การทำกิจกรรมบำบัดเพื่อผู้สูงอายุ เพื่อที่จะสร้างจุดเด่นให้กับบัณฑิตและสอดคล้องกับสถานประกอบการในอนาคตได้
ท่านที่ 4	หลักสูตรการโรงแรมที่ใช้อยู่ตอนนี้เพิ่งมีการปรับปรุงหลักสูตรไป เวลาปรับปรุงหลักสูตร จะดูแนวโน้มของสถานการณ์โลก สถานการณ์ประเทศ สถานการณ์การจ้างงานเป็นหลัก ถ้าโลกเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้วก็ต้องปรับรายวิชาให้ทันสมัยขึ้นอย่างแน่นอน เพื่อให้ตอบโจทย์ต่อความต้องการของสถานประกอบการ
ท่านที่ 5	ยังไม่มีมีการปรับปรุงหลักสูตรใหม่ ปัจจุบันเป็นหลักสูตรการท่องเที่ยวและการโรงแรม ควบกันมีรายวิชาบังคับเกี่ยวกับการช่วยชีวิตและปฐมพยาบาลเบื้องต้นกับนักท่องเที่ยว ก็อาจจะปรับรายวิชา คำอธิบายรายวิชา และหน่วยการเรียนรู้ ให้สอดคล้องกับความต้องการในอนาคต

จากการสัมภาษณ์หัวข้อการพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรในสถานศึกษาเพื่อความสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการในอนาคต ผู้วิจัยขอสรุปว่าในสถานศึกษาส่วนใหญ่ได้มีการปรับปรุงหลักสูตรทุก ๆ 4 ปีและใน ณ ที่สัมภาษณ์ได้มีการปรับปรุงหลักสูตรไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงหลักสูตรจะดูแนวโน้มของสถานการณ์โลก สถานการณ์ประเทศ สถานการณ์การจ้างงานเป็นหลัก ถ้าโลกเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้วก็ต้องปรับรายวิชาให้ทันสมัยขึ้นอย่างแน่นอน เพื่อให้ตอบโจทย์ต่อความต้องการของสถานประกอบการ โดยในอนาคตอาจมีการปรับรายวิชา คำอธิบายรายวิชา และหน่วยการเรียนรู้ ให้สอดคล้องกับการดูแลผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น

## ตาราง 51 แสดงผลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

หัวข้อ/ สถานที่	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
การพัฒนาเมืองต้นแบบและโรงแรมต้นแบบ รองรับเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์	
ท่านที่ 1	<p>หากโรงแรมมีการจัดห้องพักเพื่อรองรับผู้สูงอายุในอนาคตก็นับเป็นเรื่องที่ดี เพราะแนวโน้มผู้สูงอายุมากขึ้นเรื่อย ๆ ผู้สูงอายุที่เป็นคนไทยอาจมีกำลังซื้อที่ต่างจากผู้สูงอายุที่มาจากต่างประเทศ กลุ่มคนเหล่านี้จะต้องการความสะดวกสบายเวลามาท่องเที่ยว และรู้สึกคุ้มค่าเงิน แต่หากจะถามเรื่องความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกผู้สูงอายุ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ยังต้องมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ ปรับปรุงพื้นที่ ทางลาด ห้องน้ำ ทางเดิน อีกหลายจุด และตอนนี้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้มีโครงการ “จังหวัดต้นแบบ อยุธยาเมืองมรดกโลก ท่องเที่ยวและเมืองอารยสถาปัตย์เพื่อคนทั้งมวล” ซึ่งการปรับปรุงเป็นไปตามกรอบงบประมาณรายปีของจังหวัด โดยแบ่งเป็น 3 ระยะ 1) ต้นทาง บ้านพักอาศัย 2) กลางทาง ระบบขนส่งมวลชน ถนน ทางเดินเท้า และ 3) ปลายทาง อาคาร และพื้นที่สาธารณะ เช่น สถานที่ราชการ วัด โรงเรียน โรงพยาบาล สวนสาธารณะ ศาลากลาง สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่บริการน้ำมัน โรงแรม ร้านอาหาร และห้างร้านต่าง ๆ และหากประสบความสำเร็จก็จะขยายไปสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกด้วย</p>
ท่านที่ 2	<p>การก่อสร้างโดยปกติทั่วไป หากทำกับโครงสร้างเดิมจำเป็นต้องตรวจสอบโดยละเอียดก่อนการทำการ ทาบ เจาะ ก่อ ทุกครั้งเพื่อไม่ให้เกิดอุบัติเหตุและลดความเสียหาย เพราะโรงแรมที่มีการก่อสร้างมานานแล้วหากติดตั้งอุปกรณ์บางอย่างอาจทำให้เกิดความแตกร้าวของปูนได้ หากอุปกรณ์ยึดติดไม่แน่นหนาพออาจทำให้เกิดอุบัติเหตุจากการใช้งาน เช่น อุปกรณ์เหนียวรั้ง เพราะเป็นอุปกรณ์ที่รับน้ำหนักมาก แต่โดยทั่วไปที่โครงสร้างไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อใช้งานสำหรับผู้สูงอายุ ลูกค้าน่าจะสามารถซื้อหาอุปกรณ์ไปติดตั้งเพิ่มได้ โดยดูจากพฤติกรรมการใช้งานเป็นหลัก เพราะหากพื้นที่ไม่อำนวยต่อการติดตั้งอุปกรณ์ได้ทุกชนิดจะทำให้ผู้ใช้เกิดความเสี่ยงและความไม่สะดวกในการใช้งานได้ อาจจะเริ่มจากราวจับในห้องน้ำ ทางเดินเป็นช่วง ๆ พื้นกันลื่น เทปุนหรือทำทางลาดเพียงสั้น ๆ เพื่อใช้ในการเดินหรือรถเข็นได้สะดวกขึ้น ลบธรณีประตู ติดตั้งเก้าอี้นั่งอาบน้ำ ใช้ฝ้ายางปูรองกันพื้นลื่นในห้องน้ำแทนการร้อยกระบือชูดใหม่ หรือใช้เป็นกาวสำเร็จรูปและเลือกกระบือชูดใหม่ก็ได้ ส่วนประตูห้องน้ำควรใช้บานเลื่อนกระจกแบบขอสับ ประตูห้องนอน ประตูห้องอื่น ๆ ก็ควรใช้ประตูบานเลื่อนเช่นกัน เพราะจะเปิดง่าย ใช้แรงพริกน้อย พื้นห้องควรเป็นพื้นกันลื่นรวมไปถึงระบบพื้นลดแรงกระแทก (Shock Absorption Floor) เพื่อการสัมผัสที่นุ่มเท้าลดแรงกระแทกที่จะก่อให้เกิดอุบัติเหตุและอันตรายได้ หรือถ้าจะเพิ่มความปลอดภัยให้กับห้องหรือที่พักแบบ 2 ชั้น อาจติดตั้งลิฟต์บันไดก็ได้แต่ค่าติดตั้งและค่าอุปกรณ์ราคา</p>

## ตาราง 51 (ต่อ)

หัวข้อ/ สถานที่	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์
ท่านที่ 3	<p>ค่อนข้างสูง และเหมาะสำหรับบ้านพักมากกว่า</p> <p>อารยสถาปัตย์กับสังคมไทยเริ่มมีการตื่นตัวกันมาระยะหนึ่งแล้ว โดยดูจากสิ่งก่อสร้างในระยะ 5 ปีหลังมานี้จะต้องมีสิ่งก่อสร้าง อุปกรณ์สำหรับคนพิการ ผู้สูงอายุรวมอยู่ด้วยเสมอ จนกลายเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐานของการก่อสร้าง ไม่ว่าจะเป็นตึก บ้านจัดสรร อาคาร สถานีบริการน้ำมัน สถานที่ราชการ ห้างสรรพสินค้า ทุกที่มีหมดเลย รัฐบาลเองก็สนับสนุนให้สถานประกอบการต่าง ๆ เร่งสร้างสิ่งก่อสร้างเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ทุกคนในสังคมให้ได้รับสิทธิและความเสมอภาคที่เท่าเทียมกัน โดยโรงแรมสามารถซื้ออุปกรณ์เพื่อติดตั้งได้ง่าย เช่น ราวจับ พื้นกันลื่น เพราะโดยส่วนใหญ่โรงแรมจะมีทางลาดแล้วไว้สำหรับรถเข็น ขนของ ขนกระเป๋าเดินทาง เพียงแต่ทำให้ถูกต้องตามมาตรฐาน เช่น มีที่พัก มีชอปกัน มีราวกัน ลิฟต์ก็ติดตั้งระบบเสียง ติดตั้งกระจก 3 ทิศ และราวจับ ซึ่งทำได้ยาก ประตูห้องพักก็เปลี่ยนเป็นแบบบานเลื่อนได้ ลดสิ่งกีดขวาง ใช้ระบบไฟฟ้าเดิน ระบบสัญญาณเตือนฉุกเฉินแบบในโรงพยาบาล ซึ่งราคาไม่แพงและเป็นสิ่งที่โรงแรมควรจะต้องทำจริง</p>

จากการสัมภาษณ์หัวข้อการพัฒนาเมืองต้นแบบและโรงแรมต้นแบบ รongรับเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุโดยใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์ ผู้วิจัยขอสรุปว่าหากโรงแรมมีการจัดห้องพักเพื่อรองรับผู้สูงอายุในอนาคตก็นับเป็นเรื่องที่ดี เพราะแนวโน้มผู้สูงอายุมากขึ้นเรื่อย ๆ ผู้สูงอายุที่เป็นคนไทยอาจมีกำลังซื้อที่ต่างจากผู้สูงอายุที่มาจากต่างประเทศ กลุ่มคนเหล่านั้นน่าจะต้องการความสะดวกสบายเวลามาท่องเที่ยว และรู้สึกคุ้มค่าเงิน โดยโรงแรมจำเป็นต้องตรวจสอบโดยละเอียดก่อนการทำการ ทูบ เจาะ ก่อ ทุกครั้งเพื่อไม่ให้เกิดอุบัติเหตุและลดความเสียหาย เพราะโรงแรมที่มีการก่อสร้างมานานแล้วหากติดตั้งอุปกรณ์บางอย่างอาจทำให้เกิดความแตกร้าวของปูนได้ หากอุปกรณ์ยึดติดไม่แน่นหนาพออาจทำให้เกิดอุบัติเหตุจากการใช้งานเช่น อุปกรณ์เหนียวรั้ง เพราะเป็นอุปกรณ์ที่รับน้ำหนักมาก แต่โดยทั่วไปที่โครงสร้างไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อใช้งานสำหรับผู้สูงอายุ สามารถติดตั้งอุปกรณ์เพิ่มเติมได้ โดยดูจากพฤติกรรมการใช้งานเป็นหลัก เพราะหากพื้นที่ไม่อำนวยต่อการติดตั้งอุปกรณ์ได้ทุกชนิด จะทำให้ผู้ใช้เกิดความเสี่ยงและความไม่สะดวกในการใช้งานได้

สรุปภาพรวมการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยขอสรุปโดยแยกตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

## ตาราง 52 แสดงสรุปผลการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

สถานประกอบการ	บุคลากรทางการศึกษา	ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
แนวโน้มของสังคมเปลี่ยนแปลง ไปเข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุ	ส่วนใหญ่สนับสนุนให้พัฒนาเมือง ต้นแบบและโรงแรมต้นแบบ	หากโรงแรมมีการจัดห้องพัก เพื่อรองรับผู้สูงอายุในอนาคต
ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุง สถานประกอบการให้เป็น	เพราะเล็งเห็นว่าจังหวัด พระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดแห่ง	ก็นับเป็นเรื่องที่ดี เพราะแนวโน้ม ผู้สูงอายุมากขึ้นเรื่อย ๆ ผู้สูงอายุ
โรงแรมต้นแบบเพื่อ	การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย	ที่เป็นคนไทยอาจมีกำลังซื้อที่ ต่างจากผู้สูงอายุที่มาจาก
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้โดยการ ติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวก	และชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเป็น จำนวนมาก แต่อาจจะต้องมีการ	ต่างประเทศ โดยจังหวัด พระนครศรีอยุธยาควรปรับปรุง
สะดวกให้ครบถ้วนและถูกต้อง ตามมาตรฐาน แต่จะเลือก	วางแผนและทำอย่างเป็นรูปธรรม อย่างชัดเจน โดยสิ่งที่จังหวัดควร	ภูมิทัศน์ ปรับปรุงพื้น ทางลาด ห้องน้ำ ทางเดิน และตอนนี้
ติดตั้งอุปกรณ์ที่มีการใช้งานจริง และใช้งานเป็นประจำ และสร้าง	ปรับปรุงคือ การคมนาคม ถนน ทางเดิน อุทยานประวัติศาสตร์	จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้มี โครงการ “จังหวัดต้นแบบ
สิ่งก่อสร้างเช่นทางลาด ทางเดิน ห้องน้ำ ที่จอดรถ ให้	สนามหญ้า กำแพงเมือง ทำน้ำ ท่าเรือ ส่วนโรงแรมต้นแบบควร	อยุธยาเมืองมรดกโลก ท่องเที่ยว และเมืองอารยสถาปัตย์เพื่อคน
ถูกหลักของ Universal Design เพราะการปรับปรุงต้องใช้	จะต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกภายนอกและภายใน โดยใช้	ทั้งหมด” ซึ่งการปรับปรุงเป็นไป ตามกรอบงบประมาณรายปีของ
งบประมาณสูงทั้งนี้มองว่าหาก สถานประกอบการตื่นตัวในการ	หลักการออกแบบของ Universal Design จะถือผู้นำด้านที่พักสำหรับ	จังหวัด โดยการเลือกใช้อุปกรณ์ ควรดูพฤติกรรมการใช้งานเป็น
ปรับปรุงทางจังหวัด	ผู้สูงอายุโดยเฉพาะอีกด้วย	หลัก เพราะหากพื้นที่ไม่อำนวย ต่อการติดตั้งอุปกรณ์ได้ทุกชนิด
พระนครศรีอยุธยาต้องเร่ง ปรับปรุงภูมิทัศน์และแหล่ง		จะทำให้ผู้ใช้เกิดความเสี่ยงและ ความไม่สะดวกในการใช้งานได้
ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกันเพื่อ เป็นเมืองต้นแบบของการ		
ท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ		

จากการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และจากการสืบค้นจนได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถนำมาเป็นแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ดังนี้

### **การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอก**

ที่จอดรถ ควรเป็นที่จอดเฉพาะ อยู่ใกล้กับทางเข้าภายใน โดยที่จอดควรเป็นพื้นที่สี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้าง 2.40 เมตรและความยาว 6 เมตร โดยมีพื้นที่ข้างที่จอด 1 เมตร พื้นผิวเรียบและมีระดับเสมอกัน ทำสัญลักษณ์บนพื้นเป็นรูปผู้สูงอายุสากล ขนาด 90x90 เซนติเมตร และมีป้ายแนวตั้งเป็นรูปผู้สูงอายุสากลขนาด 30x30 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 2 เมตร จำนวนที่จอดรถควรมีอย่างน้อย 1 คันต่อ 50 คัน และห้ามให้มีการจอดซ้อนคัน

ทางลาดภายนอก หากทางลาดมีความยาวตั้งแต่ 2.5 เมตร จะต้องติดตั้งราวจับทั้ง 2 ข้าง ความยาวของทางลาดไม่เกิน 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 0.9 เมตร แต่ถ้าความยาวของทางลาดเกินกว่า 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 1.5 เมตรและมีชันพักกว้าง 1.5 เมตร พื้นผิวต้องไม่ลื่น หากทางลาดไม่มีผนังกันให้ยกขอบสูง 15 เซนติเมตรและมีราวกันตก

ทางเข้าอาคาร ต้องมีผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือขรุขระไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจรอยู่ในระดับเดียวกับพื้นลานจอดรถหรือพื้นถนนภายนอกอาคาร มีความกว้างอย่างน้อย 1.5 เมตร หากมีการติดตั้งท่อระบายน้ำหรือรางระบายน้ำต้องมีฝาปิดสนิท หรือมีตะแกรงที่มีความกว้างของช่องตะแกรงไม่เกิน 1.3 เซนติเมตรเพื่อป้องกันล้อของรถเข็นติดช่องตะแกรง

ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร ต้องมีผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือขรุขระไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจร ไม่มีขั้นบันได ความกว้างของทางเดินไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรสำหรับทางเดินที่ไม่มีการสวนกันของรถเข็น แต่หากเป็นทางเดินที่ต้องมีการสวนกันของรถเข็นต้องมีความกว้าง 1.5 เมตรขึ้นไป และติดตั้งอุปกรณ์ราวจับตามกับผนังเพื่อความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุที่เดินด้วยตนเอง

ราวจับ ควรติดตั้งตลอดแนวของพื้นที่ ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีลักษณะเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร ห่างจากผนังอย่างน้อย 4 เซนติเมตร

บันได มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร มีชันพักทุกระยะในแนวตั้ง 2 เมตร มีราวบันไดทั้งซ้ายและขวา ลูกตั้งของบันไดไม่เกิน 15 เซนติเมตรเพื่อการก้าวขึ้นในระดับมาตรฐาน และมีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตรเพื่อการเหยียบก้าวที่ปลอดภัย พื้นผิวของบันไดต้องทำด้วยวัสดุที่ไม่ลื่น จมูกบันไดต้องมีสีแตกต่างจากพื้นผิวบันได หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมา

30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร หากบันไดมีขนาดกว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไปจะต้องติดตั้งราวจับไว้ตรงกลางเสมอและระยะห่างระหว่างราวจับทั้งสองด้านควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร

ป้าย ควรติดตั้งในทุก ๆ พื้นที่บริการ โดยป้ายเป็นน้ำเงินและสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากล เป็นสีขาวหรือสลับกัน มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้สัญลักษณ์ หรือตัวอักษร โดยมีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน

ประตูภายนอก สามารถใช้ประตูบานเลื่อน บานผลัก หรือประตูอัตโนมัติก็ได้ หากเป็นประตูบานผลักต้องมีพื้นที่ว่างกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตรและความยาวไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร เพื่อให้รถเข็นสามารถเข็นออกไปได้อย่างสะดวก หากเป็นประตูอัตโนมัติติดตั้งปุ่มกดให้อยู่ในระดับที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถกดได้อย่างสะดวก มือจับประตูควรมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร หากประตูเป็นกระจกควรติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน

พื้นผิวต่างสัมผัส ใช้วัสดุปูพื้นที่ทำจากกระเบื้องปูพื้น พื้นทรายล้าง หินล้าง พรหม หรือกระเบื้องยางก็ได้ มีขนาด 30 เซนติเมตรและไม้สั้น และต้องมีสีที่แตกต่างจากพื้นผิว โดยรอบที่ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตาสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

#### **การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน**

ทางลาดภายใน หากทางลาดมีความยาวตั้งแต่ 2.5 เมตร จะต้องติดตั้งราวจับทั้ง 2 ข้าง ความยาวของทางลาดไม่เกิน 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 0.9 เมตร แต่ถ้าความยาวของทางลาดเกินกว่า 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 1.5 เมตรและมีชันพักกว้าง 1.5 เมตร พื้นผิวต้องไม่ลื่น หากทางลาดไม่มีผนังกันให้ยกขอบสูง 15 เซนติเมตรและมีราวกันตก

บริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุ ควรตั้งอยู่ในพื้นที่ ๆ เข้าถึงได้สะดวก โดยโต๊ะและเคาเตอร์ต้องมีความสูงไม่เกิน 80 เซนติเมตร ต้องมีที่ว่างข้างใต้ความสูงจากพื้น 70-75 เซนติเมตร ลีกลไม่น้อยกว่า 40 เซนติเมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถสอดขาเข้าไปได้

ห้องน้ำ สามารถเลือกติดตั้งอุปกรณ์เท่าที่จำเป็นสำหรับห้องน้ำเดิมหรือติดตั้งอุปกรณ์ทั้งหมด โดยห้องน้ำผู้สูงอายุควรมีอย่างน้อย 1 ห้องที่สามารถใช้ได้ทั้งชายและหญิง ไม่มีสิ่งกีดขวางใด ๆ ระดับพื้นห้องน้ำต้องเสมอกับพื้นด้านนอก หากพื้นที่ต่างระดับกันต้องทำทางลาดพื้นห้องน้ำต้องทำจากวัสดุผิวหยาบหรือขรุขระ กันน้ำและทำความสะอาดง่าย ระบายน้ำได้ดี โดยต้องมีพื้นที่ว่างหน้าประตูและในห้องน้ำอย่างน้อย 1.5 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถหมุนกลับตัวได้ ประตูห้องน้ำต้องเป็นการเปิดออกสู่ภายนอก ไม่มีธรณีประตู ประตู

ควรเป็นบานเลื่อนทึบ มือจับประตูควรมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร อุปกรณ์ล็อกควรเป็นขอสับหรือระบบที่สามารถปลดล็อกจากภายนอกได้ง่ายเพื่อป้องกันอันตรายเมื่อเกิดอุบัติเหตุในห้องน้ำ ติดตั้งปุ่มหรือเชือกสัญญาณฉุกเฉินเพื่อขอความช่วยเหลือจากภายนอก ใช้โถสุขภัณฑ์แบบชักโครก โดยที่นั่งสูงจากพื้น 45-50 เซนติเมตรมีพนักพิง และมีที่ปล่อยน้ำแบบคันโยกหรือปุ่มกดติดตั้งอยู่ด้านข้างหรือผนังด้านข้าง มีราวจับรูปตัวแอล (L) ที่ผนังข้างโถสุขภัณฑ์เพื่อช่วยในการพยุงตัว โดยติดตั้งยื่นล้ำหน้าโถ 25-30 เซนติเมตร แนวตั้งสูง 60 เซนติเมตร ส่วนราวจับบริเวณอ่างล้างมือ ควรมีความยาวอย่างน้อย 55 เซนติเมตร ติดสูงจากพื้นในระดับเดียวกับขอบบนของอ่างแต่หากพื้นที่มีอย่างจำกัดจากสิ่งก่อสร้างเดิมควรเลือกอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับพื้นที่ อ่างล้างมือควรอยู่ในตำแหน่งที่เข้าประชิดได้ง่ายโดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ขอบบนของอ่างสูงจากพื้น 75-80 เซนติเมตร ควรมีที่วางใต้อ่างสูง 60 เซนติเมตร เพื่อให้รถเข็นสามารถสอดเข้าไปได้อย่างสะดวก ก๊อกน้ำเป็นชนิดก้านโยก ก้านปิด หรือระบบอัตโนมัติ กระจกเงา ติดตั้งไว้เหนืออ่างล้างมือให้เอียงลงเล็กน้อย ขอบล่างของกระจกสูงจากพื้นห้องน้ำไม่เกิน 1 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถส่องได้ โถปัสสาวะชายในกรณีที่ไม่แยกห้องน้ำ ควรมีโถปัสสาวะชายที่มีระดับเสมอพื้น โดยมีราวจับแนวขนานที่ด้านบนของโถ สูงจากพื้น 1.2-1.3 เมตร ยาว 50-60 เซนติเมตร โดยติดตั้งไว้ด้านข้างของโถทั้งสองข้างสูงจากพื้น 0.8-1.0 เมตร ยาว 55-60 เซนติเมตร โดยพื้นที่หน้าโถควรมีที่ว่างอย่างน้อย 90x120 เซนติเมตร เพื่อการเข้าถึงที่สะดวก คันกดชักน้ำ ติดตั้งอยู่ที่ 110 เซนติเมตรเหนือพื้นราบ และติดตั้งสัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉินแบบปุ่มกดหรือแบบปุ่มสัมผัสหรือแบบเชือกดึง โดยติดตั้งที่ระดับความสูง 2 ระดับ ได้แก่ ความสูง 25-30 เซนติเมตร และความสูง 80-95 เซนติเมตร ติดตั้งไว้บริเวณโถสุขภัณฑ์ อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเอื้อมถึงและใช้สะดวก และมีกล่องใส่กระดาษเช็ดมือ/ผู้สำหรับเช็ดมือในห้องน้ำด้วยเสมอ

ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคาร ควรเป็นพื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวาง ทางเดินแบบไม่สวนกันควรมีความกว้างที่อย่างน้อย 90 เซนติเมตร ทางเดินแบบสวนกันได้ ต้องมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร

ราวจับ ควรติดตั้งตลอดแนวของพื้นที่ ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีลักษณะเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร ห่างจากผนังอย่างน้อย 4 เซนติเมตร



ลิฟต์ ควรมีราวจับโดยรอบห้องลิฟต์ 3 ด้าน มีไฟเตือนภัยขณะลิฟต์ขัดข้อง มีโทรศัพท์  
แจ้งเหตุฉุกเฉินติดตั้งในระดับ 90-120 เซนติเมตร จากพื้น มีระบบการทำงานให้ลิฟต์ลงจอด  
ที่ระดับพื้นและประตูเปิดอัตโนมัติ มีเสียงบอกเลขชั้นและเสียงเตือนให้ทราบว่าเป็นประตูปิด-เปิด

บันได มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร มีชานพักทุกระยะในแนวตั้ง 2 เมตร มีราว  
บันไดทั้งซ้ายและขวา ลูกตั้งของบันไดไม่เกิน 15 เซนติเมตรเพื่อการก้าวขึ้นในระดับมาตรฐาน  
และมีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตรเพื่อการเหยียบก้าวที่ปลอดภัย พื้นผิวของบันได  
ต้องทำด้วยวัสดุที่ไม่ลื่น จมูกบันไดต้องมีสีแตกต่างจากพื้นผิวบันได หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมา  
30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร หากบันไดมีขนาดกว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไปจะต้องติดตั้ง  
ราวจับไว้ตรงกลางเสมอและระยะห่างระหว่างราวจับทั้งสองด้านควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า  
90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร

ป้าย ควรติดตั้งในทุก ๆ พื้นที่บริการ โดยป้ายเป็นน้ำเงินและสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากล  
เป็นสีขาวหรือสลับกัน มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้สัญลักษณ์  
หรือตัวอักษร โดยมีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน

ประตู ควรเป็นประตูที่เปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง  
หากบานประตูเป็นแบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่าง  
ขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร หากเป็นประตูที่มีบานเปิด-  
ปิดอัตโนมัติ ควรมีปุ่มกดที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็น สามารถควบคุมการปิด-เปิดประตูด้วยตนเอง  
มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวตั้งทั้งด้านในและด้านนอกของประตู ในกรณี  
ที่เป็นประตูกระจกหรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด  
อุปกรณ์ปิด-เปิดประตู เป็นชนิดก้านปิดหรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่  
เกิน 1.2 เมตร ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกหรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรมี  
พื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1.5x1.5 เมตร

หน้าต่าง ไม่ควรติดตั้งสูงจนเกินไปเพื่อให้สามารถมองเห็นวิวภายนอกได้ง่าย การปิด-  
เปิดหน้าต่าง ไม่ควรฝืดหรือลื่นเกินไป หากมีเหล็กดัดควรมีช่องที่สามารถเปิดได้ง่ายยามฉุกเฉิน  
หน้าต่างที่มีมุ้งลวด สามารถถอดมาทำความสะอาดได้ กระจกที่สามารถเอื้อมถึงควรเป็น  
กระจกนิรภัย

พื้นผิวต่างสัมผัส ใช้วัสดุปูพื้นที่ทำจากกระเบื้องปูพื้น พื้นทรายล้าง หินล้าง พรหม  
หรือกระเบื้องยางก็ได้ มีขนาด 30 เซนติเมตรและไม่ลื่น และต้องมีสีที่แตกต่างจากพื้นผิว  
โดยรอบที่ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตาสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

ห้องพัก ในโรงแรมที่มีห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป ควรจัดให้มีห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ห้องต่อจำนวนห้องพักทุก ๆ 100 ห้อง อยู่ใกล้บันไดหรือบันไดหนีไฟ หรือลิฟต์ ภายในห้องพักมีสัญญาณบอกเหตุหรือเตือนภัย ทั้งสัญญาณที่เป็นเสียงและแสง และระบบสั่นสะเทือนติดตั้งไว้บริเวณที่นอน มีสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุติดไว้หน้าห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องนอน เช่นเตียง/ที่นอน/โซฟา/ราวจับ/ระบบไฟฟ้าฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ เช่นโถ้วม อ่างล้างมือ ราวจับ พื้นที่อาบน้ำ ที่นั่งสำหรับอาบน้ำฯ

โรงแรมหรือหอประชุม ควรจัดให้มีพาหนะสำหรับรถเข็นอย่างน้อยหนึ่งทีทุก ๆ 100 ที่นั่ง มีพื้นที่ราบขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 1.4 เมตร ต่อหนึ่งที ซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้ประตูทางออก หรือในตำแหน่งที่เข้าออกได้สะดวก ติดตั้งอุปกรณ์เช่นโทรศัพท์ ราวจับ พื้นผิวต่างสัมผัส ทางลาดหากห้องประชุมเป็นห้องสตูดิโอ



## บทที่ 5

### บทสรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสำรวจสถานภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 5) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสามารถสรุปผล อภิปรายผล และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

### สรุปผลการวิจัย

#### วิธีการเชิงปริมาณ

1. การสำรวจสถานภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยอ้างอิงมาตรฐาน Universal Design เป็นเกณฑ์ และคู่มือการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สร้างเครื่องมือสำรวจชื่อว่า “แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” โดยผู้วิจัยได้แบ่งระดับการสำรวจออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ไม่มี มีแต่ไม่ได้มาตรฐาน มีและได้มาตรฐาน กับสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร

สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร ได้แก่ ที่จอดรถ ทางลาดภายนอกอาคาร ทางเข้าอาคาร ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร ราวจับ บันได ป้าย ประตู ภายนอกอาคาร และพื้นผิวต่างสัมผัส

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร ได้แก่ ทางลาดภายในอาคาร บริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุ ห้องน้ำ ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคาร ราวจับ ลิฟต์ บันได ป้าย ประตู หน้าต่าง พื้นผิวต่างสัมผัส ห้องพักในโรงแรม และโรงแรมหรู หอประชุม

โดยดำเนินการสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 16 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมอยุธยา แกรนด์, โรงแรมไอยุเดีย ออนเดอะริเวอร์, คลาสสิก คามีโอ แอนด์ เซอร์วิส อพาทเม้นท์, คาวาลิ คาซ่า รีสอร์ท, แอมโปเรลซิเดนซ์, โรงแรมศาลาอยุธยา, โรงแรมกรุงศรีริเวอร์, วาสนา ดีไซน์ โฮเทล, โรงแรมอโยธยา วรบุรี อโยธา คอนเวนชัน รีสอร์ท, อยุธยา ริทริต, แคนทารี โฮเทล อยุธยา, ริเวอร์วิว เพลส โฮเต็ล, อโยธารา วิลเลจ, พลุทยา รีสอร์ท แอนด์ สปา และอยุธยา การ์เด้นริเวอร์โฮม

สรุปผลการสำรวจสถานการณ์ภาพปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้วยเครื่องมือสำรวจ

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่และเก็บข้อมูลด้วยตนเองและจัดกลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 ประเภทโรงแรม ประกอบไปด้วย โรงแรมอยุธยา แกรนด์, โรงแรมคลาสสิก คามีโอ แอนด์ เซอร์วิส อพาทเม้นท์, โรงแรมคาวาลิ คาซ่า รีสอร์ท, แอมโปเรลซิเดนซ์, โรงแรมกรุงศรีริเวอร์, วาสนา ดีไซน์ โฮเทล, โรงแรมอโยธยา, วรบุรี อโยธา คอนเวนชัน รีสอร์ท, แคนทารี โฮเทล อยุธยา, ริเวอร์วิว เพลส โฮเต็ล ผู้วิจัยขอสรุปภาพรวมของผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมได้ว่า โรงแรมมีการก่อสร้างและติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อผู้สูงอายุไว้แล้วบางส่วน แต่ยังคงขาดมาตรฐานทั้งนี้จากการเก็บข้อมูลทำให้ทราบว่าการก่อสร้างและติดตั้งทำหลังจากการเปิดให้บริการ และติดตั้งตามความจำเป็นในการใช้งาน และสามารถติดตั้งเพิ่มและทำให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ได้

ประเภทที่ 2 ประเภทรีสอร์ท ประกอบไปด้วย อยุธยา ริทริต, อโยธยา วิลเลจ, พลุทยา รีสอร์ท แอนด์ สปา, อยุธยา การ์เด้นริเวอร์โฮม ผลการสำรวจสิ่งก่อสร้าง ผู้วิจัยขอสรุปภาพรวมของผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างของรีสอร์ทได้ว่า รีสอร์ทมีการก่อสร้างและติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อผู้สูงอายุไว้แล้วบางส่วนแต่ยังคงขาดมาตรฐาน และไม่มีมีการก่อสร้างและติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อผู้สูงอายุเลย อาทิ ทางลาด ลิฟต์ โรงแรมหรู หอประชุม เนื่องจากข้อจำกัดและความต้องการใช้น้อย ทำให้ไม่มีมีการก่อสร้างและติดตั้ง ทั้งนี้ จากการ

เก็บข้อมูลทำให้ทราบว่า การก่อสร้างและติดตั้งทำหลังจากการเปิดให้บริการ และติดตั้งตามความจำเป็นในการใช้งานและสามารถติดตั้งเพิ่มและทำให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ได้

ประเภทที่ 3 ประเภทที่คประกอบด้วย โรงแรมโอโยเดียวอนเดอะริเวอร์โรงแรมศาลาอยุธยา ผู้วิจัยขอสรุปภาพรวมของผลการสำรวจสิ่งก่อสร้างของบูทีคได้ว่า บูทีคมีการก่อสร้างและติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุไว้แล้วบางส่วนแต่ยังขาดมาตรฐานและไม่มี การก่อสร้างและติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุเลย อาทิ ทางลาด ลิฟต์ เนื่องจากข้อจำกัดและความต้องการใช้น้อย ทำให้ไม่มีการก่อสร้างและติดตั้ง ทั้งนี้ จากการเก็บข้อมูลทำให้ทราบว่า การก่อสร้างและติดตั้งทำหลังจากการเปิดให้บริการ และติดตั้งตามความจำเป็นในการใช้งานและสามารถติดตั้งเพิ่มและทำให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ได้

2. สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เป็นการสำรวจความคิดเห็นต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีอายุ 55 ปีขึ้นไป และได้พักค้างคืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างน้อย 1 คืน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 คน และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 80 คน โดยใช้เครื่องมือ คือ “แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ในแบบสอบถามตอนที่ 1 และ 2 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมา คือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46.50 เมื่อพิจารณาแยกตามเชื้อชาติพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงในแต่ละเชื้อชาติมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก ด้านสถานภาพพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 72.25 รองลงมา คือ โสด ร้อยละ 20 และหม้าย/หย่าร้าง ร้อยละ 7.75 เมื่อจำแนกตามเชื้อชาติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 72.19 และชาวต่างชาติ ร้อยละ 72.50 ยังคงมีสถานภาพสมรสจำนวนมากที่สุดเช่นเดียวกัน ระดับการศึกษาพบว่า ภาพรวมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 31.25 รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 28.25 และระดับอนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 22.50

เมื่อพิจารณาตามการเกษียณอายุจากการทำงานพบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังไม่เกษียณอายุจากการทำงาน ร้อยละ 62.50 แต่เมื่อจำแนกตามเชื้อชาติพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยเกษียณอายุจากการทำงาน คิดเป็นร้อยละ 30.94 ซึ่งมีจำนวนน้อยกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เกษียณอายุจากการทำงานจำนวน ร้อยละ 63.75 เมื่อพิจารณาอาชีพก่อนเกษียณพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยประกอบอาชีพ เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 32.32 รองลงมา คือ รับราชการ ร้อยละ 20.20 และพ่อแม่บ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 19.20 ซึ่งแตกต่างต่างจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ประกอบอาชีพรับราชการมากที่สุด ร้อยละ 27.45 รองลงมา คือ รับจ้าง/ลูกจ้าง ร้อยละ 17.65 และรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 15.69 ตามลำดับ และอาชีพในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ทำงานเป็นพ่อแม่บ้าน/แม่บ้านจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 27.25 รองลงมาทำอาชีพเจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 25.75 และรับจ้าง/ลูกจ้าง ร้อยละ 18.00 ภาครด้านครอบครัวพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภาระที่ต้องดูแลครอบครัว (สามี/ลูก) เป็นจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 37.25) แต่เมื่อพิจารณาแยกตามเชื้อชาติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีภาระที่ต้องดูแลครอบครัว (สามี/ภรรยา/ลูก) ร้อยละ 40.31 รองลงมาคือดูแลพ่อแม่/ผู้สูงอายุ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีภาระที่ต้องดูแล ร้อยละ 55.00 รองลงมา คือ ดูแลครอบครัว (สามี/ภรรยา/ลูก) ร้อยละ 25.00

ด้านรายได้ปัจจุบันพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 10,000–30,000 บาท หรือ 304–910 USD) เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 37.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 10,000–30,000 บาท ร้อยละ 46.56 แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท หรือ 1,517 USD ร้อยละ 51.25 ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และเมื่อพิจารณาตามแหล่งรายได้พบว่า นักท่องเที่ยวมีแหล่งรายได้จากการประกอบอาชีพจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 60.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแหล่งรายได้จากการประกอบอาชีพจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 66.88 ส่วนชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีรายได้มาจากเงินบำนาญจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 51.25

ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวพบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวโอกาสที่จะได้อยู่ร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ เพื่อเที่ยวชมแหล่งมรดกโลก ร้อยละ 43.00 เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่าส่วนใหญ่มาเพื่อโอกาสที่ได้อยู่ร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ ร้อยละ 56.25 รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติ พี่น้อง ลูกหลาน ร้อยละ 41.56 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาเพื่อชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม ร้อยละ 67.50 รองลงมา คือ เพื่อเที่ยวชมแหล่งมรดกโลก ร้อยละ 62.50 ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 57.81 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 87.50 บุคคลที่มาร่วมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาพร้อมกับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว ร้อยละ 60.94 และนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาพร้อมกับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง คนในครอบครัวเช่นเดียวกัน ร้อยละ 50.00 พาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มารถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 90.00 และนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาด้วยบริการรถเช่า ร้อยละ 56.25 จำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยวพบว่าทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาพักเพียง 1-3 วัน ร้อยละ 93.75 ด้านปัจจัยในการเลือกที่พัก พบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวเลือกเพราะใกล้แหล่งท่องเที่ยว/ใกล้เมือง/แหล่งชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 63.75 รองลงมา คือ เลือกเพราะปัจจัยด้านราคาห้องพัก/ที่พักถูกกว่าที่อื่น ร้อยละ 38.25 เมื่อแยกตามเชื้อชาติ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่พักด้วยปัจจัยใกล้แหล่งท่องเที่ยว/ใกล้เมือง/แหล่งชุมชน จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 73.75 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกที่พักด้วยการมีเตียงนอน ขนาด 5 ฟุต 2 เตียง จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 26.25 วิธีการจองห้องพักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เข้ามาจองด้วยตนเอง ร้อยละ 43.13 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีการจองผ่านเว็บไซต์ และให้เพื่อน/คนอื่น ๆ จองให้ ร้อยละ 50.00 ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าพักพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จองห้องพักในราคา 501-1,000 บาท ร้อยละ 42.19 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จองห้องพักในราคา 1,001-1,500 ร้อยละ 53.75 การกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ร้อยละ 95.00 และนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าไม่แน่ใจ ร้อยละ 75.00 การกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ระบุว่าไม่แน่ใจ ร้อยละ 60.31 และนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าไม่แน่ใจเช่นเดียวกัน ร้อยละ 75.00

3. สรุปผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เป็นการสำรวจความคิดเห็นต่อความคาดหวังและความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามต้องมีอายุ 55 ปีขึ้นไป และได้พักค้างคืนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างน้อย 1 คืน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย จำนวน 320 คน และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ จำนวน 80 คน โดยใช้เครื่องมือ คือ “แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” ในแบบสอบถามตอนที่ 3 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อที่พักแรมก่อนใช้บริการในด้านปัจจัยที่พักและบริการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ( $\bar{X}=3.71$ , S.D.=0.60) โดยอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับที่สองคือปัจจัยด้านพนักงานบริการ ( $\bar{X}= 3.64$ , S.D.=0.56) โดยอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับที่สามคือปัจจัยด้านราคา ( $\bar{X}= 3.63$ , S.D.=0.72) โดยอยู่ในระดับมาก

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อที่พักแรมหลังใช้บริการในด้านปัจจัยที่พักและบริการมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ( $\bar{X}=3.78$ , S.D.=0.53) โดยอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับที่สองคือ ปัจจัยด้านพนักงานบริการ ( $\bar{X}=3.76$ , S.D.=0.81) โดยอยู่ในระดับมาก รองลงมาอันดับที่สาม คือ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X}=3.67$ , S.D.=0.67) โดยอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อที่พักแรมก่อนใช้บริการในระดับมาก ( $\bar{X}=3.54$ , S.D.=0.46) และนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อที่พักแรมหลังใช้บริการในระดับมาก ( $\bar{X}=3.67$ , S.D.=0.44)

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงาน

ผลการวิจัยพบว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อนใช้บริการสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=9.214$ ,



$p=.003$ ) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงก่อนใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ( $F=0.139$ ,  $p=.709$ ) และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เกษียณราชการและไม่เกษียณอายุจากการทำงานก่อนใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ( $F=0.034$ ,  $p=.853$ )

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวตามเชื้อชาติ เพศ และการเกษียณอายุจากการทำงาน

ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังใช้บริการสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ( $F=7.156$ ,  $p=.008$ ) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงหลังใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ( $F=1.488$ ,  $p=.223$ ) และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุจากการทำงานและไม่เกษียณอายุจากการทำงานหลังใช้บริการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ( $F=0.137$ ,  $p=.711$ )

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลับมาหรือไม่กลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ปัจจัยด้านที่พักและบริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านพนักงานบริการ

โดยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านที่พักและบริการแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาถึง 2 เท่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกันมีแนวโน้มที่จะทำให้กลับมาหรือไม่กลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 0.6 เท่า และนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านพนักงานบริการแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการกลับมาหรือไม่กลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 0.3 เท่า โดยปัจจัยต่าง ๆ ในโมเดลร่วมกันทำนายการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ร้อยละ 11.3 และโมเดลการวิเคราะห์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีผลต่อการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่แตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยปัจจัยต่าง ๆ ในโมเดลร่วมกันทำนาย

การกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้เพียงร้อยละ 1.5 และโมเดลการวิเคราะห์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

#### 4. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.800 ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.700 ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรต่าง ๆ นั้น มีความสัมพันธ์กันดีมาก สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยได้ และจากค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 12652.527 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า เมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น เมตริกซ์สหสัมพันธ์ จึงเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่อไป

การสกัดองค์ประกอบได้ทำการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC) ซึ่งผู้วิจัยทำการหมุนแกนองค์ประกอบ และพบว่า ได้องค์ประกอบทั้งหมด 9 องค์ประกอบ มีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.238-10.552 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 72.911

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method) สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ทั้งหมด 9 องค์ประกอบ โดยแต่ละองค์ประกอบมีตัวแปร ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 มี 7 ตัวแปร ได้แก่ มีบริการให้ข้อมูลตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ การให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการ มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการ นักท่องเที่ยว มีบริการรถเข็นสำหรับผู้สูงอายุ มีช่องทางด่วนพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในการ Check In และ Check Out, บรรยากาศในห้องพัก/ที่พัก (รูป/รส/กลิ่น/เสียง) และสิ่งปลูกสร้างภายในที่พักที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุมีสถานะพร้อมใช้งาน ค่าไอเกนเท่ากับ 10.552 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .480-.837 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า "Identity"

องค์ประกอบที่ 2 มี 7 ตัวแปร มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์ มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล มีบริการยืนยันการจองห้องพัก/ที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต มีบริการสำรองห้องพัก/ที่พักทางอินเทอร์เน็ต มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ มีบริการสำรองห้องพัก/ที่พักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว และมีข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก/ที่พักให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหลายช่องทาง ค่าไอเกนเท่ากับ 2.968 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .667-

.823 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “Variety of Service”

องค์ประกอบที่ 3 มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับราคา ราคาห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักและมีให้เลือกหลากหลาย.สถานที่ตั้ง/ทำเลของที่พักเหมาะสมใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งธุรกิจ และราคาห้องพักถูกกว่าโรงแรม/ที่พักอื่น ค่าไอเกินเท่ากับ 2.683 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .423-.888 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “Room”

องค์ประกอบที่ 4 มี 5 ตัวแปร ได้แก่ มีการบำบัด/ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ (ฟรี/ราคาถูก) มีบริการรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบิน/สถานีขนส่ง มีการลดราคาเมื่อพักระยะยาวหรือพักเป็นหมู่คณะ มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพฟรี และมีบริการรถเข็นและคนดูแลตลอดการเข้าพัก ค่าไอเกิน เท่ากับ 2.683 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .610-.868 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “Service”

องค์ประกอบที่ 5 มี 4 ตัวแปร ได้แก่ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรอบทุ่งนา/แม่น้ำ/คลอง/วัดฯ ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพัก/ที่พัก มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุในที่พัก/ห้องพัก ที่พร้อมใช้งาน และมีความจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว ค่าไอเกิน เท่ากับ 1.802 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .497-.790 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “Additional Service”

องค์ประกอบที่ 6 มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ให้บริการด้วยความรวดเร็ว ให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เป็นมิตร และให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน ค่าไอเกิน เท่ากับ 1.850 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .459-.811 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “Never say No”

องค์ประกอบที่ 7 มี 4 ตัวแปร ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ขนาดของห้องพักหรือที่พัก ความสะอาดของห้องพัก/ที่พัก และสภาพของห้องพักหรือที่พักเหมาะสมกับผู้สูงอายุ ค่าไอเกินเท่ากับ 1.802 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .606-.826 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “Elderly”

องค์ประกอบที่ 8 มี 2 ตัวแปร ได้แก่ มีความสามารถให้การแก้ไขปัญหา และมีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาของท่าน (ไทย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี อังกฤษ ฝรั่งเศสฯ) ค่าไอเกินเท่ากับ 1.512 มีพิสัยของค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .921-.937 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “Language and Communication”

องค์ประกอบที่ 9 มี 2 ตัวแปร ได้แก่ มีความรู้ความเข้าใจในการดูแลผู้สูงอายุ และมีความรู้ความเข้าใจในทักษะการบริการ ค่าไอเกินเท่ากับ 1.238 มีพิสัยของค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบอยู่ระหว่าง .697-.736 เรียกชื่อองค์ประกอบนี้ว่า “Understanding”

### วิธีการเชิงคุณภาพ

#### ศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย และชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญรวม 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 16 คน กลุ่มบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 คน โดยสรุปผลแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้ดังนี้

##### 1. กลุ่มผู้ประกอบการ

ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายนอกและภายใน โรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ในมุมมองของผู้ประกอบการมองว่าสถานประกอบการของตนได้สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บางส่วน เพื่อรองรับผู้สูงอายุที่เคลื่อนไหวได้ปกติและใช้รถเข็น ทั้งนี้สถานประกอบการเล็งเห็นว่าการปรับปรุงสิ่งใด ๆ จำเป็นต้องทราบแผนการท่องเที่ยวของจังหวัดล่วงหน้าเพื่อวางแผนปรับปรุง โดยปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมาใช้บริการเป็นปกติและอาจมีความไม่สะดวกบ้างในบางกรณีแต่ทางสถานประกอบการใช้วิธีแก้ไขโดยใช้วิธีบริหารจัดการคนโดยให้พนักงานดูแลนักท่องเที่ยวที่ต้องการความช่วยเหลือพิเศษ โดยให้ความเห็นว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นมักเดินทางพร้อมผู้ติดตามหรือเดินทางมาพักทั้งครอบครัว ซึ่งต่างจากผู้พิการที่อาจเดินทางเพียงลำพัง ดังนั้น จึงใช้พนักงานแก้ไขสถานการณ์แทนการลงทุนปรับปรุงสิ่งก่อสร้างที่จำเป็นต้องใช้งบประมาณสูง หากในอนาคตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทำการปรับปรุงเมืองและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทางผู้ประกอบการก็จำเป็นต้องปรับปรุงภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับ เช่น ทางลาด ลิฟต์ พื้นผิวต่างสัมผัส ห้องน้ำ พื้นที่บริการสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น

ความพร้อมของห้องพักในโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีค ของท่านต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

สถานประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีห้องพักสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ แต่มีห้องพักหลายขนาดให้เลือก โดยจะจัดสรรห้องพักที่ใกล้บันไดและลิฟต์ให้กับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุตามความเหมาะสม ทั้งนี้อุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุถูกติดตั้งไว้บางส่วน เช่น ราวจับในห้องน้ำ ที่นั่งอาบน้ำ แต่ไม่มีอุปกรณ์ฉุกเฉินใด ๆ พื้นที่ในห้องพักสามารถใช้รถเข็นได้อย่างสะดวกทุกโรงแรม แต่ในบางโรงแรมจะมีพื้นเล่นระดับระหว่างเตียงนอนและพื้นที่

ห้องน้ำ อาจจะเป็นอุปสรรคสำหรับการใช้รถเข็น แต่ไม่เป็นอุปสรรคต่อผู้สูงอายุที่เคลื่อนไหวได้อย่างปกติ โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการใช้วิธีการติดตั้งอุปกรณ์เพิ่มเติมเท่าที่จำเป็นในการใช้งานก่อนและเลือกใช้อุปกรณ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่มากกว่าการใช้อุปกรณ์ให้ตรงตามมาตรฐาน เนื่องจากการออกแบบไม่อำนวยที่จะติดตั้งอุปกรณ์บางชนิดได้ หากติดตั้งอาจทำให้เกิดอันตรายกับผู้ใช้มากกว่าการอำนวยความสะดวก ห้องพักของรีสอร์ทและบูทีคที่มีการก่อสร้างแบบบ้านทรงไทยมีธรณีประตูจะไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยงที่ใช้รถเข็นได้เลยซึ่งเป็นข้อจำกัดของทางรีสอร์ทและบูทีคที่จะเสียโอกาสในการให้บริการผู้สูงอายุ

ความพร้อมด้านส่วนประสมทางการตลาดของโรงแรม/รีสอร์ท/บูทีคต่อการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

สถานประกอบการใช้ระบบการจองห้องพักหลายแบบ ได้แก่ ผ่านเว็บไซต์ ผ่านตัวกลาง บริษัททัวร์ ซึ่งห้องพักจะแตกต่างกันไปตามขนาดของห้อง หากมีการปรับปรุงโรงแรมและห้องพักเพื่อรองรับราคาห้องพักก็คงจะเท่าเดิมไม่มีการปรับขึ้น และจะเพิ่มเติมโดยการนำเสนอบริการอื่น ๆ เสริมขึ้นตามความเหมาะสม ปรับปรุงสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ให้ดึงดูดใจและสะดวกในการใช้งาน อีกทั้งต้องพัฒนาบุคลากร พนักงานบริการให้มีความรู้เกี่ยวกับการช่วยเหลือและดูแลผู้สูงอายุให้ถูกต้องตามหลักการดูแลผู้สูงอายุ

ความสามารถในการพัฒนาเป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าแนวโน้มของสังคมเปลี่ยนแปลงไปจริง เข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการสามารถปรับปรุงสถานประกอบการให้เป็นโรงแรมต้นแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้โดยการติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้ครบถ้วนและถูกต้องตามมาตรฐาน แต่จะเลือกติดตั้งอุปกรณ์ที่มีการใช้งานจริงและใช้งานเป็นประจำ สร้างสิ่งก่อสร้างเช่นทางลาด ทางเดิน ห้องน้ำ ที่จอดรถ ให้ถูกหลักของ Universal Design เพราะการปรับปรุงต้องใช้งบประมาณสูงทั้งนี้มองว่าหากสถานประกอบการตื่นตัวในการปรับปรุงทางจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต้องเร่งปรับปรุงภูมิทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกันเพื่อเป็นเมืองต้นแบบของการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

## 2. กลุ่มบุคลากรทางการศึกษา

การพัฒนาเมืองต้นแบบและโรงแรมต้นแบบ รองรับเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์

บุคลากรทางการศึกษาส่วนใหญ่สนับสนุนให้พัฒนาเมืองต้นแบบและโรงแรมต้นแบบเพื่อบริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เพราะเล็งเห็นว่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดแห่งการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยว

เป็นจำนวนมาก แต่อาจจะต้องมีการวางแผนและทำอย่างเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน โยสิ่งทีจังหวัดควรปรับปรุง คือ การคมนาคม ถนน ทางเดิน อุทยานประวัติศาสตร์ สนามหญ้า กำแพงเมืองทำน้ำ ทำเรือ ส่วนโรงแรมต้นแบบควรจะต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกและภายใน โรงแรมที่มีการออกแบบเพื่อรองรับผู้สูงอายุถือเป็นโรงแรมที่ทันสมัยและปัจจุบันผู้สูงอายุในประเทศไทยมีจำนวนมาก ในต่างชาตก็มาก หากโรงแรมได้ทำการปรับปรุงโดยใช้หลักการออกแบบของ Universal Design จะถือผู้นำด้านที่พัก และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกมีความสำคัญมากกว่าเพราะมีพื้นที่กว้าง และควรจะมีอุปกรณ์สำหรับผู้สูงอายุ ส่วนภายในห้องพักเป็นพื้นที่จำกัด ผู้สูงอายุสามารถเคลื่อนไหวได้ระยะสั้น ๆ ได้ปกติ ดังนั้น จึงเห็นว่าหากจะเร่งปรับปรุงควรเร่งภายนอกก่อนแล้วจึงทำภายใน เพื่อเป็นการควบคุมต้นทุนในการปรับปรุงโรงแรม นอกจากจากการปรับปรุงสิ่งก่อสร้างแล้ว ยังจำเป็นต้องพัฒนาคนด้วย โดยเห็นว่าควรให้พนักงานบริการของโรงแรมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถในการดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะอีกด้วย

การพัฒนา/ปรับปรุงหลักสูตรในสถานศึกษาเพื่อความสอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการในอนาคต

การพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าที่เข้าพัก เกิดความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นควรพัฒนาบุคลากรอยู่เป็นระยะ และจะปรับปรุงรายวิชาในหลักสูตรเกี่ยวกับการบริการเพื่อผู้สูงอายุเพิ่มเติมเข้าไปในหลักสูตร การพัฒนาด้านจิตใจ ทัศนคติ ด้านบริการให้กับนักศึกษาเพื่อให้บัณฑิตเกิดความเอื้ออาทร เกิดจิตใจที่รักการบริการ มีความรู้ความสามารถที่จะดูแลและเข้าใจ ใส่ใจผู้สูงอายุได้ เพื่อที่จะสร้างจุดเด่นให้กับบัณฑิตและสอดคล้องกับสถานประกอบการในอนาคต

### 3. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

การพัฒนาเมืองต้นแบบและโรงแรมต้นแบบ รองรับเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบให้ความเห็นว่า หากโรงแรมมีการจัดห้องพักเพื่อรองรับผู้สูงอายุในอนาคตก็นับเป็นเรื่องที่ดี เพราะแนวโน้มผู้สูงอายุมากขึ้นเรื่อย ๆ ผู้สูงอายุที่เป็นคนไทยอาจมีกำลังซื้อที่ต่างจากผู้สูงอายุที่มาจากต่างประเทศ กลุ่มคนเหล่านั้นน่าจะต้องการความสะดวกสบายเวลามาท่องเที่ยว โดยจังหวัดพระนครศรีอยุธยาควรปรับปรุงภูมิทัศน์ ปรับปรุงพื้น ทางลาด ห้องน้ำ ทางเดิน และตอนนี้จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้มีโครงการ “จังหวัดต้นแบบ อยุธยาเมืองมรดกโลก ท่องเที่ยวและเมืองอารยสถาปัตย์เพื่อคนทั้งมวล” ซึ่งการปรับปรุงเป็นไปตามกรอบงบประมาณรายปีของจังหวัด โดยแบ่งเป็น

3 ระยะ 1) ต้นทาง บ้านพักอาศัย 2) กลางทาง ระบบขนส่งมวลชน ถนน ทางเดินเท้า และ 3) ปลายทาง อาคาร และพื้นที่สาธารณะ เช่น สถานที่ราชการ วัด โรงเรียน โรงพยาบาล สวนสาธารณะ ศาสนสถาน สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่บริการน้ำมัน โรงแรม ร้านอาหาร และห้างร้านต่าง ๆ

การก่อสร้างโดยปกติทั่วไป หากทำกับโครงสร้างเดิมจำเป็นต้องตรวจสอบโดยละเอียดก่อนการทำงาน ทบ เจาะ ก่อ ทุกครั้งเพื่อไม่ให้เกิดอุบัติเหตุและลดความเสียหาย หากโรงแรมที่มีการก่อสร้างมานานแล้วหากติดตั้งอุปกรณ์บางอย่างอาจทำให้เกิดความแตกร้าวของปูนได้ หากอุปกรณ์ยึดติดไม่แน่นหนาพออาจทำให้เกิดอุบัติเหตุจากการใช้งานได้ การเลือกใช้อุปกรณ์ควรดูพฤติกรรมการใช้งานเป็นหลัก เพราะหากพื้นที่ไม่อำนวยต่อการติดตั้งอุปกรณ์ได้ทุกชนิด จะทำให้ผู้ใช้เกิดความเสียหายและความไม่สะดวกในการใช้งานได้ โดยสิ่งที่ทำได้ง่ายในขั้นต้น คือ ลบธรณีประตู ติดตั้งเก้าอี้นั่งอาบน้ำ ใช้ฝ้ายางปูรองกันพื้นลื่นในห้องน้ำ แทนการรีดกระบือช่องชุดใหม่ ประตูห้องน้ำควรใช้บานเลื่อนกระจกแบบขอลับ ประตูห้องนอน ประตูห้องอื่น ๆ ก็ควรใช้ประตูบานเลื่อนเช่นกัน เพราะใช้งานง่าย ใช้แรงผลักดันน้อย พื้นห้องควรเป็นพื้นกันลื่นรวมไปถึงระบบพื้นลดแรงกระแทก (Shock Absorption Floor) เพื่อการสัมผัสที่นุ่มเท้า ลดแรงกระแทกที่จะก่อให้เกิดอุบัติเหตุและอันตรายได้ สิ่งก่อสร้างในโลกปัจจุบันควรอำนวยความสะดวกแก่ทุกคนในสังคมให้ได้รับสิทธิและความเสมอภาคที่เท่าเทียมกัน

### **แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

#### **1. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอก**

ที่จอดรถ ควรเป็นที่จอดเฉพาะ อยู่ใกล้กับทางเข้าภายใน โดยที่จอดควรเป็นพื้นที่สี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้าง 2.40 เมตรและความยาว 6 เมตร โดยมีพื้นที่ข้างที่จอด 1 เมตร พื้นผิวเรียบและมีระดับเสมอกัน ทำสัญลักษณ์บนพื้นเป็นรูปผู้สูงอายุสากล ขนาด 90x90 เซนติเมตร และมีป้ายแนวตั้งเป็นรูปผู้สูงอายุสากลขนาด 30x30 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 2 เมตร จำนวนที่จอดรถควรมีอย่างน้อย 1 คันต่อ 50 คัน และห้ามให้มีการจอดซ้อนคัน

ทางลาดภายนอก หากทางลาดมีความยาวตั้งแต่ 2.5 เมตร จะต้องติดตั้งราวจับทั้ง 2 ข้าง ความยาวของทางลาดไม่เกิน 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 0.9 เมตร แต่ถ้าความยาวของทางลาดเกินกว่า 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 1.5 เมตรและมีชันพักกว้าง 1.5 เมตร พื้นผิวต้องไม่ลื่น หากทางลาดไม่มีผนังกันให้ยกขอบสูง 15 เซนติเมตรและมีราวกันตก

ทางเข้าอาคาร ต้องมีผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือขรุขระไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจร อยู่ในระดับเดียวกับพื้นลานจอดรถหรือพื้นถนนภายนอกอาคาร มีความกว้างอย่างน้อย 1.5 เมตร หากมีการติดตั้งท่อระบายน้ำหรือรางระบายน้ำต้องมีฝาปิดสนิท หรือมีตะแกรงที่มีความกว้างของช่องตะแกรงไม่เกิน 1.3 เซนติเมตรเพื่อป้องกันล้อของรถเข็นติดช่องตะแกรง

ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร ต้องมีผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือขรุขระไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจร ไม่มีขั้นบันได ความกว้างของทางเดินไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรสำหรับทางเดินที่ไม่มี การสวนกันของรถเข็น แต่หากเป็นทางเดินที่ต้องมีการสวนกันของรถเข็นต้องมีความกว้าง 1.5 เมตรขึ้นไป และติดตั้งอุปกรณ์ราวจับตามกั้นผนัง เพื่อความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุที่เดินด้วยตนเอง

ราวจับ ควรติดตั้งตลอดแนวของพื้นที่ ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีลักษณะเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร ห่างจากผนังอย่างน้อย 4 เซนติเมตร

บันได มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร มีชานพักทุกระยะในแนวตั้ง 2 เมตร มีราวบันไดทั้งซ้ายและขวา ลูกตั้งของบันไดไม่เกิน 15 เซนติเมตรเพื่อการก้าวขึ้นในระดับมาตรฐาน และมีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตรเพื่อการเหยียบก้าวที่ปลอดภัย พื้นผิวของบันไดต้องทำด้วยวัสดุที่ไม่ลื่น จมูกบันไดต้องมีสีแตกต่างจากพื้นผิวบันได หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมา 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร หากบันไดมีขนาดกว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไป จะต้องติดตั้งราวจับไว้ตรงกลางเสมอและระยะห่างระหว่างราวจับทั้งสองด้านควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร

ป้าย ควรติดตั้งในทุก ๆ พื้นที่บริการ โดยป้ายเป็นน้ำเงินและสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากลเป็นสีขาวหรือสลับกัน มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้สัญลักษณ์หรือตัวอักษร โดยมีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน

ประตูภายนอก สามารถใช้ประตูบานเลื่อน บานผลัก หรือประตูอัตโนมัติก็ได้ หากเป็นประตูบานผลักต้องมีพื้นที่ว่างกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตรและความยาวไม่น้อยกว่า 1.5 เมตรเพื่อให้รถเข็นสามารถเข็นออกไปได้อย่างสะดวก หากเป็นประตูอัตโนมัติติดตั้งปุ่มกดให้อยู่ในระดับที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถกดได้อย่างสะดวก มือจับประตูควรมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร หากประตูเป็นกระจกควรติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน



พื้นผิวต่างสัมผัส ใช้วัสดุปูพื้นที่ทำจากกระเบื้องปูพื้น พื้นทรายล้าง หินล้าง พรอมหรือกระเบื้องยางก็ได้ มีขนาด 30 เซนติเมตรและไม้ลิ้น และต้องมีสีที่แตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบที่ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตาสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

## 2. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน

ทางลาดภายใน หากทางลาดมีความยาวตั้งแต่ 2.5 เมตร จะต้องติดตั้งราวจับทั้ง 2 ข้าง ความยาวของทางลาดไม่เกิน 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 0.9 เมตร แต่ถ้าความยาวของทางลาดเกินกว่า 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 1.5 เมตรและมีชันพักกว้าง 1.5 เมตร พื้นผิวต้องไม่ลื่น หากทางลาดไม่มีผนังกั้นให้ยกขอบสูง 15 เซนติเมตรและมีราวกันตก

บริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุ ควรตั้งอยู่ในพื้นที่ ๆ เข้าถึงได้สะดวก โดยโต๊ะและเคาเตอร์ต้องมีความสูงไม่เกิน 80 เซนติเมตร ต้องมีที่วางข้างใต้ความสูงจากพื้น 70-75 เซนติเมตร ลึกไม่น้อยกว่า 40 เซนติเมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถสอดขาเข้าไปได้

ห้องน้ำ สามารถเลือกติดตั้งอุปกรณ์เท่าที่จำเป็นสำหรับห้องน้ำเดิมหรือติดตั้งอุปกรณ์ทั้งหมด โดยห้องน้ำผู้สูงอายุควรมีอย่างน้อย 1 ห้องที่สามารถใช้ได้ทั้งชายและหญิง ไม่มีสิ่งกีดขวางใด ๆ ระดับพื้นห้องน้ำต้องเสมอกับพื้นด้านนอก หากพื้นที่ต่างระดับกันต้องทำทางลาด พื้นห้องน้ำต้องทำจากวัสดุผิวหยาบหรือขรุขระ กันน้ำและทำความสะอาดง่ายระบายน้ำได้ดี โดยต้องมีพื้นที่ว่างหน้าประตูและในห้องน้ำอย่างน้อย 1.5 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถหมุนกลับตัวได้ ประตูห้องน้ำต้องเป็นการเปิดออกสู่ภายนอก ไม่มีธรณีประตู ประตูควรเป็นบานเลื่อนที่บีบมือจับประตูควรมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร อุปกรณ์ล็อกควรเป็นขอสับหรือระบบที่สามารถปลดล็อกจากภายนอกได้ง่ายเพื่อป้องกันอันตรายเมื่อเกิดอุบัติเหตุในห้องน้ำ ติดตั้งปุ่มหรือเชือกสัญญาณฉุกเฉินเพื่อขอความช่วยเหลือจากภายนอก ใช้โถสุขภัณฑ์แบบชักโครก โดยที่นั่งสูงจากพื้น 45-50 เซนติเมตรมีพนักพิง และมีที่ปล่อยน้ำแบบคันโยกหรือปุ่มกดติดตั้งอยู่ด้านข้างหรือผนังด้านข้าง มีราวจับรูปตัวแอล (L) ที่ผนังข้างโถสุขภัณฑ์เพื่อช่วยในการพยุงตัว โดยติดตั้งยื่นล้ำหน้าโถ 25-30 เซนติเมตร แนวตั้งสูง 60 เซนติเมตร ส่วนราวจับบริเวณอ่างล้างมือ ควรมีความยาวอย่างน้อย 55 เซนติเมตร ติดสูงจากพื้นที่ระดับเดียวกับขอบบนของอ่างแต่หากพื้นที่มีอย่างจำกัดจากสิ่งก่อสร้างเดิมควรเลือกอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับพื้นที่ อ่างล้างมือควรอยู่ในตำแหน่งที่เข้าประชิดได้ง่ายโดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ขอบบนของอ่างสูงจากพื้น 75-80 เซนติเมตร ควรมีที่วางใต้อ่างสูง 60 เซนติเมตร เพื่อให้รถเข็นสามารถสอดขาเข้าไปได้อย่างสะดวก ก๊อกน้ำเป็นชนิดก้านโยก ก้านปิดหรือระบบอัตโนมัติ กระจกเงา ติดตั้งไว้

เหนืออ่างล้างมือให้เอียงลงเล็กน้อย ขอบล่างของกระจกสูงจากพื้นห้องน้ำไม่เกิน 1 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถส่องได้ โถปัสสาวะชายในกรณีที่ไม่แยกห้องน้ำ ควรมีโถปัสสาวะชายที่มีระดับเสมอพื้น โดยมีราวจับแนวนอนที่ด้านบนของโถ สูงจากพื้น 1.2-1.3 เมตร ยาว 50-60 เซนติเมตร โดยติดตั้งไว้ด้านข้างของโถทั้งสองข้างสูงจากพื้น 0.8-1.0 เมตร ยาว 55-60 เซนติเมตร โดยพื้นที่หน้าโถควรมีที่ว่างอย่างน้อย 90x120 เซนติเมตร เพื่อการเข้าถึงที่สะดวก คันกดชักน้ำติดตั้งอยู่ที่ 110 เซนติเมตรเหนือพื้นราบ และติดตั้งสัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉินแบบปุ่มกดหรือแบบปุ่มสัมผัสหรือแบบเชือกดึง โดยติดตั้งที่ระดับความสูง 2 ระดับ ได้แก่ ความสูง 25-30 เซนติเมตร และความสูง 80-95 เซนติเมตร ติดตั้งไว้บริเวณโถสุขภัณฑ์ อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเอื้อมถึงและใช้สะดวก และมีช่องใส่กระดาษเช็ดมือ/ผู้สำหรับเช็ดมือในห้องน้ำด้วยเสมอ

ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคาร ควรเป็นพื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวาง ทางเดินแบบไม่สวนกันควรมีความกว้างที่อย่างน้อย 90 เซนติเมตร ทางเดินแบบสวนกันได้ ต้องมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร

ราวจับ ควรติดตั้งตลอดแนวของพื้นที่ ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีลักษณะเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร ห่างจากผนังอย่างน้อย 4 เซนติเมตร

ลิฟต์ ควรมีราวจับโดยรอบห้องลิฟต์ 3 ด้าน มีไฟเตือนภัยขณะลิฟต์ขัดข้อง มีโทรศัพท์แจ้งเหตุฉุกเฉินติดตั้งในระดับ 90-120 เซนติเมตร จากพื้น มีระบบการทำงานให้ลิฟต์ลงจอดที่ระดับพื้นและประตูเปิดอัตโนมัติ มีเสียงบอกเลขชั้นและเสียงเตือนให้ทราบว่าประตูปิด-เปิด

บันได มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร มีชานพักทุกกระยะในแนวตั้ง 2 เมตร มีราวบันไดทั้งซ้ายและขวา ลูกตั้งของบันไดไม่เกิน 15 เซนติเมตรเพื่อการก้าวขึ้นในระดับมาตรฐาน และมีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตรเพื่อการเหยียบก้าวที่ปลอดภัย พื้นผิวของบันไดต้องทำด้วยวัสดุที่ไม่ลื่น จมูกบันไดต้องมีสีแตกต่างจากพื้นผิวบันได หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมา 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร หากบันไดมีขนาดกว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไป จะต้องติดตั้งราวจับไว้ตรงกลางเสมอและระยะห่างระหว่างราวจับทั้งสองด้านควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร

ป้าย ควรติดตั้งในทุก ๆ พื้นที่บริการ โดยป้ายเป็นน้ำเงินและสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากลเป็นสีขาวหรือสลับกัน มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก

โดยใช้สัญลักษณ์หรือตัวอักษร โดยมีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน

ประตู ควรเป็นประตูที่เปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง หากบานประตูเป็นแบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร หากเป็นประตูที่มีบานเปิด-ปิดอัตโนมัติ ควรมีปุ่มกดที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็น สามารถควบคุมการปิด-เปิดประตูด้วยตนเอง มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวตั้งทั้งด้านในและด้านนอกของประตู ในกรณีที่เป็นประตูกระจกหรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด อุปกรณ์ปิด-เปิดประตู เป็นชนิดก้านปิดหรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1.2 เมตร ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกหรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรมีพื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1.5x1.5 เมตร

หน้าต่าง ไม่ควรติดตั้งสูงจนเกินไปเพื่อให้สามารถมองเห็นวิวภายนอกได้ง่าย การปิด-เปิดหน้าต่างไม่ควรฝืดหรือลื่นเกินไป หากมีเหล็กดัดควรมีช่องที่สามารถเปิดได้ง่าย ยามฉุกเฉิน หน้าต่างที่มีมุ้งลวด สามารถถอดมาทำความสะอาดได้ กระจกที่สามารถเอื้อมถึง ควรเป็นกระจกนิรภัย

พื้นผิวต่างสัมผัส ใช้วัสดุปูพื้นที่ทำจากกระเบื้องปูพื้น พื้นทรายล้าง หินล้าง พรหมหรือกระเบื้องยางก็ได้ มีขนาด 30 เซนติเมตรและไม่ลื่น และต้องมีสีที่แตกต่างจากพื้นผิว โดยรอบที่ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตาสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

ห้องพัก ในโรงแรมที่มีห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป ควรจัดให้มีห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ห้องต่อจำนวนห้องพักทุก ๆ 100 ห้อง อยู่ใกล้บันไดหรือบันไดหนีไฟหรือลิฟต์ ภายในห้องพักมีสัญญาณบอกเหตุหรือเตือนภัย ทั้งสัญญาณที่เป็นเสียงและแสง และระบบสันสะเทือนติดตั้งไว้บริเวณที่นอน มีสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุติดไว้หน้าห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องนอน เช่น เตียง/ที่นอน/โซฟา/ราวจับ/ระบบไฟฟ้าฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ เช่น โถส้วม อ่างล้างมือ ราวจับ พื้นที่อาบน้ำ ที่นั่งสำหรับอาบน้ำ

โรงแรมหรื หอประชุม ควรจัดให้มีพาหนะสำหรับรถเข็นอย่างน้อยหนึ่งทีทุก ๆ 100 ที่นั่ง มีพื้นที่ราบขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 1.4 เมตร ต่อหนึ่งที ซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้ประตูทางออก หรือในตำแหน่งที่เข้าออกได้สะดวก ติดตั้งอุปกรณ์เช่น โทรคัทพ์ ราวจับ พื้นผิวต่างสัมผัส ทางลาดหากห้องประชุมเป็นห้องสตูดิโอ

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสำรวจสถานการณ์ปัจจุบันของโรงแรมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เพื่อวิเคราะห์ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 4) เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจโรงแรมในการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 5) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

**ด้านประชากรศาสตร์** ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เมื่อพิจารณาแยกตามเชื้อชาติพบว่านักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงในแต่ละเชื้อชาติมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช.จำนวนมากที่สุด รองลงมา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Fleischer and Pizam (2002) ได้ศึกษาข้อจำกัดในการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุชาวอิสราเอล พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 55-65 ปี เพราะเป็นช่วงอายุที่มีรายได้และมีเวลาว่างมากขึ้น สุขภาพยังแข็งแรงดี แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กวิน วงษ์สีดี (2554) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีช่วงอายุระหว่าง 60-65 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

**ด้านการเกษียณอายุจากการทำงานและอาชีพ** พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังไม่เกษียณอายุจากการทำงาน แต่เมื่อจำแนกตามเชื้อชาติพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยเกษียณอายุจากการทำงานมีจำนวนน้อยกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่เกษียณอายุจากการทำงานแล้ว เมื่อพิจารณาอาชีพก่อนเกษียณ พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยประกอบอาชีพ เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รองลงมา คือ รับราชการ ซึ่งแตกต่างต่างจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่ประกอบอาชีพรับราชการมากที่สุด รองลงมาคือ รับจ้าง/ลูกจ้าง และอาชีพในปัจจุบันของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้านจำนวนมากที่สุด รองลงมาทำอาชีพ

เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

**ด้านภาวะด้านครอบครัว** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภาวะที่ต้องดูแลครอบครัว (สามี/ลูก) แต่เมื่อพิจารณาแยกตามเชื้อชาติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีภาวะที่ต้องดูแลครอบครัว (สามี/ภรรยา/ลูก) รองลงมา คือ ดูแลพ่อแม่/ผู้สูงอายุ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีภาวะที่ต้องดูแล รองลงมา คือ ดูแลครอบครัว (สามี/ภรรยา/ลูก)

**ด้านรายได้** พบว่า รายได้ปัจจุบันพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 10,000–30,000 บาท หรือ 304–910 USD) โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนในช่วง 10,000–30,000 บาทแต่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท หรือ 1,517 USD ซึ่งอยู่ในระดับที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กวิน วงษ์ลีตี (2554) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติมีรายได้ประมาณ 20,000–50,000 เหรียญต่อปี และเมื่อพิจารณาตามแหล่งรายได้พบว่า นักท่องเที่ยวมีแหล่งรายได้จากการประกอบอาชีพจำนวนมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีแหล่งรายได้จากการประกอบอาชีพจำนวนมากที่สุด ส่วนชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีรายได้มาจากเงินบำนาญจำนวนมากที่สุด

**ด้านพฤติกรรม** พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่าส่วนใหญ่มาเพื่อโอกาสที่ได้อยู่ร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ รองลงมา คือ เพื่อเยี่ยมเยียนญาติ พี่น้อง ลูกหลาน ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาเพื่อชมธรรมชาติ และภูมิทัศน์ที่สวยงาม รองลงมา คือ เพื่อเที่ยวชมแหล่งมรดกโลก สอดคล้องกับแนวคิดของ พยอม ธรรมบุตร (2546) เรื่ององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่จะต้องประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการต่าง ๆ และสอดคล้องกับแนวคิดของ บุษบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ใจมา (2552) ได้กล่าวถึงการพิจารณาความพร้อมด้านที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่ประกอบด้วย โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ ด้านจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากกว่า 3 ครั้ง ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นครั้งแรก บุคคลที่มาร่วมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาพร้อมกับลูกหลาน/ญาติ พี่น้อง/คนในครอบครัว โดยพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่

มารถยนต์ส่วนตัว และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาด้วยบริการรถเช่า จำนวนวันที่พักในการท่องเที่ยวพบว่าทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาพักเพียง 1-3 วัน

**ด้านปัจจัยในการเลือกที่พักแรม** พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวเลือกเพราะใกล้แหล่งท่องเที่ยว/ใกล้เมือง/แหล่งชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ เลือกเพราะปัจจัยด้านราคาห้องพัก/ที่พักถูกกว่าที่อื่น เมื่อแยกตามเชื้อชาติพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่พักด้วยปัจจัยใกล้แหล่งท่องเที่ยว/ใกล้เมือง/แหล่งชุมชน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกที่พักด้วยการมีเตียงนอนขนาด 5 ฟุต 2 เตียง วิธีการจองห้องพักพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เข้ามาจองด้วยตนเอง ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีการจองผ่านเว็บไซต์ และให้เพื่อน/คนอื่น ๆ จองให้ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเข้าพักพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จองห้องพักในราคา 501-1,000 บาท ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จองห้องพักในราคา 1,001-1,500 บาท การกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าไม่แน่ใจ การกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ระบุว่าไม่แน่ใจ

**ความคาดหวังและความพึงพอใจ** พบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ นักท่องเที่ยวได้ให้ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจทั้งก่อนและหลังการใช้บริการไม่แตกต่างกัน แต่ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติก่อนใช้บริการสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทยที่เป็นเช่นนี้เพราะนักท่องเที่ยวไทยเคยมาพักและท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาแล้ว ทำให้ความคาดหวังและความพึงพอใจมีค่าไม่แตกต่างกัน โดยความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงก่อนใช้บริการไม่แตกต่างกันและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุจากการทำงานและไม่เกษียณอายุจากการทำงานก่อนใช้บริการไม่แตกต่างกัน โดยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังใช้บริการสูงกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวไทย ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงหลังใช้บริการไม่แตกต่างกัน และความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุจากการทำงานและไม่เกษียณอายุจากการทำงานหลังใช้บริการไม่แตกต่างกัน และยังให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านที่พักและบริการมากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้านพนักงานบริการ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัย

ด้านกระบวนการบริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

**ปัจจัยด้านที่พักและบริการ** พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับที่พักและบริการมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Radisic, Perisic and Berecic (2010) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตลาดด้านการขายผลิตภัณฑ์ของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โรงแรมมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่หลากหลายครบครัน ห้องพักรวมถึงที่เตียงสามารถเดินทางได้สะดวก มีการรักษาความปลอดภัยดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตชนพัชฌ์ บุญช่วย (2557) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ด้านคุณภาพการบริการของพนักงานอยู่ในระดับมาก และด้านคุณภาพของห้องพักอยู่ในระดับมาก

**ปัจจัยด้านพนักงานบริการ** พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีการดูแลอย่างใกล้ชิดและต้องการผู้ดูแลและช่วยเหลือมากกว่าวัยอื่น ๆ ทั้งนี้ พนักงานจะต้องมีความเข้าใจแลเห็นอกเห็นใจต่อพฤติกรรมและกายภาพของผู้สูงอายุด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Choi and Chu (2001) ได้ทำวิจัยเรื่องปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าพักโรงแรมในฮ่องกง พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อโรงแรม คือ คุณภาพการให้บริการของพนักงานโรงแรม พนักงานจะต้องมีเพียงพอและมีการให้บริการที่รวดเร็ว สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี พนักงานต้องมีความรู้ในการบริการและความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง นอกจากนี้ยังต้องสามารถให้คำแนะนำได้อย่างครบถ้วนและสุภาพ

**ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ** พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพมาก เนื่องจากผู้สูงอายุมีข้อจำกัดด้านกายภาพที่จะมีการเคลื่อนไหวได้ช้าลง จำเป็นจะต้องใช้สิ่งก่อสร้างอุปกรณ์ในการช่วยเหลือเมื่อมีการเคลื่อนไหว การก่อสร้างและการตกแต่งภายนอกและภายในจึงมีความสำคัญต่อการใช้บริการเป็นอย่างมาก โรงแรมควรปรับปรุงสิ่งแวดล้อมภายในและภายในให้เหมาะสมเพื่อรองรับผู้สูงอายุโดยใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรม/รีสอร์ท เพื่อรองรับผู้สูงอายุ

**ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย** พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายมาก เนื่องจากการสำรองห้องพักผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือการสำรองห้องพักผ่านบริษัทตัวแทนรับจองห้องพัก สามารถชำระเงินได้หลากหลายช่องทาง ได้แก่ ATM VISA/Master Card ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

Ayed and Majed (2012) เรื่องการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศจอร์แดน พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย (Place) โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมากกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีการให้บริการสำรองที่พักและบริการต่าง ๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตและตัวแทนจำหน่าย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถเลือกใช้บริการชำระเงินผ่านจุดรับชำระค่าบริการบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตได้อีกด้วย

**ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ** พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับกระบวนการบริการเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้สูงอายุมีลักษณะทางกายภาพถดถอยลงไปถึงสังเกตเห็นว่าโรงแรมในปัจจุบันจะต้องมีช่องทางพิเศษไว้สำหรับผู้สูงอายุเวลา Check In และ Check Out ควรมีบริการรถเข็น วิธีการลงทะเบียนเข้าพักที่ไม่ต้องยืนต่อคิวนาน หรือไม่ต้องต่อคิวเพื่อชำระค่าบริการ จะทำให้ผู้สูงอายุใช้บริการได้สะดวกยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไตรภพ โคตรวงษา (2549) เรื่องอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นมากต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของโรงแรมในด้านระบบการให้บริการที่มีความถูกต้องและรวดเร็วในการสำรองห้องพัก การบริการอาหารการให้ข้อมูลข่าวสารของพนักงานส่วนหน้า มีการจัดแบ่งงานอย่างชัดเจน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังให้ความสำคัญต่อระบบรักษาความปลอดภัยด้วย

**ปัจจัยด้านราคา** พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับราคา เนื่องจากห้องพักของโรงแรมมีให้เลือกหลายแบบหลายราคา ทำให้เป็นตัวเลือกที่สำคัญต่อการเลือกที่พักอีกทั้งราคาที่พักรวมมีความเหมาะสมกับคุณภาพของห้องพักทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้มค่า นอกจากนี้ราคาห้องพักมีทั้งแบบรวมอาหารเช้าและแบบไม่รวมอาหารเช้า ทำให้นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกเหมือนถูกบังคับหากไม่ได้ใช้บริการในสิ่ง ๆ นั้น

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากนักท่องเที่ยวมองว่าหากมีรายการส่งเสริมการตลาด จะช่วยให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น โดยอาจจะจัดเป็นแพ็คเกจเกี่ยวกับการบำบัดทางสุขภาพอาหารเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ หรือการทำกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ก็จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก



**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและเลือกที่พักเดิม** พบว่า มีปัจจัยด้านที่พักและบริการ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านพนักงานบริการ โดยนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านที่พักและบริการแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาถึง 2 เท่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านราคาแตกต่างกันมีแนวโน้มที่จะทำให้กลับมาหรือไม่กลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 0.6 เท่า และนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านพนักงานบริการแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการกลับมาหรือไม่กลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 0.3 เท่า โดยปัจจัยต่าง ๆ ในโมเดลร่วมกันทำนายการกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ร้อยละ 11.3 และพบว่าไม่มีปัจจัยใดเลยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ซึ่งในโมเดลร่วมกันทำนายการกลับมาเลือกที่พักเดิมเมื่อมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้เพียงร้อยละ 1.5 เท่านั้น

อย่างไรก็ตามการจัดทำมาตรฐานอารยสถาปัตย์เพื่อรองรับผู้สูงอายุนั้นเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับที่พักแรม โดยใช้แนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวในอนาคตเป็นพื้นฐานในการพัฒนา โดยงานวิจัยเรื่องนี้จำเป็นต้องใช้แนวทางเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดเชิงรุกควบคู่ไปกับการจัดทำมาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งสอดคล้องกับ วินิจ วีรยางกูร (2532) กล่าวว่า ตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ปรัชญาทางการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อธุรกิจจะได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ที่ใช้ในงานวิจัยนี้ได้แก่ 7P's ปัจจัยด้านที่พักและบริการ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านพนักงานบริการ (Personal) ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (Process) และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler (2000) กล่าวว่า แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะมีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process)

ดังนั้น เมื่อนำผลการวิเคราะห์ด้านการตลาดและทฤษฎีด้านการตลาดมาวางแผนการตลาดให้กับโรงแรมเพื่อผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ดังนี้

**ด้านที่พักและบริการ (Product)** โรงแรมมีห้องพักที่ออกแบบและติดตั้งอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานอารยสถาปัตย์สำหรับผู้สูงอายุ ทั้งภายนอกและภายใน โดยคำนึงถึงหลักความเท่าเทียมกันของคนทุกคนในสังคม โดยห้องพักต้องปราศจากธรณีประตู มีความกว้างมากพอที่จะใช้รถเข็นในห้องพักได้ มีแสงสว่างเพียงพอ ใกล้เคียงลิฟต์ มีราวจับภายในห้องพัก และห้องน้ำ ประตูบานเลื่อน ติดตั้งระบบฉุกเฉิน หน้าต่างที่ได้มาตรฐาน กระจกนิรภัย เตียนอนที่มีความสูงพอเหมาะเมื่อนั่งเก้าอี้จะพอดีกับพื้น สุขภัณฑ์มีขนาดมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ศาสน์ สุขประเสริฐ (2558) เรื่องมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุที่พักอาศัยและที่สาธารณะในจังหวัดนครราชสีมา

**ด้านราคา (Price)** นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเน้นการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่าเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่กล่าวว่า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Value) ราคา (Price) ผลิตภัณฑ์ (Product) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาก็จะตัดสินใจซื้อสิ่งนั้น โดยการตั้งราคาห้องพักควรคำนึงถึงสภาพของห้องพัก การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก คู่แข่ง และกลุ่มลูกค้าด้วยเสมอ ซึ่งผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงต้นทุนการบริหารจัดการและตั้งราคาค่าบริการอย่างสมเหตุสมผล

**ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติไม่นิยมจองโรงแรมและซื้อบริการของโรงแรมผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการทำธุรกรรมผ่านทางอินเทอร์เน็ตมีความซับซ้อนทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการใช้งานจึงทำให้ลูกค้ากลุ่มดังกล่าวใช้การจองผ่านโทรศัพท์และจองผ่านบริษัททัวร์เสียส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามในอนาคตจำนวนผู้สูงอายุที่ใช้อินเทอร์เน็ตในการติดต่อกับโรงแรมต้องเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของ Japan Tourism Bureau (2011, online) ที่พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทุกปี

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ทางวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ หรือสื่อประเภทบุคคลได้แก่พนักงานชายของโรงแรม พนักงานชายของบริษัททัวร์ และการออกบูธงานท่องเที่ยวที่จัดขึ้นภายในประเทศจะสามารถส่งเสริมการขายได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) เรื่องการส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ให้ผู้ซื้อแน่ใจเกี่ยวกับสินค้าและคุณค่าของสิ่งที่เสนอขาย ซึ่งประกอบไปด้วย การโฆษณาใช้ในการสร้าง

ภาพพจน์ในระยะยาว และช่วยส่งเสริมการขายได้โดยตรง

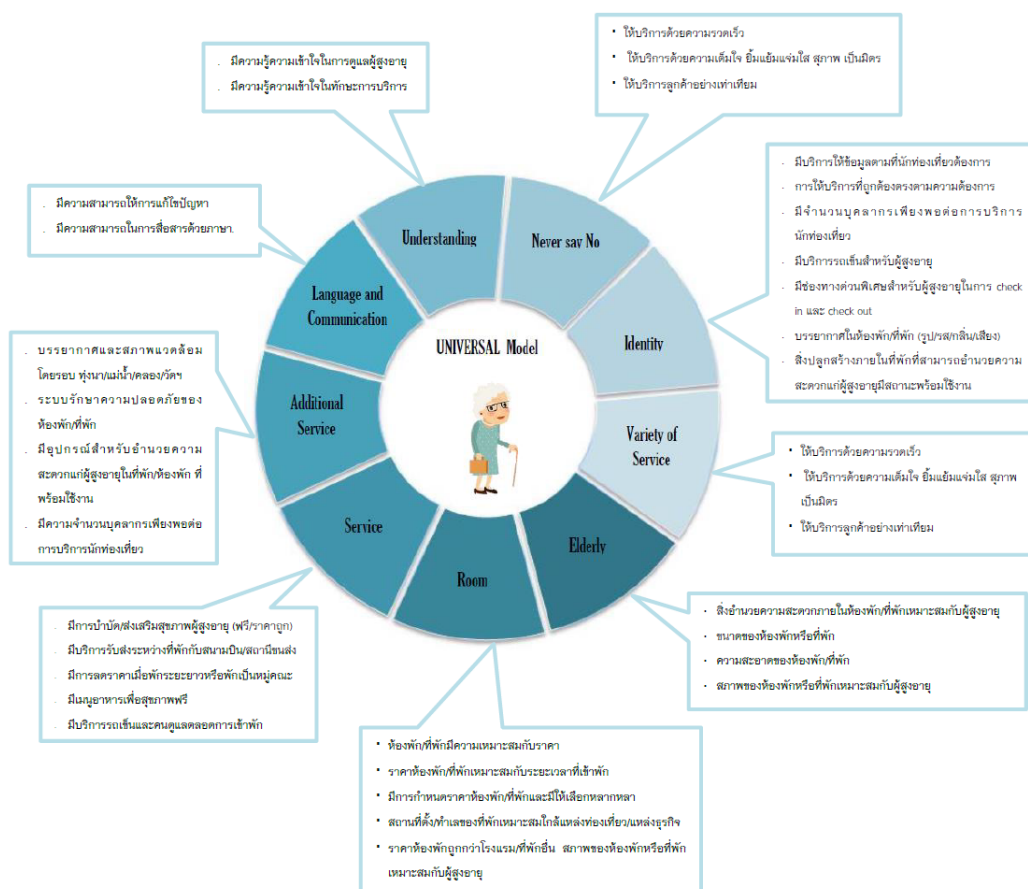
**ด้านพนักงานบริการ (Personal)** ถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งไม่น้อยไปกว่าสิ่งก่อสร้างและอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกเลย เพราะมนุษย์จะมีทักษะ ความรู้ ความใจซึ่งแตกต่างจากสิ่งก่อสร้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมนุษย์สามารถช่วยเหลือและมีความเห็นอกเห็นใจต่อมนุษย์ด้วยกันได้ ดังนั้น บุคลากรของโรงแรมจำเป็นจะต้องได้รับการสนับสนุนเพื่อเข้าอบรมทักษะในการช่วยเหลือชีวิตเบื้องต้น การดูแลผู้สูงอายุและพัฒนาให้มีจิตบริการ (Service Mind) และพัฒนาทัศนคติ (Attitude) ให้มีมุมมองที่บวกสำหรับการทำางานและการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกพล วงศ์เสรี, เฉลิมพร วรพันธ์กิจ และกมลวรรณ กิตติอุดมรัตน์ (2556) เรื่องการพัฒนาสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจบริการ เพื่อเตรียมความพร้อมในการต้อนรับประชาคมอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และตรัง พบว่า สมรรถนะของพนักงานโรงแรมควรมีความรู้และทักษะที่นอกเหนือจากทักษะพื้นฐานที่ควรมีคือทักษะการดูแลผู้สูงอายุ

**ด้านกระบวนการบริการ (Process)** การให้บริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าถือเป็นหลักสำคัญต่อธุรกิจทุกประเภทและธุรกิจโรงแรมก็เช่นกัน ควรมีมาตรฐานในการดูแลนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความมีประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่กล่าวว่า กระบวนการใช้การบริการและจัดจำหน่ายจะต้องสร้างความพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้เกิดความแตกต่าง

**ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)** โรงแรมจะต้องปรับปรุงภูมิทัศน์และสถานที่ให้ร่มรื่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุที่ครบครัน มีความสงบ มีพื้นที่สีเขียว อากาศถ่ายเทสะดวก มีความปลอดภัยทั้งทางร่างกายและสุขอนามัย มีเส้นทางสัญจรที่เหมาะสมปรับผู้ใช้รถเข็นและผู้ที่ไม่เดินได้อย่างปกติซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Department of Older Persons (DOP)

องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อการเลือกพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่อการเลือกพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลคิน (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.800 ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.700 ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าข้อมูลทั้งหมดและตัวแปรต่าง ๆ นั้น มีความสัมพันธ์กันดีมาก เพราะสถิติทดสอบตัวแรก คือ ค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (MSA) ดัชนีมีค่า

ระหว่าง 0 ถึง 1 ค่าจะเท่ากับ 1 เมื่อตัวแปรแต่ละตัวสามารถทำนายได้ด้วยตัวแปรอื่น โดยปราศจากความคลาดเคลื่อน ซึ่งค่าที่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบจะมีค่าตั้งแต่ .500-1.000 สอดคล้องกับทฤษฎีของ สุกุมาส อังคุโชติ และคณะ (2551) ที่กล่าวว่า การตรวจสอบเบื้องต้นของชุดข้อมูล จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบได้หรือไม่ คือ การพิจารณา เมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรชุดนั้น ตัวแปรที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบจะต้องมีความสัมพันธ์กันไม่น้อยกว่า .30 และ ค่าในช่วง .80 ขึ้นไป ถึงจะเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ และจากค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test of Sphericity) พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 12652.527 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า เมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน สอดคล้องกับทฤษฎีของสุกุมาส อังคุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชณีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์ (2551) ที่กล่าวว่า หากค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญ แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ในการสกัดองค์ประกอบได้ทำการสกัดองค์ประกอบ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis: PC) ซึ่งทำการหมุนแกนองค์ประกอบและพบว่า ได้องค์ประกอบทั้งหมด 9 องค์ประกอบ มีพิสัยของค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.238-10.552 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 72.911 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรยุทธ์ เมืองแก้ว (2554) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของแบบประเมินในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า พบว่า เมื่อพิจารณาค่าไอเกนที่มีค่ามากกว่า 1 ได้องค์ประกอบที่ชัดเจน 9 องค์ประกอบ และมีค่าไอเกนอยู่ระหว่าง 1.044-8.143 และค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 56.937 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังจากการหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีแวนิแมกซ์ (Varimax Method) สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของแบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่พักรวมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้ทั้งหมด 9 องค์ประกอบที่สามารถใช้ได้จริง ได้องค์ประกอบที่ 1 Identity ความมีเอกลักษณ์อัตลักษณ์ องค์ประกอบที่ 2 Variety of Service ความหลากหลายของการบริการ องค์ประกอบที่ 3 Room ห้องพัก องค์ประกอบที่ 4 Service การบริการ องค์ประกอบที่ 5 Additional Service การให้บริการเสริม องค์ประกอบที่ 6 Never say No การไม่ปฏิเสธที่จะช่วยเหลือ องค์ประกอบที่ 7 Elderly ผู้สูงอายุ องค์ประกอบที่ 8 Language and Communication ภาษาและการสื่อสาร และองค์ประกอบที่ 9 Understanding ความเข้าใจ โดยองค์ประกอบทั้ง 9 สามารถสร้างเป็นโมเดลทางธุรกิจที่พักรวมสำหรับผู้สูงอายุ โดยตั้งชื่อโมเดลว่า "UNIVERSAL MODEL"



ภาพ 70 แสดง UNIVERSAL MODEL

ผลการศึกษาพบว่า สิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรม เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยากับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 16 โรงแรม ได้แก่ โรงแรมอยุธยา แกรนด์, โรงแรมไอยุเดียออนเดอะริเวอร์, คลาสสิก คาเฟ่ ไอแลนด์ เซอร์วิส อพาทเมนท์, คาวาลิ คาซ่า รีสอร์ท, แอมโม่ เรสซิเดนซ์, โรงแรมศาลาอยุธยา โรงแรมกรุงศรีริเวอร์, วาสนา ดีไซน์ โฮเทล, โรงแรมอโยธยา, วรบุรี อโยธยา คอนเวนชันรีสอร์ท อยุธยา ริทริต, แคนทารี โฮเทล อยุธยา, ริเวอร์วิว เพลส โฮเต็ล, อโยธยาราม วิลเลจ, พลุอยุธยา รีสอร์ท แอนด์ สปา และอยุธยา การ์เด้นริเวอร์โฮม โดยอ้างอิงมาตรฐาน Universal Design ที่ Edward (2012) สร้างเกณฑ์และองค์ประกอบหลัก 7 องค์ประกอบ คือ 1) Fairness เสมอภาค 2) Flexibility ยืดหยุ่น 3) Simplicity เรียบง่ายและเข้าใจได้ดี 4) Understanding ทนทานต่อการใช้งานที่ผิดพลาด 6) Energy Conservation พุ่มร่างกายสะดวกและไม่ต้องออกแรงมาก

7) Space ขนาดและสถานที่ที่เหมาะสมและใช้งานในเชิงปฏิบัติได้ ซึ่งเกณฑ์เหล่านี้จำเป็นต้องนำมายึดถือและปฏิบัติให้เกิดรูปธรรมที่ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นสถานประกอบการ แหล่งท่องเที่ยว สถานที่ราชการ ร้านอาหาร และในทุกๆพื้นที่จำเป็นต้องวางแผนปรับปรุง เพราะการสร้างอารยสถาปัตย์เป็นวาระแห่งชาติที่คนทุกคนในสังคมจะต้องร่วมกันวางแผน กำหนดทิศทางเพื่อให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อทุกคนในสังคม โดยสามารถใช้ UNIVERSAL MODEL ของผู้วิจัยในการวางแผนการจัดการที่พักรถเพื่อให้ได้มาตรฐาน อารยสถาปัตย์และทำความเข้าใจกับ Universal Design อย่างง่าย ดังภาพ 71



ภาพ 71 แสดงองค์ประกอบของอารยสถาปัตย์

ที่มา: เว็บบาสเตอร์, 2562, สื่อออนไลน์

ซึ่งส่วนประกอบในการออกแบบอารยสถาปัตย์สามารถแบ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร ได้แก่ ที่จอดรถ ทางลาดภายนอกอาคาร ทางเข้าอาคาร ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร รวจับ บันได ป้าย ประตูภายนอกอาคาร และพื้นผิวต่างสัมผัส สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร ได้แก่ ทางลาดภายในอาคาร บริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุ ห้องน้ำ ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคาร รวจับ ลิฟต์ บันได ป้าย ประตู หน้าต่าง พื้นผิวต่างสัมผัส ห้องพักในโรงแรม และโรงแรมทรสพ หอประชุม นำข้อมูลและรายละเอียดดังกล่าวมาจัดทำมาตรฐานอารยสถาปัตย์เพื่อให้เหมาะสมกับพื้นที่และโครงสร้าง ได้ดังนี้

เนื่องจากการแบ่งประเภทได้คำนึงจากสิ่งก่อสร้างของสถานประกอบการเป็นหลัก เนื่องจากสิ่งก่อสร้างของสถานประกอบการแต่ละประเภทมีโครงสร้างที่แตกต่างกัน เช่น โรงแรมมักก่อสร้างทางลาด มีลิฟต์ แต่รีสอร์ทและบูทีคจะไม่มีการก่อสร้างทางลาดและลิฟต์ ทำให้มีข้อแตกต่างกันในระดับการประเมินและการนำมาตราฐานอารยสถาปัตย์มาใช้ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการจัดกลุ่มเพื่อให้เกิดความเสมอภาคและเท่าเทียมกันในการจัดทำมาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยสามารถแบ่งกลุ่มตัวอย่างสถานประกอบการออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ประเภทโรงแรม ประเภทรีสอร์ท และประเภทบูทีค

ประเภทที่ 1 ประเภทโรงแรม ประกอบไปด้วย โรงแรมอยุธยา แกรนด์, โรงแรมคลาสสิก คาโมโอ แอนด์ เซอร์วิส อพาตเมนท์, โรงแรมคาวาลิ คาซ่า รีสอร์ท, แอมโปเรสซิเดนซ์, โรงแรมกรุงศรีริเวอร์, วาสนา ดีไซน์ โฮเทล, โรงแรมอโยธยา, วรบุรี อโยธาคอนเวนชัน รีสอร์ท, แคนทารี โฮเทล อยุธยา, ริเวอร์วิว เพลส โฮเต็ล โดยกำหนดเป็นมาตรฐานอารยสถาปัตย์ได้ดังนี้

ที่จอดรถของโรงแรมส่วนใหญ่ มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 70 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 30 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐาน โดยจัดพื้นที่รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้าง 2.40 เมตรและความยาว 6 เมตร โดยมีพื้นที่ข้างที่จอด 1 เมตร พื้นผิวเรียบและมีระดับเสมอกัน ทำสัญลักษณ์บนพื้นเป็นรูปผู้สูงอายุสากล ขนาด 90x90 เซนติเมตร และมีป้ายแนวตั้งเป็นรูปผู้สูงอายุสากลขนาด 30x30 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 2 เมตร จำนวนที่จอดรถควรมีอย่างน้อย 1 คันต่อ 50 คัน และห้ามให้มีการจอดซ้อนคัน

ทางลาดภายนอกอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 25 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 50 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 25 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยก่อสร้างทางลาดมีความยาวตั้งแต่ 2.5 เมตร

ต้องติดตั้งราวจับทั้ง 2 ข้าง ความยาวของทางลาดไม่เกิน 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 0.9 เมตร แต่ถ้าความยาวของทางลาดเกินกว่า 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 1.5 เมตรและมีชานพักกว้าง 1.5 เมตร พื้นผิวต้องไม่ลื่น หากทางลาดไม่มีผนังกันให้ยกขอบสูง 15 เซนติเมตรและมีราวกันตก

ทางเข้าอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 11.43 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 41.43 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 47.14 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยทำทางเข้าอาคารด้วยวัสดุผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือขรุขระไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจร อยู่ในระดับเดียวกับพื้นลานจอดรถหรือพื้นถนนภายนอกอาคาร มีความกว้างอย่างน้อย 1.5 เมตร หากมีการติดตั้งท่อระบายน้ำหรือรางระบายน้ำต้องมีฝาปิดสนิท หรือมีตะแกรงที่มีความกว้างของช่องตะแกรงไม่เกิน 1.3 เซนติเมตร เพื่อป้องกันล้อของรถเข็นติดช่องตะแกรง

ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 30 และมีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 70 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยทำทางเดินโดยใช้วัสดุผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือขรุขระไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจร ไม่มีขั้นบันได ความกว้างของทางเดินไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรสำหรับทางเดินที่ไม่มีการสวนกันของรถเข็น แต่หากเป็นทางเดินที่ต้องมีการสวนกันของรถเข็นต้องมีความกว้าง 1.5 เมตรขึ้นไป และติดตั้งอุปกรณ์ราวจับตามกับผนังเพื่อความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุที่เดินด้วยตนเอง

ราวจับของโรงแรม ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยติดตั้งราวจับตลอดแนวของพื้นที่ ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีลักษณะเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร ห่างจากผนังอย่างน้อย 4 เซนติเมตร

บันไดภายนอกอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 38.88 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 18.89 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 42.22 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยก่อสร้างบันไดให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร มีชานพักทุกกระยะในแนวตั้ง 2 เมตร มีราวบันไดทั้งซ้ายและขวา ลูกตั้งของบันไดไม่เกิน 15 เซนติเมตรเพื่อการก้าวขึ้นในระดับมาตรฐาน และมีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตรเพื่อการเหยียบก้าวที่ปลอดภัย พื้นผิวของบันไดต้องทำด้วยวัสดุที่ไม่ลื่น จมูกบันไดต้องมีสีแตกต่างจากพื้นผิวบันได หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมา 30 เซนติเมตร แต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร หากบันไดมีขนาดกว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไปจะต้องติดตั้งราวจับไว้



ตรงกลางเสมอและระยะห่างระหว่างราวจับทั้งสองด้านควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร แต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร

ป้ายภายนอกอาคารของโรงแรมไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยติดตั้งป้ายในทุก ๆ พื้นที่บริการ โดยป้ายเป็นน้ำเงิน และสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากลเป็นสีขาวหรือสลับกัน มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้สัญลักษณ์หรือตัวอักษร โดยมีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน

ประตูภายนอกอาคารของโรงแรม มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 14 มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 24 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 62 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยเปลี่ยนมาใช้ประตูบานเลื่อน บานผลัก หรือประตูอัตโนมัติแทน หากเป็นประตูบานผลักต้องมีพื้นที่ว่างกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 1.5 เมตรเพื่อให้รถเข็นสามารถเข็นออกไปได้อย่างสะดวก หากเป็นประตูอัตโนมัติติดตั้งปุ่มกดให้อยู่ในระดับที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถกดได้อย่างสะดวก มือจับประตูควรมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร หากประตูเป็นกระจกควรติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน

พื้นผิวต่างสัมผัสของโรงแรม มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 10 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 90 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยใช้วัสดุปูพื้นที่ทำจากกระเบื้องปูพื้น พื้นทรายล้าง หินล้าง พรอม หรือกระเบื้องยางก็ได้ มีขนาด 30 เซนติเมตรและไม่ลื่น และต้องมีสีที่แตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบที่ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตาสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

ทางลาดภายในอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 2.5, มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 72.5 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 25 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยสร้างหรือติดตั้งทางลาดที่มีความยาวตั้งแต่ 2.5 เมตร จะต้องติดตั้งราวจับทั้ง 2 ข้าง ความยาวของทางลาดไม่เกิน 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 0.9 เมตร แต่ถ้าความยาวของทางลาดเกินกว่า 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 1.5 เมตรและมีชานพักกว้าง 1.5 เมตร พื้นผิวต้องไม่ลื่น หากทางลาดไม่มีผนังกั้นให้ยกขอบสูง 15 เซนติเมตรและมีราวกันตก

บริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุของโรงแรมไม่มีการจัดบริการคิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยจัดพื้นที่บริการให้ตั้งอยู่ในพื้นที่ ๆ เข้าถึงได้สะดวก โดยโต๊ะและเคาเตอร์ต้องมีความสูงไม่เกิน 80 เซนติเมตร ต้องมีที่ว่างข้างใต้ความสูงจากพื้น

70-75 เซนติเมตร ลีกล้นน้อยกว่า 40 เซนติเมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถสอดขาเข้าไปได้

ห้องน้ำของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 24.28 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 37.62 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 38.10 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยเลือกติดตั้งอุปกรณ์เท่าที่จำเป็นสำหรับห้องน้ำเดิมหรือติดตั้งอุปกรณ์ทั้งหมด โดยห้องน้ำผู้สูงอายุควรมีอย่างน้อย 1 ห้องที่สามารถใช้ได้ทั้งชายและหญิง ไม่มีสิ่งกีดขวางใด ๆ ระดับพื้นห้องน้ำต้องเสมอกับพื้นด้านนอก หากพื้นต่างระดับกันต้องทำทางลาด พื้นห้องน้ำต้องทำจากวัสดุผิวหยาบหรือขรุขระ กันน้ำและทำความสะอาดง่ายระบายน้ำได้ดี โดยต้องมีพื้นที่ว่างหน้าประตูและในห้องน้ำอย่างน้อย 1.5 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถหมุนกลับตัวได้ ประตูห้องน้ำต้องเป็นการเปิดออกสู่ภายนอก ไม่มีธรณีประตู ประตูควรเป็นบานเลื่อนที่บีบ มีจับประตูควรมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร อุปกรณ์ล็อกควรเป็นข้อสับหรือระบบที่สามารถปลดล็อกจากภายนอกได้ง่ายเพื่อป้องกันอันตรายเมื่อเกิดอุบัติเหตุในห้องน้ำ ติดตั้งปุ่มหรือเชือกสัญญาณฉุกเฉินเพื่อขอความช่วยเหลือจากภายนอก ใช้โถสุขภัณฑ์แบบชักโครก โดยที่นั่งสูงจากพื้น 45-50 เซนติเมตรมีพนักพิง และมีที่ปล่อยน้ำแบบคันโยกหรือปุ่มกดติดตั้งอยู่ด้านข้างหรือผนังด้านข้าง มีราวจับรูปตัวแอล (L) ที่ผนังข้างโถสุขภัณฑ์เพื่อช่วยในการพยุงตัว โดยติดตั้งยื่นล้ำหน้าโถ 25-30 เซนติเมตร แนวตั้งสูง 60 เซนติเมตร ส่วนราวจับบริเวณอ่างล้างมือ ควรมีความยาวอย่างน้อย 55 เซนติเมตร ติดสูงจากพื้นที่ระดับเดียวกับขอบบนของอ่างแต่หากพื้นที่มีอย่างจำกัดจากสิ่งก่อสร้างเดิมควรเลือกอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับพื้นที่ อ่างล้างมือควรอยู่ในตำแหน่งที่เข้าประตูได้ง่ายโดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ขอบบนของอ่างสูงจากพื้น 75-80 เซนติเมตร ควรมีที่ว่างใต้อ่างสูง 60 เซนติเมตร เพื่อให้รถเข็นสามารถสอดเข้าไปได้อย่างสะดวก ก๊อกน้ำเป็นชนิดก้านโยก ก้านปิด หรือระบบอัตโนมัติ กระจกเงา ติดตั้งไว้เหนืออ่างล้างมือให้เอียงลงเล็กน้อย ขอบล่างของกระจกสูงจากพื้นห้องน้ำไม่เกิน 1 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถส่องได้ โถปัสสาวะชายในกรณีที่ไม่แยกห้องน้ำ ควรมีโถปัสสาวะชายที่มีระดับเสมอกับพื้น โดยมีราวจับแนวนอนที่ด้านบนของโถ สูงจากพื้น 1.2-1.3 เมตร ยาว 50-60 เซนติเมตร โดยติดตั้งไว้ด้านข้างของโถทั้งสองข้างสูงจากพื้น 0.8-1.0 เมตร ยาว 55-60 เซนติเมตร โดยพื้นที่หน้าโถควรมีที่ว่างอย่างน้อย 90x120 เซนติเมตร เพื่อการเข้าถึงที่สะดวก คันกดชักน้ำติดตั้งอยู่ที่ 110 เซนติเมตรเหนือพื้นราบ และติดตั้งสัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉินแบบปุ่มกดหรือแบบปุ่มสัมผัสหรือแบบเชือกดึง โดยติดตั้งที่ระดับความสูง 2 ระดับ ได้แก่ ความสูง 25-30 เซนติเมตร และความสูง 80-95 เซนติเมตร ติดตั้งไว้บริเวณโถสุขภัณฑ์ อยู่ในตำแหน่ง

ที่สามารถเชื่อมถึงและใช้สะดวก และมีกล่องใส่กระดาษเช็ดมือ/ผู้สำหรับเช็ดมือในห้องน้ำ ด้วยเสมอ

ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคารของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 67.50 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยใช้วัสดุพื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่สั่น ไม่มีสิ่งกีดขวาง ทางเดินแบบไม่สวนกันควรมีความกว้างอย่างน้อย 90 เซนติเมตร ทางเดินแบบสวนกันได้ ต้องมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร

ราวจับของโรงแรม ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยติดตั้งราวจับตลอดแนวของพื้นที่ ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีลักษณะเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร ห่างจากผนังอย่างน้อย 4 เซนติเมตร

ลิฟต์ของโรงแรม มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 10 มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 40 และไม่มีการติดตั้งคิดเป็นร้อยละ 50 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยติดตั้งราวจับโดยรอบห้องลิฟต์ 3 ด้าน มีไฟเตือนภัยขณะลิฟต์ขัดข้อง มีโทรศัพท์แจ้งเหตุฉุกเฉินติดตั้งในระดับ 90-120 เซนติเมตร จากพื้น มีระบบการทำงานให้ลิฟต์ลงจอดที่ระดับพื้นและประตูเปิดอัตโนมัติ มีเสียงบอกเลขชั้นและเสียงเตือนให้ทราบว่าเป็นประตูปิด-เปิด

บันไดของโรงแรม มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 35.56 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 20 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 44.44 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยสร้างบันไดให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร มีชานพักทุกระยะในแนวตั้ง 2 เมตร มีราวบันไดทั้งซ้ายและขวา ลูกตั้งของบันไดไม่เกิน 15 เซนติเมตรเพื่อการก้าวขึ้นในระดับมาตรฐาน และมีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตรเพื่อการเหยียบก้าวที่ปลอดภัย พื้นผิวของบันไดต้องทำด้วยวัสดุที่ไม่สั่น จมูกบันไดต้องมีสีแตกต่างจากพื้นผิวบันได หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมา 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร หากบันไดมีขนาดกว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไปจะต้องติดตั้งราวจับไว้ตรงกลางเสมอและระยะห่างระหว่างราวจับทั้งสองด้านควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร

ป้ายของโรงแรมไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยติดตั้งป้ายในทุก ๆ พื้นที่บริการ โดยป้ายเป็นน้ำเงินและสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากล เป็นสีขาวหรือสลับกัน มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้สัญลักษณ์หรือตัวอักษร โดยมีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน

ประตูของโรงแรม มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 14 มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 24 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 62 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยเปลี่ยนบานประตูที่เปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง หากบานประตูเป็นแบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร หากเป็นประตูที่มีบานเปิด-ปิดอัตโนมัติ ควรจะมีปุ่มกดที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็น สามารถควบคุมการเปิด-ปิดประตูด้วยตนเอง มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวตั้งทั้งด้านในและด้านนอกของประตู ในกรณีที่เป็นประตูกระจกหรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด อุปกรณ์ปิด-เปิดประตู เป็นชนิดก้านปิดหรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1.2 เมตร ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกหรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรจะมีพื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1.5x1.5 เมตร

หน้าต่างของโรงแรม มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 38 มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 14 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 48 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยไม่ติดตั้งหน้าต่างสูงจนเกินไปเพื่อให้สามารถมองเห็นวิวภายนอกได้ง่าย การปิด-เปิดหน้าต่างไม่ควรฝืดหรือสั่นเกินไป หากมีเหล็กดัดควรมีช่องที่สามารถเปิดได้ง่าย ยามฉุกเฉิน หน้าต่างที่มีมุ้งลวด สามารถถอดมาทำความสะอาดได้ กระจกที่สามารถเอื้อมถึงควรเป็นกระจกนิรภัย

พื้นผิวต่างสัมผัสของโรงแรม มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 13.33 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 86.67 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยใช้วัสดุปูพื้นที่ทำจากกระเบื้องปูพื้น พื้นทรายล้าง หินล้าง พรม หรือกระเบื้องยางก็ได้ มีขนาด 30 เซนติเมตรและไม่ลื่น และต้องมีสีที่แตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบที่ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตาสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

ห้องพักในโรงแรมของโรงแรม มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 63.33 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 36.67 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยโรงแรมที่มีห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป ควรจัดให้มีห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ห้องต่อจำนวนห้องพักทุก ๆ 100 ห้อง อยู่ใกล้บันไดหรือบันไดหนีไฟหรือลิฟต์ ภายในห้องพัก

มีสัญญาณบอกเหตุหรือเตือนภัย ทั้งสัญญาณที่เป็นเสียงและแสงและระบบสั่นสะเทือนติดตั้งไว้ บริเวณที่นอน มีสัญญาณรูปผู้สูงอายุติดไว้หน้าห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องนอน เช่นเตียง/ที่นอน/โซฟา/ราวจับ/ระบบไฟฟ้าฯ มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ เช่นโถส้วม อ่างล้างมือ ราวจับ พื้นอาบน้ำ ที่นั่งสำหรับอาบน้ำฯ

โรงแรมหรู หอประชุมของโรงแรม มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 5 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 95 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐาน โดยควรจัดให้มีพาหนะสำหรับรถเข็นอย่างน้อยหนึ่งทีทุก ๆ 100 ที่นั่ง มีพื้นที่ราบขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 1.4 เมตรต่อหนึ่งที ซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้ประตูทางออกหรือในตำแหน่งที่เข้าออกได้สะดวก ติดตั้งอุปกรณ์เช่นโทรศัพท์ ราวจับ พื้นผิวต่างสัมผัส ทางลาดหากห้องประชุมเป็นห้องสตูดิโอ

ประเภทที่ 2 และประเภทที่ 3 ประเภทรีสอร์ทและบูทีค ประกอบไปด้วย อโยธยา ริทริต, อโยธยา วิลเลจ, พลุชยา รีสอร์ท แอนด์ สปา, อโยธยา การ์เด้นริเวอร์โฮม โรงแรมโอโยเดียออนเดอะริเวอร์ และโรงแรมศาลาอโยธยา สามารถใช้เกณฑ์มาตรฐานอารยสถาปัตย์เดียวกันได้เนื่องโครงสร้างการออกแบบและรูปแบบของสถานประกอบการมีความคล้ายคลึงกัน โดยกำหนดเป็นมาตรฐานอารยสถาปัตย์ได้ดังนี้

ที่จอดรถของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 66.67 ที่จอดรถของบูทีค ไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยจัดพื้นที่รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้าง 2.40 เมตรและความยาว 6 เมตร โดยมีพื้นที่ข้างที่จอด 1 เมตร พื้นผิวเรียบและมีระดับเสมอกัน ทำสัญลักษณ์บนพื้นเป็นรูปผู้สูงอายุสากล ขนาด 90x90 เซนติเมตร และมีป้ายแนวตั้งเป็นรูปผู้สูงอายุสากลขนาด 30x30 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 2 เมตร จำนวนที่จอดรถควรมีอย่างน้อย 1 คันต่อ 50 คัน และห้ามให้มีการจอดซ้อนคัน หรือหากรีสอร์ทและบูทีคมีพื้นที่จำกัด ควรจัดสรรพื้นที่ตามความเหมาะสม

ทางลาดภายนอกอาคารของรีสอร์ท ไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100 และทางลาดภายนอกอาคารของบูทีค มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 62.50 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐาน ดังนี้ หากตัวอาคารอยู่ระนาบเดียวกับที่จอดรถและพื้นด้านนอกไม่จำเป็นต้องก่อสร้างทางลาดและควรทำพื้นที่ให้เรียบเสมอกันเพื่อสะดวกในการสัญจร หากตัวอาคารต่างระดับกับที่จอดรถและพื้นด้านนอกจะต้องก่อสร้างทางลาดมีความยาวตั้งแต่ 2.5 เมตร ต้องติดตั้งราวจับทั้ง 2 ข้าง ความยาวของทางลาดไม่เกิน 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 0.9 เมตร แต่ถ้าความ

ยาวของทางลาดเกินกว่า 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 1.5 เมตรและมีชานพักกว้าง 1.5 เมตร พื้นผิวต้องไม่ลื่น หากทางลาดไม่มีผนังกันให้ยกขอบสูง 15 เซนติเมตร และมีราวกันตก

ทางเข้าอาคารของรีสอร์ท มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 7.15 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 67.85 และทางเข้าอาคารของบูทีก มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 21.43 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 78.57 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยทำทางเข้าอาคารด้วยวัสดุผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือขรุขระไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจรอยู่ในระดับเดียวกับพื้นลานจอดรถหรือพื้นถนนภายนอกอาคาร มีความกว้างอย่างน้อย 1.5 เมตร หากมีการติดตั้งท่อระบายน้ำหรือรางระบายน้ำต้องมีฝาปิดสนิท หรือมีตะแกรงที่มีความกว้างของช่องตะแกรงไม่เกิน 1.3 เซนติเมตรเพื่อป้องกันล้อของรถเข็นติดช่องตะแกรง

ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคารของรีสอร์ท มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 7.15 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 67.85 และทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคารของบูทีก มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 21.43 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 78.57 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยทำทางเดินโดยใช้วัสดุผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือขรุขระไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจร ไม่มีขั้นบันได ความกว้างของทางเดินไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรสำหรับทางเดินที่ไม่มีการสวนกันของรถเข็น แต่หากเป็นทางเดินที่ต้องมีการสวนกันของรถเข็นต้องมีความกว้าง 1.5 เมตรขึ้นไป และติดตั้งอุปกรณ์ราวจับตามกับผนังเพื่อความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุที่เดินด้วยตนเอง

ราวจับของรีสอร์ท ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 และราวจับของบูทีกไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยติดตั้งราวจับตลอดแนวของพื้นที่ ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีลักษณะเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร ห่างจากผนังอย่างน้อย 4 เซนติเมตร

บันไดภายนอกอาคารของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 41.67 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 58.33 และบันไดภายนอกอาคารของบูทีก มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 27.78 และไม่มีมีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 72.22 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยก่อสร้างบันไดให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร มีชานพักทุกระยะในแนวตั้ง 2 เมตร มีราวบันไดทั้งซ้ายและขวา ลูกตั้งของบันไดไม่เกิน 15 เซนติเมตรเพื่อการก้าวขึ้นในระดับมาตรฐาน และมีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร

เพื่อการเหยียบก้าวที่ปลอดภัย พื้นผิวของบันไดต้องทำด้วยวัสดุที่ไม่ลื่น จมูกบันไดต้องมีสีแตกต่างจากพื้นผิวบันได หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมา 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร หากบันไดมีขนาดกว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไปจะต้องติดตั้งราวจับไว้ตรงกลางเสมอและระยะห่างระหว่างราวจับทั้งสองด้านควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร

ป้ายภายนอกอาคารของรีสอร์ทไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 และป้ายภายนอกอาคารของบูทไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐาน โดยติดตั้งป้ายในทุก ๆ พื้นที่บริการ โดยป้ายเป็นน้ำเงินและสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากลเป็นสีขาว หรือสลับกัน มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้สัญลักษณ์หรือตัวอักษร โดยมีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน

ประตูภายนอกอาคารของรีสอร์ท มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 20 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 80 และประตูภายนอกอาคารของบูท มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 10 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 90 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยเปลี่ยนมาใช้ประตูบานเลื่อน บานผลัก หรือประตูอัตโนมัติแทน หากเป็นประตูบานผลักต้องมีพื้นที่ว่างกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตรและความยาวไม่น้อยกว่า 1.5 เมตรเพื่อให้รถเข็นสามารถเข็นออกไปได้อย่างสะดวก หากเป็นประตูอัตโนมัติติดตั้งปุ่มกดให้อยู่ในระดับที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถกดได้อย่างสะดวก มือจับประตูควรมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร หากประตูเป็นกระจกควรติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัดเจน

พื้นผิวต่างสัมผัสของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 91.67 และด้านพื้นผิวต่างสัมผัสของบูทไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยใช้วัสดุปูพื้นที่ทำจากกระเบื้องปูพื้น พื้นทรายล้าง หินล้าง พรม หรือกระเบื้องยางก็ได้ มีขนาด 30 เซนติเมตร และไม่ลื่น และต้องมีสีที่แตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบที่ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตาสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

ทางลาดภายในอาคารของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 91.67 และทางลาดภายในอาคารของบูท ไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยสร้างหรือติดตั้งทางลาดที่มีความยาวตั้งแต่ 2.5 เมตร จะต้องติดตั้งราวจับทั้ง 2 ข้าง ความยาวของทางลาดไม่เกิน 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 0.9 เมตร แต่ถ้าความยาวของทางลาดเกินกว่า 6 เมตรจะต้องมีความกว้างของทางลาดอย่างน้อย 1.5 เมตรและมีชานพัก

กว้าง 1.5 เมตร พื้นผิวต้องไม่ลื่น หากทางลาดไม่มีผนังกั้นให้ยกขอบสูง 15 เซนติเมตร และมีราวกันตก

บริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุของรีสอร์ตไม่มีการจัดบริการคิดเป็นร้อยละ 100 และบริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุของบูทิก ไม่มีการจัดบริการคิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยจัดพื้นที่บริการให้ตั้งอยู่ในพื้นที่ ๆ เข้าถึงได้สะดวก โดยโต๊ะและเคาเตอร์ต้องมีความสูงไม่เกิน 80 เซนติเมตร ต้องมีที่ว่างข้างใต้ความสูงจากพื้น 70-75 เซนติเมตร ลึกไม่น้อยกว่า 40 เซนติเมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่เข็นสามารถสอดขาเข้าไปได้

ห้องน้ำของรีสอร์ต มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 11.90 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 34.52 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 53.58 และห้องน้ำของบูทิก มีการก่อสร้างและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 26.20 มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 11.90 และไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 61.90 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยเลือกติดตั้งอุปกรณ์เท่าที่จำเป็นสำหรับห้องน้ำเดิมหรือติดตั้งอุปกรณ์ทั้งหมด โดยห้องน้ำผู้สูงอายุควรมีอย่างน้อย 1 ห้องที่สามารถใช้ได้ทั้งชายและหญิง ไม่มีสิ่งกีดขวางใด ๆ ระดับพื้นห้องน้ำต้องเสมอกับพื้นด้านนอก หากพื้นที่ต่างระดับกันต้องทำทางลาด พื้นห้องน้ำต้องทำจากวัสดุผิวหยาบหรือขรุขระ กันน้ำและทำความสะอาดง่าย ระบายน้ำได้ดี โดยต้องมีพื้นที่ว่างหน้าประตูและในห้องน้ำอย่างน้อย 1.5 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถหมุนกลับตัวได้ ประตูห้องน้ำต้องเป็นการเปิดออกสู่ภายนอก ไม่มีธรณีประตู ประตูควรเป็นบานเลื่อนที่บีบมือจับประตูควรมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้นอย่างน้อย 80 เซนติเมตร อุปกรณ์ล็อกควรเป็นข้อลับหรือระบบที่สามารถปลดล็อกจากภายนอกได้ง่ายเพื่อป้องกันอันตรายเมื่อเกิดอุบัติเหตุในห้องน้ำ ติดตั้งปุ่มหรือเชือกสัญญาณฉุกเฉินเพื่อขอความช่วยเหลือจากภายนอก ใช้โถสุขภัณฑ์แบบชักโครก โดยที่นั่งสูงจากพื้น 45-50 เซนติเมตรมีพนักพิง และมีที่ปล่อยน้ำแบบคันโยกหรือปุ่มกดติดตั้งอยู่ด้านข้างหรือผนังด้านข้าง มีราวจับรูปตัวแอล (L) ที่ผนังข้างโถสุขภัณฑ์เพื่อช่วยในการพยุงตัว โดยติดตั้งยื่นล้ำหน้าโถ 25-30 เซนติเมตร แนวตั้งสูง 60 เซนติเมตร ส่วนราวจับบริเวณอ่างล้างมือ ควรมีความยาวอย่างน้อย 55 เซนติเมตร ติดสูงจากพื้นที่ระดับเดียวกับขอบบนของอ่างแต่หากพื้นที่มีอย่างจำกัดจากสิ่งก่อสร้างเดิมควรเลือกอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับพื้นที่ อ่างล้างมือควรอยู่ในตำแหน่งที่เข้าประตูได้ง่ายโดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ขอบบนของอ่างสูงจากพื้น 75-80 เซนติเมตร ควรมีที่ว่างใต้อ่างสูง 60 เซนติเมตร เพื่อให้รถเข็นสามารถสอดเข้าไปได้อย่างสะดวก ก๊อกน้ำเป็นชนิดก้านโยก ก้านปิด หรือระบบอัตโนมัติ กระจกเงา ติดตั้งไว้เหนืออ่างล้างมือให้เอียงลงเล็กน้อย ขอบล่างของกระจกสูงจากพื้นห้องน้ำไม่เกิน 1 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็น



สามารถส่องได้ โถปัสสาวะชายในกรณีที่ไม่แยกห้องน้ำ ควรมีโถปัสสาวะชายที่มีระดับเสมอพื้น โดยมีราวจับแนวนอนที่ด้านบนของโถ สูงจากพื้น 1.2-1.3 เมตร ยาว 50-60 เซนติเมตร โดยติดตั้งไว้ด้านข้างของโถทั้งสองข้างสูงจากพื้น 0.8-1.0 เมตร ยาว 55-60 เซนติเมตร โดยพื้นที่หน้าโถควรมีที่ว่างอย่างน้อย 90x120 เซนติเมตร เพื่อการเข้าถึงที่สะดวก คั่นกดชักน้ำ ติดตั้งอยู่ที่ 110 เซนติเมตรเหนือพื้นราบ และติดตั้งสัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉินแบบปุ่มกด หรือแบบปุ่มสัมผัสหรือแบบเชือกดึง โดยติดตั้งที่ระดับความสูง 2 ระดับ ได้แก่ ความสูง 25-30 เซนติเมตร และความสูง 80-95 เซนติเมตร ติดตั้งไว้บริเวณโถสุขภัณฑ์ อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเอื้อมถึงและใช้สะดวก และมีกล่องใส่กระดาษเช็ดมือ/ผู้สำหรับเช็ดมือในห้องน้ำ ด้วยเสมอ

ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคารของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 62.50 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 37.50 และทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคารของบูทิค มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 87.50 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยใช้วัสดุพื้นผิวเรียบ เสมอกัน ไม่ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวาง ทางเดินแบบไม่สวนกันควรมีความกว้างที่อย่างน้อย 90 เซนติเมตร ทางเดินแบบสวนกันได้ ต้องมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร

ราวจับของรีสอร์ท ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 และราวจับของบูทิค ไม่มีการ ติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยติดตั้งราวจับตลอดแนว ของพื้นที่ ทำด้วยวัสดุผิวเรียบ มีลักษณะเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 เซนติเมตรขึ้นไป ติดตั้งสูงจากพื้น อย่างน้อย 80 เซนติเมตร ห่างจากผนังอย่างน้อย 4 เซนติเมตร

ลิฟต์ของรีสอร์ทและบูทิค ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งลักษณะโครงสร้าง ของรีสอร์ทและบูทิคไม่จำเป็นต้องติดตั้งลิฟต์ หากต้องการติดตั้งให้ใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์ ของโรงแรมด้านลิฟต์

บันไดของรีสอร์ทมีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 25 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ และบันไดของบูทิค มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 61.11 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 38.89 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐาน โดยสร้างบันไดให้มีความกว้างไม่น้อยกว่า 1.5 เมตร มีชานพักทุกระยะในแนวตั้ง 2 เมตร มีราว บันไดทั้งซ้ายและขวา ลูกตั้งของบันไดไม่เกิน 15 เซนติเมตรเพื่อการก้าวขึ้นในระดับมาตรฐาน และมีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตรเพื่อการเหยียบก้าวที่ปลอดภัย พื้นผิวของบันได ต้องทำด้วยวัสดุที่ไม่ลื่น จมูกบันไดต้องมีสีแตกต่างจากพื้นผิวบันได หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมา

30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร หากบันไดมีขนาดกว้างตั้งแต่ 3 เมตรขึ้นไปจะต้องติดตั้งราวจับไว้ตรงกลางเสมอและระยะห่างระหว่างราวจับทั้งสองด้านควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร

ป้ายภายในอาคารของรีสอร์ท ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 และป้ายของบูทิค ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยติดตั้งป้ายในทุก ๆ พื้นที่บริการ โดยป้ายเป็นน้ำเงินและสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากลเป็นสีขาวหรือสลับกัน มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้สัญลักษณ์หรือตัวอักษร โดยมีความชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างเพื่อให้มองเห็นได้ชัดเจน

ประตูของรีสอร์ท มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 30 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 70 และประตูของบูทิค มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 10 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 90 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยเปลี่ยนบานประตูที่เปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง หากบานประตูเป็นแบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร หากเป็นประตูที่มีบานเปิด-ปิดอัตโนมัติ ควรมีปุ่มกดที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็น สามารถควบคุมการปิด-เปิดประตูด้วยตนเอง มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวตั้งทั้งด้านในและด้านนอกของประตู ในกรณีที่เป็นประตูกระจกหรือลูกฟัก เป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด อุปกรณ์ปิด-เปิดประตู เป็นชนิดก้านปิดหรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1.2 เมตร ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกหรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรมีพื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1.5x1.5 เมตร

หน้าต่างของรีสอร์ท มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 30 มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 15 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 55 และหน้าต่างของบูทิค มีการติดตั้งและได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 40 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 60 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยไม่ติดตั้งหน้าต่างสูงจนเกินไปเพื่อให้สามารถมองเห็นวิวภายนอกได้ง่าย การปิด-เปิดหน้าต่างไม่ควรฝืดหรือลื่นเกินไป หากมีเหล็กดัดควรมีช่องที่สามารถเปิดได้ง่ายยามฉุกเฉิน หน้าต่างที่มีมุ้งลวด สามารถถอดมาทำความสะอาดได้ กระจกที่สามารถเอื้อมถึงควรเป็นกระจกนิรภัย

พื้นผิวต่างสัมผัสของรีสอร์ท มีการติดตั้งแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 41.67 และไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 58.33 และพื้นผิวต่างสัมผัสของบูทิค ไม่มีการติดตั้ง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไขให้ได้มาตรฐานโดยใช้วัสดุปูพื้นที่ทำจากกระเบื้องปูพื้น

พื้นทรายล้าง หินล้าง พรหม หรือกระเบื้องยางก็ได้ มีขนาด 30 เซนติเมตรและไม้สี และต้องมีสีที่แตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบที่ผู้สูงอายุที่มีปัญหาด้านสายตาสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย

ห้องพักของรีสอร์ท มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 66.67 และห้องพักของบูทีค มีการก่อสร้างแต่ไม่ได้มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 33.33 และไม่มี การก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 66.67 ซึ่งสามารถปรับปรุงแก้ไข ให้ได้มาตรฐานโดยโรงแรมที่มีห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป ควรจัดให้มีห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ห้องต่อจำนวนห้องพักทุก ๆ 100 ห้อง อยู่ใกล้บันไดหรือบันไดหนีไฟหรือลิฟต์ ภายในห้องพักมีสัญญาณบอกเหตุหรือเตือนภัย ทั้งสัญญาณที่เป็นเสียงและแสงและระบบ สั่นสะเทือนติดตั้งไว้บริเวณที่นอน มีสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุติดไว้หน้าห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องนอน เช่นเตียง/ที่นอน/โซฟา/ราวจับ/ระบบไฟฟ้า มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ เช่นโถส้วม อ่างล้างมือ ราวจับ พื้นที่อาบน้ำ ที่นั่งสำหรับอาบน้ำ

โรงแรมหรู หอประชุมของรีสอร์ท ไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100 และ โรงแรมหรู หอประชุมของบูทีค ไม่มีการก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งไม่มีการก่อสร้าง แต่หากต้องการสร้างให้ใช้มาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมด้านโรงแรมหรู หอประชุม

### ข้อเสนอแนะ

แนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มุ่งเน้นให้ทุกภาคส่วนได้รับประโยชน์ร่วมกันอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ภาคเอกชน ภาคประชาชน นักท่องเที่ยว โดยเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนได้ร่วมกัน แสดงความคิดเห็นนำไปสู่การสร้างมาตรฐานอารยสถาปัตย์ร่วมกันเพื่อให้สถานประกอบการ นำไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับแนวโน้มของสังคมผู้สูงอายุในอนาคต ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เสนอ สาระสำคัญประกอบด้วย ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการ ทำวิจัยครั้งต่อไป ตามรายละเอียดนี้

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านมาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรม สถานประกอบการอาทิ โรงแรม รีสอร์ท บูทีค เกสต์เฮาส์ ก็สามารถนำมาตรฐานนี้ไปใช้จัดการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทั้งภายนอก และภายในโดยใน ขั้นที่หนึ่งให้เลือกติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น ที่นั่ง อาบน้ำ ประตูบานเลื่อน ราวจับ ราวพยุง ขั้นที่สองปรับปรุงแก้ไขทางลาด ราวจับ บันได ลิฟต์ หรือหากต้องการการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนให้ปรับปรุงทั้งภายนอกและภายในควบคู่กันไป ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้จะแยกมาตรฐานอารยสถาปัตย์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ มาตรฐาน

อารยสถาปัตย์สำหรับโรงแรม และมาตรฐานอารยสถาปัตย์สำหรับรีสอร์ทและบูทีคสถานประกอบการเลือกเกณฑ์มาตรฐานไปใช้ตามความเหมาะสม

2. ด้านหน่วยงานอื่นได้แก่ บ้าน ชุมชน ศูนย์ราชการ หน่วยงานของรัฐ หน่วยงานเอกชน แหล่งท่องเที่ยว ห้างสรรพสินค้า สถานีบริการน้ำมัน ร้านอาหาร ควรให้ความสำคัญต่อความเสมอภาคเพื่อให้ทุกคนบนโลกสามารถใช้งานได้อย่างเท่าเทียมกัน เพราะหากมีหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งที่วางแผนปรับปรุงสิ่งก่อสร้างและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานอารยสถาปัตย์แต่หน่วยงานอื่น ๆ ไม่รวมมือกัน การสร้างเมืองต้นแบบเพื่อรองรับผู้สูงอายุจะไม่เกิดเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุถือเป็นการวางแผนในการรองรับกลุ่มลูกค้าในอนาคตที่จะเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการมากขึ้น เมืองแนวโน้มของสังคมผู้สูงอายุกำลังเติบโตขึ้น อีกทั้งการปรับปรุงอาคารและสิ่งแวดล้อมยังสามารถสร้างแรงจูงใจในการเลือกที่พักให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและกลุ่มผู้สูงอายุได้อีกด้วย ในส่วนของภาครัฐนอกจากจะต้องเร่งปรับปรุงกฎหมายที่คนในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะต้องช่วยผลักดันกฎหมายเกี่ยวกับการลดหย่อนภาษีให้กับสถานประกอบการที่มีสิ่งก่อสร้างและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานอารยสถาปัตย์ พัฒนานโยบาย กลไก การจัดการในพื้นที่และทำประชาสัมพันธ์ให้กับสถานประกอบการได้ทราบและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและที่พักที่รองรับผู้สูงอายุ โดยทำการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหันมาเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากยิ่งขึ้น และควรทำการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญของคุณแลสุขภาพให้แข็งแรง และให้เข้าใจว่าผู้สูงอายุเป็นวัยที่สมรรถภาพทางร่างกายถดถอยจึงสมควรที่จะต้องดูแลสุขภาพแต่เนิ่น ๆ เพื่อลดการพึ่งพาทั้งด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านโภชนาการ การออกกำลังกายเพื่อพัฒนาผู้สูงอายุให้เป็นคนที่มีคุณภาพและมีคุณค่าสามารถปรับตัวทันการเปลี่ยนแปลง โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการนำความและประสบการณ์ของผู้สูงอายุมาเป็นคลังสมองของชาติมาใช้ประโยชน์แก่สังคมและประเทศชาติ รวมไปถึงการให้ความรู้ในการติดตั้งอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกสำหรับทุกคนรวมทั้งผู้สูงอายุและผู้พิการให้สามารถใช้งานได้ยากสะดวกและปลอดภัย

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมถึงอารยสถาปัตยกรรมเพื่อผู้สูงอายุ ยังมีประเด็นอื่น ๆ ที่น่าสนใจและสำคัญต่อการแสวงหาคำตอบ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในหลายแง่มุมมาผนวกกันและพัฒนาจังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้เป็นเมืองต้นแบบเพื่อผู้สูงอายุ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูด้านสุขภาพผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ควรมีการศึกษากิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ควรศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับที่พักแรมเพื่อผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
4. ควรศึกษาการปรับปรุงผังเมืองเพื่อให้สอดคล้องกับการเป็นเมืองต้นแบบเพื่อผู้สูงอายุ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
5. ควรศึกษาการประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเพื่อผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กรวรรณ สังขกร. (2555). การจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในภาคเหนือตอนบน. วารสารวิทยาสถิตศึกษาด้านการจัดการ, 15, 85-100.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560ก). สถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2559. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2560, จาก <https://www.mots.go.th>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560ข). สถิตินักท่องเที่ยว ที่พักค้างแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นเมื่อ 7 มกราคม 2560, จาก <https://www.mots.go.th>
- กฤตชนพัชฌ์ บุญช่วย. (2557). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ที่มีต่อการให้บริการของโรงแรมในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา, 6 (2), 151-167.
- กวิณ วงษ์สีดี. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). ความหมายของนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพียร์สันแอดิ ดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- จันทร์จิตร เขียรสิริ, สุรีย์ บุญญานุกพงศ์, กรวรรณ สังขกร และฉันทวัฒน์ วันดี. (2554). การประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- จิรภา ธีรินทรพงศ์. (2550). ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการโรงแรม: กรณีศึกษาโรงแรมระดับ 3 ดาว ในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, ภูเก็ต.

เจษฎา ขวัญเมือง, วรรณิศา ทะระราชฎี, ดวงกมล รามัญ และรัตนกรรณ ปรีสุทธิจิตต์. (2560).

**ความหมายของการท่องเที่ยว.** สืบค้นเมื่อ 14 มกราคม 2560, จาก

<https://tourismatbuu.wordpress.com/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B9%89%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%95%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88/>

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2546). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 4).

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตรสุมน พฤตมิถุนิโย. (2553). **หลักการวิจัยทางสังคม.** กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่งคง.

ชื่น เตชามหาชัย. (2542). **คู่มือการส่งเสริมสุขภาพที่พึงประสงค์ในผู้สูงอายุ สำหรับ**

**บุคลากรสาธารณสุข.** กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรประเทศไทย.

ไตรภพ โคตรวงษา. (2549). **อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยว**

**ชาวอังกฤษในการเลือกใช้บริการโรงแรมเครือข่ายในจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทองใบ สุดซารี. (2543). **ทฤษฎีองค์การวิเคราะห์แนวความคิดทฤษฎีและการประยุกต์.**

กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

เทพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. (2540). **พฤติกรรมองค์การ** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:

ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงษ์. (2534). **การตลาดสำหรับนักบริหาร.** กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงษ์. (2547). **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด.** กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธรรวรรณ แสงสุวรรณ. (2547). **การจัดการการตลาด** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอด์

ดูเคชั่น อินโดไชน่า.

ธีรกีติ นวรัตน์ ณ อยู่ชยา. (2547). **การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์.**

กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- ธีรยุทธ์ เมืองแก้ว. (2554). การวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบประเมินในการประหยัดพลังงานไฟฟ้า. วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา, 5 (2), 40-48.
- นรินทร์ เอมกลีน. (2553). กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- นฤมล บัวจันทร์ (2551). พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้า ที่มีต่อการบริหารจัดการของโรงแรมอยุธยาแกรนด์ไฮเต็ล. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- นิคม จารุมณี. (2536). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2543). การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุษบา สิทธิการ และสิริวัฒนา ใจมา. (2552). การพัฒนาบทบาทองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมและสนับสนุนความพร้อมของเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ในกลุ่มภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ปวีศา สิทธิสาร. (2551). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวชมนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, พระนครศรีอยุธยา.
- พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา (2542). พฤติกรรมกลุ่ม=Group behavior. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- พยอม ธรรมบุตร. (2546). องค์ประกอบการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.
- ไพฑูรย์ พงคะบุตร และวิลาสวงศ์ พงคะบุตร. (2542). คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนา สุขะนิรินทร์. (2547). ความคาดหวังและการรับรู้ที่มีผลต่อความพึงพอใจในบริการล้านช้าง รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรป. สารนิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2546). พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ. กรุงเทพฯ: ราชกิจจานุเบกษา.

- ราชกิจจานุเบกษา. (2547). **พระราชบัญญัติโรงแรม**. กรุงเทพฯ: ราชกิจจานุเบกษา.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2526). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525**. กรุงเทพฯ: นานมีบุคส์พับลิเคชั่นส์.
- ราณี อิลิชัยกุล. (2557). **การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราณี อิลิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2552). **การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย: ชุดโครงการวาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนา และจัดการการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เรณูมาศ มาอุ่น, สมคิด ปราบภัย และนพรัตน์ ศุทธิถกกล. (2556). **การเตรียมบุคลากร ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุเพื่อเตรียมความพร้อม เข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558**. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่ง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลือชา สารระคง. (2547). **การศึกษากระบวนการบริหารของผู้บริหาร โรงเรียน ประถมศึกษาสังกัด สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ ของสำนักงานข้าราชการครู คุรุศึกษาโรงเรียนประถมศึกษาในจังหวัดภาคใต้**. วิทยานิพนธ์ ค.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, ภูเก็ต.
- วารุณี ตันติวังศ์วาณิช. (2546). **หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน Principles of marketing: Phillip Kotler**. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วิษชุดา จิตอัคคะ. (2551). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อรูปแบบ กิจกรรมขององค์การพิพิธภัณฑศึกษาาสตร์แห่งชาติ**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เว็บมาสเตอร์. (2562). **องค์ประกอบของอารยสถาปัตยกรรม**. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2562, จาก [www.webmaster.or.th/webaward](http://www.webmaster.or.th/webaward)
- ศศิพัฒน์ ยอดเพชร. (2544). **สวัสดิการผู้สูงอายุ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ศาสน์ สุขประเสริฐ. (2558). **มาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุในที่พัก อาศัย และสถานที่สาธารณะ**. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ซีรฟิล์มและเท็กซ์.
- สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. (2552). **รายงานประจำปี 2552**. นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.
- สมาคมสถาปนิกสยาม. (2557). **ข้อแนะนำการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุกคน**. กรุงเทพฯ: สมาคมสถาปนิกสยาม.
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). **รายงานประจำปี 2559**  
**สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.)** กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- สมนึก จันทรประทีน. (2552). **การวิเคราะห์การแข่งขันทางการตลาด**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมพร สุทัศน์ีย์ (2544). **การทดสอบทางจิตวิทยา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สายัณห์ เทียนนิมลชัย. (2551). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของคุณกระจายสินค้า เทสโก้ โลตัส อำเภอวังน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**.  
พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2550). **รายงานการสำรวจประชากรสูงอายุ**. กรุงเทพฯ: กลุ่มสถิติ 4 สำนักสถิติเศรษฐกิจสังคมและประชาชาติ.
- สำนักปลัดกระทรวงมหาดไทย. (2541). **โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม จังหวัดเชียงใหม่**. กรุงเทพฯ: แอล.พี.เพรส.
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). **การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ. (2551). **รายงานผลการดำเนินการรองรับสิทธิผู้สูงอายุตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2550**.  
กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและพิทักษ์ผู้สูงอายุ.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2547). **จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์**. กรุงเทพฯ: เม็ดทรายปริ้นติ้ง
- สุชา จันทรเอม และสุรางค์ จันทรเอม. (2529). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ: แพร์พิทยา.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2538). **นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา**. กรุงเทพฯ: ประกายพริก.
- สุเทพ พานิชพันธุ์. (2541). **ความพึงพอใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

- สุธีรา น้อยจันทร์. (2530). การศึกษาบทบาทของครอบครัวในการดูแลผู้สูงอายุ: ศึกษาเฉพาะกรณีครอบครัวผู้ใช้บริการศูนย์บริการทางสังคมผู้สูงอายุ ดินแดง และครอบครัว สมาชิกชมรมผู้สูงอายุโรงพยาบาลสงฆ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภมาศ อังคุชิตี, สมถวิล วิจิตรวรรณ และรัชณีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2551). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL. กรุงเทพฯ: มิสชั่นมีเดีย.
- สุภัคญาณี สุขสำราญ. (2544). ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมและความคาดหวังของผู้บริหารและครูผู้สอนสถานศึกษาเอกชน เขตการศึกษา 5 ในการปฏิรูปการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. เพชรบุรี: สถาบันราชภัฏเพชรบุรี.
- สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์. (2540). ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศ แบบมีสัญญาผูกพันในจังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สุรกุล เจนอบรม. (2541). วิสัยทัศน์ผู้สูงอายุและการศึกษานอกระบบสำหรับผู้สูงอายุไทย. กรุงเทพฯ: นิชินแอดเวอร์ไทซิงกรุ๊ป.
- สุรชาติ สินวรรณ (2558). แนวทางการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมทางกายภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุและพิการ ตลาดน้ำตลิ่งชัน. วารสารวิจัย มสธ สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 11 (3), 97-116.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: อีระพิมพ์ และไซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). ครบเครื่องเรื่องการค้าปลีกการตลาด. กรุงเทพฯ: อรรถมสาร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). กลยุทธ์การตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อริยา คูหา. (2545). แรงจูงใจและอารมณ์. ปัตตานี: ภาคจิตวิทยาและการแนะแนว คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- อารี พันธุ์มณี. (2534). จิตวิทยาการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ.
- อุบลรัตน์ เพ็งสถิตย์. (2546). จิตวิทยาพัฒนาการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- เอกพล วงศ์เสวี, เฉลิมพร วรพันธ์กิจ และกมลวรรณ กิตติอุดมรัตน์. (2556). การพัฒนาสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจบริการเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับประชาคมอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน: ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ และตรัง. ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- Abdul Rahim, H. (2010). Teaching Competency Testing Among Malaysian School Teachers. **Journal of Social Sciences**, 12(4), 610–617.
- Abraham, M. (1943). A Theory of Human Motivation. **Psychological Review**, 10, 370–396.
- Anderson, B. and Langmeyer, L. (1982). The under-50 and over-50 travelers: a profile of similarities and differences. **Journal of Travel Research**, 8, 20–24.
- Armstrong, G. and Kotler, P. (2006). **Principles of Marketing**. Pearson: Prentice Hall.
- attributes: A preliminary study of mature British travellers. **International Journal of Tourism Research**, 2(2), 97–118.
- Autsawin, S. (2008). Travel Motivations of Japanese Senior Travelers to Thailand. **International Journal of Tourism Research**, 10, 81–94.
- Ayed, M. and Majed, Q. (2012). Assessing the Relationship between Marketing Mix and Loyalty through Tourists Satisfaction in Jordan Curative Tourism. **American Academic & Scholarly Research Journal**, 3, 78–94.
- Backman, K. S. and Silverberg, K. B. (1999). Investigation into the psychographics of senior nature-based travelers. **Tourism Recreation Research**, 7 (3), 13–22.
- Blenman, G. and Romsa, N. (1989). Vacation Patterns of the Elderly German. **Annals of Tourism Research**, 14, 178–188.
- Bowen, J. T., Makens, J. C. and Kotler, P. (1994). **Marketing management: Analysis planning implementation and control**. Englewood cliffs: Prentice Hall.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination in the future. **Tourism Management**, 21(1), 97–116.
- Bulent, I. and Barber, B. K. (2012). **Fundamentals of Planning and Developing Tourism**. New Jersey: Pearson.

- Callan, R. J. and Bowman, L. (2000). Selecting a hotel and determining salient quality attributes: A preliminary study of mature British travellers. **International Journal of Tourism Research**, 2(2), 97–118.
- Cathy, H.C. and Huang, S. (2008). **Travel Motivation: a Critical Review of the Concept's Development**. Beijing: CAB International.
- Chen, K. H., Kaung, H. E., Feng, C. G., Hsiang, F.S. and Gutman, E. G. (2015). Wellness tourism among seniors in Taiwan: Previous experience, service encounter expectations, organizational characteristics, employee characteristics and customer satisfaction. **Sustainability**, 7(8), 10576–10601.
- Cheong, S., Chi-Mei, E. and Wu, J. (2006). Senior Travel Motivation and the Influential Factors : An Examination of Taiwanese Seniors. **Tourism Management**, 14, 306–316.
- Chih-Hung, S. (2008). Quality of life and its association with insight, adverse effects of medication and use of atypical antipsychotics in patients with bipolar disorder and schizophrenia in remission. **Bipolar Disorder**, 10, 617–624.
- Choi, T. Y. and Chu, R. (2001). Determination of hotel guest' satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry. **International Journal of Hospitality Management**, 20, 277–297.
- Cleaver, F. (1999). Paradoxes of Participation: Questioning Participatory Approaches to Development. **Journal of International Development**, 11, 597–612.
- Edward, J. M. (2012). **Universal Design: Creating Inclusive Environments**. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Emenheiser, B. D. and Wuest, T. R. (2001). Is the Lodging Industry Serving the Needs of Mature Consumers? A Comparison of Mature Travelers' and Lodging Managements, Perception of service Needs. **Journal of Hospitality&Leisure Marketing**, 8, 85–96.
- Evans, L. H. (1962). Unesco in Africa. **Journal Indexing and Metrics**, 5 (8), 25–27.
- Fleischer, A. and Pizam, A. (2002). Tourism Constraints among Israeli Seniors. **Annals of Tourism Research**, 5 (2), 106–123.

- Greenberg, G. M. (1999). Ideal psychotherapy research: A study of significant change processes. **Journal of Clinical Psychology**, 2, 1467–1480.
- Gulick, L. (1937). **Papers on the Science of Administration**. New York: Institute of Public Administration.
- Heide, M. and Gronhaug, K. (2009). **Key Factors in Guests' Perception of Hotel Atmosphere**. New York: Cornell Hospitality Quarterly.
- Henkin, T. C. (1979). **Hotel&Motel Management**. Ohio: South Westen.
- Henri, F. (1949). **General and Industrial Management**. London: Sir Issac Pitman&Sons.
- Hilgard, E. R. (1967). **Introduction to Psychology**. New York: Harcourt Prace World.
- Horneman, L. (2002). Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective. **Journal of Travel Research**, 41(1), 23–38.
- Houston, R. W. (1972). **Developing Instructional Modules**. Houston: University of Houston.
- Japan Tourism Bureau. (2011). **Tourism Statistics**. Retrieved May 16, 2017, form <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/>
- Javalgi, R. G., Thomas, E. G. and Rao, S. R. (1992). Consumer behavior in the U.S.pleasure travel marketplace: An analysis ofsenior and nonsenior travelers. **Journal of Travel Research**, 31(2), 14–19.
- Johan, L. and Peter, B. L. (2000). Perceived Safety as an Important Quality Dimension among Senior Tourists. **Tourism Economic**, 6, 151–158.
- Kaisa, B. (1999). Model for the self-care of home-dwelling elderly. **Journal of Advanced Nursing**, 5, 564–572.
- Kastarlak. B. I. and Barbber, B. K. (2011). **Fundamentals of Planning and Developing Tourism**. Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). **Marketing Management**. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., John, T. B. and James, C. M. (2006). **Marketing for Hospitality and Tourism** (4<sup>th</sup> ed.). United States of America: Pearson Education.
- Lieux, E. M., Weaver, P. A. and McCleary, K. W. (1994). Lodging preferences of the seniortourism market. **Annals of Tourism Research**, 21(4), 712–728.

- Littrell, M.A., Rosalind, C. P. and Kun, S. (2004). "Senior Travellers: Tourism Activities and Shopping Behaviours." **Journal of Vacation Marketing**, 10(4), 348–362.
- Lohmann, T. (2001). **Management Guide**. Germany: Cuxhaven.
- Louis, H., Carter, R. W., Sherrie, W. and Hein, R. (2002). Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective . **Journal of Travel Research**, 41, 23–38.
- Martin, L. (2001). Predicting travel Patterns of Senoir Citizens: How the Past May Provide a Key to the Future. **Journal of Vacation Marketing**, 7, 357–366.
- Mary, A. L., Rosalind, C. P. and Kun Song. (2004). Senior Travellers: Tourism Activities and Shopping Behaviours. **Journal of Vacation Marketing**,10, 348–362.
- Megan, C., Thomas, E. M., Hein, F.M. and Sherrie, W. (1999). Tourism Production Development for the Senior Market, Based on Travel–Motive Research. **Tourism Recreation Research**, 24, 5–11.
- Megen, C. and Thomas, E. M. (2004). Tourism for the Young–old and Old–old. New Horizons in Tourism: Strange Experiences and Stranger Practices Edited by TV Singh. **CABI Publishing Cambridge**, 11, 163–180.
- Patterson, I. (2002). Baby Boomers and Adventure Tourism: The Importance of Marketing the Leisure Experience. **World Leisure**, 29, 4–10.
- Pearce, P., Morrison, A. M. and Rutledge, J. L. (1998). **Tourism: Bridges acrosscontinents**. Sydney: McGraw–Hill.
- Radisic, B. B., Perisic, M. and Berecic, J. (2010). **Marketing in selling the hotel Product**. Opatija: Biennial International Congress.
- Ruys, S. and Wei, H. (1998). **Seniors and Industry Perception Survey**. Brisbane: University of Queensland.
- Ruys, S. and Wei, H. (2001). The senior drive tour market in Australia. **Journal of Vacation Marketing**, 4 (2), 209–219.
- Sellick, M. C. (2004). Discovery, Connection, Nostalgia–Key Travel Motives Within the Senior Market. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 17(1), 55–71.
- Simplypsychology. (2018). **Maslow's Hierarchy of Needs**. Retrieved May 10, 2017, form <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>



- Smith, W., Liping, A. C., Joseph, T. and Bai, O. (1999). Senior-Sensitive Segment: Looking at Travel Behavior In K.S. Chon. **The Practice of Graduate Research in Hospitality and Tourism**, 17(2), 75–89.
- Steadman, C. E. and Kasavana, M. L. (1988). **Managing front office operations** (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Educational Institute of the American Hotel&Motel Association.
- Stowe, S. (1989). Segmentation of the Senior Pleasure Travel Market. **Journal of Travel Research**, 27, 14–22.
- Stowe, S. (2000). Segmentation the market: 10 Years Later. **Journal of Travel Research**, 39, 11–26.
- Tsai, L. and Hsien-Tang, H. (2003). The Study of Senior Traveler Behavior in Taiwan. **Tourism Management**, 11, 561–574.
- Turner, J. C. (1982). **Towards a cognitive redefinition of the social group**. Cambridge: Cambridge University Press.
- United Nations. (2007). **Worlds Population Ageing 2007**. New York: Department of Economic and Social Affairs Population Division.
- Vroom, H. V. (1964). **Work and Motivation**. Now York: Wiley and Sons.
- Wang, Y. (2008). Segmenting the mature travel market by motivation. **International Journal Data Analysis Techiques and Strategies**, 10, 193–209.
- Weaver, P. A. and Macleary, K. W. (1994). Lodging preferences of the senoir tourism market. **Annals of Tourism Research**, 4, 712–728.
- World Health Organization. (2015). **World report on Ageing and Health**. Geneva: World Health Organization.
- Wuest, B., Emenheiser, D. and Tas, R. (2001). Is the Lodging Industry Serving the Needs of Mature Consumers? A Comparison of Mature Travelers and Lodging Managers Perceptions of Service Needs. **Journal of Hospitality&LeisureMarketing**, 8(3), 85–96.
- Young-joo, A. and Megan, C. J. (2011). Motivations and benefits of the travel experiences of older adults. **Educational Gerontology**, 11(3), 653–673.

- Yu-Shan, C., Shyh-Bao, L. and Chao-Tung, W. (2006). The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. **Journal of Business Ethics**, 67(4), 331–339.
- Zimmer, M. S., Searle, Z. and Brayley, E. (1995). Whether to go and Where to Go: Identification of Important Influences on Senior and Decisions to Travel. **Journal of Travel Research**, 33, 3–10.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

สถานที่ \_\_\_\_\_  
 วันที่ \_\_\_\_\_  
 เวลา \_\_\_\_\_  
 ผู้สำรวจ \_\_\_\_\_



แบบสำรวจสิ่งก่อสร้างของโรงแรมที่ออกแบบเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ  
 เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรม  
 เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง  ที่ตรงกับสภาพแวดล้อมของท่าน

สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร		ไม่มี	มี แต่ยังไม่ได้มาตรฐาน	มี และได้มาตรฐาน	หมายเหตุ
<b>ที่จอดรถ</b>					
1	พื้นที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.4 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 6 เมตร				
2	พื้นที่ว่างข้างที่จอดไม่น้อยกว่า 1 เมตร ตลอดความยาวของที่จอด มีลักษณะเป็นพื้นผิวเรียบและมีระดับเสมอกัน				
3	สัญลักษณ์บนพื้นที่จอดรถเป็นรูปผู้สูงอายุหันด้านขวาบนพื้นที่จอดรถ มีขนาดไม่น้อยกว่า 90x90 เซนติเมตร				
4	ป้ายสัญลักษณ์แนวตั้งเป็นรูปผู้สูงอายุขนาดไม่น้อยกว่า 30x30 เซนติเมตร ติดตั้งสูง 2 เมตรวัดจากระดับพื้นถึงป้าย				
5	จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 50 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 51-100 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุ อย่างน้อย 2 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 101-150 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุ อย่างน้อย 2 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 151-250 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุ อย่างน้อย 3 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 251-350 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุ อย่างน้อย 4 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 351-450 คัน ต่อที่จอดรถผู้สูงอายุ อย่างน้อย 5 คัน				

สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร		ไม่มี	มี แต่ยังไม่ได้มาตรฐาน	มี และได้มาตรฐาน	หมายเหตุ
6	ที่จอดรถผู้สูงอายุต้องไม่ชนกับทางเดินรถ (จอดซ้อนคัน)				
<b>ทางลาดภายนอกอาคาร</b>					
1	ความยาวทางลาดน้อยกว่า 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 เมตร				
2	ความยาวทางลาดมากกว่าหรือเท่ากับ 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 1.50 เมตร พื้นผิววัสดุไม่ลื่น				
3	ความยาวช่วงละไม่เกิน 6.00 เมตร ถ้าเกินต้องมีชานพักกว้าง 1.50 เมตร ถ้ามีความยาวตั้งแต่ 2.50 เมตร ต้องมีราวจับทั้ง 2 ข้าง				
4	ทางลาดด้านที่ไม่มีผนังกันให้ยกขอบสูงจากพื้นผิวของทางลาดไม่น้อยกว่า 15 เซนติเมตร และมีราวกันตก				
<b>ทางเข้าอาคาร</b>					
1	เป็นพื้นผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือผิวขรุขระ ไม่มีสิ่งกีดขวางหรือส่วนของอาคารยื่นล้ำออกมา				
2	อยู่ในระดับเดียวกับพื้นถนนภายนอกอาคารหรือลานจอดรถ				
3	มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร				
4	ท่อระบายน้ำหรือรางระบายน้ำบนพื้นมีฝาปิดสนิท ถ้าฝาเป็นแบบตะแกรงมีขนาดของช่องตะแกรงกว้างไม่เกิน 1.3 เซนติเมตร				
5	ในบริเวณที่เป็นทางแยกหรือทางเลี้ยวให้มีพื้นผิวต่างสัมผัสและต้องมีผนังหรือราวกันตกทั้งสองด้าน				
6	อุปกรณ์ที่แขวนอยู่ในเขตทางสัญจร ให้แขวนสูงจากระดับพื้นไม่ต่ำกว่า 2.00 เมตร เพื่อให้ผู้ที่สัญจรผ่านได้อย่างสะดวกและปลอดภัย				
7	ในกรณีที่เป็นอุปสรรคต่อผู้สูงอายุ ที่สูงจากระดับพื้นไม่เกิน 2.00 เมตร แต่จำเป็นต้องยื่นล้ำเข้ามาในเขตทางสัญจร สามารถยื่นล้ำได้ไม่เกิน 10 เซนติเมตร				
<b>ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร</b>					
1	พื้นผิวเรียบเสมอกัน ผิวหยาบหรือผิวขรุขระ ไม่มีสิ่งกีดขวาง				
2	ความกว้างที่เหมาะสมกับกลุ่มคนจำนวนน้อย (หรือทางเดินที่ไม่มีการสวนกัน) ควรมีขนาดอย่างน้อย 90 เซนติเมตร				
3	ความกว้างของทางเดินและทางเชื่อมระหว่างอาคารที่สามารถให้เก้าอี้เข็นหรือวีลแชร์สวนกันได้ ต้องมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร				
4	สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร				
<b>ราวจับ</b>					
	วัสดุเรียบ มีลักษณะกลมเส้นผ่าศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 80-90 เซนติเมตร ติดตั้งห่างจากผนัง 4-5 เซนติเมตร (สำหรับกำแพงพื้นผิวเรียบ) สูงจากจุดยึดอย่างน้อย 12 เซนติเมตร				

สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร		ไม่มี	มี แต่ยังไม่ได้ มาตรฐาน	มี และได้ มาตรฐาน	หมายเหตุ
<b>บันได</b>					
1	กว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร				
2	มีชานพักทุกระยะในแนวดิ่งไม่เกิน 2.00 เมตร				
3	มีราวบันไดทั้งสองข้าง มีลูกตั้งสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร				
4	มีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร				
5	พื้นผิวบันไดใช้วัสดุที่ไม่ลื่น				
6	มีลูกบันไดมีสีแตกต่างจากพื้นผิวของบันได				
7	หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมาในระยะ 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร				
8	สำหรับบันไดที่กว้างมากกว่า 3 เมตร ต้องการติดตั้งราวจับตรงกลาง				
9	ระยะห่างระหว่างราวจับสองด้าน ควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร				
<b>ป้าย</b>					
1	ป้ายสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุเป็นสีขาวยบนพื้นสีน้ำเงินหรือสลับกัน				
2	มีสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากล				
3	มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ				
4	มีสัญลักษณ์หรือตัวอักษรแสดงประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ				
5	มีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน				
<b>ประตูภายนอกอาคาร</b>					
1	ประตูเปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง หากบานประตูเป็นแบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร				
2	ประตูที่มีบานเปิด-ปิดอัตโนมัติ ควรมีปุ่มกดที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถควบคุมการปิด-เปิดประตูด้วยตนเอง				
3	มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวดิ่งทั้งด้านในและด้านนอกของประตู ซึ่งมีปลายด้านบนสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร และปลายด้านล่างไม่เกิน 0.8 เมตร ในกรณีที่ประตูกระจกหรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด				
4	อุปกรณ์เปิด-ปิดประตู เป็นชนิดก้านปิดหรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1.2 เมตร				
5	ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกหรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรมีพื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1.5x1.5 เมตร				

สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร		ไม่มี	มี แต่ยังไม่ได้ มาตรฐาน	มี และได้ มาตรฐาน	หมายเหตุ
พื้นผิวต่างสัมผัส					
1	เป็นพื้นผิวที่มีสีแตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบ ที่คนสายตาเลือนรางสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย				
2	มีพื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับชนิดเดียวกับพื้นที่มีความต่างระดับเกิน 0.2 เมตร				
3	วัสดุที่ใช้ปูพื้นผิวต่างสัมผัส ทำจากกระเบื้องปูพื้น หรือพื้นทรายล้าง หรือพื้นหินล้าง หรือพรมเช็ดเท้า หรือกระเบื้องยาง มีขนาด 0.3 เมตร				



สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร		ไม่มี	มีแต่ยังไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	หมายเหตุ
<b>ทางลาดภายในอาคาร</b>					
1	ความยาวทางลาดน้อยกว่า 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 เมตร				
2	ความยาวทางลาดมากกว่าหรือเท่ากับ 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 1.50 เมตร พื้นผิววัสดุไม่ลื่น				
3	ความยาวช่วงละไม่เกิน 6.00 เมตร ถ้าเกินต้องมีชานพักกว้าง 1.50 เมตร ถ้ามีความยาวตั้งแต่ 2.50 เมตร ต้องมีราวจับทั้ง 2 ข้าง				
4	ทางลาดด้านที่ไม่มีผนังกันภัยยกขอบสูงจากพื้นผิวของทางลาดไม่น้อยกว่า 15 เซนติเมตร และมีราวกันตก				
<b>บริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุ</b>					
1	ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ผู้สูงอายุเข้าถึงได้สะดวกและสังเกตได้ง่าย				
2	โถ้หรือเคาน์เตอร์มีที่ว่างข้างใต้เพื่อให้ผู้สูงอายุที่นั่งรถเข็นสามารถสอดขาได้				
3	บนโถ้หรือเคาน์เตอร์มีความสูงสุทธิไม่เกิน 80 เซนติเมตร พื้นที่ว่างใต้โถ้หรือเคาน์เตอร์สูงจากพื้น 70-75 เซนติเมตร และลึกสุทธิไม่น้อยกว่า 40 เซนติเมตร				
4	มีป้ายสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุเพื่อแสดงจุดให้บริการข้อมูล โดยสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุเป็นสีขาว พื้นป้ายสีน้ำเงินหรือสลับกัน ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เห็นได้ง่าย				
<b>ห้องน้ำ</b>					
1	ห้องน้ำที่ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวกโดยลำพัง มีจำนวนอย่างน้อย 1 ห้อง หรือหากสถานที่นั้นมีพื้นที่ขนาดใหญ่ ควรจัดให้มีห้องน้ำที่ผู้สูงอายุอยู่ร่วมกับทุกจุดที่จัดให้มีห้องน้ำปกติ				
2	ไม่มีสิ่งกีดขวาง ระดับพื้นห้องน้ำเสมอกับพื้นภายนอก หากมีระดับต่างกันต้องทำทางลาด				
3	วัสดุที่ใช้ทำพื้นห้องน้ำควรเป็นวัสดุที่มีผิวหยาบ หรือผิวขรุขระ กันน้ำ และทำความสะอาดง่ายและมีระบบระบายน้ำที่ดี และควรมีพื้นที่ว่างหน้าประตูกว้างอย่างน้อย 1.50 เมตร				
4	พื้นที่ว่างภายในห้องน้ำเพื่อให้เก้าอี้เข็นผู้สูงอายุสามารถหมุนตัวกลับได้ มีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร				
5	ประตูห้องน้ำจัดอยู่ในลักษณะที่เป็นการเปิดออกทางด้านนอก ไม่มีธรณีประตู หรือเป็นประตูบานเลื่อนที่บ				
6	มือจับเลื่อนเปิดปิดประตู เป็นราวจับกลม ขนาด 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้นห้องน้ำ 0.80-1.00 เมตร				
7	อุปกรณ์ล็อกเป็นแบบขอสับหรือระบบที่สามารถปลดล็อกได้ง่ายจากภายนอก				
8	ห้องน้ำที่สามารถใช้ได้ทั้งชายและหญิง (Unisex) เข้าถึงได้โดยสะดวก				
9	มีปุ่มหรือเชือกสัญญาณฉุกเฉิน เพื่อขอความช่วยเหลือจากภายนอก				
10	โถสุขภัณฑ์ชนิดนั่งราบ (ชักโครก) ที่นั่งสูงจากพื้นห้องน้ำ 45-50 เซนติเมตร มีพนักพิงหรือมีถังพักน้ำ				



สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร		ไม่มี	มีแต่ยังไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	หมายเหตุ
11	ที่ปล่อยน้ำแบบคั้นโยก หรือปุ่มกดขนาดใหญ่ที่ผู้สูงอายุสามารถใช้ได้อย่างสะดวก ติดตั้งอยู่ด้านข้างถึงพนักเก้าอี้หรือติดที่ผนังด้านข้าง				
12	มีพื้นที่ว่างขนาด 45-50 เซนติเมตร สำหรับให้ผู้สูงอายุที่นั่งรถเข็นสามารถเข้าไปใช้โต๊ะได้สะดวก				
13	ราวจับบริเวณโถสุขภัณฑ์เป็นราวจับกลมรูปตัวแอล (L) ที่ผนังด้านข้างโถสุขภัณฑ์ โดยให้มีระยะที่ราวจับยื่นล้ำหน้าโถออกมา 25-30 เซนติเมตร ราวจับแนวตั้งสูงขึ้นไป 60 เซนติเมตร				
14	ราวจับบริเวณอ่างล้างมือ มีความยาวอย่างน้อย 55 เซนติเมตร ติดสูงจากพื้นที่ระดับเดียวกับขอบบนของอ่าง				
15	อ่างล้างมือควรอยู่ในตำแหน่งที่ผู้สูงอายุเข้าประชิดได้ง่ายโดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ขอบบนของอ่างสูงจากพื้น 75-80 เซนติเมตร ที่วางใต้อ่างสูง 60 เซนติเมตร เพื่อให้รถเข็นสามารถสอดเข้าไปได้				
16	ก๊อกน้ำเป็นชนิดก้านโยก ก้านบิด หรือระบบอัตโนมัติ				
17	กระจกเงา ติดตั้งไว้เหนืออ่างล้างมือให้เอียงลงเล็กน้อย ขอบล่างของกระจกสูงจากพื้นห้องน้ำไม่เกิน 1 เมตร เพื่อให้ผู้สูงอายุที่เข็นรถเข็นสามารถส่องได้				
18	โถปัสสาวะชายในกรณีที่ไม่แยกห้องน้ำ ควรมีโถปัสสาวะชายที่มีระดับเสมอกันจำนวนอย่างน้อย 1 ที่ โดยมีราวจับแนวบนอนที่ด้านบนของโถสูงจากพื้น 1.2-1.3 เมตร ยาว 50-60 เซนติเมตร โดยติดตั้งไว้ด้านข้างของโถทั้งสองข้างสูงจากพื้น 0.8-1.0 เมตร ยาว 55-60 เซนติเมตร				
19	พื้นที่หน้าโถปัสสาวะชายควรมีที่ว่างอย่างน้อย 90x120 เซนติเมตร เพื่อการเข้าถึงที่สะดวก คันกดชักน้ำติดตั้งอยู่ที่ 110 เซนติเมตรเหนือพื้นราบ				
20	สัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉินจัดอยู่ภายในห้องน้ำแบบปุ่มกดหรือแบบปุ่มสัมผัสหรือแบบเชือกดึง โดยติดตั้งที่ระดับความสูง 2 ระดับ ได้แก่ ความสูง 25-30 เซนติเมตร และความสูง 80-95 เซนติเมตร ติดตั้งอุปกรณ์ไว้บริเวณโถสุขภัณฑ์ อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเอื้อมถึงและใช้สะดวก ปุ่มกดขนาดใหญ่และมีสีแดง				
21	กล่องใส่กระดาษเช็ดมือ/ผู้สำหรับเช็ดมือ				
<b>ทางเข้าอาคาร ทางเดิน ทางเชื่อมอาคาร</b>					
1	พื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวาง				
2	ความกว้างที่เหมาะสมกับกลุ่มคนจำนวนน้อย (หรือทางเดินที่ไม่มีการสวนกัน) ควรมีขนาดอย่างน้อย 90 เซนติเมตร				
3	ความกว้างของทางเดินและทางเชื่อมระหว่างอาคารที่สามารถให้เก้าอี้เข็นผู้สูงอายุสวนกันได้ ต้องมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร				
4	สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร				
<b>ราวจับ</b>					
	วัสดุเรียบ มีลักษณะกลมเส้นผ่าศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 80-90 เซนติเมตร ติดตั้งห่างจากผนัง 4-5 เซนติเมตร (สำหรับกำแพงพื้นผิวเรียบ) สูงจากจุดยึดอย่างน้อย 12 เซนติเมตร				

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร		ไม่มี	มีแต่ยังไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	หมายเหตุ
<b>ลิฟต์</b>					
1	มีราวจับโดยรอบห้องลิฟต์				
2	มีไฟเตือนภัยขณะลิฟต์ขัดข้อง				
3	มีโทรศัพท์แจ้งเหตุฉุกเฉินติดตั้งในระดับ 90-120 เซนติเมตร จากพื้น				
4	มีระบบการทำงานให้ลิฟต์ลงจอดที่ระดับพื้นและประตูเปิดอัตโนมัติ				
5	มีเสียงบอกเลขชั้นและเสียงเตือนให้ทราบว่าจะประตูปิด-เปิด				
<b>บันได</b>					
1	กว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร				
2	มีชานพักทุกระยะในแนวตั้งไม่เกิน 2.00 เมตร				
3	มีราวบันไดทั้งสองข้าง มีลูกตั้งสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร				
4	มีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร				
5	พื้นผิวบันไดใช้วัสดุที่ไม่ลื่น				
6	มีจุกบันไดมีสีแตกต่างจากพื้นผิวของบันได				
7	หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมาในระยะ 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร				
8	สำหรับบันไดที่กว้างมากกว่า 3 เมตร ต้องการติดตั้งราวจับตรงกลาง				
9	ระยะห่างระหว่างราวจับสองด้าน ควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร				
<b>ป้าย</b>					
1	ป้ายสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุเป็นสีขาวบนพื้นสีน้ำเงินหรือสลับกัน				
2	มีสัญลักษณ์ผู้สูงอายุสากล				
3	มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ				
4	มีสัญลักษณ์หรือตัวอักษรแสดงประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ				
5	มีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน				
<b>ประตู</b>					
1	ประตูเปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง หากบานประตูเป็นแบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร				
2	ประตูที่มีบานเปิด-ปิดอัตโนมัติ ควรมีปุ่มกดที่ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถควบคุมการปิด-เปิดประตูด้วยตนเอง				
3	มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวตั้งทั้งด้านในและด้านนอกของประตู ซึ่งมีปลายด้านบนสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร และปลายด้านล่างไม่เกิน 0.8 เมตร ในกรณีที่เป็นประตูกระจกหรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด				
4	อุปกรณ์ปิด-เปิดประตู เป็นชนิดก้านปิดหรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1.2 เมตร				

สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร		ไม่มี	มีแต่ยังไม่ได้มาตรฐาน	มีและได้มาตรฐาน	หมายเหตุ
5	ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกหรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรมีพื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1.5x1.5 เมตร				
<b>หน้าต่าง</b>					
1	หน้าต่างไม่สูงจนเกินไป และสามารถมองเห็นวิวภายนอกได้ง่าย				
2	การปิด-เปิดหน้าต่างไม่ควรฝืดหรือลื่นเกินไป				
3	หากมีเหล็กตัดควรมีส่วนที่สามารถเปิดได้ง่ายยามฉุกเฉิน				
4	หน้าต่างที่มีมุ้งลวด สามารถถอดมาทำความสะอาดได้				
5	กระจกที่สามารถเอื้อมถึงควรเป็นกระจกนิรภัย				
<b>พื้นผิวต่างสัมผัส</b>					
1	เป็นพื้นผิวที่มีสีแตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบ ที่คนสายตาเลือนราง สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย				
2	มีพื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับชนิดเดียวกับพื้นที่มีความต่างระดับเกิน 0.2 เมตร				
3	วัสดุที่ใช้ปูพื้นผิวต่างสัมผัส ทำจากกระเบื้องปูพื้น หรือพื้นทรายล้าง หรือพื้นหินล้าง หรือพรมเช็ดเท้า หรือกระเบื้องยาว มีขนาด 0.3 เมตร				
<b>ห้องพักในโรงแรม</b>					
1	โรงแรมที่มีห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป ต้องจัดให้มีห้องพักสำหรับผู้สูงอายุ อย่างน้อย 1 ห้องต่อจำนวนห้องพักทุก ๆ 100 ห้อง				
2	ห้องพักอยู่ใกล้บันไดหรือบันไดหนีไฟหรือลิฟต์				
3	ภายในห้องพักมีสัญญาณบอกเหตุหรือเตือนภัย ทั้งสัญญาณที่เป็นเสียงและแสงและระบบลิ้นสะเทือนติดตั้งไว้บริเวณที่นอน				
4	มีสัญญาณรูปผู้สูงอายุติดไว้หน้าห้องพัก				
5	มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องนอน (เตียง/ที่นอน/โซฟา/ราวจับ/ระบบไฟฟ้า)				
6	มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ (โถส้วม อ่างล้างมือ ราวจับพื้นที่อาบน้ำ ที่นั่งสำหรับอาบน้ำ)				
<b>โรงแรมที่พัก หอประชุม</b>					
1	หอประชุมจัดให้มีพาหนะสำหรับรถเข็นอย่างน้อยหนึ่งคันที่ทุก ๆ 100 ที่นั่ง				
2	มีพื้นที่ราบขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 1.4 เมตรต่อหนึ่งคัน ซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้ประตูทางออก หรือในตำแหน่งที่เข้าออกได้สะดวก				

ภาคผนวก ข แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมใน  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา



แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อที่พักแรมในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยาเพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนามาตรฐานอารยสถาปัตย์ของโรงแรม  
เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง: แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักแรมในจังหวัด  
พระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมใน  
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ท่านมีอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 55 ปี ใช่หรือไม่

ใช่

ไม่ใช่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. สัญชาติ

ไทย

ต่างชาติ (โปรดระบุประเทศ).....

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษา/ปวช

อนุปริญญา/ปวส.

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ท่านเกษียณอายุจากการทำงานแล้วใช่หรือไม่

ใช่ (กรุณาตอบคำถามข้อ 6 และข้อ 7)

ไม่ใช่ (กรุณาข้ามไปตอบคำถามข้อ 7)

6. อาชีพก่อนเกษียณ (ตอบเฉพาะผู้ที่เลือกตอบ “ใช่” ในข้อ 5)

รับราชการ

พนักงานบริษัท

รับจ้าง/ลูกจ้าง

รัฐวิสาหกิจ

เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

พ่อบ้าน/แม่บ้าน

เกษตรกร

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. อาชีพปัจจุบัน

รับราชการ

พนักงานบริษัท

รับจ้าง/ลูกจ้าง

รัฐวิสาหกิจ

เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

พ่อบ้าน/แม่บ้าน

เกษตรกร

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 8. ภาวะด้านครอบครัว

- ดูแลพ่อแม่/ผู้สูงอายุ       ดูแลครอบครัว (สามี/ลูก)  
 ดูแลหลาน/ญาติ       ไม่มีภาระ  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 9. รายได้ในปัจจุบัน

- ไม่เกิน 5,000 บาท       5,001-10,000 บาท  
 10,001-30,000 บาท       30,001-50,000 บาท  
 มากกว่า 50,000 บาท

## 10. แหล่งที่มาของรายได้

- เงินบำนาญ       บุตร/หลาน  
 ประกอบอาชีพ       ค่าเช่า/ดอกเบี้ย  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....



ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. วัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวของท่าน คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เป็นโอกาสได้อยู่ร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ
- เพื่อนเยี่ยมเยียนญาติ พี่น้อง ลูกหลาน
- เป็นโอกาสที่ได้พูดคุยหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อน ๆ ในวัยเดียวกัน
- เพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย/จิตใจ
- เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจวิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ความเชื่อของชุมชนและกลุ่มชาติ

พันธ์อื่น ๆ

- เพื่อเที่ยวชมแหล่งมรดกโลก
- เพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม
- เพื่อแสวงหาช่องทางทำธุรกิจใหม่ หรือแสวงหาสินค้าใหม่ ๆ
- เพื่อจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้า ของฝาก ของที่ระลึก
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2. ท่านเดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นครั้งที่เท่าไร

- ครั้งแรก
- ครั้งที่ 2
- ครั้งที่ 3
- มากกว่า 3 ครั้ง

3. ท่านเดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยากับใคร

- มาคนเดียว
- มากับคู่สมรส
- มากับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว
- มากับเพื่อนสนิท
- มากับบริษัทนำเที่ยว
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

- รถยนต์ส่วนตัว
- บริการรถเช่า
- รถประจำทางสาธารณะ
- ยานพาหนะของบริษัททัวร์
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ในการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่านพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยากี่วัน

- 1-3 วัน
- 4-6 วัน
- 1 สัปดาห์
- มากกว่า 1 สัปดาห์

6. ปัจจัยในการเลือกที่พักแรมของท่าน มีปัจจัยใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/ใกล้เมือง/แหล่งชุมชน
- สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ (ที่นอน เตี้ยง ขนาดของห้องพัก ห้องน้ำ ประตู)
- สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกห้องพัก (ทางเดิน ทางลาด บันได ลิฟต์)
- สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก (รถเข็น สปา นวด ชาวน้ำ ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ฯ)
- ที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ
- พนักงานที่สามารถช่วยเหลือผู้สูงอายุได้
- บำบัดสัญลักษณ์หน้าที่พักที่บ่งบอกถึงการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ
- บริการยานพาหนะสำหรับเคลื่อนย้าย (รถตู้ไฮดรอลิคหรืออื่น ๆ)
- ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 3.5 ฟุต จำนวน 2 เตียง
- ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 5 ฟุต จำนวน 1 เตียง
- ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 5 ฟุต จำนวน 2 เตียง
- ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 6 ฟุต จำนวน 1 เตียง
- ราคาห้องพัก/ที่พักถูกกว่าที่อื่น
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. ท่านจองที่พักด้วยวิธีใด

- ผ่านเว็บไซต์  โทรศัพท์จอง
- บริษัททัวร์  เดินเข้ามาจองด้วยตนเอง
- ลูกหลาน/คนในครอบครัวจองให้
- เพื่อน/คนอื่น ๆ จองให้
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของท่านสำหรับที่พักต่อคืน

- ต่ำกว่า 500 บาท  501-1,000 บาท
- 1,001-1500 บาท  1,501-2,000 บาท
- 2,001-2,500 บาท  มากกว่า 2,500 บาท







ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคาดหวังต่อที่พักแรม (ก่อนใช้บริการ)					ระดับความพึงพอใจต่อที่พักแรม (หลังใช้บริการ)				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b>										
35	บรรยากาศในห้องพัก/ที่พัก (รูป/รส/กลิ่น/เสียง) ที่ดี									
36	สิ่งปลูกสร้างภายในที่พักที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุมีสถานะพร้อมใช้งาน (พื้นที่สาธารณะของที่พัก)									
37	มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุในที่พัก/ห้องพัก ที่พร้อมใช้งาน									
38	ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพัก/ที่พัก ได้มาตรฐาน									
39	บรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรอบอยู่ในเกณฑ์ดี พุ่มไม้/แม่น้ำ/คลอง/วัดฯ									

#### ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



The questionnaire of Elderly Tourists demand for accommodations in Ayutthaya Province to development of the Universal Design Standard for Hotel to Accommodate the Elderly Tourists in Ayutthaya Province

**Description:** The questionnaire contains 4 parts as follows;

Part 1 Demographic information

Part 2 Elderly Tourists behavior of choosing accommodations in Ayutthaya Province

Part 3 Expectation and satisfaction of Elderly Tourists who visit Ayutthaya Province

Part 4 Additional suggestion

Are you 55 years old or older?

Yes

No

**Part 1:** Demographic information

**Description:** Please check ✓ in the appropriate

1. Gender

Male

Female

2. Nationality

(please identify).....

3. Status

Single

Married

Divorced or Widowed

4. Education

Primary school

Secondary/Vocational education

Diploma/ High Vocational

Bachelor degree

Master degree

Ph.D.

Others (Please identify).....

5. Are you retired?

Yes (Please answer question #7 and #8)

No (Please go to question #8)

6. Occupation before the retirement (For who check “Yes” in question #6)

Public servant

Company employee

Freelancer

State enterprise

Business owner

Stay-at-home dad/housewife

Agriculturist

Others (Please identify).....

7. Current Occupation • Public servant • Company employee

Freelancer

State enterprise

Business owner

Stay-at-home dad/housewife

Agriculturist

Others (Please identify).....

## 8. Family responsibility

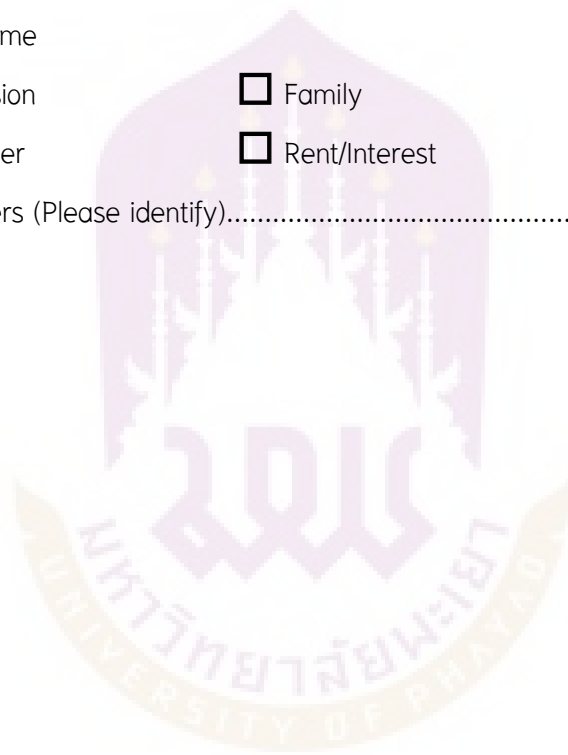
- Parents/Elderly                       Family (Husband/Children)  
 Grandchild/Relative                 N/A  
 Others (Please identify).....

## 9. Current income

- Lower than 152 USD                       153–303 USD  
 304–910 USD                               911–1,517 USD  
 More than 1,517 USD

## 10. Source of income

- Pension                                       Family  
 Career                                         Rent/Interest  
 Others (Please identify).....



**Part 2:** Elderly Tourists behavior of choosing accommodations in Ayutthaya Province

**Description:** Please check ✓ in the appropriate

1. The objective of the traveling (Please check all applicable answers)

- To be the chance to be the family in the new circumstance
- To visit the family
- To be the chance to meet people of the same age
- To rest and restore body and mind
- To learn and understand the lifestyle/culture/believe of other communities and

ethnography

- To visit world heritage
- To see beautiful nature and landscape
- To find the new business opportunity or new products
- To shopping
- Others (Please identify).....

2. How much time did you visit Ayutthaya Province?

- This is the 1st time
- 2nd times
- 3rd times
- More than 3 times

3. Who do you come with?

- Alone
- Spouse
- Family
- Friend (s)
- Tour Group
- Others (Please identify) .....

4. What vehicle do you use on this trip?

- Personal car
- Rental car
- Public bus
- Vehicle of the tour company
- Others (Please identify).....

5. In this trip. How long do you stay in Ayutthaya Province?

- 1-3 days
- 4-6 days
- 1 week
- More than 1 week

6. What are the criteria for choosing accommodations for you? (Please check all applicable answers)

- Near attraction/downtown/community
- Facilities in the special accommodation for elderlies (Bed, Room Size, Toilet, Door)
- Facilities in the room (Walkway, Ramp, Stair, Lift)
- Facilities in the accommodation (Cart, Spa, Massage, Sauna, Restaurant, Fitness, Swimming Pool, etc.)
- Priority car parks for elderlies and disabled
- Supported staff for elderlies
- Special signage in front of the accommodation which relates to elderly services offering
- Special vehicle for the transportation (Hydraulic van or others)
- The room with the 3.5-foot beds, 2 beds
- The room with the 5-foot bed, 1 beds
- The room with the 5-foot beds, 2 beds
- The room with the 6-foot bed, 1 beds
- The price which cheaper than others
- Others (Please identify).....

7. How do you book the accommodation?

- Website  Telephone
- Tour company  Walk-in
- Family  Friend(s)/Others
- Others (Please identify).....

8. What is the average price/night of your accommodation?

- Lower than 15 USD  16-30 USD
- 31-45 USD  46-60 USD
- 61-75 USD  Higher than 75 USD







**Part 4: Suggestions**

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ค ผลการตรวจสอบเครื่องมือแบบสำรวจจากผู้เชี่ยวชาญ

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
<b>สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกอาคาร</b>			
<b>ที่จอดรถ</b>			
1	พื้นที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีความกว้างไม่น้อยกว่า 2.4 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 6 เมตร	1	ยอมรับได้
2	พื้นที่ว่างข้างที่จอดไม่น้อยกว่า 1 เมตร ตลอดความยาวของที่จอด มีลักษณะเป็นพื้นผิวเรียบและมีระดับเสมอกัน	1	ยอมรับได้
3	สัญลักษณ์บนพื้นที่จอดรถเป็นรูปคนพิการหันด้านขวาบนพื้นที่จอดรถ มีขนาดไม่น้อยกว่า 90x90 เซนติเมตร	1	ยอมรับได้
4	ป้ายสัญลักษณ์แนวตั้งเป็นรูปคนพิการขนาดไม่น้อยกว่า 30x30 เซนติเมตร ติดตั้งสูง 2 เมตรวัดจากระดับพื้นถึงป้าย	1	ยอมรับได้
5	จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 50 คัน ต่อที่จอดรถคนพิการอย่างน้อย 1 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 51-100 คัน ต่อที่จอดรถคนพิการอย่างน้อย 2 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 101-150 คัน ต่อที่จอดรถคนพิการอย่างน้อย 2 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 151-250 คัน ต่อที่จอดรถคนพิการอย่างน้อย 3 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 251-350 คัน ต่อที่จอดรถคนพิการอย่างน้อย 4 คัน จำนวนที่จอดรถไม่เกิน 351-450 คัน ต่อที่จอดรถคนพิการอย่างน้อย 5 คัน	0.8	ยอมรับได้
6.ช	ที่จอดรถคนพิการหรือทุพพลภาพและคนชราต้องไม่ชนานกับทางเดินรถ (จอดซ้อนคัน)	1	ยอมรับได้
<b>ทางลาดภายนอกอาคาร</b>			
7	ความยาวทางลาดน้อยกว่า 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 เมตร	1	ยอมรับได้
8	ความยาวทางลาดมากกว่าหรือเท่ากับ 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 1.50 เมตร พื้นผิววัสดุไม่ลื่น	1	ยอมรับได้
9	ความยาวช่วงละไม่เกิน 6.00 เมตร ถ้าเกินต้องมีชานพักกว้าง 1.50 เมตร ถ้าตั้งแต่ 2.50 เมตร ต้องมีราวจับทั้ง 2 ข้าง	1	ยอมรับได้
10	ทางลาดด้านที่ไม่มีผนังกันให้ยกขอบสูงจากพื้นผิวของทางลาดไม่น้อยกว่า 15 เซนติเมตร และมีราวกันตก	1	ยอมรับได้
<b>ทางเข้าอาคาร</b>			
11	เป็นพื้นผิวเรียบเสมอกันไม่ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวางหรือส่วนของอาคารยื่นล้ำออกมา	0.8	ยอมรับได้
12	อยู่ในระดับเดียวกับพื้นถนนภายนอกอาคารหรือลานจอดรถ	0.8	ยอมรับได้
13	มีความกว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	0.8	ยอมรับได้
14	ท่อระบายน้ำหรือรางระบายน้ำบนพื้นมีฝาปิดสนิท ถ้าฝาเป็นแบบตะแกรงมีขนาดของช่องตะแกรงกว้างไม่เกิน 1.3 เซนติเมตร	0.8	ยอมรับได้

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
15	ในบริเวณที่เป็นทางแยกหรือทางเลี้ยวให้มีพื้นผิวต่างสัมผัสและต้องมีผนังหรือราวกันตกทั้งสองด้าน	1	ยอมรับได้
16	อุปกรณ์ที่แขวนอยู่ในเขตทางสัญจร ให้แขวนสูงจากระดับพื้นไม่ต่ำกว่า 2.00 เมตร เพื่อให้ผู้ที่สัญจรผ่านได้อย่างสะดวกและปลอดภัย	0.8	ยอมรับได้
17	ในกรณีสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อคนพิการ ที่สูงจากระดับพื้นไม่เกิน 2.00 เมตร แต่จำเป็นต้องยื่นล้ำเข้ามาในเขตทางสัญจร สามารถยื่นล้ำได้ไม่เกิน 10 เซนติเมตร	0.8	ยอมรับได้
<b>ทางเดินระหว่างอาคาร ทางเชื่อมระหว่างอาคาร</b>			
18	พื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวาง	1	ยอมรับได้
19	ความกว้างที่เหมาะสมกับกลุ่มคนจำนวนน้อย (หรือทางเดินที่ไม่มีการสวนกัน) ควรมีขนาดอย่างน้อย 90 เซนติเมตร	0.8	ยอมรับได้
20	ความกว้างของทางเดินและทางเชื่อมระหว่างอาคารที่สามารถให้เก้าอี้เข็นคนพิการสวนกันได้ ต้องมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	0.8	ยอมรับได้
21	สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร	0.8	ยอมรับได้
<b>ราวจับ</b>			
22	วัสดุเรียบ มีลักษณะกลมเส้นผ่าศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 80-90 เซนติเมตร ติดตั้งห่างจากผนัง 4-5 เซนติเมตร (สำหรับกำแพงพื้นผิวเรียบ) สูงจากจุดยึดอย่างน้อย 12 เซนติเมตร	0.8	ยอมรับได้
<b>บันได</b>			
23	กว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	0.8	ยอมรับได้
24	มีชานพักทุกระยะในแนวตั้งไม่เกิน 2.00 เมตร	0.8	ยอมรับได้
25	มีราวบันไดทั้งสองข้าง มีลูกตั้งสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร	0.8	ยอมรับได้
26	มีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร	0.8	ยอมรับได้
27	พื้นผิวบันไดใช้วัสดุที่ไม่ลื่น	0.8	ยอมรับได้
28	มีจมูกบันไดมีสีแตกต่างจากพื้นผิวของบันได	0.8	ยอมรับได้
29	หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมาในระยะ 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร	0.8	ยอมรับได้
30	สำหรับบันไดที่กว้างมากกว่า 3 เมตร ต้องการติดตั้งราวจับตรงกลาง	0.8	ยอมรับได้
31	ระยะห่างระหว่างราวจับสองด้าน ควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร	0.8	ยอมรับได้
<b>ป้าย</b>			
32	ป้ายสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุเป็นสีขาวบนพื้นสีน้ำเงินหรือสลับกัน	0.8	ยอมรับได้
33	มีสัญลักษณ์คนพิการสากล/คนชรา/สุขภาพสตรีมีครรภ์	0.8	ยอมรับได้
34	มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ	0.8	ยอมรับได้

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
35	มีสัญลักษณ์หรือตัวอักษรแสดงประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ	0.8	ยอมรับได้
36	มีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน	0.8	ยอมรับได้
<b>ประตูภายนอกอาคาร</b>			
37	ประตูเปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง หากบานประตูเป็นแบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	0.8	ยอมรับได้
38	ประตูที่มีบานเปิด-ปิดอัตโนมัติ ควรมีปุ่มกดที่คนพิการและผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถควบคุมการปิด-เปิดประตูด้วยตนเอง	0.8	ยอมรับได้
39	มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวตั้งทั้งด้านในและด้านนอกของประตู ซึ่งมีปลายด้านบนสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร และปลายด้านล่างไม่เกิน 0.8 เมตร ในกรณีที่เป็นประตูกระจกหรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด	0.8	ยอมรับได้
40	อุปกรณ์เปิด-ปิดประตู เป็นชนิดก้านปิดหรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1.2 เมตร	0.8	ยอมรับได้
41	ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกหรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรมีพื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1,500x1,500 มิลลิเมตร	0.6	ยอมรับได้
42	มีกั้นลาดบริเวณพื้นที่หน้าทางเข้า	0.6	ยอมรับได้
<b>พื้นผิวต่างสัมผัส</b>			
43	เป็นพื้นผิวที่มีสีแตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบ ที่คนสายตาเลือนรางสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย	0.8	ยอมรับได้
44	มีพื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับชนิดเตือนกับพื้นที่มีความต่างระดับเกิน 200 มิลลิเมตร	0.6	ยอมรับได้
45	วัสดุที่ใช้ปูพื้นผิวต่างสัมผัส ทำจากกระเบื้องปูพื้น หรือพื้นทรายล้าง หรือพื้นหินล้าง หรือพรมเช็ดเท้า หรือกระเบื้องยาง มีขนาด 300 มิลลิเมตร	0.6	ยอมรับได้
<b>สิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร</b>			
<b>ทางลาดภายในอาคาร</b>			
1	ความยาวทางลาดน้อยกว่า 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 เมตร	1	ยอมรับได้
2	ความยาวทางลาดมากกว่าหรือเท่ากับ 6 เมตร และมีความกว้างมากกว่าหรือเท่ากับ 1.50 เมตร พื้นผิววัสดุไม่ลื่น	1	ยอมรับได้
3	ความยาวช่วงละไม่เกิน 6.00 เมตร ถ้าเกินต้องมีชานพักกว้าง 1.50 เมตร ถ้าตั้งแต่ 2.50 เมตร ต้องมีราวจับทั้ง 2 ข้าง	0.8	ยอมรับได้
4	ทางลาดด้านที่ไม่มีผนังกันให้ยกขอบสูงจากพื้นผิวของทางลาดไม่น้อยกว่า 15 เซนติเมตร และมีราวกันตก	1	ยอมรับได้

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
<b>บริการที่จัดไว้สำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ</b>			
5	ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ผู้สูงอายุและคนพิการเข้าถึงได้สะดวกและสังเกตได้ง่าย	0.8	ยอมรับได้
6	โถ้หรือเคาน์เตอร์มีที่ว่างข้างใต้เพื่อให้ผู้สูงอายุที่นั่งรถเข็นสามารถสอดขาได้	0.8	ยอมรับได้
7	บนโถ้หรือเคาน์เตอร์มีความสูงสุทธิไม่เกิน 80 เซนติเมตร พื้นที่ว่างใต้โถ้หรือเคาน์เตอร์สูงจากพื้น 70-75 เซนติเมตร และลึกสุทธิไม่น้อยกว่า 40 เซนติเมตร	0.8	ยอมรับได้
8	มีป้ายสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุหรือคนพิการเพื่อแสดงจุดให้บริการข้อมูล โดยสัญลักษณ์รูปผู้สูงอายุหรือคนพิการเป็นสีขาว พื้นป้ายสีน้ำเงินหรือสลับกัน ตั้งอยู่ในตำแหน่งที่เห็นได้ง่าย	0.8	ยอมรับได้
<b>ห้องน้ำ</b>			
9	ห้องน้ำที่ผู้สูงอายุและคนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวกโดยลำพัง มีจำนวนอย่างน้อย 1 ห้อง หรือหากสถานที่นั้นมีพื้นที่ขนาดใหญ่ ควรจัดให้มีห้องน้ำที่ผู้สูงอายุและคนพิการอยู่ร่วมกับทุกจุดที่จัดให้มีห้องน้ำปกติ	1	ยอมรับได้
10	ไม่มีสิ่งกีดขวาง ระดับพื้นห้องน้ำเสมอกับพื้นภายนอก หากมีระดับต่างกันต้องทำทางลาด	1	ยอมรับได้
11	วัสดุที่ใช้ทำพื้นห้องน้ำควรเป็นวัสดุที่ไม่ลื่น กันน้ำ และทำความสะอาดง่ายและมีระบบระบายน้ำที่ดี และควรมีพื้นที่ว่างหน้าประตูกว้างอย่างน้อย 1.50 เมตร	1	ยอมรับได้
12	พื้นที่ว่างภายในห้องน้ำเพื่อให้เก้าอี้เข็นคนพิการสามารถหมุนตัวกลับได้ มีเส้นผ่านศูนย์กลางไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	1	ยอมรับได้
13	ประตูห้องน้ำจัดอยู่ในลักษณะที่เป็นการเปิดออกทางด้านนอก ไม่มีธรณีประตู หรือเป็นประตูบานเลื่อนทึบ	1	ยอมรับได้
14	มือจับเลื่อนเปิดปิดประตู เป็นราวจับกลม ขนาด 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้นห้องน้ำ 0.80-1.00 เมตร	1	ยอมรับได้
15	อุปกรณ์ล็อกเป็นแบบขอสับหรือระบบที่สามารถปลดล็อกได้ง่ายจากภายนอก	1	ยอมรับได้
16	ห้องน้ำที่สามารถใช้ได้ทั้งชายและหญิง (Unisex) เข้าถึงได้โดยสะดวก	1	ยอมรับได้
17	มีปุ่มหรือเชือกสัญญาณฉุกเฉิน เพื่อขอความช่วยเหลือจากภายนอก	1	ยอมรับได้
18	โถสุขภัณฑ์ชนิดนั่งราบ ที่นั่งสูงจากพื้นห้องน้ำ 45-50 เซนติเมตร มีพนักพิงหรือมีถังพักน้ำ	0.8	ยอมรับได้
19	ที่ป่อยน้ำแบบคันโยก หรือปุ่มกดขนาดใหญ่ที่ผู้สูงอายุและคนพิการสามารถใช้ได้อย่างสะดวก ติดตั้งอยู่ด้านข้างถึงพนักพิงของโถหรือติดที่ผนังด้านข้าง	1	ยอมรับได้
20	มีพื้นที่ว่างขนาด 45-50 เซนติเมตร สำหรับให้ผู้สูงอายุและคนพิการที่นั่งรถเข็นสามารถเข้าไปใช้โถได้สะดวก	1	ยอมรับได้
21	ราวจับบริเวณโถสุขภัณฑ์เป็นราวจับกลมรูปตัวแอล (L) ที่ผนังด้านข้างโถสุขภัณฑ์ โดยให้มีระยะที่ราวจับยื่นล้ำหน้าโถออกมา 25-30 เซนติเมตร ราวจับแนวตั้งสูงขึ้นไป 60 เซนติเมตร	1	ยอมรับได้
22	ราวจับบริเวณอ่างล้างมือ มีความยาวอย่างน้อย 55 เซนติเมตร ติดสูงจากพื้นที่ระดับเดียวกับขอบบนของอ่าง	1	ยอมรับได้

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
23	อ่างล้างมือควรอยู่ในตำแหน่งที่คนพิการหรือผู้สูงอายุเข้าประชิดได้ง่ายโดยไม่มีสิ่งกีดขวาง ขอบบนของอ่างสูงจากพื้น 75-80 เซนติเมตร ที่วางใต้อ่างสูง 60 เซนติเมตร เพื่อให้รถเข็นสามารถสอดเข้าไปได้	1	ยอมรับได้
24	ก๊อกน้ำเป็นชนิดก้านโยก ก้านปิด หรือระบบอัตโนมัติ	1	ยอมรับได้
25.	กระจกเงา ติดตั้งไว้เหนืออ่างล้างมือให้เอียงลงเล็กน้อย ขอบล่างของกระจกสูงจากพื้นห้องน้ำไม่เกิน 1 เมตร เพื่อให้คนพิการหรือผู้สูงอายุที่ใช้อัตโนมัตสามารถส่องได้	1	ยอมรับได้
26	โถปัสสาวะชายในกรณีที่ไม่แยกห้องน้ำ ควรมีโถปัสสาวะชายที่มีระดับเสมอพื้นจำนวนอย่างน้อย 1 ที่ โดยมีราวจับแนวนอนที่ด้านบนของโถ สูงจากพื้น 1.2-1.3 เมตร ยาว 50-60 เซนติเมตร โดยติดตั้งไว้ด้านข้างของโถทั้งสองข้างสูงจากพื้น 0.8-1.0 เมตร ยาว 55-60 เซนติเมตร	1	ยอมรับได้
27	พื้นที่หน้าโถปัสสาวะชายควรมีที่ว่างอย่างน้อย 90x120 เซนติเมตร เพื่อการเข้าถึงที่สะดวก คันกดชักน้ำติดตั้งอยู่ที่ 110 เซนติเมตรเหนือพื้นราบหรือ	1	ยอมรับได้
28	สัญญาณแจ้งเหตุฉุกเฉินจัดอยู่ภายในห้องน้ำแบบปุ่มกดหรือแบบปุ่มสัมผัสหรือแบบเชือกดึง โดยติดตั้งที่ระดับความสูง 2 ระดับ ได้แก่ ความสูง 25-30 เซนติเมตร และความสูง 80-95 เซนติเมตร ติดตั้งอุปกรณ์ไว้บริเวณโถสุขภัณฑ์ อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเอื้อมถึงและใช้สะดวก ปุ่มกดขนาดใหญ่และมีสีแดง	1	ยอมรับได้
29	พื้นผิวเรียบเสมอกัน ไม่ลื่น ไม่มีสิ่งกีดขวาง	1	ยอมรับได้
30	ความกว้างที่เหมาะสมกับกลุ่มคนจำนวนน้อย (หรือทางเดินที่ไม่มีการสวนกัน) ควรมีขนาดอย่างน้อย 90 เซนติเมตร	1	ยอมรับได้
31	ความกว้างของทางเดินและทางเชื่อมระหว่างอาคารที่สามารถให้เก้าอี้เข็นคนพิการสวนกันได้ ต้องมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	1	ยอมรับได้
32	สำหรับการเคลื่อนที่โดยการหักเลี้ยว 180 องศา ควรมีขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 1.20 เมตร	1	ยอมรับได้
<b>ราวจับ</b>			
33	วัสดุเรียบ มีลักษณะกลมเส้นผ่าศูนย์กลาง 3-4 เซนติเมตร ติดตั้งสูงจากพื้น 80-90 เซนติเมตร ติดตั้งห่างจากผนัง 4-5 เซนติเมตร (สำหรับกำแพงพื้นผิวเรียบ) สูงจากจุดยึดอย่างน้อย 12 เซนติเมตร	1	ยอมรับได้
<b>ลิฟต์</b>			
34	มีราวจับโดยรอบห้องลิฟต์	1	ยอมรับได้
35	มีไฟเตือนภัยขณะลิฟต์ขัดข้อง	1	ยอมรับได้
36	มีโทรศัพท์แจ้งเหตุฉุกเฉินติดตั้งในระดับ 90-120 เซนติเมตร จากพื้น	1	ยอมรับได้
37	มีระบบการทำงานให้ลิฟต์ลงจอดที่ระดับพื้นและประตูเปิดอัตโนมัติ	1	ยอมรับได้
38	มีเสียงบอกเลขชั้นและเสียงเตือนให้ทราบว่าจะประตูปิด-เปิด	1	ยอมรับได้
39	แผงควบคุมปุ่มต่าง ๆ ต้องมีอักษรเบรลล์กำกับ	1	ยอมรับได้



ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
<b>บันได</b>			
40	กว้างสุทธิไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	1	ยอมรับได้
41	มีชานพักทุกระยะในแนวดิ่งไม่เกิน 2.00 เมตร	1	ยอมรับได้
42	มีราวบันไดทั้งสองข้าง มีลูกตั้งสูงไม่เกิน 15 เซนติเมตร	1	ยอมรับได้
43	มีลูกนอนกว้างไม่น้อยกว่า 28 เซนติเมตร	1	ยอมรับได้
44	พื้นผิวบันไดใช้วัสดุที่ไม่ลื่น	1	ยอมรับได้
45	มีจมูกบันไดมีสีแตกต่างจากพื้นผิวของบันได	1	ยอมรับได้
46	หัวบันไดมีราวจับยื่นออกมาในระยะ 30 เซนติเมตรแต่ไม่เกิน 40 เซนติเมตร	1	ยอมรับได้
47	สำหรับบันไดที่กว้างมากกว่า 3 เมตร ต้องการติดตั้งราวจับตรงกลาง	1	ยอมรับได้
48	ระยะห่างระหว่างราวจับสองด้าน ควรมีความกว้างไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตรแต่ไม่ควรเกิน 150 เซนติเมตร	1	ยอมรับได้
<b>ป้าย</b>			
49	ป้ายสั่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุเป็นสีขาวบนพื้นสีน้ำเงินหรือสลับกัน	1	ยอมรับได้
50	มีสัญลักษณ์คนพิการสากล/คนชรา/สุขภาพสตรีมีครรภ์	1	ยอมรับได้
51	มีเครื่องหมายแสดงทางไปสู่สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ	1	ยอมรับได้
52	มีสัญลักษณ์หรือตัวอักษรแสดงประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการและผู้สูงอายุ	1	ยอมรับได้
53	มีข้อความที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย มีแสงส่องสว่างให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจนทั้งกลางวันและกลางคืน	1	ยอมรับได้
<b>ประตู</b>			
54	ประตูเปิด-ปิดได้ง่าย ไม่ติดตั้งอุปกรณ์บังคับประตูให้ปิดเอง หากบานประตูเป็นแบบบานเปิดผลักเข้าออกเมื่อเปิดออกสู่ทางเดินหรือระเบียง มีพื้นที่ว่างขนาดกว้างไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร และยาวไม่น้อยกว่า 1.50 เมตร	0.8	ยอมรับได้
55	ประตูที่มีบานเปิด-ปิดอัตโนมัติ ควรมีปุ่มกดที่คนพิการและผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็นสามารถควบคุมการปิด-เปิดประตูด้วยตนเอง	1	ยอมรับได้
56	มีมือจับที่มีขนาดเท่ากับราวจับมาตรฐานในแนวดิ่งทั้งด้านในและด้านนอกของประตู ซึ่งมีปลายด้านบนสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร และปลายด้านล่างไม่เกิน 0.8 เมตร ในกรณีที่ประตูกระจกหรือลูกฟักเป็นกระจก ต้องติดเครื่องหมายหรือแถบสีที่สังเกตเห็นได้ชัด	0.8	ยอมรับได้
57	อุปกรณ์เปิด-เปิดประตู เป็นชนิดก้านเปิดหรือแกนผลัก อยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 1.0 เมตร แต่ไม่เกิน 1.2 เมตร	0.8	ยอมรับได้
58	ในสถานที่ที่ประตูเปิดออกสู่พื้นที่ด้านนอกหรือติดกับทางลาดด้านนอก ควรมีพื้นที่ว่างบริเวณที่ประตูบานเปิดออกสู่ภายนอกอย่างน้อย 1,500x1,500 มิลลิเมตร	0.8	ยอมรับได้

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
59	มีกันสาดบริเวณพื้นที่หน้าทางเข้า	0.8	ยอมรับได้
<b>หน้าต่าง</b>			
60	หน้าต่างไม่สูงจนเกินไป และสามารถมองเห็นวิวภายนอกได้ง่าย	0.8	ยอมรับได้
61	การปิด-เปิดหน้าต่างไม่ควรฝืดหรือลื่นเกินไป	1	ยอมรับได้
62	หากมีเหล็กตัดควรมีช่องที่สามารถเปิดได้ง่ายยามฉุกเฉิน	1	ยอมรับได้
63	หน้าต่างที่มีมุ้งลวด สามารถถอดมาทำความสะอาดได้	1	ยอมรับได้
64	กระจกที่สามารถเชื่อมถึงควรเป็นกระจกนิรภัย	1	ยอมรับได้
<b>พื้นผิวต่างสัมผัส</b>			
65	เป็นพื้นผิวที่มีสีแตกต่างจากพื้นผิวโดยรอบ ที่คนสายตาเลือนรางสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย	1	ยอมรับได้
66	มีพื้นผิวต่างสัมผัสสำหรับชนิดเดียวกับพื้นที่มีความต่างระดับเกิน 200 มิลลิเมตร	0.8	ยอมรับได้
67	วัสดุที่ใช้ปูพื้นผิวต่างสัมผัส ทำจากกระเบื้องปูพื้น หรือพื้นทรายล้าง หรือพื้นหินล้าง หรือพรมเช็ดเท้า หรือกระเบื้องยาว มีขนาด 300 มิลลิเมตร	0.8	ยอมรับได้
<b>ห้องพักในโรงแรม</b>			
68	โรงแรมที่มีห้องพักตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป ต้องจัดให้มีห้องพักสำหรับคนพิการหรือผู้สูงอายุไม่น้อยกว่า 1 ห้องต่อจำนวนห้องพักทุก ๆ 100 ห้อง	0.6	ยอมรับได้
69	ห้องพักอยู่ใกล้บันไดหรือบันไดหนีไฟหรือลิฟต์	0.8	ยอมรับได้
70	ภายในห้องพักมีสัญญาณบอกเหตุหรือเตือนภัย ทั้งสัญญาณที่เป็นเสียงและแสงและระบบสั่นสะเทือนติดตั้งไว้บริเวณที่นอน	1	ยอมรับได้
71	มีสัญลักษณ์รูปคนพิการติดไว้หน้าห้องพัก	0.8	ยอมรับได้
72	มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องนอน (เตียง/ที่นอน/โซฟา/ราวจับ/ระบบไฟฟ้า)	1	ยอมรับได้
73	มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ (โถส้วม อ่างล้างมือ ราวจับ พื้นที่ยาบน้ำ ที่นั่งสำหรับอาบน้ำ)	1	ยอมรับได้
<b>โรงแรมที่พัก หอประชุม</b>			
74	หอประชุมจัดให้มีพาหนะสำหรับรถเข็นอย่างน้อยหนึ่งที่นั่ง ๆ 100 ที่นั่ง	0.8	ยอมรับได้
75	มีพื้นที่ราบขนาดความกว้างไม่น้อยกว่า 0.9 เมตร และความยาวไม่น้อยกว่า 1.4 เมตร ต่อหนึ่งที่นั่ง ซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่ใกล้ประตูทางออก หรือในตำแหน่งที่เข้าออกได้สะดวก	1	ยอมรับได้

ภาคผนวก ง ผลการตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
<b>ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม</b>			
1	เพศ <input type="checkbox"/> ชาย <input type="checkbox"/> หญิง	1	ยอมรับได้
2	สัญชาติ <input type="checkbox"/> ไทย <input type="checkbox"/> ต่างชาติ (โปรดระบุประเทศ).....	0.8	ยอมรับได้
3	สถานภาพ <input type="checkbox"/> โสด <input type="checkbox"/> สมรส <input type="checkbox"/> หม้าย/หย่าร้าง	1	ยอมรับได้
4	ระดับการศึกษา <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษา/ปวช <input type="checkbox"/> อนุปริญญา/ปวส <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> ปริญญาโท <input type="checkbox"/> ปริญญาเอก <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	1	ยอมรับได้
5	ท่านเกษียณอายุจากการทำงานแล้วใช่หรือไม่ <input type="checkbox"/> ใช่ (กรุณาตอบคำถามข้อ 6 และข้อ 7) <input type="checkbox"/> ไม่ใช่ (กรุณาข้ามไปตอบคำถามข้อ 7)	0.8	ยอมรับได้
6	อาชีพก่อนเกษียณ (ตอบเฉพาะผู้ที่เลือกตอบ “ใช่” ในข้อ 5) <input type="checkbox"/> รับราชการ <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท <input type="checkbox"/> รับจ้าง/ลูกจ้าง <input type="checkbox"/> รัฐวิสาหกิจ <input type="checkbox"/> เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน/แม่บ้าน <input type="checkbox"/> เกษตรกร <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	1	ยอมรับได้
7	อาชีพปัจจุบัน <input type="checkbox"/> รับราชการ <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัท <input type="checkbox"/> รับจ้าง/ลูกจ้าง <input type="checkbox"/> รัฐวิสาหกิจ <input type="checkbox"/> เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน/แม่บ้าน <input type="checkbox"/> เกษตรกร <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	1	ยอมรับได้
8	การระดำนครอบครัว <input type="checkbox"/> ดูแลพ่อแม่/ผู้สูงอายุ <input type="checkbox"/> ดูแลครอบครัว (สามี/ลูก) <input type="checkbox"/> ดูแลหลาน/ญาติ <input type="checkbox"/> ไม่มีภาระ <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	1	ยอมรับได้
9	รายได้ในปัจจุบัน <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5,000 บาท <input type="checkbox"/> 5,001-10,000 บาท <input type="checkbox"/> 10,001-30,000 บาท <input type="checkbox"/> 30,001-50,000 บาท <input type="checkbox"/> มากกว่า 50,000 บาท	1	ยอมรับได้
10	แหล่งที่มาของรายได้ <input type="checkbox"/> เงินบำนาญ <input type="checkbox"/> บุตร/หลาน <input type="checkbox"/> ประกอบอาชีพ <input type="checkbox"/> ค่าเช่า/ดอกเบี้ย <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	1	ยอมรับได้

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
<b>ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกพักผ่อนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา</b>			
1	วัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวของท่าน คืออะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> เป็นโอกาสได้อยู่ร่วมกับลูกหลานในบรรยากาศใหม่ ๆ <input type="checkbox"/> เพื่อนเยี่ยมเยียนญาติ พี่น้อง ลูกหลาน <input type="checkbox"/> เป็นโอกาสที่ได้พูดคุยหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อน ๆ ในวัยเดียวกัน <input type="checkbox"/> เพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย/จิตใจ <input type="checkbox"/> เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจวิถีชีวิต/วัฒนธรรม/ความเชื่อของชุมชนและกลุ่มชาติพันธุ์อื่น ๆ <input type="checkbox"/> เพื่อเที่ยวชมแหล่งมรดกโลก <input type="checkbox"/> เพื่อชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม <input type="checkbox"/> เพื่อแสวงหาช่องทางทำธุรกิจใหม่ หรือแสวงหาสินค้าใหม่ ๆ <input type="checkbox"/> เพื่อจับจ่ายใช้สอย ซื้อสินค้า ของฝาก ของที่ระลึก <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	1	ยอมรับได้
2	ท่านเดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นครั้งที่เท่าไร <input type="checkbox"/> ครั้งแรก <input type="checkbox"/> 2-3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 4-5 ครั้ง <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ครั้ง	0.8	ยอมรับได้
3	ท่านเดินทางมายังจังหวัดพระนครศรีอยุธยากับใคร <input type="checkbox"/> มาคนเดียว <input type="checkbox"/> มากับคู่สมรส <input type="checkbox"/> มากับลูกหลาน/ญาติพี่น้อง/คนในครอบครัว <input type="checkbox"/> มากับเพื่อนสนิท <input type="checkbox"/> มากับกรุ๊ปทัวร์ <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	1	ยอมรับได้
4	พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> รถยนต์ส่วนตัว <input type="checkbox"/> บริการรถเช่า <input type="checkbox"/> รถประจำทางสาธารณะ <input type="checkbox"/> ยานพาหนะของบริษัททัวร์	0.8	ยอมรับได้
5	ท่านพักในจังหวัดพระนครศรีอยุธยากี่วัน <input type="checkbox"/> 1-3 วัน <input type="checkbox"/> 4-6 วัน <input type="checkbox"/> 1 สัปดาห์ <input type="checkbox"/> มากกว่า 1 สัปดาห์	1	ยอมรับได้
6	ปัจจัยในการเลือกที่พักแรมของท่าน มีปัจจัยใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) <input type="checkbox"/> ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/ใกล้เมือง/แหล่งชุมชน <input type="checkbox"/> สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ (ที่นอน เตียง ขนาดของห้องพัก ห้องน้ำ ประตู) <input type="checkbox"/> สิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกห้องพัก (ทางเดิน ทางลาด บันได ลิฟต์) <input type="checkbox"/> สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก (รถเข็น สปา นวด ชาวน้ำ ห้องอาหาร ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ ฯลฯ) <input type="checkbox"/> ที่จอดรถพิเศษสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการ <input type="checkbox"/> พนักงานที่สามารถช่วยเหลือผู้สูงอายุได้ <input type="checkbox"/> บัญชีสัญลักษณ์หน้าที่พักที่บ่งบอกถึงการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะ <input type="checkbox"/> บริการยานพาหนะสำหรับเคลื่อนย้าย (รถตู้ไฮดรอลิคหรืออื่น ๆ) <input type="checkbox"/> ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 3.5 ฟุต จำนวน 2 เตียง <input type="checkbox"/> ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 5 ฟุต จำนวน 1 เตียง	0.8	ยอมรับได้

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
	<input type="checkbox"/> ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 5 ฟุต จำนวน 2 เตียง <input type="checkbox"/> ห้องที่มีเตียงนอนขนาด 6 ฟุต จำนวน 1 เตียง <input type="checkbox"/> ราคาห้องพัก/ที่พักถูกกว่าที่อื่น <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....		
7	ท่านจองที่พักด้วยวิธีใด <input type="checkbox"/> ผ่านเว็บไซต์ <input type="checkbox"/> โทรศัพท์จอง <input type="checkbox"/> บริษัททัวร์ <input type="checkbox"/> เดินเข้ามาจองด้วยตนเอง <input type="checkbox"/> ลูก/หลาน/คนในครอบครัวจองให้ <input type="checkbox"/> เพื่อน/คนอื่น ๆ จองให้ <input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	1	ยอมรับได้
8	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของท่านสำหรับที่พักต่อคืน <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 500 บาท <input type="checkbox"/> 501-1,000 บาท <input type="checkbox"/> 1,001-1500 บาท <input type="checkbox"/> 1,501-2,000 บาท <input type="checkbox"/> 2,001-2,500 บาท <input type="checkbox"/> มากกว่า 2,500 บาท	1	ยอมรับได้
9	ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกหรือไม่ <input type="checkbox"/> กลับมา <input type="checkbox"/> ไม่กลับมาอีก <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ	1	ยอมรับได้
10	หากท่านกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอีกจะเลือกที่พักเดิมอีกหรือไม่ <input type="checkbox"/> กลับมา <input type="checkbox"/> ไม่กลับมาอีก <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ	0.8	ยอมรับได้
<b>ตอนที่ 3 ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา</b>			
<b>ปัจจัยด้านที่พักและบริการ</b>			
1	สภาพของห้องพักหรือที่พักเหมาะสมกับผู้สูงอายุ (สะดวกในการใช้งาน/ความเอื้ออำนวย)	1	ยอมรับได้
2	ขนาดของห้องพักหรือที่พัก	1	ยอมรับได้
3	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับผู้สูงอายุ (ที่นอน/เตียง/ขนาดของห้องพัก ห้องน้ำ/ประตู/ฝ้ายางปูกันลื่น/ทางเดิน รถเข็น/ทางลาด/ที่วีซี)	1	ยอมรับได้
4	ความสะอาดของห้องพัก/ที่พัก	1	ยอมรับได้
5	สถานที่ตั้ง/ทำเลของที่พักเหมาะสม ใกล้แหล่งท่องเที่ยว/แหล่งธุรกิจ/แหล่งชุมชน/สถานพยาบาล	1	ยอมรับได้
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>			
6	มีการกำหนดราคาห้องพัก/ที่พักและมีให้เลือกหลากหลาย	1	ยอมรับได้
7	ห้องพัก/ที่พักมีความเหมาะสมกับราคา	0.8	ยอมรับได้
8	ราคาห้องพัก/ที่พักเหมาะสมกับระยะเวลาที่เข้าพัก	1	ยอมรับได้
9	ราคาห้องพักถูกกว่าโรงแรม/ที่พักอื่น	1	ยอมรับได้
<b>ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย</b>			
10	มีข้อมูลเกี่ยวกับห้องพัก/ที่พักให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุหลากหลายช่องทาง	1	ยอมรับได้
11	มีบริการสำรองห้องพัก/ที่พักทางอินเทอร์เน็ต	1	ยอมรับได้
12	มีบริการสำรองห้องพัก/ที่พักผ่านบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว (บริษัททัวร์)	1	ยอมรับได้

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
13	มีบริการยืนยันการจองห้องพัก/ที่พักผ่านอินเทอร์เน็ต	1	ยอมรับได้
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
14	มีรายการส่งเสริมการขายตามฤดูกาล	1	ยอมรับได้
15	มีการจัดแพ็คเกจสำหรับกลุ่มทัวร์	1	ยอมรับได้
16	มีส่วนลดให้กับลูกค้าที่มาประจำ	1	ยอมรับได้
17	มีการลดราคาเมื่อพักระยะยาวหรือพักเป็นหมู่คณะ	1	ยอมรับได้
18	มีบริการรับส่งระหว่างที่พักกับสนามบิน/สถานีขนส่ง	1	ยอมรับได้
19	มีการบำบัด/ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ (ฟรี/ราคาถูก)	1	ยอมรับได้
20	มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพฟรี	1	ยอมรับได้
21	มีบริการรถเข็นและคนดูแลตลอดการเข้าพัก	1	ยอมรับได้
<b>ปัจจัยด้านพนักงานบริการ</b>			
22	ให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ เป็นมิตร	1	ยอมรับได้
23	ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	1	ยอมรับได้
24	ให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน	1	ยอมรับได้
25	มีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาของท่าน (ไทย/จีน/ญี่ปุ่น/เกาหลี/อังกฤษ/ฝรั่งเศส)	1	ยอมรับได้
26	มีความรู้ความเข้าใจในทักษะการบริการ	1	ยอมรับได้
27	มีความรู้ความเข้าใจในการดูแลผู้สูงอายุ	1	ยอมรับได้
28	มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา	1	ยอมรับได้
29	มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว	1	ยอมรับได้
<b>ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ</b>			
30	มีช่องทางด่วนพิเศษสำหรับผู้สูงอายุในการ Check In และ Check Out	0.8	ยอมรับได้
31	การให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการ	1	ยอมรับได้
32	มีบริการรถเข็นสำหรับผู้สูงอายุ	0.8	ยอมรับได้
33	มีจำนวนบุคลากรเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว	1	ยอมรับได้
34	มีวิธีการในการสำรองที่พักและชำระค่าที่พัก ค่าบริการ หลากหลายวิธี เช่น เงินสด/ บัตรเครดิต/โอนเงินผ่านธนาคาร/โอนเงินทางอินเทอร์เน็ต/โอนเงินผ่านแอปพลิเคชัน บนมือถือ	1	ยอมรับได้

ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย IOC	แปลผล
<b>ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ</b>			
35	บรรยากาศในห้องพัก/ที่พัก (รูป/รส/กลิ่น/เสียง)	1	ยอมรับได้
36	สิ่งปลูกสร้างภายในที่พักที่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุที่มีสถานะพร้อมใช้งาน (พื้นที่สาธารณะของที่พัก)	1	ยอมรับได้
37	มีอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุในที่พัก/ห้องพัก ที่พร้อมใช้งาน	1	ยอมรับได้
38	ระบบรักษาความปลอดภัยของห้องพัก/ที่พัก	1	ยอมรับได้
39	บรรยากาศและสภาพแวดล้อมโดยรอบ ทุ่งนา/แม่น้ำ/คลอง/วัดฯ	0.8	ยอมรับได้



ประวัติผู้วิจัย





## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	เบญจพร เชื้อผึ้ง
วัน เดือน ปี เกิด	21 สิงหาคม 2527
ที่อยู่ปัจจุบัน	88/3 หมู่ 1 ตำบลป่าจิว อำเภอเมืองอ่างทอง จังหวัดอ่างทอง 14000
ที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำหลักสูตรและประธานหลักสูตร ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ.2554	พนักงานมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2552	ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก
พ.ศ. 2550	วท.บ. (อุตสาหกรรมอาหารและการบริการ), มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, กรุงเทพฯ
ผลงานตีพิมพ์	
ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์	
เบญจพร เชื้อผึ้ง, ญัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ, รัชต วรณสุขะศิริ และสันติธร ภูริภักดี (2561). แนวทางการจัดการการบริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุชาวไทยที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. <b>วารสารสารสนเทศ, 17(2), 71-84.</b>	
เบญจพร เชื้อผึ้ง, ญัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ, รัชต วรณสุขะศิริ และสันติธร ภูริภักดี (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). แนวทางการพัฒนาการตลาดของโรงแรมเพื่อ รองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. <b>วารสารวิจัย มสค.</b>	
ผลงานตีพิมพ์อื่น ๆ	-