

ชื่อผู้วิจัย : ผศ.รัตติกานจน์ ภูษิต
ชื่อเรื่อง : การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดในยุคดิจิทัลโดยใช้ Application
สำหรับผู้สูงอายุในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรอง
ในเขตภาคเหนือ
ปีที่สำเร็จ : 2563

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดในยุคดิจิทัลโดยใช้ Application สำหรับผู้สูงอายุในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรอง ในเขตภาคเหนือ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาอุปสรรคของกลยุทธ์ การสื่อสารทางการตลาดโดยผ่าน Application ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาสำหรับ ผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาของผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขต ภาคเหนือ 3) เพื่อสร้าง Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมือง รองในเขตภาคเหนือสำหรับผู้สูงอายุ 4) เพื่อประเมินผลการยอมรับของผู้สูงอายุจากการใช้ Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในเชิงคุณภาพตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ บุคคลสำคัญที่ เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ จำนวน 25 คน และทำการศึกษา ในเชิงปริมาณตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ จำนวน 1,600 คน และตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 4 กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้สูงอายุชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ จำนวน 320 คน ซึ่งมีผลการวิจัยพบว่า

1. ในการศึกษาสภาพปัญหาอุปสรรคของกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดโดยผ่าน Application ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาสำหรับผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรอง ในเขตภาคเหนือ ในภาพรวมปัญหาที่พบมากที่สุด คือ กลุ่มเป้าหมายไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล และข่าวสารที่ต้องการให้รับทราบได้ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ไม่ชัดเจนส่งผลให้การสื่อสาร ไปยังช่องทางต่าง ๆ ไม่ได้ผลและกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการหลากหลาย ส่งผลให้อุปสงค์และ อุปทานไม่สอดคล้องกัน ทั้งนี้เพราะปัญหาและอุปสรรคในการเรียนรู้การใช้โดยผ่าน Application ของผู้สูงอายุยังขาดทักษะและประสบการณ์ในการใช้งาน ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่าง การใช้งานได้ด้วยตนเอง ขาดความเข้าใจในเรื่องของระบบขั้นตอนการทำงานของ Application ส่งผลให้ผู้สูงอายุเข้าถึงการใช้ Application ได้ยาก

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 61 - 65 ปี รองลงมาระหว่าง 66 - 70 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท รองลงมา 25,001 - 30,000 บาท มีภูมิลำเนาในภาคเหนือ รองลงมา ภาคกลาง

ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาของผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณากลยุทธ์การสื่อสารการตลาด ทั้ง 5 ด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การตลาดทางตรง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว การส่งเสริมการขาย และการขายโดยบุคคล ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาของผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาของผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ทั้ง 8 ด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ การเตรียมการเดินทางในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความต้องการท่องเที่ยว ทัศนคติของในการท่องเที่ยว การตัดสินใจในการท่องเที่ยว และสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

3. ในการสร้าง Application ซึ่งใช้โปรแกรม Android Studio โดยใช้ชุดคำสั่งตัวพัฒนา Framework Flutter จึงทำให้ได้ Application แพลตฟอร์มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือสำหรับผู้สูงอายุ และสามารถดาวน์โหลดไฟล์ลงในสมาร์ตโฟนได้ที่

https://drive.google.com/file/d/1cnAI_mkYdtRD2qrMm6v1hvEsbFvT8Cy/view?usp=sharing หรือสแกนคิวอาร์โค้ด

4. ระดับการยอมรับที่มีต่อการใช้ Application แพลตฟอร์มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ภาพรวมการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายการประเมินการยอมรับของผู้ใช้ Application แพลตฟอร์มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ทั้ง 4 ด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าสนใจและความสวยงามของ Application ด้านการใช้ประโยชน์ของ Application ด้านประสิทธิภาพในการทำงานของ Application และด้านความง่ายต่อการใช้งานของ Application ตามลำดับ

คำสำคัญ กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด แอปพลิเคชัน



สแกนคิวอาร์โค้ดเพื่อดาวน์โหลดไฟล์ลงในสมาร์ตโฟน

Title : Marketing Communication strategy Development in Digital Age by Using the Application for Elderly in Health Tourism from Path of Faith Following by The Secondary City Policy in The North
Researcher : Asst. Prof. Rattigan Phusit
Year : 2020

ABSTRACT

This study aimed 1) to study the conditions, problems and obstacles of marketing communication strategy through the application of health tourism sites from faith routes for the elderly according to the secondary city policy in the northern region, 2) to study marketing communication strategies affecting health tourism decision - making behaviors of the elderly in the secondary city policy in the northern region, 3) to create an application for health tourism sites from faith routes in accordance with the secondary city policy in the northern region for the elderly, and 4) to assess the acceptance of the elderly from the use of the health tourism site application from faith routes in accordance with the secondary city policy in the northern region. The researcher conducted a qualitative study in accordance with the 1st objective using a sample group of 25 important people involved in the tourist attractions under the secondary city policy in the northern region. The researcher conducted a quantitative study according to the 2nd objective using a sample group of 1,600 elderly tourists from Thailand traveling according to the policy of the secondary city in the northern region, and according to the 4th objective that using the sample group of 320 elderly Thai people who travel according to the policy of the secondary city in the northern region, the research found that:

1. The study of conditions, problems and obstacles of marketing communication strategy through the application of health tourism sites from faith routes for the elderly according to the secondary city policy in the northern region, overall, the most common problem are that target audiences do not have access to information sources and news that needs to be acknowledged, and their setting is unclear, resulting in ineffective communication of various channels and the target audience with various needs are inconsistent demand and supply as well. The problems and obstacles to learn to use through the application of the elderly still lack the skills and experience in use and unable to solve problems that arise during the use of the application by themselves because the lack of understanding

of the system and the application process makes it difficult for the elderly to access the application.

2. Most of the sample were female, aged 61 - 65 years, followed by 66 - 70 years, education is lower than bachelor's degree, followed by bachelor's degree, their average monthly income was 20,001 - 25,000 baht, followed by 25,001 - 30,000 baht, having domiciled in the northern region, followed by central region. The degree of opinion of elderly tourists towards marketing communication strategies affecting health tourism decision - making behaviors of elderly people according to secondary city policy in the northern region, overall, the opinions were on the highest level, when considering the five marketing communication strategies. It was found that the opinions were found at the highest level in all 5 areas: direct marketing, advertising, public relations and publicity, sales promotion and personal selling respectively. The level of opinion on health tourism decision - making behavior from faith routes of the elderly according to the secondary city policy in the northern region, overall, opinions were on the highest level. When considering health tourism decision-making behavior from faith routes of the elderly according to the secondary city policy in all 8 areas, the opinions were found at the highest level in all 8 areas: travel preparation in tourism, travel experience, travel expense planning, travel needs, attitude of travel, travel decisions and tourism incentives respectively.

3. To create an Application that uses Android Studio program using the Flutter Framework Developer Instruction Set, the researcher could obtain an application for health tourism from faith routes, in accordance with the secondary city policy in the northern region for the elderly, and can download files to smartphones at:

https://drive.google.com/file/d/1cnAI_mkYdtRD2qrMm6v1hvEsbFvT8Cy/view?usp=sharing or scan the QR code.

4. The level of acceptance towards the use of the faith health tourism site application according to the policy of the secondary city in the northern region, overall, the acceptance was at the highest level. When considering the list of assessments of users' acceptance of the health tourism sites from faith routes application, according to the secondary city policy in the northern region of the four areas, it was found that the opinions were at the highest level in all 4 areas: the interest and beauty of the application, utilization of the application, the efficiency of the application and the ease of use of the application respectively.

Keywords: Marketing Communication Strategy, Application



Scan the QR code to download the file to your smartphone