

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดในยุคดิจิทัลโดยใช้ Application สำหรับผู้สูงอายุในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการศึกษาไว้ตามลำดับดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ในการศึกษาสภาพปัญหาอุปสรรคของกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดโดยผ่าน Application ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาสำหรับผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ในภาพรวมปัญหาที่พบมากที่สุด คือ กลุ่มเป้าหมายไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล และข่าวสารที่ต้องการให้รับทราบได้ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ไม่ชัดเจนส่งผลให้การสื่อสารไปยังช่องทางต่าง ๆ ไม่ได้ผลและกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการหลากหลาย ส่งผลให้อุปสงค์และอุปทานไม่สอดคล้องกัน ทั้งนี้เพราะปัญหาและอุปสรรคในการเรียนรู้การใช้โดยผ่าน Application ของผู้สูงอายุยังขาดทักษะและประสบการณ์ในการใช้งาน ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้งานได้ด้วยตนเอง 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 รองลงมาภาคกลาง

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

การโฆษณา (Advertising) ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการโฆษณาอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ทางอินเทอร์เน็ตโดยใช้ Application และทางโทรทัศน์ วิทยุ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ทางสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร วารสารการท่องเที่ยว จดหมายตรง และทางสื่อแผ่นพับของบัตรเครดิตต่าง ๆ ตามลำดับ

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ การลดราคาโปรแกรมการท่องเที่ยวและการแถมประกันชีวิตในแต่ละโปรแกรมการท่องเที่ยว ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 2 ข้อ

ได้แก่ การมอบของสมนาคุณ เช่น บัตรส่วนลดโรงแรม ส่วนลดอาหาร และการแจกของรางวัลสำหรับการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ตามลำดับ

การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว (Public Relations and Publicity) ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตโดยการใช้ Application การจัดนิทรรศการสำหรับผู้สูงอายุตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และการจัดกิจกรรมในประเพณีที่สำคัญ โดยเข้าร่วมกับชุมชนต่าง ๆ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ร่วมมือกับหน่วยงานบรรยายถึงสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ตามลำดับ

การขายโดยบุคคล (Personal Selling) ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการขายโดยบุคคลอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่แนะนำการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยการใช้ Application มีเจ้าหน้าที่แนะนำการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยการติดต่อทางโทรศัพท์ และมีเจ้าหน้าที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในงานนิทรรศการการท่องเที่ยวต่าง ๆ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การขายโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยส่งพนักงานไปเสนอขายให้กับผู้สูงอายุ ตามลำดับ

การตลาดทางตรง (Direct Marketing) ภาพรวมระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการตลาดทางตรง อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ การจัดทำ Application สำหรับผู้สูงอายุเพื่อใช้สำหรับการท่องเที่ยว การใช้โทรศัพท์เป็นเครื่องมือในการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวให้กับผู้สูงอายุ และการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น Line Facebook Instagram ฯลฯ ส่วนด้านที่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การส่งจดหมายโปรแกรมการท่องเที่ยวไปยังผู้สูงอายุโดยตรง ตามลำดับ

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตลาดใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาของผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการตลาดใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาของผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ทั้ง 8 ด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ การเตรียมการเดินทางในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความต้องการท่องเที่ยว ทศนคติของการท่องเที่ยว การตัดสินใจในการท่องเที่ยว และสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

ความต้องการท่องเที่ยว (Need) ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน แหล่งท่องเที่ยวสะอาดสวยงาม และมีบริการที่ได้มาตรฐาน ตามลำดับ

สิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว (Motivation) ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสะดวก เวลาในการท่องเที่ยว และความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตามลำดับ

การตัดสินใจในการท่องเที่ยว (Decision Making) ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ คำนึงถึงความสะดวกสบายและปลอดภัย คำนึงถึงความประหยัด และคำนึงถึงคนร่วมเดินทางท่องเที่ยว ตามลำดับ

การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Planning for expenditure) ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ มีการวางแผนเส้นทางท่องเที่ยว มีการวางแผนเรื่องการดูแลสุขภาพในการท่องเที่ยว และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ตามลำดับ

การเตรียมการเดินทางในการท่องเที่ยว (Travel Preparation) ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ดูแลสุขภาพให้แข็งแรงให้พร้อมสำหรับท่องเที่ยว เตรียมของที่จำเป็นสำหรับการเดินทาง เช่น เสื้อผ้า ยารักษาโรคประจำตัวของผู้สูงอายุ และเตรียมตัวในเรื่องใช้พาหนะในการท่องเที่ยวตามลำดับ

การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ มีการบอกต่อให้บุคคลอื่นได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น Application Line Facebook Instragram เป็นต้น มีการประเมินผลกับความคุ้มค่าของค่าที่พัก ค่าอาหาร และมีการประเมินผลระหว่างการเดินทาง เช่น สถานที่ ความสะดวกสบาย สะอาด เป็นต้น ตามลำดับ

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว (Experience) ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ มีผลต่อความพึงพอใจ ในการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง มีผลต่อความพึงพอใจของสถานที่ท่องเที่ยว และมีผลต่อความพึงพอใจของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ตามลำดับ

ทัศนคติของในการท่องเที่ยว (Attitude) ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ มีการบอกต่อให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น Application Line Facebook Instragram

เป็นต้น ทำให้กลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งต่อ ๆ ไป และมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งตามลำดับ

3. ในสร้าง Application โดยการใช้โปรแกรม Android Studio โดยใช้ชุดคำสั่งตัวพัฒนา Framework Flutter จึงทำให้ได้ Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือสำหรับผู้สูงอายุ และสามารถดาวน์โหลดไฟล์ลงในสมาร์ทโฟนได้ที่

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



4. ระดับการยอมรับที่มีต่อการใช้ Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ภาพรวมการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายการประเมินการยอมรับของผู้ใช้ Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ทั้ง 4 ด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าสนใจและความสวยงามของ Application ด้านการใช้ประโยชน์ของ Application ด้านประสิทธิภาพในใช้งานของ Application และด้านความง่ายต่อการใช้งานของ Application ตามลำดับ

ด้านประสิทธิภาพในใช้งานของ Application ภาพรวมการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ความรวดเร็วในการทำงานของ Application ความถูกต้องแม่นยำในการแสดงถึงตำแหน่งที่ตั้งต่าง ๆ และข้อความหรือรูปภาพสามารถใช้ในการสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี ตามลำดับ

ด้านความง่ายต่อการใช้งานของ Application ภาพรวมการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ การสืบค้นหาข้อมูลทำได้ง่ายขั้นตอน ในการใช้ Application ไม่ซับซ้อนและข้อความใช้คำศัพท์ที่คุ้นเคยง่ายต่อการจดจำ ตามลำดับ

ด้านความน่าสนใจและความสวยงามของ Application ภาพรวมการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ รูปแบบตัวอักษรบนจอภาพมีความเหมาะสม รูปภาพใน Application มีความสวยงาม และการใช้สีบนจอภาพใน Application มีความสวยงาม ตามลำดับ

ด้านการใช้ประโยชน์ของ Application ภาพรวมการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อมูลใน Application มีประโยชน์ต่อผู้สูงอายุในการสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยว สามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันได้และทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นปัจจุบัน ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาอุปสรรคของกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด โดยผ่าน Application ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาสำหรับผู้สูงอายุตามนโยบาย เมืองรองในเขตภาคเหนือ ในภาพรวมปัญหาที่พบมากที่สุด คือ กลุ่มเป้าหมายไม่สามารถเข้าถึง แหล่งข้อมูลและข่าวสารที่ต้องการให้รับทราบได้ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ไม่ชัดเจนส่งผล ให้การสื่อสารไปยังช่องทางต่าง ๆ ไม่ได้ผล และกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการหลากหลาย ส่งผลให้ อุปสงค์และอุปทานไม่สอดคล้องกัน ทั้งนี้เพราะปัญหาและอุปสรรคในการเรียนรู้การใช้โดยผ่าน Application ของผู้สูงอายุยังขาดทักษะและประสบการณ์ในการใช้งาน ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่ เกิดขึ้นระหว่างการใช้งานได้ด้วยตนเอง ขาดความเข้าใจในเรื่องขั้นของระบบขั้นตอนการทำงานของ Application ส่งผลให้ผู้สูงอายุเข้าถึงการใช้ Application ได้ยาก ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น (2560) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของ ผู้สูงอายุในสังคมไทย กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการ เรียนรู้การใช้สื่อโซเชียลมีเดียในผู้สูงอายุยังขาดทักษะและประสบการณ์ในการใช้งาน ไม่สามารถแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการใช้งานได้ด้วยตนเอง ขาดความเข้าใจในเรื่องของระบบขั้นตอนการทำงานของ สื่อโซเชียลมีเดียอีกทั้งสื่อโซเชียลมีเดียยังมีข้อจำกัดในการใช้งานอยู่ค่อนข้างมากส่งผลให้ผู้สูงอายุ ในบางรายเข้าถึงสื่อโซเชียลมีเดียได้ค่อนข้างยาก และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพิทักษ์ ศิริวงษ์ และบัณฑิต อุณหเลขจิตร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้สูงอายุในเขต ตลาด ตำบลสามพราน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ด้านปัญหาและอุปสรรค ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์คือ ขาดความรู้ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และสมรรถภาพทางร่างกายของ ผู้สูงอายุที่เสื่อมสภาพ ดังนั้นขั้นตอนการใช้ Application จะต้องใช้ง่ายและสะดวกต่อการใช้งานและ จะต้องมีความเสถียรต่อระบบของเครื่องมือที่ใช้งาน (โทรศัพท์มือถือ) ตัวอักษรจะต้องมีขนาดใหญ่ สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ง่าย และไม่มี ความซับซ้อนของกระบวนการใช้งาน เมื่อการใช้งานง่ายจะ ช่วยให้นักท่องเที่ยวสูงอายุสามารถเข้าไปใช้งานได้ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์จะต้อง เป็นแบบทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีความหลากหลายในการสร้างการรับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการสื่อ การตลาดเชิงบูรณาการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่า การพัฒนาศักยภาพด้านผู้รับสารซึ่งจะต้องทำการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้รับสารหรือกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยว โดยภาพแหล่งท่องเที่ยวมาวิเคราะห์ถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความ เหมาะสมกับสถานที่และกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกันระหว่างเอกลักษณ์แหล่ง ท่องเที่ยวและบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มรวมถึงการสร้างกิจกรรมทางการตลาดกับกลุ่ม นักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)

2. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อกลยุทธ์การ สื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาของผู้สูงอายุ ตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา

กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดทั้ง 5 ด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การตลาดทางตรง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว การส่งเสริมการขายและการขายโดยบุคคล ตามลำดับ และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการตลาดที่ดึงดูดใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาของผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการตลาดที่ดึงดูดใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาของผู้สูงอายุตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ การเตรียมการเดินทางในการท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความต้องการท่องเที่ยว ทศนคติของการท่องเที่ยว การตัดสินใจในการท่องเที่ยว และสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อภิรัตน์ สงสุข (2559) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการตลาดที่ดึงดูดใจท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยาแตกต่างกัน และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าว ด้านการขายโดยบุคคล ด้านการตลาดทางตรง ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเมืองพัทยา และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของพรชกฤษ ศุทธิเวทิน (2559) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประชากรรุ่นแซด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า แนวทางกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นแซด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) ด้านการโฆษณาผ่านช่องทางสังคมออนไลน์มีความสำคัญมากที่สุดในยุคปัจจุบัน และมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ อาทิ Facebook Instagram Twitter หรือ LINE เป็นต้น 2) ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารมีความสำคัญมากที่สุด เป็นช่องทางที่สะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงได้ง่าย อาทิ นิตยสาร a day Facebook Instagram Twitter หรือ Youtube เป็นต้น 3) ด้านการขายโดยบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์มีความสำคัญมากที่สุดเป็นช่องทางการซื้อที่สะดวกสบายเหมาะกับชีวิตในยุคปัจจุบัน อาทิ Trivago Facebook เป็นต้น ส่วนการขายผ่านหน้าร้านของบริษัท สามารถสร้างความน่าเชื่อถือประกอบการตัดสินใจได้มากยิ่งขึ้น และการขายโดยส่งพนักงานออกไปเสนอกับลูกค้าภายนอกบริษัท เป็นช่องทางที่สะดวกสบายในการบริการถึงที่ 4) ด้านการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการลดราคามีความสำคัญมากที่สุดในการดึงดูดความสนใจและ การตัดสินใจได้เป็นอย่างมาก ส่วนวิธีการให้ลองมาใช้บริการฟรี สามารถลองไปใช้บริการเห็นด้วยตาและสัมผัสได้จริง และการแจกคูปองส่วนลดเป็นวิธีการสร้างความเชื่อมั่นที่ไม่ต้องจ่ายราคาเต็มอย่างแน่นอน ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตลาดที่ดึงดูดใจท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ซึ่งได้สอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์และเลน (2009) ได้กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการนั้น เป็นการวางแผนการสื่อสารการตลาด เพื่อการสื่อสารทั้งทางตรงและทางอ้อมของผู้บริโภค เพื่อเข้าใจในตราสินค้าอีกทั้งเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค โดยวิธีที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ อาทิ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ และแนะนำการสื่อสารแบบต่าง ๆ เหล่านี้ มารวมกัน เพื่อให้การติดต่อสื่อสารมีความชัดเจนสอดคล้องกลมกลืนและมีผลกระทบมากที่สุด

โดยผ่านทางข่าวสารต่าง ๆ อีกทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของสมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 56) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเป็นกระบวนการการพัฒนา และการนำองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดรูปแบบต่าง ๆ ไปใช้ร่วมกัน เพื่อชวนเชิญโน้มน้าวให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนพฤติกรรมให้คล้อยตามคำเชิญชวนเหล่านั้น โดยใช้สื่อทุกประเภทอย่างมีประสิทธิภาพ ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

3. ผลการวิจัยพบว่า Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือสำหรับผู้สูงอายุ และสามารถดาวน์โหลดไฟล์ลงในสมาร์ตโฟน ได้ที่

https://drive.google.com/file/d/1cnAl_mkYdtRD2qrMm6v1hvEsbFvT8Cy/view?usp=sharing หรือสแกนคิวอาร์โค้ด

ซึ่งสามารถเข้าโปรแกรมที่ดาวน์โหลดไฟล์ลงในสมาร์ตโฟน โดยสามารถเลือกจังหวัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใน Application ซึ่งจะมีรายละเอียดของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และสามารถกดขอเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ ทั้งนี้หน้าตาจะปรากฏให้เห็นพิกัดตำแหน่งที่ตั้ง และสามารถนำทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ขอเส้นทางไว้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุธิรา จันทร์ปทุม (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครบนระบบปฏิบัติการ แอนดรอยด์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า โมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ที่พัฒนาขึ้นสามารถแสดงข้อมูลสถานที่ โดยระบุตำแหน่งปัจจุบันของผู้ใช้งาน แสดงข่าวประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์และค้นหาข้อมูลสถานที่ได้

4. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการยอมรับที่มีต่อการใช้ Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ โดยภาพรวมการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายการประเมินการยอมรับของผู้ใช้ Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ทั้ง 4 ด้าน พบว่า มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าสนใจและความสวยงามของ Application ด้านการใช้ประโยชน์ของ Application ด้านประสิทธิภาพในใช้งานของ Application และด้านความง่ายต่อการใช้งานของ Application ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของภิญญาพัชญ์ ทาสาธน์ตย์ตระกูล และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการวางแผนท่องเที่ยวตามฤดูกาล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสุ่มแบบง่ายจำนวน 30 คน ใช้สำหรับประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาแอปพลิเคชัน ได้ผลการประเมินความพึงพอใจของแอปพลิเคชันมีค่าเฉลี่ยโดยรวม (Mean) เท่ากับ 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.48 อยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อภิชาติ คำปลิว และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาแอปพลิเคชันแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจ ได้ทำการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน และจากผู้ใช้งานแอปพลิเคชันจำนวน 30 ท่าน ผลการวิจัยพบว่า แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นสามารถช่วยสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ และเสมือนจริงให้แก่ผู้ใช้งาน โดยผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อแอปพลิเคชันอยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 และค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.52 อีกทั้งได้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุธิรา จันทร์ปทุม (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครบนระบบ

ปฏิบัติการแอนดรอยด์ ผลการวิจัยพบว่า ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการใช้งานโมบาย แอปพลิเคชันแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการสร้าง Application สำหรับผู้สูงอายุในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ จะต้องสามารถตอบสนองความต้องการและสามารถสร้างการรับรู้เส้นทางต่าง ๆ โดยผ่าน Application ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงได้ อีกทั้ง Application จะต้องมีความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรนำ Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ไปไว้ในแพลตฟอร์ม เพื่อให้สามารถดาวน์โหลด Application ไปใช้งานได้ง่าย
2. ภายใน Application แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเส้นทางศรัทธาตามนโยบายเมืองรองในเขตภาคเหนือ ควรเพิ่มรายละเอียดการตรวจวัดสุขภาพของผู้สูงอายุได้ เช่น วัดอัตราการเต้นของหัวใจ วัดความดัน นับก้าวเดิน รวมสถิติไว้เปรียบเทียบ
3. ควรพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ โดยให้ครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย
4. ควรเพิ่มภาษาระบบภาษาใน Application เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี เป็นต้น