

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ
จังหวัดสมุทรปราการ

Marketing Mix Affecting Decision Making in Health Tourism for the Elderly in
Samut Prakan Province

สวภัทร トラชู^{1*} และ สินีนาถ เร็มลาวรรณ²

Sawapat Trachu^{1*} and Sineenat Rermlawan²

*Corresponding author, e-mail: sawapattrachu@gmail.com

Received: December 23rd, 2021; Revised: March 17th, 2022; Accepted: March 28th, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 7,744 คน จาก 11 ชมรม คำนวณหาตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน่ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้ 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random sampling) แบบเป็นสัดส่วน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการทดสอบค่าที่ T-Test , วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple linear regression analysis)

ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ สถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ บุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทาง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 3) ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

¹ นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Student in Master of Business Administration Program, Business Administration, Faculty of Management Sciences, Rajanagarindra Rajabhat University

² อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

Lecturer in Master of Business Administration Program, Business Administration, Faculty of Management Sciences, Rajanagarindra Rajabhat University

ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้สูงอายุ

Abstract

The purposes of this research were to study 1) personal factors affecting decision-making in health tourism for the elderly in Samut Prakan province; 2) tourism behaviors affecting decision-making in health tourism for the elderly in Samut Prakan province; and 3) marketing mix affecting decision-making in health tourism for the elderly in Samut Prakan province. The population of the research were 7,744 elderly who were member of 11 elderly club in Samut Prakan province. The Taro Yamane formula was used to determine the sample size. The sample was 400 people with Stratified Random Sampling method. The instrument used for data collection was a questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA, and multiple linear regression analysis.

The research results were as follows : 1) personal factors affecting decision-making in health tourism for the elderly in Samut Prakan province were status and income with a statistical significance of .05 2) tourism behaviors affecting decision-making in health tourism for the elderly in Samut Prakan province were travel companion, vehicle for travel, and tourist attractions in the field of health with a statistical significance of .05 3) marketing mix affecting decision-making in health tourism for the elderly in Samut Prakan province was product, distribution channel, marketing promotion, physical appearance and service process with a statistical significance of .05.

Keywords: Marketing mix, Health tourism, Elderly

บทนำ

การท่องเที่ยวได้ถูกพัฒนาในรูปแบบขึ้นมากมายทำให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท การท่องเที่ยวแบบผสมผสาน นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวอย่างมากในขณะนี้ นั่นคือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นพยานในการลงนามบันทึกข้อตกลงฯ “การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นวดไทย สมุนไพรและกัญชาทางการแพทย์แผนไทย” เมื่อวันที่ 9 ธันวาคม 2563 ระหว่างกรมการแพทย์และการแพทย์ทางเลือกและกรมการท่องเที่ยวพร้อมด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นวดไทย สมุนไพรและกัญชาทางการแพทย์ไทยร่วมกัน สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อดำเนินกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกวิธี

ตามหลักวิชาการและมีมาตรฐาน อาทิ นวดไทย การอบ การประคบ สบเพื่อสุขภาพ น้ำพุร้อน การใช้สมุนไพรไทย ที่ได้รับการพัฒนาและสนับสนุนจากกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ซึ่งเป็นไปตามนโยบายกระตุ้น เศรษฐกิจของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้สร้างเส้นทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ด้วยการเชื่อมโยงการรักษากับการท่องเที่ยว อย่างเป็นระบบ ตอบโจทย์คนรักสุขภาพทั้งในและต่างประเทศ โดยนอกจากจะเดินทางมาเพื่อรักษาสุขภาพและ พักผ่อนดีเท่ากับธรรมชาติที่สวยงามแล้วก็ยังได้สุขภาพที่ดีกลับไปด้วย (กระทรวงกรมการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินชีวิตที่มีคุณภาพ ผู้เดินทางท่องเที่ยวไม่ จำกัดเฉพาะกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวเท่านั้น หากรวมถึงประชากรทุกเพศ ทุกวัย แม้แต่ผู้สูงอายุก็สามารถ เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนและเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยเช่นกัน อีกทั้งจำนวนของผู้สูงอายุที่มี แนวโน้มการท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นตามสถิติการเพิ่มของประชากรผู้สูงอายุ (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ออนไลน์, 2563) องค์การสหประชาชาติ (United Nations) ได้กำหนดว่า ประเทศใดมี ประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป สัดส่วนเกินร้อยละ 10 หรืออายุ 65 ปีขึ้นไป เกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (aging society) ซึ่งประเทศไทยได้กลายเป็น “สังคมสูงวัย” มาตั้งแต่ปี 2548 เนื่องจากมีสัดส่วนประชากรสูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) สูงขึ้นถึงร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด จากจำนวน ผู้สูงอายุในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในปี 2563 มีผู้สูงอายุคิดเป็นร้อยละ 17.57 ของจำนวนประชากรทั้ง ประเทศ และคาดว่าประเทศไทยจะเป็นสังคมสูงอายุระดับสุดยอดในอีกไม่ถึง 10 ปีข้างหน้า เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มีสัดส่วนถึงร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2563 : 56) ซึ่งการที่ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้นเป็นตัวบ่งชี้ว่าประชากรมีภาวะสุขภาพที่ดี ผู้สูงอายุมีคุณภาพที่ดีส่วนใหญ่จะมีการ จัดกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมนันทนาการ ทำงานอดิเรกและการท่องเที่ยว เป็นต้น ด้วยเหตุนี้รัฐบาลควรพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ ควรมีการส่งเสริมการจัดรายการนำเที่ยวที่ เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เพิ่มจุดบริการนักท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่มี ความต้องการที่จะท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจังหวัดที่มีการดำเนินการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

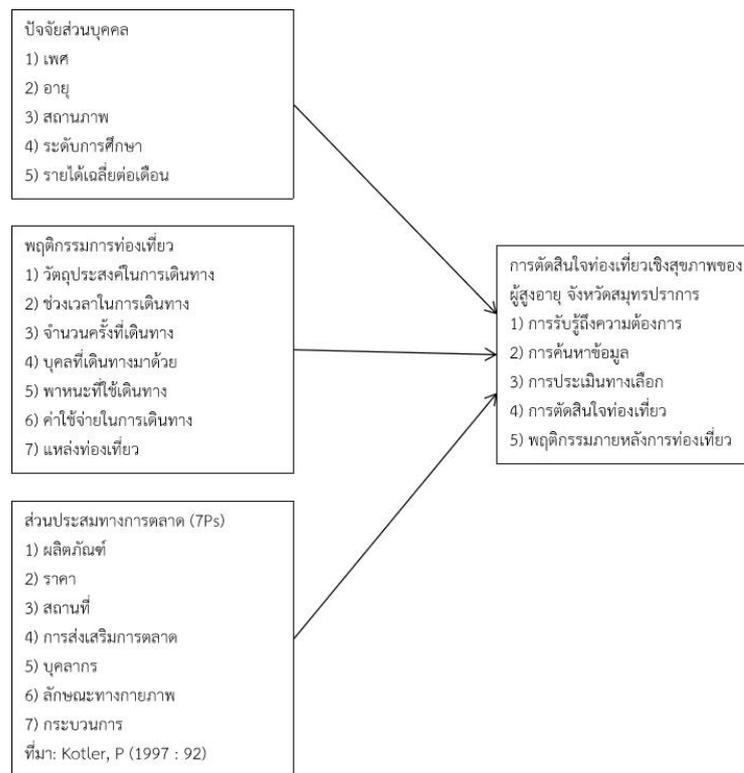
จังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา โดยอยู่ตอนปลายสุดของแม่น้ำเจ้าพระยา และเหนืออ่าวไทย ระหว่างเส้นรุ้งที่ 13 – 14 องศาเหนือและเส้นแวงที่ 100 – 101 องศา ตะวันออก มีเนื้อที่ ประมาณ 1,004.092 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 627,557.50 ไร่ อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ เป็นระยะทางประมาณ 30 กิโลเมตร ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญหลากหลาย อาทิเช่น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เชิงศาสนา เชิงประวัติศาสตร์ เชิงนิเวศ เชิงสุขภาพและประเพณีที่สำคัญ เนื่องจากมีพื้นที่ติดต่อกับกรุงเทพฯ และจังหวัดปริมณฑลที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายเชื่อมโยงเป็นเส้นทางการ ท่องเที่ยว ทั้งนี้สามารถเดินทางไปกลับได้ภายใน 1 วัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเดินทางและใน อนาคตคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ซึ่งเป็นผลมาจากการเดินทางที่สะดวกจากรถไฟฟ้า และการจัดระบบจราจรที่มีประสิทธิภาพผนวกกับนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว แบบ One Day Trip และศักยภาพ ด้านแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ (สำนักงานจังหวัดสมุทรปราการ, 2561 : 5) ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มทาง การตลาดที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วเพราะจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น มีอายุยืนยาว มีสุขภาพแข็งแรงและ สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้นหลังเกษียณจากการทำงาน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการ ใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวและสามารถดูแลสุขภาพด้วยตนเอง จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษาเรื่อง

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับทางองค์กรต่างๆและหน่วยงานราชการ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถที่จะนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนงานการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การให้บริการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 7,744 คน (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดสมุทรปราการ, 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้สูตรการคำนวณของทาคาโอยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีความคลาดเคลื่อน 5% (กุลวดี โรจนไพศาลกิจ, 2554 : 152) และได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) แบบเป็นสัดส่วน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ ออกเป็น 11 ชมรม ตามสัดส่วนของประชากรแต่ละชมรม ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะต่างกัน จากนั้นคำนวณหาขนาดตัวอย่างชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ จาก 11 ชมรม ตามสัดส่วนของประชากรให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามเกณฑ์ที่กำหนด สามารถแสดงได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ

เลขทะเบียน	รายชื่อชมรม	จำนวนสมาชิก	กลุ่มตัวอย่าง
0669	ชมรมผู้สูงอายุเทพารักษ์	100	5
1816	ชมรมผู้สูงอายุสถานีอนามัยตำบลบางยอ	70	4
2360	ชมรมผู้สูงอายุตำบลบางไฉลง	1,500	77
2363	ชมรมผู้สูงอายุพัฒนาสุขภาพตำบลเทพารักษ์	1,237	64
2711	ชมรมผู้สูงอายุตำบลบางกระสอบ	40	2
3720	ชมรมผู้สูงอายุตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี	500	26
4183	ชมรมผู้สูงอายุตำบลบางเมือง	2,600	134
4184	ชมรมคลังปัญญาผู้สูงอายุจังหวัดสมุทรปราการ	150	8
4443	ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุตำบลบางแก้ว	959	50
5639	ชมรมผู้สูงอายุตำบลบางพลีใหญ่	559	29
5825	ชมรมผู้สูงอายุตำบลในคลองบางปลากด	29	1
	รวม	7,744	400

ที่มา: สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดสมุทรปราการ (2564)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยค้างนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยยึดหลักการตามแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ลักษณะคำตอบแบบสำรวจรายการ (check list) รวมทั้งหมด 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทาง บุคคลที่เดินทางมาด้วย พาหนะที่ใช้เดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว ลักษณะคำตอบแบบสำรวจรายการ (check list) รวมทั้งหมด 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการ โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว มีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 21 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งเป็น 5 ด้าน ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจท่องเที่ยวและพฤติกรรมภายหลังการท่องเที่ยว โดยให้เลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียวมีข้อคำถามทั้งหมดจำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามทั้ง 4 ส่วนนั้น ได้ผ่านการตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นและภาษาที่ใช้หลังจากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเนื้อหาของคำถามแต่ละข้อของแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของคำถาม ผลการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index : IOC) ได้เท่ากับ 0.987 ส่วนการทดลองหาค่าความเชื่อมั่น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบ (try out) กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้สูงอายุในตำบลคลองบ้านโพธิ์ อำเภอบ้านโพธิ์ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมฤทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) โดยค่าแอลฟา ทั้งฉบับได้เท่ากับ 0.814 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือราชการจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ถึงประธานชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยประสานงานกับประธานชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการเพื่อขออนุญาตหมายวันเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ และรับคืนแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ ด้วยตนเอง
4. ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้ครบถ้วนสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังนี้

1. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติ ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage)

2. วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์หาค่าสถิติ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

3. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกรณี 2 ตัวแปร เลือกทดสอบค่าที (t-test) กรณีตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดำเนินการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่

4. วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกรณี 2 ตัวแปร เลือกทดสอบค่าที (t-test) กรณีตัวแปรมากกว่า 2 ตัว ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดำเนินการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่

5. วิเคราะห์ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาวิเคราะห์การถดถอยแบบเส้นตรงพหุคูณ (multiple linear regression analysis) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (coefficient of determination : R^2) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 อายุระหว่าง 70-74 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 สถานภาพอยู่ด้วยกัน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 การศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ จากการวิจัย พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49 ช่วงเวลาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยววันน้อยกว่า 3 ครั้งต่อปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 เดินทางกับครอบครัว จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 ค่าใช้จ่ายระหว่าง 3,001-4,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวชมธรรมชาติและประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีรับบัว สงกรานต์พระประแดง งานนมัสการหลวงพ่อบานวัดมงคลโคธาวาส งานนมัสการองค์พระสมุทรเจดีย์ งานประเพณีแห่งสี่ธงตะขาบ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5

ระดับส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.268) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากรมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 3.895) รองลงมา คือ ด้านราคา (\bar{X} = 3.324) และด้านลักษณะทางกายภาพ (\bar{X} = 3.254) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{X} = 3.063)

ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.521) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากสถานที่

ท่องเที่ยวที่มีการบริการที่ดีที่สุด เดินทางสะดวกและมีความความปลอดภัย มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 3.555) รองลงมา คือ ท่านหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากแหล่งข้อมูลต่างๆก่อนตัดสินใจท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.552) ท่านเกิดความต้องการท่องเที่ยวเมื่อได้เห็นรูปภาพและได้ยินชื่อสถานที่ท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.530) ท่านมีการเปรียบเทียบแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว (\bar{X} = 3.492) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย คือ ท่านจะแนะนำญาติ เพื่อนและคนรู้จัก มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดสมุทรปราการ เพราะท่านประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและจะกลับมาท่องเที่ยว มากกว่า 1 ครั้ง ในรอบ 1 ปี (\bar{X} = 3.475) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการสรุปสมมติฐานที่ 1

ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ	t	F	Sig
เพศ	-1.477		.140
อายุ		.382	.821
สถานภาพ		3.338	.036*
ระดับการศึกษาสูงสุด		.271	.965
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		2.108	.042*

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการสรุปสมมติฐานที่ 2

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	t	F	Sig
วัตถุประสงค์หลักในการตัดสินใจท่องเที่ยว		.642	.668
ช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง		.158	.854
จำนวนครั้งที่เดินทาง		2.474	.086
บุคคลที่ร่วมเดินทาง		4.666	.003*
พาหนะที่ใช้เดินทาง		3.324	.037*
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง		.651	.583
แหล่งท่องเที่ยว		2.596	.025*

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 3 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านบุคคลที่ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้เดินทางและแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์หลักในการตัดสินใจท่องเที่ยว ช่วงเวลาที่ชอบเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทาง และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานข้อที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการสรุปสมมติฐานที่ 3

Model	B	Std. Error	Beta	t
ค่าคงที่	2.659	.247		10.757*
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	.112	.035	.163	3.158*
ด้านราคา (X ₂)	-.016	.035	-.024	-.461
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	-.126	.036	-.180	-3.455*
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	.172	.034	.253	5.019*
ด้านบุคลากร (X ₅)	.042	.046	.044	.910
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X ₆)	-.068	.035	-.098	-1.963*
ด้านกระบวนการให้บริการ (X ₇)	.153	.035	.218	4.402*

R=.383, R²=.147, Adjusted R²=.131, S.E._{est}=.63629, F-ratio=9.624, Durbin-Watson=1.662

จากตารางที่ 4 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (X₄) ด้านกระบวนการให้บริการ (X₇) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X₃) ด้านผลิตภัณฑ์ (X₁) และด้านลักษณะทางกายภาพ (X₆) สามารถพยากรณ์รวมกับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ .383 โดยมีค่าประสิทธิภาพในการพยากรณ์ (R²) ในภาพรวมเท่ากับ .147 ค่าความคาดเคลื่อนมาตรฐาน (S.E.est) เท่ากับ .63629 ตัวแปร 7 ตัวสามารถทำนายการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ ได้ร้อยละ 14.7

ส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนสามารถรวมกันพยากรณ์ดิบ (B) เท่ากับ .172, .153, -.126, .112, และ -.068 ตามลำดับ มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) เท่ากับ .253, .218, -.180, .163, -.098 ตามลำดับ และมีค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (a) เท่ากับ 2.659 โดยเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$Y' = a + bx$$

$$Y' = 2.659 + .172(X_4) + .153(X_7) - .126(X_3) + .112(X_1) - .068(X_6)$$

และสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$Z' y = .253(X_4) + .218(X_7) - .180(X_3) + .163(X_1) - .098(X_6)$$

จากสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน อธิบายได้ดังนี้

1. ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ หากการส่งเสริมการตลาด (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ (y) มีค่าเพิ่มขึ้น .253 หน่วยมาตรฐาน เมื่อควบคุมส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ ให้คงที่
2. ด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ หากกระบวนการให้บริการ (X_7) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ (y) มีค่าเพิ่มขึ้น .218 หน่วยมาตรฐาน เมื่อควบคุมส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ ให้คงที่
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลลบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ หากด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ (y) มีค่าลดลง .180 หน่วยมาตรฐาน เมื่อควบคุมส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ ให้คงที่
4. ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลบวกต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ หากด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ (y) มีค่าเพิ่มขึ้น .163 หน่วยมาตรฐาน เมื่อควบคุมส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ ให้คงที่
5. ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลลบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ กล่าวคือ หากด้านลักษณะทางกายภาพ (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ (y) มีค่าลดลง .098 หน่วยมาตรฐาน เมื่อควบคุมส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆ ให้คงที่

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการทดสอบสมมติฐานเป็นไปตามที่กำหนดไว้หลายประเด็น สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษาและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า มีเพียงสถานภาพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน โดยจะเห็นได้ว่าผู้สูงอายุที่มีสถานภาพอยู่ด้วยกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากกว่าผู้สูงอายุที่มีสถานภาพแยกกันอยู่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ สุธาสิณี วิทยากรณ์ (2558 : 200) ซึ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของชาวเมียนมาร์ที่เข้ามาประกอบอาชีพในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลกับคะแนนเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน อายุแตกต่างกัน ลักษณะงานที่แตกต่างกัน สถานภาพแตกต่างกัน รายได้แตกต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ อาริวรรณ บัวเผื่อน (2561 : 81-82) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย กรณีศึกษา

สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน สรุปได้ว่า สถานภาพของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุจังหวัดสมุทรปราการมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ นอกจากนี้ยังพบว่า ทิฆัมพร ออรุ่งวิไล (2562 : 1-15) ได้ศึกษา กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองโดยภาพรวมต่างกัน นอกจากนี้ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวต่อปี บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า มีเพียง บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล รัตนไพจิตร, ราตรี เขียวรอด และตรีวันันท์ เนื่องอุทัย (2560 : 50) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเป็นจำนวนไม่มากนัก โดยในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งใช้เงินไม่เกิน 3,000 บาท ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรมีรายได้ไม่มากและเนื่องจากปัจจุบันราคาของสินค้าการเกษตรตกต่ำ ทำให้ไม่สามารถใช้จ่ายในราคาที่สูงได้ ถ้าใช้จ่ายในราคาที่สูงจะเกิดความเสียหายและผู้สูงอายุจะไม่มีรายได้อื่นนอกจากเงินผู้สูงอายุ ดังนั้นการเดินทางท่องเที่ยวจะเน้นที่ความประหยัด โดยครอบครัวและญาติเป็นผู้แนะนำการท่องเที่ยว ซึ่งมีครอบครัวและญาติเป็นผู้ร่วมตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว โดยเดินทางไปกันเองกับครอบครัวและญาติ ส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ในกรณีที่มีการพักค้างคืนผู้สูงอายุจะพักค้างคืนที่บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน สอดคล้องกับ วชิรา รินทร์ศรี และลักษมี งามมีศรี (2561 : 67-81) ได้ศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประเมินภาวะสุขภาพของตนเองว่าอยู่ในระดับดี ปานกลางและพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด เน้นการท่องเที่ยวรูปแบบประหยัดเป็นส่วนใหญ่ คนในครอบครัวหรือญาติมีส่วนร่วมแนะนำและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยมีครอบครัวหรือญาติร่วมเดินทางท่องเที่ยวไปด้วยและการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า สื่อบุคคลมีผลกับการพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยว สื่อ วิทยุกระจายเสียงมีผลกับแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไป รูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยว การพักค้างคืนและงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อการพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวและงบประมาณในการเดินทาง สอดคล้องกับพงศ์เสวก เอนกจรรย์พร (2559 : 93) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรูปแบบบูมในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่

ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ จัดการเดินทางด้วยตนเอง โดยมีครอบครัวหรือญาติร่วมเดินทางและร่วมตัดสินใจ ส่วนมากชอบท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ประมาณ 2-3 ครั้งต่อปี และเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ เป็นเวลา 1-2 วัน สอดคล้อง Adler, Dy, Gillham & Edelman (2007 : 44-54) พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัครเพื่อไปพัฒนาสังคม โดยเฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชนที่ขาดแคลน อีกกลุ่มหนึ่งชอบเดินทางไปเยี่ยมชมมรดกทางวัฒนธรรมและอีกกลุ่มหนึ่งชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สอดคล้องกับ Pattersor & Pegg (2009 : 254-272) พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมส่วนใหญ่มีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มักมีครอบครัวหรือคู่รักร่วมตัดสินใจและเดินทางด้วยตนเอง หากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความคุ้นเคย แต่หากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคยจะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวก ส่วนใหญ่ใช้จ่ายค่าเดินทาง ค่าที่พัก และค่าอาหาร ท่องเที่ยวในวันหยุด วันเสาร์-วันอาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ เฉลี่ย 2-3 ครั้งต่อปี ใช้เวลา 3-4 วัน หากเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศและใช้เวลา 5-7 วัน หากท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Chiang, Manthiou, Tang, Shin and Marrion (2014 : 78-99) พบว่า ประชากรรุ่นเบบี้บูมเดินทางเพื่อการพักผ่อนและเพื่อการเรียนรู้ โดยมักจะเดินทางไปเป็นครอบครัวหรือหมู่คณะ มักจะใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เพราะมีความสะดวกสบาย โดยมักจะเดินทางไปท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม มักจะใช้จ่ายค่านำเที่ยว ค่าเดินทางและค่าของที่ระลึก มักจะเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดนักขัตฤกษ์ จะเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 4 ครั้งต่อปี โดยเดินทางแต่ละครั้งจะใช้เวลาประมาณ 3-7 วัน

จากผลการศึกษาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ มีความคล้ายคลึงกันและมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายและนันทนาการ รวมทั้งการศึกษาท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมต่างๆ และสนใจในธรรมชาติ (Backman, *et.al*, 1999 :13-22; Fleischer and Pizam, 2002 : 106-123 and Horneman, *et al.*, 2002 : 23-37) และนอกจากนี้ Esichaikul (2012 : 47-58) ได้ทำการศึกษา นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนและต้องการความปลอดภัย ความสะดวกสบายของสถานที่และต้องการสภาพธรรมชาติที่ดึงดูดใจ จากข้อความดังกล่าวนำมาสู่ข้อแนะนำ การจัดการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึง คือ สุขภาพและความปลอดภัยของผู้สูงอายุ (Lindavist and Bjork, 2000 : 151-158 and Hsu, 2001) และควรจัดการท่องเที่ยวโดยใช้รูปแบบการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) ให้ผู้สูงอายุมีความสุขกับการเดินทาง มีการหยุดพักผ่อน ทำให้จิตใจสดชื่นและควรจัดให้มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จำเป็น เช่น ทางลาดชัน ลิฟต์ หรือจุดบริการปฐมพยาบาล รวมถึงมีบริการอาหารและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่เหมาะสมกับสภาพร่างกายผู้สูงอายุ (Korawan Sangsakorn, *et al.*, 2011)

อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษารายละเอียดของการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ จังหวัดสมุทรปราการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รจิต คงหาญ (2560 : 19) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงอายุในเขตอันดามัน โดยพบว่า ผู้สูงอายุชาวต่างชาติ มีความต้องการ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคคล

โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ จีวรรรณ ดีประเสริฐ (2559 : 42) ที่ทำการศึกษาปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ศิลปะวัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัด นครพนม พบว่า ปัจจัยกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยผลิตภัณฑ์/บริการ และปัจจัยบุคลากร นอกจากนี้ยัง พบว่า อัญญา สมบัติพิบูลย์ (2563 : 34) ได้ศึกษา การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว ด้านกายภาพ ได้แก่ ความสะดวกและการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการเดินทาง ด้านข้อมูล สารสนเทศ ได้แก่ ป้ายแสดงสัญลักษณ์ สถานที่ท่องเที่ยวชัดเจน ด้านการให้บริการโลจิสติกส์ ได้แก่ คุณภาพการ ให้บริการของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และด้านบุคลากร ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของพนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลางและกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นลำดับสุดท้าย คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการสามารถเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนแปลงการเดินทางได้ตามความต้องการของลูกค้า ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดสมุทรปราการ ควรเตรียมความพร้อม ด้านสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงการต้อนรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตลอดเวลา

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลางและกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็น ลำดับสุดท้ายคือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดสมุทรปราการมีการจำหน่ายแพคเกจการท่องเที่ยวในงาน กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว/งานแสดงสินค้า เช่น งานเที่ยวทั่วไทย ทั่วโลก เป็นต้น ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดสมุทรปราการ ควรมีการโปรโมทและประชาสัมพันธ์ สถานที่ท่องเที่ยว ราคา/แพคเกจ การท่องเที่ยวให้ชัดเจน เช่น ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว ราคาเท่าไร ช่วงเวลาที่ร่วมรายการ เป็นต้น

3. ด้านกระบวนการ โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นลำดับ สุดท้าย คือ กระบวนการในการให้บริการกับผู้สูงอายุตรงตามโปรแกรมที่กำหนด เช่น การล่องเรือ การนวด เป็นต้น ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดสมุทรปราการ ควรบริหารจัดการเรื่องโปรแกรมการท่องเที่ยว ให้ชัดเจน เช่น มีบัตรคิวในการเข้าร่วมกิจกรรม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ
2. ควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ
3. ควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุ

เอกสารอ้างอิง

- กุลวดี โรจน์ไพศาลกิจ. (2554). *การวิจัยบริการทางสุขภาพ*. ฉะเชิงเทรา: ห้างหุ้นส่วนจำกัด แอสมคอมพิว ออฟเซพ. จีวรวรรณ ดีประเสริฐ. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีของจังหวัดนครพนม. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 6(3), 41-49.
- ทิฆัมพร ออรุงวิไล. (2562). *กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยวเมืองรองของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นฤมล รัตนไพจิตร ราตรี เขียวรอด และตรีวันท์ เนื่องอุทัย. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 9(3), 692-704.
- พงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร. (2559). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรูปแบบบูมในกรุงเทพฯ*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (มส.ผส.). (2563). *สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2562*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรศาสตร์และสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รจิต คงหาญ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการธุรกิจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงอายุ เขตอันดามัน. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. 11(ฉบับพิเศษ), 18-30.
- วชิรา รินทร์ศรี และลักขมี งามมีศรี. (2561). สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*. 8(3), 67- 81.
- สำนักงานจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2561). *แผนพัฒนาจังหวัดสมุทรปราการ 4 ปี (พ.ศ.2561-2564)*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก : <http://www.samutprakan.go.th/61-64.pdf>.
- สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดสมุทรปราการ. (2564). *ข้อมูลชมรมผู้สูงอายุจังหวัดสมุทรปราการ* [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ วันที่ 31 พฤษภาคม 2564, จาก www.samutprakan.m-society.go.th.
- สุธาสิณี วิทยาภรณ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของชาวเมียนมาร์ที่เข้ามาประกอบอาชีพในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร. ใน *การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ “สร้างสรรค์และพัฒนา เพื่อก้าวหน้าสู่ประชาคมอาเซียน” ครั้งที่ 2*, 18-19 มิถุนายน 2558. นครราชสีมา : วิทยาลัยนครราชสีมา.
- อัญชญา สมบัติพิบูลย์. (2563). *การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในจังหวัดสมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- อารีวรรณ บัวเผื่อน. (2561). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย กรณีศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Adler, J., Dy, C., Gillham, C., & Edelman, M. (2007). Meaningful pursuits. *Newsweek*, 150(6), 44-54.
- Backman, K.F., Backman, S. J., and Silverberg, K. E. (1999). An investigation into the psychographics of senior nature-based travelers. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 13-22.

- Chiang, L., Manthiou, A., Tang, L., Shin, J., & Morrison, A. (2014). A comparative study of generational preferences for trip-planning resources: A case study of international tourists to Shanghai. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 15(1), 78-99.
- Horneman, L., Carter, R.W., Wei, S. and Ruys, H. (2002). Profiling the Senior Traveler: An Australian Perspective. *Journal of Travel Research*, 41(1), 23-37.
- Hsu, C. H. C. (2001). Importance and Dimensionality of Senior Motorcoach Traveler Choice Attributes. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 8(3-4), 51-70.
- Korawan Sangkakorn, Suree Boonyanupong, Junjit Thiensiri and Chantawat Wandee. (2011). Tourism Development Guideline The Elder Tourists in 9th APacCHRIE Conference. [Online]. Hospitality and Tourism Education: From a Vision to an Icon; Hong Kong. Retrieved March, 2012. Available : [http:// www.council.cmu.ac.th/evaluation15.pdf](http://www.council.cmu.ac.th/evaluation15.pdf).
- Lindqvist, L J. and Bjork, P. (2000). Perceived safety as an important quality dimension among senior tourists. *Tourism Economics*, 6(2), 151–158.
- Patterson, I., & Pegg, S. (2009). Marketing the leisure experience to baby boomers and older tourists. *Hospitality Marketing and Management*, 18(2-3), 254-272.
- Esichaikul, R. (2012). Travel motivations, behavior and requirements of European seniors tourist to Thailand. *PASOS Revista de Turismoy Patrimonio Cultural*. 10(2, Special Issue), 47-58.