

สือประชาสัมนพนัธที่มผลต่อพฤตกรรมการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพ ของผู้สูงอายูจ้งหวัดนครสวรรด

วชรา รนทรศร¹ ลัษม งามมศร²

บทคัตย่อ

การวจัยคร้งนั้มว้ตฤประสงคเพื่อ (1) สึกษาสภาพทัวไปและรวบรววมแหล่งทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพในจ้งหวัดนครสวรรด (2) สึกษาพฤตกรรมดานการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพของผู้สูงอายูในจ้งหวัดนครสวรรด (3) สึกษาการรับร้ชวสารจากสือประชาสัมนพนัธดานการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพของผู้สูงอายูในจ้งหวัดนครสวรรด และ 4) สึกษาความสัมนพนัธระหวางสือประชาสัมนพนัธดานการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพของผู้สูงอายูกับพฤตกรรมการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพของผู้สูงอายูในจ้งหวัดนครสวรรด

กลุ่มตัวอย่างที่ใชในการวจัยคร้งนั้ คือ ผู้สูงอายูที่มีอายู 60 ปึขึ้นไป ในจ้งหวัดนครสวรรด ที่เคยทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพ จ้งนวน 400 คน สฤตที่ใชวเคราะห่ช้ข้อมูล ไดแก่ ค่าการแจกแจงความถึ (f) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลย (\bar{X}) และค่าโคสแควร์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวจัย พบว่า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญเป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.30 มีอายูระหวาง 60-65 ปึ ร้อยละ 44.80 สฐานภาพสมรส ร้อยละ 54.70 ระดบการสึกษาต่ากว่าปรฤษฎาตรี ร้อยละ 74.50 เป็นผู้เกษยณอายู ร้อยละ 27.50 มีรายได้นอยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 44.30 มีภาวะสุขภาพปานกลาง ร้อยละ 53.10 และพฤตกรรมดานการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพส่วนใหญมว้ตฤประสงคหลักในการเดนทางทอ้งเท่ยวเซ่งเสริมสุขภาพ ร้อยละ 63.00 ดอ้งการไปแหล่งทอ้งเท่ยวตามธรรมาตมามากที่สุด ร้อยละ 45.50 เน้นการทอ้งเท่ยวรูปแบบประหยัดเป็นส่วนใหญ ร้อยละ 60.50 คนในครอบครัวหรือญาติมีส่วนร่วมแนะนำและตดัสนใจเดนทางทอ้งเท่ยว ร้อยละ 81.30 โดยมีครอบครัวหรือญาติร่วมเดนทางทอ้งเท่ยวไปดวย และการรับร้ชวสารจากสือประชาสัมนพนัธที่มผลต่อพฤตกรรมการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพของผู้สูงอายูโดยรวมอยูในระดบปานกลาง

ความสัมนพนัธระหวางสือประชาสัมนพนัธดานการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพกับพฤตกรรมการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพของผู้สูงอายู พบว่า สือบุคคลมผลกับการพักค้งคินในการเดนทางทอ้งเท่ยว สือวฤษยกระจายเสยงมผลกับแหล่งทอ้งเท่ยวที่ดอ้งการไป รูปแบบพฤตกรรมนั้ทอ้งเท่ยว การพักค้งคิน และงบประมาณในการเดนทางทอ้งเท่ยวส่วนสืออินเทอร์เนตมผลต่อการพักค้งคินในการเดนทางทอ้งเท่ยวและงบประมาณในการเดนทาง

คำสำคัญ: สือประชาสัมนพนัธ; พฤตกรรมการทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพ; แหล่งทอ้งเท่ยวเซ่งสุภภาพ; ผู้สูงอายู

¹ คณะวฤษยการจ้งการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรด
398 ถนนสวรรดวถึ อ่าเภอเมองนครสวรรด จ้งหวัดนครสวรรด 60000, ประเทศไทย
อึเมล: happy-cartoon@hotmail.com

² คณะวฤษยการจ้งการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรด

Public Relations Media Affecting Health Tourism Behavior of the Elderly in Nakhon Sawan Province

Wachira Rinsri¹ Laksamee Ngammee Sri²

Abstract

The purpose of this research was to (1) study the general state of health tourism in Nakhon Sawan Province; (2) study the health tourism behavior of the elderly in Nakhon Sawan Province; (3) study the health tourism public relations media information perception of the elderly in Nakhon Sawan Province and (4) study the relationship between the health tourism public relations media and health tourism behavior of the elderly in Nakhon Sawan Province.

The samples used in this study were 400 elderly people aged 60 years and over in Nakhon Sawan Province. Statistics used for data analysis are percentages, frequency distribution, mean and chi-square values for hypothesis testing. The research found that

Most of the samples were female 58.30 Percent, aged between 60-65 years old 44.80 Percent, Marital status 54.70 Percent, Education level was lower than bachelor degree 74.50 Percent, was retired 27.50 Percent, income less than or equal to 10,000 baht 44.30 Percent, had moderate health status 53.10 Percent. The health tourism behaviors were 63.00 Percent and 45.50 Percent preferred to visit the most natural attractions, 60.50 Percent of the tourists travel in the most economical way. Most of them are family members or relatives 81.30 Percent, are traveling with their families or relatives 77.00 Percent.

The effect on health tourism public relations media information perception of health tourism behavior of the elderly was at a moderate level. The relationship between health tourism public relations media and health tourism behavior of the elderly found that personal communication had an effect on overnight stay in traveling. Radio broadcasting has the effect on the destination, travel behavior patterns, overnight stays and travel budgets. Internet media affects overnight stays on travel and travel budgets.

Keywords: Media Relations; Health Tourism Behavior; Health Tourism; Elderly People

¹ Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University
398 Sawanwithi Rd. Amphu Mueang Nakhon Sawan, NakhonSawan Province, 60000, Thailand
E-mail: happy-cartoon@hotmail.com

² Faculty of Management Science, Nakhon Sawan Rajabhat University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการดำเนินชีวิต ผู้เดินทางท่องเที่ยวไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวเท่านั้น หากรวมถึงประชากรทุกเพศ ทุกวัย แม้แต่ผู้สูงอายุก็สามารถเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนและเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการเดินทางไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้ โดยการจัดสรรเวลาส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ การนวด การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสน เป็นต้น ทั้งนี้ จำนวนของผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มการท่องเที่ยวมากขึ้นตามสถิติการเพิ่มของประชากรผู้สูงอายุ ด้วยเหตุนี้รัฐบาลควรพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ ควรมีการส่งเสริมการจัดรายการนำเที่ยวที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ เพิ่มจุดบริการนักท่องเที่ยว พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดี พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ และมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวอย่างละเอียดและต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระตุ้นและดึงดูดให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น

จังหวัดนครสวรรค์ ตั้งอยู่ระหว่างตอนล่างของภาคเหนือและตอนบนของภาคกลาง เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์อีกจังหวัดหนึ่งของประเทศไทย มีประชากรจำนวน 1,049,193 คน และมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุ จำนวน 177,847 คน (Ministry of Public Health, 2016) ซึ่งนักท่องเที่ยวสูงอายุเป็นกลุ่มตลาดที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น มีอายุยืนยาว มีสุขภาพแข็งแรงและสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้นหลังเกษียณจากการทำงาน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวสามารถดูแลสุขภาพด้วยตนเองได้ ทำให้

เห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ สื่อบุคคล (personal media) หมายถึง สื่อที่ใช้คำพูดเป็นตัวกลางที่ต้องพูดต่อหน้าต่อตากัน หรือการพูดแบบเผชิญหน้ากัน คำพูดเป็นสื่อดั้งเดิมที่ประหยัด และสามารถใช้ได้ในทุกโอกาส สื่อสิ่งพิมพ์ (publication) สิ่งพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่สำคัญในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเป็นสื่อที่มีความถาวรสูงให้รายละเอียดได้มาก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ คู่มือ สื่อวิทยุกระจายเสียง (radio) วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวได้รวดเร็วและกว้างขวาง ถึงแม้ผู้รับข่าวสารจะอ่านหนังสือไม่ออก ก็สามารถรับข่าวสารได้ สื่อวิทยุโทรทัศน์ (television) เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในปัจจุบันนี้มาก และสื่ออินเทอร์เน็ต (internet) ซึ่งปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของเราเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะหน่วยงานที่จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความต้องการที่จะท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจังหวัดที่มีการดำเนินการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครสวรรค์ มีลักษณะคล้ายๆ กันในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่ของจังหวัดนครสวรรค์ ในการวิจัยครั้งนี้ โดยการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามอำเภอต่างๆ ในจังหวัดนครสวรรค์ ว่ามีสภาพทั่วไปอย่างไรบ้าง มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุอย่างไร รวมทั้งการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใดที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์

นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้สูงอายุ หมายถึง ประชากรในจังหวัดนครสวรรค์ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่ใช้เผยแพร่ข่าวสาร ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต

สื่อบุคคล หมายถึง สื่อที่ใช้คำพูดเป็นตัวกลางที่ต้องพูดแบบเผชิญหน้ากัน สามารถที่จะรับทราบข่าวสารจากกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ทันที จากบุคคลในครอบครัว ญาติ เพื่อน

สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง เป็นสื่อที่มีความถาวรสูงให้รายละเอียดได้มาก ผู้อ่านหรือผู้รับสาร สามารถควบคุมการรับสารได้ตามความพอใจ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ เอกสารประชาสัมพันธ์ และคู่มือการท่องเที่ยว

สื่อวิทยุกระจายเสียง หมายถึง เป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวได้รวดเร็วและกว้างขวาง ถึงแม้ผู้รับข่าวสารจะอ่านหนังสือไม่ออก ก็สามารถรับข่าวสารได้ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว และเสียงตามสาย

สื่อโทรทัศน์ หมายถึง เป็นสื่อประเภทสื่อสารทางเดียว ไม่อาจซักถามได้ทันทีเมื่อสงสัย ผู้รับต้อง

มีเวลาและตั้งใจจริงในการชม ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ที่ออกอากาศ

สื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ระบบข้อมูลจาก World Wide Web โดยการจัดทำเป็นเว็บไซต์ (web site) ของแต่ละแห่งให้ผู้ใช้เปิดเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่างๆ ได้

การรับรู้ข่าวสาร หมายถึง การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีสภาพทางธรรมชาติที่สวยงามปลอดภัยและมีวัฒนธรรม เรียนรู้วิถีชีวิตคนในท้องถิ่น มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพกายและสุขภาพจิต มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ยั่งยืน เพื่อส่งผลให้สุขภาพจิตดีหรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพกายของผู้สูงอายุในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง เป็นการแสดงการกระทำของนักท่องเที่ยวที่เห็นได้จากการแสดงออกในด้านต่างๆ ทั้งก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทางและภายหลังจากการเดินทาง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้มีส่วนร่วมการเดินทาง การใช้บริการการเดินทาง วิธีการเดินทาง การพักค้างคืน การเลือกใช้บริการที่พัก ช่วงเวลาโอกาสในการท่องเที่ยวและงบประมาณในการเดินทางแต่ละครั้ง

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 177,847 คน ได้กลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 399 คน
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพและชมรมผู้สูงอายุตามอำเภอต่างๆ ในพื้นที่ จังหวัดนครสวรรค์

3. ขอบเขตตัวแปร

3.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภาวะสุขภาพ

3.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย

3.2.1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ผู้มีส่วนร่วมการเดินทาง การใช้บริการการเดินทาง วิธีการเดินทาง การพักค้างคืน การเลือกใช้บริการที่พัก ช่วงเวลาโอกาสในการท่องเที่ยว และงบประมาณในการเดินทางแต่ละครั้ง

3.2.2 การรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต

4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการศึกษา 1 ปี

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ เป็นองค์ความรู้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ

2. ประโยชน์เชิงนโยบาย เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายการดำเนินงานเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุให้ตรงตามปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายหลักที่กำลังขยายตัวในอนาคต

3. ประโยชน์เชิงสังคมและชุมชน ทำให้สังคมผู้สูงอายุได้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชุมชนและสภาพแวดล้อมของสังคมมีการพัฒนาในทางที่ดีขึ้น

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหลายประเภทประกอบด้วยนักวิชาการทางด้าน การประชาสัมพันธ์ นักวิชาชีพทางด้าน การประชาสัมพันธ์ สมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้าน การประชาสัมพันธ์ Rinsri (2006, p. 28) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ที่จะแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากประชาชน ตลอดจนจรรยาวัชซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือและศรัทธาให้เกิดขึ้น เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน หรือให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน กระบวนการวัตถุประสงค์ นโยบาย และความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน องค์กร สถาบันนั้น

Rinsri (2006, p. 289) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ คือ เครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ (media for public relations) ที่หน่วยงาน องค์กร สถาบัน ต้องจัดเตรียมไว้ เพื่อใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ความหมายของคำว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์หมายถึง เครื่องมือที่เป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่หน่วยงาน องค์กร สถาบัน ต้องการเผยแพร่ และกระจายข่าวสารการประชาสัมพันธ์ โดยให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเข้าใจข่าวสารการประชาสัมพันธ์และให้ความร่วมมือตลอดทั้งสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน ดังนั้น สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญ ซึ่งสรุปได้ดังนี้ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

อายุเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่ง ในการกำหนดบทบาทของแต่ละบุคคล ซึ่งบุคคลจะปรับตัวเข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุได้ดีย่อมขึ้นอยู่กับการยอมรับบทบาทของตนเอง จะส่งผลไปถึงการยอมรับบทบาททางสังคมที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต ซึ่งองค์การสหประชาชาติ (United Nations, 1982) มีข้อตกลงร่วมกันในการประชุมที่กรุงเวียนนา ประเทศออสเตรีย เมื่อปี พ.ศ.2525 โดยให้ความหมายผู้สูงอายุ หมายถึง ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป นับตั้งแต่อายุเกิดตามปฏิทินและใช้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย (2550) มาตรา 53 บัญญัติว่า ผู้สูงอายุ คือ บุคคลซึ่งมีอายุเกิน 60 ปีบริบูรณ์ พระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 มาตรา 3 บัญญัติว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง บุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่า 60 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีสัญชาติไทย สรุปความหมายคำว่า ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่อายุเกินกว่า 60 ปี ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติกิจกรรมของผู้สูงอายุ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้และภาวะสุขภาพ (Wuttithantawee, 2008, pp. 19-20)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ถูกต้องมากที่สุดว่านักท่องเที่ยวต้องการซื้อบริการท่องเที่ยวอะไร ทำไมถึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไร ซื้อบริการที่ไหน ซื้อบริการบ่อยแค่ไหน และหลังจากซื้อบริการแล้วเขาจะประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร (Tangchitwattana, 2012, p. 2; Boonark 2015, p. 26)

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีสภาพทางธรรมชาติที่สวยงามปลอดภัยและวัฒนธรรมเรียนรู้วิถีชีวิตคนในท้องถิ่น เพื่อพักผ่อน มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ นันทนาการ กิจกรรมบำบัด ฟันฟูสุขภาพกายและจิตเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรมท้องถิ่น คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ (Tourism Authority of Thailand, 2003, p. 3; Chanina, Khunchumnana, Amphansookkoa, Thongyaia, Rodneuma & Sriprasertb, 2015, p. 1147) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) อาจแบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมายของกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็น 2 ประเภทหลัก คือการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ช่วยส่งเสริมให้ร่างกายของนักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย ส่งผลให้มีสุขภาพจิตที่ดี และการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำบัดรักษาสุขภาพ รักษาและฟื้นฟูสุขภาพ (Thaweewee, 2008; Boonyung, 2016; Saks, 2012, p. 10)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Pender (1982) ได้พัฒนารูปแบบการส่งเสริมสุขภาพมาตั้งแต่ต้นทศวรรษ 1980 หลังจากได้เสนอรูปแบบการป้องกันสุขภาพขึ้นในปี ค.ศ. 1975 ซึ่งกล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและการกระทำของแต่ละบุคคลในการป้องกันโรค เพนเดอร์จึงได้เสนอรูปแบบการส่งเสริมสุขภาพพร้อมทั้งมีการพิมพ์เผยแพร่ครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ.1982 โดยมีความเชื่อว่าการส่งเสริมสุขภาพเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มระดับความผาสุกและความสำเร็จในจุดมุ่งหมายสูงสุดในชีวิตของบุคคลและกลุ่มตนได้

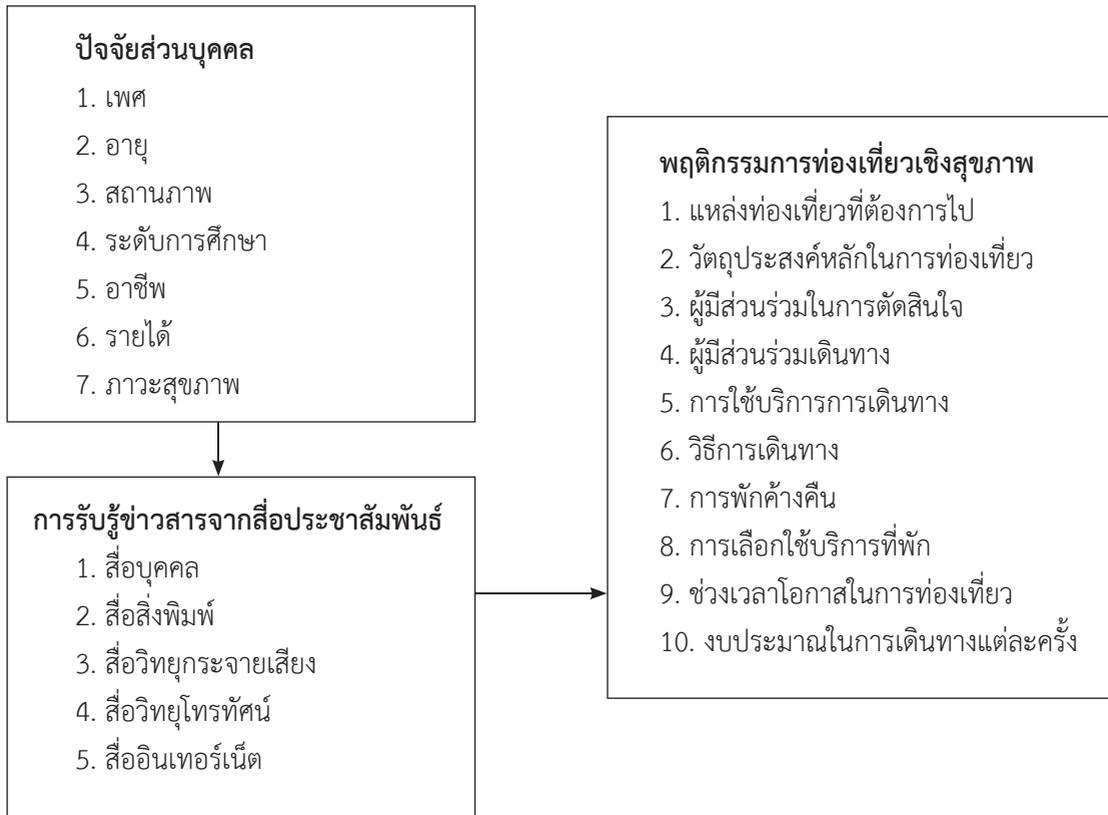
Onarun (2010) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน โดยสมาชิกในครอบครัวช่วยแนะนำหรือตัดสินใจและเดินทางท่องเที่ยวเลือกเดินทางเองโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว นิยมพักค้างคืนและใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก โดยเลือกเดินทางในฤดูกาลและเทศกาล และการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ

Thiensiri, Wandee, Bunyanuphong and Sangkakorn (2012) ประเมินสถานการณ์และศักยภาพทางการตลาดของการท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่ง (Slow Tourism) ในภาคเหนือตอนบน สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีลักษณะใกล้เคียงกันคือส่วนใหญ่มีอายุ 60 – 64 ปี รายได้มาจากเงินเบี้ยหวัดเงินบำนาญ และไม่มีปัญหาเรื่องสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ ธรรมชาติที่สวยงาม แต่ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ต่างมีพฤติกรรมที่ค่อนข้างแตกต่างกัน คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยจะมีบุตรหลานเป็นผู้วางแผนและเดินทางท่องเที่ยว โดยแหล่งข้อมูลในการท่องเที่ยวมาจากการสอบถามญาติคนรู้จักหรือเพื่อนเป็นหลัก เดินทางท่องเที่ยวในวันเสาร์-อาทิตย์ และระยะเวลาในแต่ละครั้งไม่เกิน 3 วัน สำหรับชาวต่างชาติจะวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองและกับคู่สมรส โดยแหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวมาจากอินเทอร์เน็ต เดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา และระยะเวลาท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง 4 – 7 วัน เนื่องจากมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูด คือ

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงใช้กำหนดเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดว่า “ภาคเหนือตอนบนเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ด้วยธรรมชาติที่งดงาม และแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตที่หลากหลาย” ในด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวนำเสนอสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว คือ 1) ความงดงามของธรรมชาติ 2) วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่หลากหลาย 3) ศาสนสถานอันทรงคุณค่า 4) ตำนานประวัติศาสตร์และโบราณคดี

Saks (2012) ศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของเมืองเฮลซิงกิในทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียในเมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางจากเมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเมืองเฮลซิงกิในเชิงบวกเป็นเมืองที่มีบรรยากาศร่มรื่นสะอาดและเงียบสงบแต่การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศฟินแลนด์ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เมือง เฮลซิงกิไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ และเป็นผลให้ปริมาณนักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ส่วนใหญ่หาข้อมูลจากบุคคลที่รู้จัก เพื่อน และญาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่เมืองเฮลซิงกิเพราะมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่ดีส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองเฮลซิงกิจะได้ประสบการณ์จากชุมชนเมืองและได้ท่องเที่ยวชมรอบเมืองรวมถึงการช้อปปิ้งและพักผ่อน

กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์

สมมติฐานการวิจัย

สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เป็นการศึกษาสภาพทั่วไปและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนครสวรรค์ และใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity Research) มีวิธีการวิจัยตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ในจังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 177,847 คน (Ministry of Public Health, 2560) คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ Taro Yamane ได้จำนวน 399 คน เมื่อผู้วิจัยได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้ว จึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและชมรมผู้สูงอายุตามอำเภอต่างๆ ในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ แต่ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามเกินจำนวนที่คำนวณได้ โดยแจกจำนวน 415 ฉบับ แบ่งตามสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุ

เทียบรายอำเภอของจังหวัดนครสวรรค์ (Ministry of Public Health, 2560)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแบบสอบถามความคิดเห็นเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภาวะสุขภาพโดยทั่วไปในปัจจุบัน จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ ข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 11 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในนครสวรรค์ จำนวน 5 ข้อ

3. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ผลการทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์เท่ากับ .679 และคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ เท่ากับ .816

4. การรวบรวมข้อมูล มีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบ ได้แก่

4.1 การรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการสำรวจสภาพทั่วไปและรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พร้อมทั้งจัดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนครสวรรค์

4.2 การรวบรวมตามลักษณะของข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม วิธีการแจกแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตัวเองและบางกลุ่มก็ให้ลูกหลานไปสอบถามผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่

อยู่ในครอบครัวตนเอง โดยกลุ่มตัวอย่างนั้นต้องเป็นผู้ที่เคยท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ เพื่อทำการศึกษาและวิเคราะห์ต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง แล้วทำการลงรหัสแล้วนำไปวิเคราะห์ ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าการแจกแจงความถี่ (f) ค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าโคสแควร์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

อัตราการตอบกลับของแบบสอบถาม พบว่า มีแบบสอบถามที่มีข้อความไม่ครบถ้วน สมบูรณ์ จำนวน 15 ฉบับ จึงไม่นำรวมในการวิเคราะห์ แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ สามารถนำเสนอผลการวิจัย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.30 มีอายุระหว่าง 60-65 ปี ร้อยละ 44.80 สถานภาพสมรส ร้อยละ 54.70 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 74.50 เป็นผู้เกษียณอายุ ร้อยละ 27.50 มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 44.30 มีภาวะสุขภาพปานกลาง ร้อยละ 53.10 และพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ร้อยละ 63.00 และผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การศึกษา มีดังนี้

การศึกษาสภาพทั่วไปและรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนครสวรรค์มีทั้งหมดจำนวน 10 อำเภอ ไม่มุ่งเฉพาะเพียงการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหรือความบันเทิงเท่านั้น แต่จะจัดสถานที่ให้การ

ส่งเสริมสุขภาพด้านกายและจิตใจด้วย ได้แก่ อำเภอ เมืองนครสวรรค์ พบแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ ต้นแม่น้ำเจ้าพระยา บึงบอระเพ็ด อุทยานสวรรค์ วัดเกรียงไกรกลาง หอชมเมือง ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์ – เจ้าแม่ทับทิม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ คือ วัดเกาะหงส์ เพราะมีการรักษาโรคโดยวิธีการเหยียบฉ่า และในอำเภออื่นๆ อีก 9 อำเภอจะพบ แหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทั้งหมด ได้แก่ อำเภอเก้าเลี้ยว คือ วัดเขาดินใต้ วัดมหาโพธิ์ใต้ อำเภอโกรกพระ คือ วัดเขาล้ำพระ อำเภอตากสิน คือ พิพิธภัณฑสถาน วนอุทยานถ้ำเพชร-ถ้ำทอง อำเภอท่าตะโก คือวัดป่าสิริวัฒนวิสุทธิ์ อำเภอบรรพตพิสัย คือ เขาหน่อ-เขาแก้ว อำเภอพยุหะคีรี คือ เมืองโบราณโคกไม้เดน ทำน้ำอ้อย วัดพระปรางค์เหลือง อำเภอไพศาลี คือ วัดพระพุทธรูป อำเภอแม่วงก์ คือ อุทยานแห่งชาติแม่วงก์ ช่องเขื่อน และอำเภอหนองบัว คือ โครงการอ่างเก็บน้ำเขาพระ วัดเขาพระนิกรปฐมรักษ์ วัดหนองกลีบ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า วัดอุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ร้อยละ 63.00 ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เช่น น้ำตกภูเขา ทะเล น้ำพุร้อน เป็นแหล่งที่ผู้สูงอายุต้องการไปมากที่สุด ร้อยละ 45.60 โดยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบประหยัดเป็นส่วนใหญ่ เช่น ชอบการท่องเที่ยวพักผ่อน ค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมาก ร้อยละ 60.50 ชอบเดินทางระหว่างวันหยุด เช่น มีการวางแผนการท่องเที่ยวว่าจะไปที่ไหน อย่างไร ร้อยละ 27.00 ส่วนใหญ่ครอบครัว/ญาติมีส่วนร่วมแนะนำและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ร้อยละ 81.30 โดยมีครอบครัวหรือญาติร่วมเดินทางท่องเที่ยวไปด้วย ร้อยละ 77 รูปแบบการเดินทางนั้น ส่วนใหญ่จะเดินทางเอง ร้อยละ 88 มีวิธีการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 84.00 ซึ่งการเดินทางนี้จะไม่พักค้างคืนและพักค้าง

คืน ร้อยละ 50.00 เท่ากัน หากพักค้างคืนส่วนใหญ่การใช้บริการที่พักบ้านญาติ บ้านเพื่อน ร้อยละ 57.30 โอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวในวัน ส่วนใหญ่ผู้สูงอายุจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวทุกโอกาสตามความสะดวก ร้อยละ 57.80 และใช้งบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งมากกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 27.50

การรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.14 จัดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายละเอียดของข้อคำถามที่เป็นมาตรฐานการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ดังนี้ การรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคล ได้แก่ บุคคลในครอบครัว ญาติ เพื่อน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในอายุระดับมาก ($\bar{X} = 3.60, SD = 0.982$) รองลงมาคือ การรับรู้ข่าวสารจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุอยู่ในอายุระดับมาก ($\bar{X} = 3.51, SD = 1.018$) การรับรู้ข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ คู่มือการท่องเที่ยว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุอยู่ในอายุระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.96, SD = 1.012$) การรับรู้ข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียง ได้แก่ วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย วิทยุชุมชนในจังหวัดนครสวรรค์มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุอยู่ในอายุระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.90, SD = 1.076$) การรับรู้ข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุอยู่ในอายุระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.73, SD = 1.461$) ตามลำดับ

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ด้านสื่อบุคคล พบว่า การรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ต้องการไป รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ช่วงโอกาสในการเลือกเดินทางและงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ แต่การรับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืนหรือไม่พักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า การรับรู้ข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ต้องการไป รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การพักค้างคืนหรือไม่พักในการเดินทาง ช่วงโอกาสในการเลือกเดินทางและงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สรุปได้ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ไม่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์

ด้านสื่อวิทยุกระจายเสียง พบว่า การรับรู้ข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ช่วงโอกาสในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวและงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยว แต่การรับรู้ข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียงมีความสัมพันธ์กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ต้องการไป รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและการพักค้างคืนหรือไม่พักในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสื่อวิทยุโทรทัศน์ พบว่า การรับรู้ข่าวสารจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ต้องการไป รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและช่วง

โอกาสในการเลือกเดินทาง แต่การรับรู้ข่าวสารจากสื่อวิทยุโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืนหรือไม่พักในการเดินทางท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์กับงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่า การรับรู้ข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ต้องการไป รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และช่วงโอกาสในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว แต่การรับรู้ข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืนหรือไม่พักในการเดินทางท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์กับงบประมาณในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดนครสวรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การจัดการสถานที่ให้นักท่องเที่ยวชมตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดนครสวรรค์ไม่มุ่งเฉพาะเพียงการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหรือความบันเทิงเท่านั้น แต่จะจัดสถานที่ให้การส่งเสริมสุขภาพด้านกายและจิตใจด้วย สอดคล้องกับ Loedlukthanathan (2011) ศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ พบว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไม่ใช่ได้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น และ Pender (1982) ได้เสนอรูปแบบการส่งเสริมสุขภาพเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มระดับความผาสุก และความสำเร็จ ในจุดมุ่งหมายสูงสุดในชีวิตของบุคคลและกลุ่มคนได้ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะช่วยส่งเสริมทั้งด้านกายและจิตใจให้กับนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีวัตถุประสงค์หลัก

ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด มีครอบครัวหรือญาติร่วมเดินทางท่องเที่ยวไปด้วย คนในครอบครัวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเดินทางเองโดยรถยนต์ส่วนตัว หากพักค้างคืนจะใช้บริการที่พักบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน โดยเลือกเดินทางท่องเที่ยวทุกโอกาสตามความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ Onarun (2010) พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน โดยสมาชิกในครอบครัวช่วยแนะนำหรือตัดสินใจและเดินทางท่องเที่ยว เลือกเดินทางเองโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และได้รับข้อมูลจากบุคคลภายในครอบครัว ญาติ เพื่อน และสอดคล้องกับ Thiensiri, Wandee, Bunyanuphong and Sangkakorn (2012) กล่าวว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่ผู้สูงอายุชื่นชอบมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม มีบุตร/หลานเป็นผู้วางแผนและเดินทางท่องเที่ยวด้วย โดยแหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวมาจากการสอบถามญาติ คนรู้จักหรือเพื่อนเป็นหลัก และ Rodkhen (2011) กล่าวว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ ครอบครัวและมักเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว ในการเดินทางท่องเที่ยวจะการเดินทางไปเอง โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวชอบพักที่บ้านญาติ/บ้านเพื่อน โดยเข้าพักเป็นเวลา 1-2 วัน ชอบเดินทางท่องเที่ยวตามโอกาสที่เหมาะสมและยังสอดคล้องกับการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวเองกับครอบครัว/ญาติ นิยมที่จะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ที่พักค้างคืนนิยมที่จะพักแรมที่บ้าน/ที่พักของครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการได้รับการช่วยเหลือดูแลจากสังคม มีความต้องการความรักและความเอาใจใส่จากคนในครอบครัว Siriphanit (2011)

การรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษา พบว่า สื่อบุคคลและสื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุรับรู้ในระดับมาก สอดคล้องกับ Rodkhen (2011) กล่าวว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในพื้นที่ชนบท จ.นครสวรรค์ ได้รับข้อมูลท่องเที่ยวจากสื่อโทรทัศน์และวิทยุมากกว่าสื่อประชาสัมพันธ์อื่น และ Saks (2012) กล่าวว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะหาข้อมูลจากสื่อบุคคล เป็นบุคคลที่รู้จักหรือเพื่อนหรือญาติที่มีประสบการณ์ในการเดินทางแล้วจะมาบอกต่อ และจากการศึกษาของ Esichaikul and Songsoonthornwong (2009) พบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปที่มาเที่ยวในประเทศไทย ได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด ซึ่งเป็นสื่อบุคคลเช่นกัน ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง สื่ออินเทอร์เน็ต จากการศึกษาครั้งนี้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจะรับรู้ในระดับปานกลาง ซึ่ง Loedlukthanathan (2011, p. 184) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีจุดอ่อนในการประชาสัมพันธ์ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ เป็นเพียงอุปกรณ์ที่ช่วยสนับสนุนการสื่อความหมายที่ไม่สามารถใช้แทนสื่อบุคคลได้ เพราะข้อมูลในสื่อสิ่งพิมพ์นั้นจะสั้น เนื้อหาน้อยแต่เข้าใจง่าย กล่าวแค่เพียงประวัติแหล่งท่องเที่ยวโดยย่อ บอกจุดที่สำคัญเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่จะเดินทางเพื่อพักผ่อนหรือท่องเที่ยว ต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากที่สุด หน่วยงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าว ควรดูแลรักษาสภาพแวดล้อม ความปลอดภัย โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ห้องส้วม

ทางลาดพร้อมราวจับ ป้ายสัญลักษณ์ พื้นที่จอดรถ และอาคาร สถานที่ที่เป็นมิตรสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ผ่อนคลายทั้งทางร่างกายและ จิตใจ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แท้จริง

2. ด้านการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูง อายุ ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารจากสื่อบุคคลซึ่งเป็นการบอก เล่าแบบปากต่อปาก และจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ซึ่งเป็น สื่อที่เข้าถึงได้ทุกครอบครัว ดังนั้น หน่วยงานหรือผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรทำการ ประชาสัมพันธ์ในช่องทางสื่อประเภทอื่นให้ครอบคลุม และเข้าถึงมากขึ้น เช่น สื่ออินเทอร์เน็ต เพราะนัก ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่จะเป็น ผู้สูงอายุในระยะเริ่มต้น ที่สามารถเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต ได้ไม่ยากนัก และไม่ควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะจากผลการศึกษาพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ไม่มีผลต่อ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุใน จังหวัดนครสวรรค์

ข้อเสนอแนะในทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้ หลักการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของ Buhalis (2000) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใน อนาคต ประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) (2) ด้านการเข้าถึง (Accessibilities) (3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) (4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (5) ด้านที่พักแรม (Accommodations) (6) ด้านการจัดการและบริการท่องเที่ยว (Ancillary Services) และควรศึกษาถึงปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ส่วนผสมทางการตลาด เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริม การตลาด จะได้นำผลการศึกษามาพัฒนา ปรับปรุงการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนครสวรรค์และจังหวัด อื่นต่อไปได้

Reference

- Boonnark, A. (2015). *Thai Tourist toward Local ThaiFood Consumption in Southern part of Thailand*. Ph.D, Dissertation Doctor of Business Administration (Marketing). Siam University. [In Thai]
- Buhalis, D. 2000. Marketing the competitive destination in the future. *Tourism Management*, 21(January), 97-116.
- Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 19 (January), 164-182..
- Constitution of The Kingdom of Thailand, B.E. 2550. (2007). *Principles of Elderly Assistance. Part 5, Section 53*. Bangkok. [In Thai]
- Esichaikul R. & Songsoonthornwong C. (2009). *Tourism Promotion for Senior Tourists from Europe to Thailand*. Bangkok: Sukhothai Thammathirat University. [In Thai]
- Loedlukthanathan, S. (2011). Development Health Tourism Route for Old age Pensioner. Research and Development. Bangkok: Chandrakasem Rajabhat University. [In Thai]
- Ministry of Public Health. (2016). *Health Promotion for Thai Elderly*. Retrieved from <http://hp.anamai.moph.go.th/soongwai/statics/about/soongwai/topic006.php>.
- Ministry of Public Health. (2017). *Population statistics*. Retrieved from <http://odpcddc.moph.go.th/DataCenter/RR506/popprovince.php?codeprovince=60>. [In Thai]
- Nakhon Sawan Provincial Administrative Organization and Chamber of Commerce. 2007. *Guide to Travel at Nakhonsawan*. Nakhonsawan: Tid tang Karn Pim Nakhonsawan. [In Thai]
- National Statistical Office. (2014). *Survey of travel behavior of Thai people 2014*. [Online]. Available: <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/themes/Files/TravelRep57.pdf> [In Thai]
- Odklun, P. (2016). The Elderly Theory. Retrieved from <http://223.25.19799/bcnuold/%E0%B9%84%E0%B8%9F%E0%B8%A5%E0%B9%8C%E>
- Onarun, K. (2010), *Factors affecting domestic tourist behavior of senior Thai citizens*. Master of Economics (Business Economics), Kasetsart University. [In Thai]
- Chanina, O. Khunchumnana, P. Suwapas Amphansookkoa, S., Thongyaia, K. Jutamas Pearce, P.L. & Lee, U. 2005. Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*. 43(3), 226-237.
- Pender, N. J. (1982). *Health promotion in nursing practice*. New York: Appleton-Century- Crofts
- Rinsri, J. (2006). *Principles of Public Relations*. Nakhonsawan: Nakhonsawan Rajabhat University. [In Thai]

- Rodkhen, K. (2011). *A study of motivation to choose destinations and expectations of elderly visitors to the tourist. Case studies in rural areas, Nakhon Sawan Province*. Master Thesis of Business Economics And communication Naresuan University. [In Thai]
- Rodneuma and Piangpis Sriprasertb. (2015). Guidelines on Health Tourism Management for Middle Eastern Tourists in Phuket Province. *Procedia Computer Science*, 65, 1146-1153.
- Rontos, K., Papanis, E., & Kitrinou, E. (2011). Analyzing tourist's profile, holidays' Characteristic and perceived tourist cost at Lesvos, Island, Greece. *Journal of Management Sciences and Regional Development*, 7, 25-48.
- Saks, A. 2012. Helsinki's image as a tourism destination in St Petersburg. *Journal of Business Tourism*. Retrieved from <http://www.theseus.fi/handle/10024/47672>
- Siriphanit, B., (2011). *Change and Prepare for Elder*. Retrieved from <http://www.thailocaladmin.go.th/1about/vision.jspprepared/topic002.php>.
- Srisaard, B., (1995). *Statistical methods for research*. (2nd Edition) : suwee riyasan. [In Thai]
- Nimhiranwong, S. (2001). *Factor, Preeference for Internal Tourism, Elderly*. Master, Education (Population Education). Mahidol University. [In Thai]
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (1999). *Consumer behavior in tourism*. Oxford: But-Terworth Heinenmann.
- Thaweesri, C., 2008. *Health tourism*. Retrieved from <https://www.l3nr.org/posts/166878>.
- Thiensiri, J., Wandee, C., Bunyanuphong, S. and Sangkakorn, K. (2012). Slow Tourism Market Potential Evaluation for Elderly Tourist in Upper North Region of Thailand. *FEU Academic Review*, 6(1), 49-62. [In Thai]
- Tourism Authority of Thailand. (2003). *Tourism Development*. Bangkok : Tourism Authority of Thailand. [In Thai]
- Tourism Authority of Thailand. (n.d.). *Seasoned travelers to the four tributaries and royal pool*. Nakhonsawan: Nakhonsawan Tourism Office. [In Thai]
- United Nations. (1982). *Report of the world assembly on aging*. Vienna : United Nations.