

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาการนวดสปา  
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

The study of factors affecting the decision for wellness tourism  
in case of Spa Massage in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan

เพชรพร สุวรรณโชติ\*, พีรศิลป์ บุญนาค\*, มณฑลดา บินอับดุลเลาะมาน\*, ณัฐวิทย์ จิตติธนะศักดิ์\*,

ปาริฉัตร เบ็ญจจันทร์\*, พิมพ์ลภัส เทพวงศ์ษา\* และ อัญชัญ ดัชนีเทศ\*

\*คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Corresponding author E-mail: peerasil.boonnak@g.swu.ac.th

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยช่วงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปที่เลือกใช้บริการนวดสปา แบบเดย์สปา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) การหาค่าร้อยละ (Percentage) การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต ( $\bar{X}$ ) และการหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เพื่อผ่อนคลาย กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการมากที่สุด คือ นวดแผนไทย รูปแบบลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่ คือ เดินทางกับครอบครัว/คนรัก เดินทางโดยรถส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางส่วนใหญ่อยู่ที่ 3,001-5,000 บาท มีการวางแผนการเดินทางในเรื่องของที่พักรวมที่สุด และการรับรู้ถึงข้อมูลการนวดสปา ส่วนใหญ่ คือ สื่อโซเชียลมีเดีย

3. ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในด้านปัจจัยผลักดันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.302$ , S.D. = 0.628) เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่า มีระดับแรงจูงใจที่แตกต่างกัน โดยด้านที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ( $\bar{X} = 4.567$ , S.D. = 0.536) ส่วนในด้านปัจจัยดึงดูดโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.468$ , S.D. = 0.585) เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า มีระดับแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านที่มีระดับแรงจูงใจมากที่สุด คือ ได้แก่ ด้านบุคลากร ( $\bar{X} = 4.612$ , S.D. = 0.516)

4. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า อาชีพมีผลต่อปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่อายุและรายได้ไม่มีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และผลการเปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการเปรียบเทียบกิจกรรมที่พักระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อปัจจัยผลักดัน ในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, นวดสปา, เดย์สปา, ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

## Abstract

The objectives of this research were to study behavior, tourism motivation, and factors affecting the decision of wellness tourism in the type of spa massage of tourists in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province. This research was a quantitative research. The sample was 385 Thai tourists aged range from 18 years old or over, who used a day spa massage service in Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province. Questionnaires were used as a tool for collecting data. The statistics used to analyze the data, are Frequency Distribution, Percentage, Arithmetic Mean ( $\bar{X}$ ) and Standard Deviation (S.D.), and One-Way ANOVA. The results found that:

1. Most of the respondents were female aged between 21 - 30 years old. Their most status were single. Most respondents graduated in bachelor's degree or equivalent and worked as an employee of a private company. Moreover, they earned an average monthly income of 15,001 - 25,000 baht.

2. Most respondents did not stay overnight and had a main purpose for relaxing. The activity, which is chosen by most tourists, was a Thai massage. Most travel styles were traveling with family/lovers traveling by a private car. Moreover, travel costs are mostly 3,001-5,000 bath. The travel plan was based on accommodation and the perception of spa massage information is mainly from social media.

3. As for the level of motivation of tourists for making a decision on health tourism in type of spa massage, the overall push factors was at the highest level ( $\bar{X}$  = 4.302, S.D. = 0.628). Considering the different levels of motivation, the highest level of motivation was safety. ( $\bar{X}$  = 4.567, S.D. = 0.536). While the overall pull factor was at the highest level ( $\bar{X}$  = 4.468, S.D. = 0.585). When considering each aspect, the result found that the motivation level was the highest in all aspects. The aspect with the highest level of motivation was personnel ( $\bar{X}$  = 4.612, S.D. = 0.516).

4. The results of demographic comparison showed that occupation had an effect on the push factor for wellness tourism decision making and the main tourism destination of tourists will affect the push factors and pull factors of wellness tourism decision making. However, age and income had no effect on the push factor and the pull factor in the decision-making of wellness tourism. Moreover, the comparison of activities performed during the trip had no effect on the push factors for wellness tourism decisions with statistical significance at the 0.05 level.

**Keywords:** wellness tourism, spa massage, day spa, factors affecting the decision

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในแต่ละปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเข้ามาในปี 2564 จำนวน 73 ล้านคน สามารถสร้างรายได้ 2.41 แสนล้านบาท และในปี 2565 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 224 ล้านคน สามารถสร้างรายได้ 1.08 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวของโลกในปี 2566 จากหลังสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลทำให้คนทั่วโลกเริ่มหันมาให้ความสำคัญในด้านการดูแลสุขภาพมากขึ้น และเน้นการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทำให้ประเด็นเรื่องการทำงานด้านสุขภาพ รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโตขึ้น โดยประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในเรื่องของอาหารและ Wellness เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างให้ความสนใจในเรื่องของการรับประทานอาหารและ

การทำสปา จะเห็นได้ว่าธุรกิจนวดสปาถือเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหนึ่งที่นำสนใจที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น อ้างอิงจากผลสำรวจของ TripAdvisor และ Slingo (2565) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับ 1 ของโลกด้านสถานบริการเพื่อสุขภาพ (Wellness Retreats) (รัฐบาลไทย, 2565) ซึ่งหนึ่งในจังหวัดที่มีเป้าหมายจะพัฒนาเพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก คือจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากสถิตินักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2564 ประมาณ 7 ล้านคน พร้อมสร้างรายได้สูงถึง 12.3 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) ซึ่งทำให้เห็นว่าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นจังหวัดหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว

โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่อำเภอหัวหิน เนื่องจากมีธุรกิจสปาที่จดทะเบียนเป็นสถานประกอบการสปามีจำนวนมากถึง 130 แห่ง (Department of Health Service Support, 2023 อ้างอิงใน วรลักษณ์ เขียวมีส่วน, 2561) ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาปีละประมาณ 1.8 ล้านคน เดินทางมาพักในอำเภอหัวหินระยะเวลาเฉลี่ยตั้งแต่ 7-15 วัน และมีอีกไม่น้อยที่พักนานถึง 1 เดือน ประกอบกับการประชุมศูนย์บริหารสถานการณ์เศรษฐกิจ (ศบค.) ครั้งที่ 1/2565 มีมติเห็นชอบในหลักการแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Wellness Sandbox ที่เสนอโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ใช้พื้นที่อำเภอหัวหินและอำเภอชะอำเป็นพื้นที่นำร่องโครงการ เพื่อช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและต่อยอดไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าหัวหินมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมและมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หัวหินจึงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถเพิ่มศักยภาพได้อีกมากมาย โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นสถานบริการนวดสปาประเภท Day Spa จำนวนมาก และได้รับความนิยมในการเข้าใช้บริการจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงเป็นที่มาของหัวข้อวิจัยที่คณะผู้วิจัยเลือกศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ซึ่งสามารถนำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและธุรกิจบริการด้านสุขภาพให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถนำมาใช้เป็นแบบแผนพัฒนาสำหรับพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาต่อไปในอนาคต

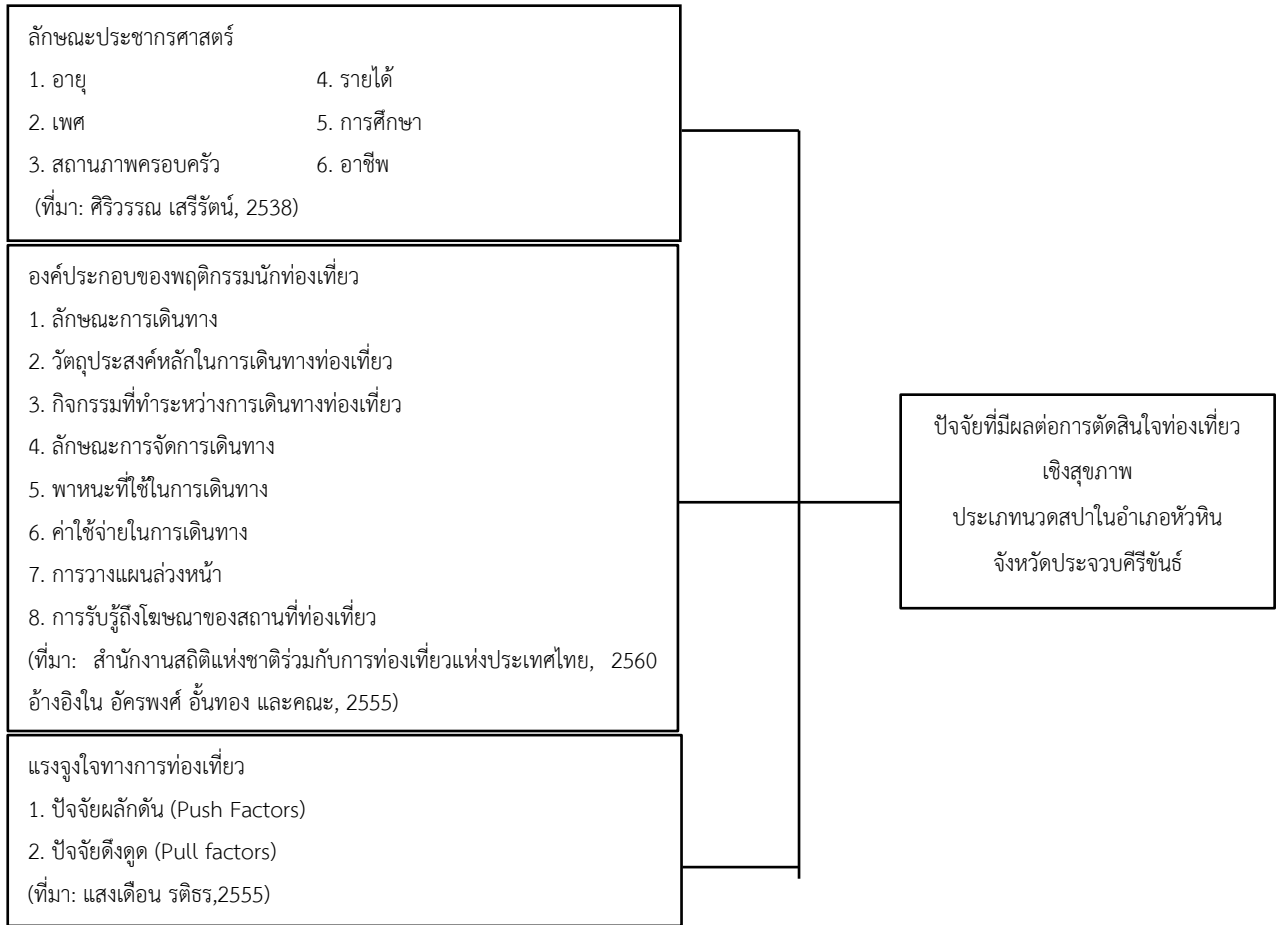
## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## 3. สมมติฐานของการวิจัย

- 3.1 อายุ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยผลักดันและดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 3.2 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยผลักดันและดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 3.3 กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยผลักดันและดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

#### 4. กรอบแนวความคิดในการวิจัย



โดยทฤษฎีปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ได้นำทฤษฎีอื่น ๆ มาใช้ประกอบการศึกษาด้วย ดังนี้ ปัจจัยผลักดัน เป็นปัจจัยภายในที่เกิดขึ้นความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (Maslow's Hierarchical Theory of Motivation) (Maslow, 1943 อ้างอิงใน สมบัติ อาริยาศาล, 2561) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์แต่ละลำดับขั้น จึงนำมาใช้เป็นตัวแปรเพื่อแบ่งเป็นแต่ละด้านของปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความต้องการทางด้านกายภาพ ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความต้องการความรัก ความต้องการได้รับการยอมรับ ยกย่อง ได้รับเกียรติจากสังคม และความต้องการที่ได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายด้านต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล

ปัจจัยดึงดูด เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอกส่งผลให้เกิดการตัดสินใจท่องเที่ยว จึงเลือกทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Kotler and Keller, 2016 อ้างอิงใน ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์, 2562) มาใช้เป็นตัวแปรเพื่อแบ่งเป็นแต่ละด้านของปัจจัยดึงดูด เนื่องจากสามารถอธิบายได้ครอบคลุมทั้งด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) และด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ (Physical Evidence) ซึ่งสอดคล้องกับพื้นที่ที่เลือกศึกษาของวิจัยที่เป็นธุรกิจการให้บริการนวดสปา จึงจะมีองค์ประกอบเหล่านี้เข้ามาเป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยว

## 5. วิธีดำเนินการวิจัย

### 5.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยช่วงอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป que เลือกใช้บริการนวดสปา แบบเคย์ สปา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเดินทางมาในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2566

### 5.2 กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว (Convenience Sampling) โดยอาศัยความสะดวกของกลุ่มตัวอย่างเป็นหลักที่สามารถตอบคำถามได้ตลอดระยะเวลาด้วยความสมัครใจ ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมีนาคมถึงเมษายน พ.ศ. 2566 โดยผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในงานศึกษาแน่นอน จึงได้ใช้วิธีการคำนวณสูตรหาจำนวนขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างใน อึ้งรุณี เอกะกุล, 2543) ดังนี้

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

โดย  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$P$  = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร

$e$  = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

$Z$  = ค่า  $Z$  ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

โดยการวิจัยนี้ใช้ค่าระดับเชื่อมั่นที่ 95 % หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $Z = 1.96$ ) เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.96^2}{4(0.5)^2} \\ &= \frac{3.8416}{0.01} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

$$n \approx 385 \text{ คน}$$

### 5.3 ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

5.3.1 ศึกษาและวิเคราะห์ทฤษฎีแนวคิดจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้าง แบบสอบถาม

5.3.2 วางแผนการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถามและกำหนดวันดำเนินการ

5.3.3 สร้างแบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนที่ 3 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยใช้การเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เข้าใช้บริการร้านนวดแบบเคย์ สปา ในอำเภอหัวหิน โดยระยะเวลาในการเก็บข้อมูลช่วงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2566 ซึ่งใช้การเลือก กลุ่มตัวอย่าง แบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยเป็นการเก็บแบบสอบถามโดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองแล้วนำคำตอบจากแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลและนำผลข้อมูลที่ไ้ไปวิเคราะห์

### 5.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว มีลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วน (Likert Scale) ซึ่งใช้ระดับวัดข้อมูล ประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) มี 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน คือ ระดับแรงจูงใจ มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1 มีเกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (Interval Scale) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549) ดังนี้

4.21 - 5.00 มีผลต่อระดับแรงจูงใจมากที่สุด

3.41 - 4.20 มีผลต่อระดับแรงจูงใจมาก

2.61 - 3.40 มีผลต่อระดับแรงจูงใจปานกลาง

1.81 - 2.60 มีผลต่อระดับแรงจูงใจน้อย

1.00 - 1.80 มีผลต่อระดับแรงจูงใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนัด สป่าในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายเปิด (Opened-end form)

#### 5.5 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.5.1 นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบ ความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาผู้วิจัยจะหาความตรงของเนื้อหาโดยการหาค่าดัชนีที่ สอดคล้อง (Index of Item-Objectives Congruence: IOC) คณะผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ IOC ไว้ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จากการคำนวณค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.76 ซึ่งถือว่ามีความตรงตามเนื้อหา

5.5.2 นำแบบสอบถามมาลองใช้ (Try out) กับบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายจำนวน 30 คน และนำผลลัพธ์ที่ได้มาคำนวณค่าสถิติของคะแนนรวมทั้งฉบับ โดยใช้สูตรคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient Reliability, 1970 อ้างอิงใน สมบัติ ท้ายคำเรือ, 2551) โดยคณะผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาไว้ตั้งแต่ 0.6 ขึ้นไปเพราะถือว่าเป็นค่าที่เหมาะสมและสามารถยอมรับได้ทางสถิติ โดยคณะผู้วิจัย คำนวณ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาได้เท่ากับ 0.814 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ

#### 5.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยหาค่าสถิติผ่านการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์สถิติ

##### 5.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

5.6.1.1 วิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพ โดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.6.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.6.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ในการนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

##### 5.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความต่างเป็นรายกลุ่ม โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

## 6. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) ซึ่งได้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พบว่า

6.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.2 เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ LGBTQ+ คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก อยู่ในช่วง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.6 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 75.3 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 70.1 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 18.7 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รายได้ส่วนใหญ่คือ 15,001-25,000บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 36.6

6.2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการนวดสปาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 29.6 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ เพื่อผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 83.4 รองลงมา คือ เพื่อดูแลสุขภาพ/ส่งเสริมสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และเพื่อบำบัด/รักษาโรค คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการเป็นส่วนใหญ่ 3 อันดับ ได้แก่ นวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 63.9 การนวดเท้า / การนวดกดจุด คิดเป็นร้อยละ 41.6 การทำทรีตเมนต์หน้า/ผิว คิดเป็นร้อยละ 25.2 รูปแบบลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางกับครอบครัว/คนรัก คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาคือ พาหนะที่ใช้ส่วนใหญ่ คือ รถส่วนตัว คิดเป็น ร้อยละ 83.4 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางส่วนใหญ่ คือ 3,001-5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการวางแผนการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 73.2 โดยเรื่องที่นิยมวางแผนในการเดินทาง 3 อันดับ ได้แก่ ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมาคือ ช่วงเวลาเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 61.6 และเส้นทางการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 46.5 ตามลำดับ การรับรู้ถึงข้อมูลการนวดสปา ส่วนใหญ่ คือ สื่อโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 64.2 รองลงมาคือ ค้นหาข้อมูลด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 59.5 และคนรอบตัว คิดเป็นร้อยละ 28.1 ตามลำดับ

6.3 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ของนักท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 385 คน โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และนำมาแปรผลระดับแรงจูงใจ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปัจจัยผลึกต้น	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. แรงจูงใจด้านกายภาพ	4.304	0.534	มากที่สุด
2. แรงจูงใจด้านความมั่นคงปลอดภัย	4.567	0.536	มากที่สุด
3. ความต้องการความรัก ความรู้สึกเป็นเจ้าของ	4.083	0.793	มาก
4. แรงจูงใจด้านการได้รับการยอมรับ ยกย่อง ได้รับเกียรติจากสังคม	4.216	0.703	มากที่สุด
5. แรงจูงใจด้านการได้รับความสำเร็จตามเป้าหมาย	4.340	0.576	มากที่สุด
รวม	4.302	0.628	มากที่สุด
ปัจจัยดึงดูด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.379	0.615	มากที่สุด
2. ด้านราคา (Price)	4.459	0.607	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.448	0.579	มากที่สุด

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	4.275	0.705	มากที่สุด
5. ด้านบุคลากร (People)	4.612	0.516	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	4.530	0.528	มากที่สุด
7. ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ (Physical Evidence)	4.577	0.546	มากที่สุด
รวม	4.468	0.585	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในด้านปัจจัยผลักดัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.302, S.D. = 0.628) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ( $\bar{X}$  = 4.567, S.D. = 0.536) ด้านการได้รับความสำเร็จตามเป้าหมาย ( $\bar{X}$  = 4.340, S.D. = 0.576) ด้านกายภาพ ( $\bar{X}$  = 4.304, S.D. = 0.534) ด้านการได้รับการยอมรับ ยกย่อง ( $\bar{X}$  = 4.216, S.D. = 0.703) และอยู่ในระดับมากที่สุด 1 ด้าน ได้แก่ ความต้องการความรัก ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ( $\bar{X}$  = 4.083, S.D. = 0.793) ส่วนในด้านปัจจัยดึงดูด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.468, S.D. = 0.585) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 7 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ( $\bar{X}$  = 4.612, S.D. = 0.516) ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ ( $\bar{X}$  = 4.577, S.D. = 0.546) ด้านกระบวนการในการให้บริการ ( $\bar{X}$  = 4.530, S.D. = 0.528) ด้านราคา ( $\bar{X}$  = 4.459, S.D. = 0.607) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $\bar{X}$  = 4.448, S.D. = 0.579) ด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}$  = 4.379, S.D. = 0.615) และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ( $\bar{X}$  = 4.275, S.D. = 0.705)

6.4 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาของนักท่องเที่ยว ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ปัจจัยดึงดูด โดยด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านบุคลากร ประกอบไปด้วยการมีคุณภาพและมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีความพร้อมในการให้บริการ มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการและสามารถให้ข้อมูลสินค้าได้ และการแต่งกายของพนักงานมีความเหมาะสมและสะอาดเรียบร้อย ตามลำดับ และด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญรองลงมา ได้แก่ ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ ประกอบไปด้วย บรรยากาศภายในสถานที่มีความผ่อนคลาย มีการระบุราคาในแต่ละกิจกรรมที่ชัดเจน ตรงตามทีโฆษณา และสถานที่มีภาพลักษณ์ มีชื่อเสียงที่ดี และมีความสะอาด ตามลำดับ และด้านที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญถัดมา ซึ่งอยู่ในปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ด้านความมั่นคงปลอดภัย ประกอบไปด้วยการได้รับความปลอดภัยระหว่างใช้สถานที่ให้บริการ ได้รับความปลอดภัยขณะรับบริการ ได้รับความปลอดภัยต่อทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ ได้รับความปลอดภัยจากอุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานที่ 1 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการทดสอบทดสอบสมมติฐานแสดงไว้ในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบช่วงอายุต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปัจจัยผลักดัน	อายุ			
	$\bar{X}$	S.D.	F	P
1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ	4.304	0.534	1.782	0.115
2. แรงจูงใจด้านความมั่นคงปลอดภัย	4.567	0.536	2.333	0.042*



3. ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความต้องการความรัก	4.083	0.793	1.273	0.275
4. แรงจูงใจด้านการได้รับความยอมรับยกย่อง ได้รับเกียรติจากสังคม	4.216	0.703	1.339	0.247
5. แรงจูงใจด้านการได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายด้านต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล	4.340	0.576	0.543	0.744
รวม	4.302	0.493	0.700	0.624
ปัจจัยดึงดูด	$\bar{X}$	S.D.	F	P
6. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.379	0.615	0.834	0.526
7. ด้านราคา (Price)	4.459	0.607	0.213	0.957
8. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.448	0.579	1.667	0.142
9. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	4.275	0.705	1.955	0.085
10. ด้านบุคลากร (People)	4.612	0.516	2.178	0.056
11. ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	4.530	0.528	0.387	0.858
12. ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ (Physical Evidence)	4.577	0.546	0.793	0.555
รวม	4.468	0.485	0.990	0.424

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 2 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบช่วงอายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยผลักดันในด้านความมั่นคงปลอดภัย สมมติฐานที่ 2 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยผลักดันและดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการทดสอบทดสอบสมมติฐานแสดงไว้ในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปัจจัยผลักดัน	อาชีพ			
	$\bar{X}$	S.D.	F	P
1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ	4.304	0.534	1.862	0.100
2. แรงจูงใจด้านความมั่นคงปลอดภัย	4.567	0.536	0.214	0.957
3. ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความต้องการความรัก	4.083	0.793	2.929	0.013*
4. แรงจูงใจด้านการได้รับความยอมรับยกย่อง ได้รับเกียรติจากสังคม	4.216	0.703	3.225	0.007*
5. แรงจูงใจด้านการได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายด้านต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล	4.340	0.576	2.180	0.056
รวม	4.302	0.493	2.563	0.027*
ปัจจัยดึงดูด	$\bar{X}$	S.D.	F	P
6. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.379	0.615	1.042	0.393
7. ด้านราคา (Price)	4.459	0.607	1.740	0.124
8. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.448	0.579	0.513	0.766
9. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	4.275	0.705	1.240	0.240
10. ด้านบุคลากร (People)	4.612	0.516	0.617	0.687
11. ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	4.530	0.528	0.601	0.699

12. ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ (Physical Evidence)	4.577	0.546	1.994	0.079
รวม	4.468	0.485	0.927	0.464

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีผลต่อปัจจัยผลักดันในด้านความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความต้องการความรัก และแรงจูงใจด้านการได้รับความยอมรับยกย่อง ได้รับเกียรติจากสังคม แต่ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยดึงดูด ในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยผลักดันและดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการทดสอบทดสอบสมมติฐานแสดงไว้ในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับรายได้ต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปัจจัยผลักดัน	รายได้			
	$\bar{X}$	S.D.	F	P
1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ	4.304	0.534	0.614	0.689
2. แรงจูงใจด้านความมั่นคงปลอดภัย	4.567	0.536	1.323	0.253
3. ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความต้องการความรัก	4.083	0.793	0.294	0.916
4. แรงจูงใจด้านการได้รับความยอมรับยกย่อง ได้รับเกียรติจากสังคม	4.216	0.703	0.625	0.681
5. แรงจูงใจด้านการได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายด้านต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล	4.340	0.576	0.982	0.429
รวม	4.302	0.493	0.440	0.821
ปัจจัยดึงดูด	$\bar{X}$	S.D.	F	P
6. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.379	0.615	0.634	0.674
7. ด้านราคา (Price)	4.459	0.607	0.492	0.782
8. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.448	0.579	1.000	0.417
9. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	4.275	0.705	0.895	0.484
10. ด้านบุคลากร (People)	4.612	0.516	2.051	0.071
11. ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	4.530	0.528	0.525	0.757
12. ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ (Physical Evidence)	4.577	0.546	0.717	0.611
รวม	4.468	0.485	0.888	0.489

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยผลักดันในด้านการยอมรับ ยกย่อง ได้รับเกียรติจากสังคม ได้แก่ การได้รับสิทธิพิเศษจากการเข้าใช้บริการซ้ำหลายครั้ง และปัจจัยดึงดูดในด้านบุคลากร ได้แก่ การมีความรู้ในการให้บริการ และสามารถให้ข้อมูลสินค้าได้

สมมติฐานที่ 4 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปัจจัยผลักดัน	วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว			
	$\bar{X}$	S.D.	F	P
1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ	4.304	0.534	5.419	0.000*
2. แรงจูงใจด้านความมั่นคงปลอดภัย	4.567	0.536	3.114	0.015*
3. ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความต้องการความรัก	4.083	0.793	3.464	0.009*
4. แรงจูงใจด้านการได้รับความยอมรับยกย่อง ได้รับเกียรติจากสังคม	4.216	0.703	7.075	0.000*
5. แรงจูงใจด้านการได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายด้านต่างๆของแต่ละบุคคล	4.340	0.576	3.085	0.016*
รวม	4.302	0.493	5.961	0.000*
ปัจจัยดึงดูด	$\bar{X}$	S.D.	F	P
6. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.379	0.615	2.494	0.043*
7. ด้านราคา (Price)	4.459	0.607	2.112	0.079
8. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.448	0.579	3.097	0.016*
9. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	4.275	0.705	2.538	0.040*
10. ด้านบุคลากร (People)	4.612	0.516	4.271	0.002*
11. ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	4.530	0.528	4.255	0.002*
12. ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ (Physical Evidence)	4.577	0.546	6.468	0.000*
รวม	4.468	0.485	4.539	0.001*

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 5 พบว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว มีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สมมติฐานที่ 5 กิจกรรมที่ ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกิจกรรมที่ ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ปัจจัยผลักดัน	กิจกรรมที่ ทำระหว่างท่องเที่ยว			
	$\bar{X}$	S.D.	F	P
1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ	4.304	0.534	0.745	0.634
2. แรงจูงใจด้านความมั่นคงปลอดภัย	4.567	0.536	0.989	0.439
3. ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ความต้องการความรัก	4.083	0.793	0.356	0.927

4. แรงจูงใจด้านการได้รับความยอมรับยกย่อง ได้รับเกียรติจากสังคม	4.216	0.703	0.914	0.495
5. แรงจูงใจด้านการได้รับความสำเร็จตามเป้าหมายด้านต่างๆของแต่ละบุคคล	4.340	0.576	0.432	0.882
รวม	4.302	0.493	0.501	0.834
ปัจจัยดึงดูด	$\bar{X}$	S.D.	F	P
6. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.379	0.615	0.370	0.920
7. ด้านราคา (Price)	4.459	0.607	2.102	0.043*
8. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.448	0.579	0.222	0.980
9. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)	4.275	0.705	2.104	0.042*
10. ด้านบุคลากร (People)	4.612	0.516	0.676	0.692
11. ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	4.530	0.528	0.505	0.831
12. ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ (Physical Evidence)	4.577	0.546	0.517	0.822
รวม	4.468	0.485	0.814	0.576

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 6 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยดึงดูดในด้านราคา และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

## 7. อภิปรายผล

7.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ อยู่ในช่วงอายุ 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด และมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-25,000 บาท เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่เข้าใช้บริการโดยส่วนใหญ่นั้นอยู่ในช่วงอายุของวัยทำงาน ซึ่งมีความเหนียวแน่นจากการทำงานและต้องการที่จะรับบริการนวดสปาเพื่อความผ่อนคลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวรัตน์ กุศลและธรรณชนก เพชรานนท์ (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวโครงการ พัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำแม่จอน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท

7.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในวัตถุประสงค์หลักส่วนใหญ่ คือ เพื่อผ่อนคลายและต้องการได้รับการบริการที่ดีและน่าพึงพอใจ โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ นวดแผนไทย เนื่องจากเป็นบริการที่เข้าถึงได้ง่ายและคุ้มค่าต่อราคา ซึ่งการรับรู้ถึงข้อมูลร้านนวดสปาส่วนใหญ่ คือ สื่อโซเชียลมีเดีย และคนรู้จัก โดยทางร้านเคยสไปแต่ละร้านนั้นล้วนมีการประชาสัมพันธ์เพื่อต้องการให้ร้านของตนเองเป็นที่รู้จักผ่านป้ายโฆษณา และสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น Facebook TikTok เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานค้นคว้าอิสระของ ณัฐธิกานต์ โพธิพิพิธ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านนวดแผนไทยในเขตถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีจุดประสงค์ในการเข้ารับบริการร้านนวดแผนไทย คือ เพื่อความผ่อนคลาย คลายเครียด และมีการรับรู้ข่าวสารของร้านนวดจากคนรู้จักและป้ายโฆษณากลางแจ้ง

7.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ทั้งในด้านปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการนวดสปาให้ความสำคัญในด้านบุคลากร เนื่องจากต้องการได้รับการบริการจาก พนักงาน ที่มีความสุภาพ เคารพ และให้เกียรติลูกค้า และปฏิบัติงานด้วยใจรักในการบริการ ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ เนื่องจากผู้รับบริการต้องการให้สภาพแวดล้อมและบรรยากาศภายในร้านมีความผ่อนคลาย ด้านความมั่นคงปลอดภัย

ต้องการได้รับความปลอดภัยต่อตนเองและมีมาตรการการป้องกันการเสี่ยงการติดเชื้อโควิด-19 ระหว่างเข้ารับบริการต่าง ๆ และด้านกระบวนการในการให้บริการ เนื่องจากต้องการได้รับการบริการที่ดีและมีคุณภาพ คุ่มค่าต่อราคาที่ย่อมรวมไปถึงต้องการได้รับความประทับใจในระหว่างเข้ารับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธุมจารี ปาลอภิไตร และ ณิชพร อธิสุวรรณ กัง (2564) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยาต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า

1. ด้านบุคลากร เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คือ พนักงานพูดจาสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดี พนักงานมีการต้อนรับและยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง แต่ยังให้ความสำคัญกับเอกสารรับรองการเป็นผู้ให้บริการนวด และต้องการพนักงานที่สามารถให้ข้อมูลในตัวสินค้าได้

2. ด้านกายภาพและการนำเสนอการบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับความสะอาดและบรรยากาศของร้านที่พร้อมให้บริการ รวมทั้งที่ตั้งที่สะดวกในการค้นหาและเข้ามาใช้บริการ

3. ด้านความมั่นคงปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของพัชรียา แก้วชู (2563) พบว่า ปัจจัยในปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ซึ่งจากค่าเฉลี่ยด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยว มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ควรเตรียมการปรับตัวเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ต่าง ๆ และพัฒนาการบริการให้ตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบบวิถีปกติใหม่ และเป็นการเพิ่มศักยภาพให้แก่สถานประกอบการเอง

4. ด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน การนวดทำให้ลูกค้าเกิดความผ่อนคลาย การให้บริการรวดเร็ว และความปลอดภัยของการให้บริการ ตามลำดับ

5. ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการให้บริการต้องมีความเหมาะสม รองลงมาคือ สามารถเลือกค่าใช้จ่ายได้ตามต้องการ โดยมีการแจ้งราคาชัดเจนหรือจัดทำเป็นเล่มเมนูให้ลูกค้าได้เลือกและกำหนดราคาด้วยตัวเองได้

7.4 อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยผลักดัน ในด้านความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอดิگانต์ ไพโรจน์พิริยะกุล และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง เมื่อเปรียบเทียบระหว่างอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุที่แตกต่างกันมีปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางที่แตกต่างกัน เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงอายุแตกต่างกัน เช่น วัยรุ่นมักเน้นสถานที่ท่องเที่ยวที่ท้าทายต่อวัยของตน ส่วนวัยทำงานจนถึงวัยผู้สูงอายุ มักเน้นเชิงวัฒนธรรมวัดวาอารามเป็นหลัก ซึ่งเป็นไปในทิศทางกับปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ผู้วิจัยพบว่าช่วงอายุส่วนมากของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเข้ารับบริการนวดสปา เป็นช่วงอายุของวัยทำงานจนถึงผู้สูงอายุ เนื่องจากการท่องเที่ยวที่ได้รับการดูแลสุขภาพ ผ่อนคลาย จึงเป็นที่น่าสนใจของคนในช่วงอายุดังกล่าวที่ต้องการพักผ่อน ผ่อนคลายจากการทำงาน

7.5 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัชธมน ภมรานนท์ (2563) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า จากผลการทดสอบสมมติฐานผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ มีปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดยภาพรวมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน จึงสรุปได้ว่าบุคคลในแต่ละบุคคลมีพฤติกรรม ความคิดเห็น ความต้องการหรือความชื่นชอบที่แตกต่างกัน อาจมีผลมาจากพื้นฐานของ

แต่ละบุคคล สิ่งแวดล้อมที่อยู่ ประสบการณ์ที่ผ่านมา จึงส่งผลให้ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครหรืออุทยานแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับปัจจัยที่มีผลการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา เนื่องจากอาชีพที่แตกต่างกันนั้นทำให้การลักษณะการตัดสินใจท่องเที่ยวและข้อจำกัดต่าง ๆ ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา

7.6 รายได้ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาติ ธโนภานุวัฒน์ และสมบัติ กาญจนกิจ (2555) ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ พบว่า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้แตกต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศทุกด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้ที่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวเป็นกลุ่มผู้ที่มีรายได้อยู่ในระดับกลางถึงสูง อีกทั้งเป็นเรื่องของการใช้บริการธุรกิจนำเที่ยว ภายในประเทศที่มีค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ไม่สูงมากนัก ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะรายได้ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับกลางถึงสูงนั้นทำให้กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน เนื่องจากโปรแกรมของการนวดสปาที่มีอัตราค่าบริการที่อยู่ในระดับเดียวกันกับรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

7.7 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา เมื่อเทียบรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อผ่อนคลายมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา ศิริเพชร (2561) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในเกาะสมุย พบว่า ปัจจัยผลักดันของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ความต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจ จึงสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวส่วนมากได้แก่เรื่องการผ่อนคลาย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาที่เน้นการบริการที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการได้รับความผ่อนคลายให้มากที่สุด

7.8 กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมีผลต่อปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา เมื่อเทียบรายด้านพบว่า บริการอาบน้ำแร่มีผลมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนิษฐา ใจเป็ง และวิลาวรรณ พิศแสวง (2565) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย กรณีศึกษาน้ำพุร้อนสันกำแพง เชียงใหม่ พบว่า กิจกรรมที่นิยมในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนสันกำแพง ได้แก่ อาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน (ร้อยละ 33.17) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมที่ทำในการเดินทางท่องเที่ยวส่งผลต่อปัจจัย ในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากการมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลายในโปรแกรมการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการตัดสินใจท่องเที่ยวมากขึ้น

## 8. ข้อเสนอแนะ

### 8.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

#### 8.1.1

ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ควรให้ความสนใจและใส่ใจมากขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา โดยเฉพาะด้านความมั่นคงปลอดภัยในการให้บริการทั้งเรื่องสถานที่ อุปกรณ์ และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังเติบโตและมีแนวโน้มที่จะมีมูลค่าในตลาดสูงมากขึ้น

8.1.2 ควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แพร่หลาย เพื่อช่วยดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น

8.1.3 ควรยึดมาตรฐานเดียวกันในเรื่องราคาและคุณภาพการบริการ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

8.2.1 ควรทำการศึกษาโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีอื่นเสริม นอกจากการใช้แบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ผสมระหว่างวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

8.2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปา ในพื้นที่ที่บริบทและทรัพยากรใกล้เคียงกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุม สามารถนำมาเปรียบเทียบและนำผลการวิจัยมาเป็นตัวอย่างในศึกษาต่อครั้งถัดไปได้

## 9. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทนวดสปาของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เพราะได้รับความเมตตาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ที่ได้เมตตาอบรม ชี้แนะ ตรวจสอบ และแก้ไข ตลอดจนแนะนำแนวทางในการศึกษาอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ อีกทั้งงานวิจัยครั้งนี้ยังได้รับทุนจากคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พ.ศ. 2566 คณะผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

## 10. รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปี 2565*. สืบค้นจาก

<https://www.mots.go.th/news/category/657>

ชฎาพร เพ็งศิริ. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/mlw12/6114961038.pdf>

ชนิษฐา ใจเป็ง และวิลาวรรณ พิศแสวง. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย กรณีศึกษาน้ำพุร้อนสันกำแพง เชียงใหม่. *วารสารวิชาการ มจร บุรีรัมย์*, 7(2), 104-118

ชุลีพร อร่ามเนตร. (2566). *โอกาส Wellness Businessไทย คาดปี 66 โตเฉลี่ย 2.5 หมื่นล้านบาท*. สืบค้นจาก

<https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1050781>

ฐมจारी ปาลอภิไตร, และณัฐพร อิฐสุวรรณ กัง (2564). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเมืองพัทยาคู่ต่อการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 17(4), 69-79.

ณัฐสิริกันต์ โพธิพิพิธ. (2556). *ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการร้านนวดแผนไทย ในเขตถนนนิมมานเหมินท์ อำเภอเมืองเชียงใหม่ (สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์*. อุดรราชธานี : สถาบันราชภัฏอุดรราชธานี.

ปญญิตา ศิริเพชร. (2561). *การวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในเกาะสมุย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

พัชรียา แก้วชู. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal*

*หลังการแพร่ระบาดโควิด-19*. สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993619.pdf>

พัทธมน ภมรานนท์. (2563). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. (สารนิพนธ์ปริญญาโท). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

- วรลักษณ์ เขียวมีสวน. (2559). ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาธุรกิจสปาในเขตท่องเที่ยวหลัก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์สู่การเป็นธุรกิจชั้นนำในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาคุุณศึกษิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- รัฐบาลไทย. (2565). นายกฯ ยินดีที่ไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นอันดับ 1 ของโลก ด้านสถานบริการเพื่อสุขภาพ (Wellness Retreats) พร้อมผลักดัน ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยสู่มาตรฐานสากล. สืบค้นจาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/58252>.
- ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว กรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(1), 92-106
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2538). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัทธรรมสาร จำกัด
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ : บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- ศิริรัตน์ กุศล, และธรรณชนก เพชรานนท์. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว โครงการพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำแม่จอน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 32(101), 134-148.
- สุชาติ ธานีภานุวัฒน์, และสมบัติ กาญจนกิจ. (2555). การเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 13(1), 133-148.
- แสงเดือน รตินธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 18(2), 84-104
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2551). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. กทม: ประสานการพิมพ์.
- สมบัติ อาริยาศาล. (2561). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสถานศึกษา. *วารสารร้อยแก่นสาร*, 3(2), 33-46.
- อักรพงศ์ อันทอง และคณะ. (2555). *ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สปา) (รายงานผลการวิจัย)*. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อดิگانต์ ไพโรจน์พิริยะกุล, และสุชาติ ทวีพรปฐมกุล. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ*, 13(1), 119-132.