

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติ
ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย



ปริญญาโท
ของ
สิริก เลิศลักษณ์ธาร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2559

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติ
ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย



ปริญญานิพนธ์
ของ
สิริกกร เลิศลักษณ์ธาร

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติ
ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2559

สิริกร เลิศลักษณ์ธาร. (2558). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติ
ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. ปรินญาณินพนธ์ ปร.ด. (การกีฬา นันทนาการและการ
ท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
คณะกรรมการควบคุม : ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรือโท ดร.ไพบูรณ์ อ่อนมั่ง รณ.,
ดร.สุนทรตรี นิยมเนติพันธ์.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมและความต้องการ
ของชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย 2) สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง
ส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยสำหรับชาวต่างชาติและ 3) ตรวจสอบยืนยันความเหมาะสมของ
รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพกับพฤติกรรมและความต้องการสำหรับชาวต่างชาติที่มา
ท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดิน
ทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม
จำนวน 900 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน และวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบองค์ประกอบยืนยัน โดยมี
วิธีดำเนินการวิจัย 3 ระยะดังนี้คือ ระยะที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์องค์ประกอบของ
รูปแบบ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทุกองค์ประกอบ คือ
SPAXSPIXSPOXSPRX STEXSPEXSIGXSERXSUSX and SATY ซึ่งองค์ประกอบทุกตัวมีความ
เหมาะสม มีความเชื่อมั่นและความตรงเชิงโครงสร้างในเนื้อหาต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม
สุขภาพกับพฤติกรรมและความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศ
ไทยและจากแบบจำลองที่ 1 ถึง 9 สรุปได้ว่าองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น มีอิทธิพลต่อตัวแปรเชิงผล
คือ ความพึงพอใจ (SATY) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.89, 0.88, 0.86, 0.77, 0.76, 0.74, 0.73,
0.72 และ 0.61 ตามลำดับ ระยะที่ 2 การสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย
สำหรับชาวต่างชาติ เรียกว่า STAR Model ซึ่งประกอบด้วย 10 องค์ประกอบ และในระยะที่ 3
เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม พบว่าผลที่ได้จากการตรวจสอบยืนยันรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง
ส่งเสริมสุขภาพในแต่ละประเทศ มีความเหมาะสมกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
สำหรับพฤติกรรมและความต้องการของชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยและอยู่ใน
ระดับมาก

PATTERNS OF HEALTH TOURISM AMONG FOREIGN VISITORS TO THAILAND :
A PROMOTIONAL MODEL.

AN ABSTRACT
BY
SIRIKORN LOEDLUKTHANATHAN



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Doctor of Philosophy degree in Sport Recreation and Tourism
At Srinakharinwirot University
November 2016

Sirikorn Loedlukthanathan. (2016). *Patterns of health tourism among foreign visitors to Thailand: A promotion model*. Doctor thesis, (Philosophy Program in Sport, Leisure and Tourism) Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assist.Prof.Lt.JG.Dr. Paiboon Onmung, Dr. Sumonratree Nimnatipun.

The purpose of this research were to examine the validity of the model of patterns of tourism among foreign visitors to Thailand as a promotional model. The multiple aspects such as Escapism through Health Promotion Tourism primarily attracted foreign visitors to their destinations. The sample consisted of nine hundred people who were entrepreneurs of health tourism, foreign tourists or tourist guides. The participants were randomly selected by accidently sampling. Then a questionnaire was used to collect data analysis descriptive statistic, confirmatory factor analysis analysed and structural equation model consisting of measurement and a structural models which were used to analyze the data. The research procedure consisted of three phases as follows : Phase one Firstly, the data were statistically analyzed by confirmatory factor analysis. Then the structural models of the factors were rated in terms of their influence on the development model of health promotion tourism for foreign tourists in the case of studies in Thailand. The research found that the model level had the highest direct effect on construct validity. The model was comprised of ten factors: SIGX , SPAX , SPEX , SERX, SPIX, SPOX, SPRX, STEX, SUSX and SATY. 0.89, 0.88, 0.86, 0.77, 0.76, 0.74, 0.73, 0.72 และ 0.61 Phase Two: creation of Creating the model and instruments, the suitability of which were under close scrutiny of specialists. Phase three As a result, the confirmatory factor analysis the measurement model was still valid and well fitted to the empirical data. The fitness values for the basic overall model all met the standard criterions, thus achieving desired levels. This model exhibits an acceptable level of fit. and used to confirm that all of the factors were appropriate and that the construct validity and content validity was at an acceptable level.

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจากผู้มีอุปการคุณหลายท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณและไว้อาลัยให้กับท่านประธานที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เรือโท ดร.ไพบูลย์ อ่อนมั่ง รณ. ที่ได้สละเวลากรุณาให้คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องและให้คำปรึกษาจนทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ดร.สมนตรี นิ่มเนติพันธ์ ที่ปรึกษาร่วมในงานปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ที่ได้สละเวลากรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ แก้ไขข้อบกพร่องจนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ความกรุณาตรวจแบบสอบถาม ตรวจสอบองค์ประกอบ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ความเหมาะสมของรูปแบบและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ได้เครื่องมือและการดำเนินวิจัยจนได้ STAR MODEL (by SIRIKORN) ที่มีคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสมบูรณ์มากขึ้น

ขอขอบพระคุณท่านประธานกรรมการสอบปริญญานิพนธ์อาจารย์ ดร.อุษกร พันธุ์วานิช ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษาและทุกท่านที่กรุณาให้คำแนะนำเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในการแก้ไขข้อบกพร่องและเติมเต็มให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ในการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต และขอขอบพระคุณสถาบันต้นสังกัดการทำงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ที่ได้ให้โอกาสแก่ผู้วิจัยในการศึกษาต่อตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการกีฬานันทนาการและการท่องเที่ยว คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร กรุงเทพมหานคร

ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกท่านที่ได้สละเวลาให้คำสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม ขอบพระคุณพี่ๆภาคีเครือข่ายประเทศทุกคนและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้การสนับสนุนและความช่วยเหลือมาตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัย คุณค่าและประโยชน์ที่เกิดจากปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บิดาและมารดาผู้เป็นที่รักยิ่งของลูกคนนี้ ครอบครัวตลอดจนครู อาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้อบรมให้คำสั่งสอนผู้วิจัยมาโดยตลอด

ท้ายที่สุดขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงทั้งที่กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนามมา ณ โอกาสนี้

สิริกร เลิศลักษณ์ธาร

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ.....	8
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	25
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ.....	38
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	50
3 วิธีดำเนินการวิจัย	61
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	62
ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	63
ขั้นตอนที่ 2 สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ.....	70
ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบ.....	75
4 ผลการศึกษา	77
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะที่ 1.....	78
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะที่ 2.....	80
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะที่ 3.....	82
สรุปพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ.....*	92
สรุปกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว.....	101

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	127
สรุปผลการวิจัย.....	127
อภิปรายผล.....	132
ข้อเสนอแนะ.....	151
บรรณานุกรม.....	154
ภาคผนวก.....	163
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย.....	164
ภาคผนวก ข แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	167
ภาคผนวก ค ข้อคำถามในการสัมภาษณ์.....	190
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	192

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 องค์ประกอบสำคัญของการพักผ่อนเพื่อสุขภาพ.....	41
2 ลักษณะของสปาแต่ละประเภท.....	43
3 สรุปผลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1.....	69
4 สรุปขั้นตอนการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ.....	72
5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	78
6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศ.....	79
7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	80
8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลตัวแปร.....	81
9 สรุปแบบจำลองที่ 1-9 เรียงจาก □ าสัมประสิทธิ์มากไปน้อย	91
10	93
11 ตารางสรุปองค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	101
12 The STAR MODEL.....	
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	102
13 The STAR MODEL ในแต่ละรายองค์ประกอบ.....	103
14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเทศ.....	104
15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	104
16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	105
17 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	105
ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว.....	
18 สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ.....	106
19 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศไทยได้วัน.....	107
20 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น.....	108
21 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศอังกฤษ.....	109
22 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศเยอรมัน.....	110
23 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์	111
24 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศฝรั่งเศส.....	112
25 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวได้วันเพศชาย.....	113
26 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวได้วันเพศหญิง.....	114
27 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพศชาย.....	115

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพศหญิง.....	116
29 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวอังกฤษเพศชาย.....	117
30 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวอังกฤษเพศหญิง.....	118
31 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวเยอรมันเพศชาย.....	119
32 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวเยอรมันเพศหญิง.....	120
33 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวนิวซีแลนด์.....	121
34 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวนิวซีแลนด์.....	122
35 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสเพศชาย.....	123
36 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวฝรั่งเศสเพศหญิง.....	124



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 กระบวนการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว.....	15
3 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของ Wabab, Crampon and Rothfield.....	17
4 โมเดลของ Mathieson and Wall	19
5 โมเดลของ Woodside และ Lysonski.....	21
6 โมเดลการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของ Um และ Crompton.....	22
7 ขั้นตอนการสร้างรูปแบบ.....	24
8 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	30
9 วิธีบำบัดรักษาสุขภาพ.....	45
10 วิธีบำบัดด้วยการนวดในประเทศไทย.....	46
11 สรุปขั้นตอนการวิจัย.....	62
12 แผนภาพขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม.....	66
13 แผนภาพขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามประเมินรับรองความเหมาะสมของรูปแบบ	72
14 แบบจำลองที่ 1.....	82
15 แบบจำลองที่ 2.....	83
16 แบบจำลองที่ 3.....	84
17 แบบจำลองที่ 4.....	85
18 แบบจำลองที่ 5.....	86
19 แบบจำลองที่ 6.....	87
20 แบบจำลองที่ 7.....	88
21 แบบจำลองที่ 8.....	89
22 แบบจำลองที่ 9.....	92
23 The Star Model.....	98

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลไกหลักในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมา แม้ว่าธุรกิจการท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายด้าน แต่ในด้านสินค้าและการบริการพบว่ายังมีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การท่องเที่ยวต้องเผชิญกับประเด็นท้าทายหลายประการ ทั้งจากปัจจัยภายในประเทศ เช่น การปรับขึ้นค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำในทุกจังหวัดทั่วประเทศ และค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นเมื่อเทียบกับเงินสกุลหลักของโลก ในขณะที่ปัจจัยภายนอกจากวิกฤตเศรษฐกิจในยุโรป และการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มสัดส่วนตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากหลายประเทศในภูมิภาคเดียวกัน(ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560: 1) อย่างไรก็ตามจากจุดแข็งเรื่องภาพลักษณ์ความคุ้มค่าของการท่องเที่ยวไทย ยังคงเป็นแม่เหล็กสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังมีข้อได้เปรียบของทำเลที่ตั้ง ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น มีความหลากหลายของวัฒนธรรมซึ่งได้รวมความเป็นไทยที่มีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครเป็นจุดขายสำคัญของการท่องเที่ยว ความสะดวกและความประหยัดในการเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย อันเป็นผลมาจากการขยายเส้นทางบินตรงจากเมืองต่างๆ สู่ตลาดท่องเที่ยวหลักในภูมิภาคต่างๆ ของไทย ซึ่งมีสนามบิน 41 แห่ง กระจายอยู่ทั่วประเทศโดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ ความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เปลี่ยนแปลงไปควบคู่กับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวในต่างประเทศ โดยมุ่งรักษาสวนแบ่งในตลาดนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีอยู่ไว้ และขยายตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มให้กว้างมากยิ่งขึ้น (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560 : 10-12) ประกอบกับประเทศไทยให้ความสำคัญในด้านการท่องเที่ยวมาโดยตลอด เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้เป็นอย่างดีให้กับประเทศและเป็นประเทศที่ถูกจัดอันดับให้เป็นประเทศที่น่าเดินทางมาท่องเที่ยวในอันดับต้นๆ ของโลกทั้งจากนิตยสารและเว็บไซต์ การท่องเที่ยวที่มีการจัดอันดับภายใต้ชื่อว่า World's Best Award 2011ซึ่งกรุงเทพมหานครของประเทศไทยได้ถูกจัดอันดับให้เป็นอันดับที่ 1 ใน TOP 10 CITIES ส่วนในด้านโรงแรมถูกจัดให้เป็นอันดับที่ 7 คือ Mandarin Oriental Dhara Dhevi. Chiang Mai อันดับที่ 23 คือ Mandarin Oriental. Bangkok และอันดับที่ 49 คือ Four Seasons Resort. Chiang Mai ใน Top 100 Hotels และด้านสปาถูกจัดให้เป็นอันดับที่ 8 คือ Mandarin Oriental. Bangkok เป็นต้น จากการจัดอันดับดังกล่าวยิ่งส่งผลให้ประเทศไทยกลายเป็นที่น่าสนใจในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้นดังจะเห็นได้จากรายรับจากการท่องเที่ยวของไทยจัดอยู่ในอันดับ

1 ของภูมิภาคอาเซียนและจากการจัดอันดับของ The Travel and Tourism Competitiveness Index ในปี 2552 ของ World Economic Forum (WEF) พบว่า ภาพรวมในการแข่งขันด้านการเดินทางท่องเที่ยวของไทยจัดอยู่ในอันดับ 3 ของภูมิภาคอาเซียน รองจากสิงคโปร์และมาเลเซียเท่านั้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2552:4)

ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกและในภูมิภาคเอเชีย พบว่าประเทศไทยมีแนวโน้มการเติบโตในอัตราสูงอย่างต่อเนื่อง ดังเห็นได้จากในปี 2553 เฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติร้อยละ 60 ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อมาท่องเที่ยวและถือโอกาสรับบริการทางสุขภาพด้วย จึงจัดเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่น่าสนใจและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่จะส่งเสริมให้ไทยเป็น “ศูนย์กลางทางการแพทย์แห่งภูมิภาคเอเชีย (Medical Hub of Asia)” (อารัญ บุญชัยและจินนา ตันศรวิพุธ. 2546: 22) ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้กำหนดกรอบสนับสนุน เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สูงมากขึ้นอย่างต่อเนื่องตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2553: 24) ซึ่งต่อมาในปี พ.ศ. 2554 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทยประมาณ 19.1 ล้านคน ซึ่งจัดอยู่ในอันดับที่ 15 (เลื่อนจากอันดับที่ 16 ในปี พ.ศ. 2553) และมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2555-2563 โดยมีแรงหนุนจาก AEC (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย: 2555) และการสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น การจัดงาน “Thailand Medical and Wellness Tourism Trade Fair 2012 ” เมื่อเดือนกันยายน 2555 ซึ่งมีตัวแทนที่ทำธุรกิจเพื่อสุขภาพให้ความสนใจ และสรุปได้ว่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยแบ่งได้ 3 กลุ่มคือ ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ธุรกิจท่องเที่ยว และธุรกิจการส่งเสริมสุขภาพและในปี 2556 พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตลาดหลักที่ขยายตัวสูงขึ้น เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี อินเดีย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2556: 2)

เสน่ห์ที่ดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วง 4 ทศวรรษที่ผ่านมาจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยว 80,000 คนต่อปี ซึ่งสร้างรายได้ 196 ล้านบาท พบว่าถ้าแบ่งแยกตามลักษณะสัญชาติของนักท่องเที่ยวพบว่าจะมาจากในแถบเอเชียตะวันออกมากที่สุดเป็นลำดับ 1 และรองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ประเทศไทยมีอันดับความสามารถในการแข่งขันเป็นลำดับที่ 35 ของโลก และเป็นอันดับที่ 10 ในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าประเทศไทยมีจุดเด่นในด้านทรัพยากรเป็นลำดับที่ 16 โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมทางอากาศเป็นลำดับที่ 17 สำหรับจุดอ่อนที่สำคัญของการท่องเที่ยวไทยคือ ความปลอดภัยเป็นลำดับที่ 132 ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมเป็นลำดับที่ 116 และในด้านสุขอนามัยเป็นลำดับที่ 89 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.2557: 3-8)

ปัจจุบันประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศเพื่อความเป็นเลิศในตลาดโลกโดยมีเป้าหมายให้ไทยเป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (Tourism Capital of Asia) (อารัญ บุญชัย และจินนา ตันศรวิพุธ. 2546: 7-11) และเน้นการท่องเที่ยวตลาดเฉพาะกลุ่มดังเช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวผู้เกษียณอายุ

การท่องเที่ยวของผู้มาพำนักระยะยาว เป็นต้น พบว่านักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มนี้มีความต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมือนกันและสามารถเชื่อมโยงเป็นกลุ่มเดียวกันได้ในซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สามารถวัดผลสำเร็จออกมาในลักษณะความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหลักควบคู่กับการรักษาพยาบาลส่งเสริมฟื้นฟูสุขภาพที่ได้มาตรฐาน ในระดับสากล เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการบนพื้นฐานของความถูกต้องตามหลักวิชาการสามารถจะช่วยให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างยั่งยืนสอดคล้องกับความต้องการของกระทรวงสาธารณสุขที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์สนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (Health Hub of Asia or Medical Hub of Asia) ตามนโยบายการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศซึ่งได้ มีการกำหนดเป้าหมายกลุ่มผลผลิตไว้ 3 กลุ่มคือกลุ่มบริการด้านการแพทย์ (Medical Service) กลุ่มบริการส่งเสริมสุขภาพ (Alternative Health Service) กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย (Herbal Product) โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอันได้แก่ประเทศในแถบภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกกลางและยุโรป (อาร์ณ บัญชัยและจินนา ตันตราวิพุธ. 2546: 22) และเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรองรับภาวะความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากหลายปัจจัยที่เป็นอุปสรรคส่งผลกระทบต่อ การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว การหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ทักษะในการสื่อสารและองค์ความรู้ในการถ่ายทอดโดยใช้ภาษาต่างประเทศ การซื้อค่าหัวนักท่องเที่ยวซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพของโปรแกรมการท่องเที่ยว ซึ่งถ้าหากหน่วยงานภาครัฐและธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องได้บูรณาการประสานความร่วมมือในการยกระดับการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพตามระดับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ก็จะช่วยส่งเสริมให้ชาวต่างชาติเลือกประเทศไทยเป็นปลายทางการท่องเที่ยวและพำนักรักษาอยู่นานวันมากขึ้นทั้งยังสามารถช่วยให้ขยายส่วนแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วไปและเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงให้เพิ่มมากขึ้นได้

จากแนวคิดข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งนี้เนื่องจากกำลังได้รับความนิยมจากตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกและในภูมิภาคเอเชียและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่จะส่งเสริมให้ไทยเป็น ศูนย์กลางทางการแพทย์แห่งภูมิภาคเอเชีย (Medical Hub of Asia) ดังที่กล่าวมาทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวของผู้เกษียณอายุและการท่องเที่ยวของผู้มาพำนักระยะยาว แม้ว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีอีกหลากหลายประเภทให้เลือกแต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละประเทศยังคงมีความชอบที่แตกต่างกันซึ่งเป็นส่วนสำคัญในงานบริการที่ไม่ควรมองข้ามเพราะจะทำให้ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวอีกทั้งผู้วิจัยเป็นอาจารย์ผู้สอนทางด้านการท่องเที่ยวในระดับอุดมศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์เรื่องพฤติกรรมและความต้องการทางการท่องเที่ยวเพื่อสรุปเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และให้ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

ที่ชัดเจนมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของไทยให้ยั่งยืน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีความมุ่งหมายดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมและความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย
2. เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อตรวจสอบยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพกับพฤติกรรมและความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความสำคัญของการวิจัย

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สอดคล้องกับบริบทการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยผู้ประกอบการ มีคฤหาสน์ต่างประเทศหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวและงานบริการ สามารถนำไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการพัฒนาประเทศไปสู่ความมั่นคงคือความสามารถในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ในภาวะวิกฤติต่างๆ ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ความมั่นคงคือการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ และความยั่งยืนคือการพัฒนาที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อให้ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเทศโดยมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณประมาณค่าขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการประมาณสัดส่วนจากกลุ่มประชากรที่มีจำนวนจำกัด และเลือกใช้สูตรที่เหมาะสมกับลักษณะประชากรในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน (YamaneTaro.1973) ที่ระดับความ มีนัยสำคัญ .05 โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งเป็นจำนวนขั้นต่ำสุดของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์ผลที่คำนวณได้เท่ากับ 384 คน จากจำนวนนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ.2556 จำนวน 26,735,583 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.2556) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อเก็บข้อมูลวิจัยจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย โดยมีช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 2 ช่วง คือ ระยะที่ 1 ตั้งแต่เดือนกันยายน – พฤศจิกายน พ.ศ.2557 ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 400 คนซึ่งมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำสุดโดยเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน จากแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทยคือ สวนจตุจักร ถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ดอยสุเทพ ตลาดไนท์บาร์ซ่า จังหวัดเชียงใหม่ เกาะสมุย เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต เกาะช้าง จังหวัดตราด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พระธาตุขามแก่น จังหวัดขอนแก่น และสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยและในระยะ ที่ 3 ของการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนกันยายน – พฤศจิกายน พ.ศ.2558 ซึ่งในการวิจัยระยะนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 500 คนซึ่งมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำสุดโดยการนำแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ พัทยา เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี เกาะเต่า จังหวัดสุราษฎร์ธานี หลวงพ่อพระใส จังหวัดบึงกาฬ พระพุทธรชินราช จังหวัดพิษณุโลกห้างสรรพสินค้าเทอร์มโนล 21 สวนจตุจักร แหล่งท่องเที่ยวรอบเกาะรัตนโกสินทร์ และสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 400 คนและผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว คือ ผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์ต่างประเทศ จำนวน 100 คน ในช่วงระยะเวลาของการเก็บข้อมูลดังกล่าวข้างต้น รวมทั้งหมด 900 คน

นิยามศัพท์เฉพาะ

รูปแบบ หมายถึง แบบจำลองอย่างง่ายหรือการย่อส่วนของปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ผู้เสนอรูปแบบดังกล่าวได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นมาโดยใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นหลักในการนำไปเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบโดยผ่านกระบวนการขั้นตอน แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบที่ง่ายในการทำความเข้าใจความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ในรูปแบบนั้นและนำไปสู่ข้อค้นพบใหม่

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาเข้าร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักผ่อนหรือสถานที่พักตามความสนใจ ได้แก่ การนวด การอบหรือการประคบด้วยสมุนไพร การใช้สมุนไพรบำบัด วารีบำบัด การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนจากธรรมชาติ การฝึกกายบริหารด้วยท่าออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬา การฝึกปฏิบัติสมาธิโดยใช้จิตบำบัด การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำที่ได้รับการกระตุ้นจากความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแสดงออกได้ทั้งในสิ่งที่ชอบและไม่ชอบต่อสิ่งที่ต้องการจากการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ได้แก่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางและระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว สื่อที่สนใจใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตลอดจนการสัมผัสพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

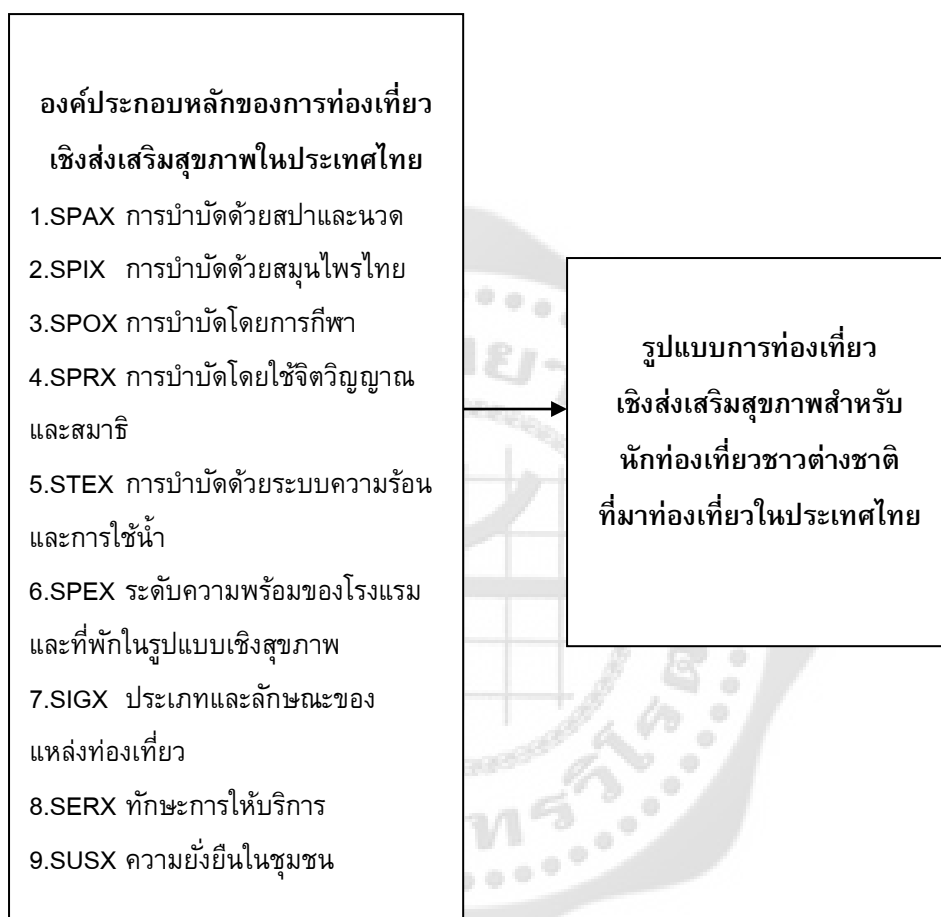
จากผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น มัคคุเทศก์ต่างประเทศ ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทักษะการให้บริการและระดับความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศเพื่อมาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง ภาพจำลองการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจโดยการเข้ารับบริการกิจกรรมที่ทำให้เกิดการสนับสนุนทางด้านร่างกายและจิตใจตามความสนใจ ได้แก่ การนวด การอบหรือการประคบด้วยสมุนไพร การใช้สมุนไพรบำบัด วารีบำบัด การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนจากธรรมชาติ การฝึกกายบริหารด้วยท่าออกกำลังกายหรือการเล่นกีฬา การฝึกปฏิบัติสมาธิโดยใช้จิตบำบัด การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากงานวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎี จากเอกสาร ตำรา บทความ รายงานประจำปี รวมทั้งงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

1.1 ความหมายของรูปแบบ

คำว่า “รูปแบบ” หรือ “Model” โดยทั่วไปหมายถึงสิ่งหรือวิธีการดำเนินงานที่เป็นต้นแบบอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น แบบจำลองสิ่งก่อสร้าง รูปแบบในการพัฒนาชุมชน

พจนานุกรม คอนเทมเพอรัลรี อิงลิช ของลองแมน Contemporary English ของ Longman (2003) ได้ให้ความหมายไว้ ซึ่งสรุปได้ 3 ลักษณะ คือ

1. Model หมายถึง สิ่งซึ่งเป็นแบบย่อส่วนของของจริง ซึ่งเท่ากับ แบบจำลอง เช่น อาคาร ตึก รถ เครื่องจักร ที่สามารถแยกชิ้นส่วนและประกอบได้
2. Model หมายถึง สิ่งของหรือคนที่น่าสนใจใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินการบางอย่าง เช่น ครูต้นแบบ ปราชญ์ชุมชน
3. Model หมายถึง รุ่นของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

ในพจนานุกรมการศึกษา กู๊ด Good (1973) ได้ให้ความหมาย รูปแบบ หมายถึง แบบอย่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำเป็นตัวอย่างเพื่อการเลียนแบบ เป็นแผนภูมิหรือรูปสามมิติซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลักการหรือแนวคิด เป็นชุดของปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งรวมกันเป็นตัวประกอบและเป็นสัญลักษณ์ทางระบบสังคม

ทิสนา แคมณี (2551: 1) ได้ให้ความหมายรูปแบบหมายถึงตัวแทนที่สร้างขึ้นเพื่ออธิบายพฤติกรรมของลักษณะบางประการของสิ่งที่เป็นอย่างหนึ่ง หรือ เป็นเครื่องมือทางความคิดที่บุคคลใช้ในการหาความรู้ความเข้าใจปรากฏการณ์ เช่น คำว่า แบบจำลอง (Model) เท่ากับการย่อหรือเลียนแบบความสัมพันธ์ที่ปรากฏอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริงของปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยในการจัดระบบความคิดในเรื่องนั้นให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น และเป็นระเบียบ

วิลเลอร์ Willer (1986: 15) ได้ให้ความหมายของรูปแบบ หมายถึง การสร้างมโนทัศน์เกี่ยวกับชุดของปรากฏการณ์ โดยอาศัยหลักการของระบบรูปนัยทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำให้เกิดความกระจ่างชัดของนิยามความสัมพันธ์และประพจน์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรูปแบบที่มีความเที่ยงตรง จะพัฒนาเป็นทฤษฎีต่อไป

สโตนแอนดวอล์กเกอร์ Stone and Wankle (1986:12) ได้ให้ความหมายของ รูปแบบ หมายถึง การจำลองความจริงของปรากฏการณ์ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่มีความสัมพันธ์องค์ประกอบที่เป็นกระบวนการของปรากฏการณ์นั้นๆ ให้ง่ายขึ้น

ฮอสเซอร์ Hausser (1980: 132-161) ได้ให้ความหมายของรูปแบบ หมายถึง สิ่งที่ออกแบบมาเพื่อแสดงถึงองค์ประกอบและกระบวนการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ในเชิงทฤษฎีกับปรากฏการณ์จริง

1. รูปแบบ หมายถึง แบบจำลองที่เป็นตัวแทนของความจริง แต่มีความแตกต่างอยู่ที่ขนาดเท่านั้น คือ อาจมีขนาดเล็กหรือใหญ่กว่าปกติ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงสภาพที่แท้จริงของสิ่งนั้นได้อย่างลึก

2. รูปแบบ หมายถึง แนวความคิด หรือทฤษฎีต่าง ๆ ที่เป็นข้อเสนอในการพัฒนา โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดระเบียบความคิดเกี่ยวกับความเป็นจริง เพื่อให้เข้าใจถึงสาระสำคัญของความเป็นจริงและชัดเจนมากขึ้น

3. รูปแบบ หมายถึง สิ่งที่แสดงโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยหรือตัวแปรต่าง ๆ โดยอาศัยองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์และมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน เพื่อช่วยให้เข้าใจข้อเท็จจริงหรือปรากฏการณ์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ โดยจัดวางแบบแผนให้เข้าใจง่ายขึ้น

สรุปได้ว่า รูปแบบ หมายถึง แบบจำลองอย่างง่ายหรือการย่อส่วนของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้เสนอรูปแบบดังกล่าวได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นมาโดยใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นหลักในการนำไปเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบโดยผ่านกระบวนการขั้นตอน แล้วจึงนำเสนอในรูปแบบที่ง่ายในการทำ ความเข้าใจความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ในรูปแบบนั้นและนำไปสู่ข้อค้นพบใหม่

1.2 ประเภทของรูปแบบ

นักวิชาการหลายท่าน ได้แบ่งประเภทของรูปแบบไว้หลายลักษณะ ซึ่งแตกต่างกันไปตามแนวคิดและลักษณะ ดังนี้

สมิท Smith and Puczko (2009) จำแนกประเภทของรูปแบบเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1. รูปแบบเชิงกายภาพ (Physical model) ได้แก่

1.1. รูปแบบคล้ายจริง (Iconic Model) มีลักษณะคล้ายของจริง เช่น เครื่องบินจำลอง หุ่นไล่กา หุ่นตามร้านตัดเสื้อผ้า เป็นต้น

1.2. รูปแบบเหมือนจริง (Analog Model) มีลักษณะคล้ายปรากฏการณ์จริง เช่น การทดลองทางเคมีในห้องปฏิบัติการก่อนจะทำการทดลองจริง เครื่องบินจำลองที่บินได้ หรือเครื่องบิน เป็นต้น แบบจำลองชนิดนี้ใกล้เคียงความจริงกว่าแบบแรก

2. รูปแบบเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic model) ได้แก่

2. 1. รูปแบบข้อความ (Verbal model) หรือรูปแบบเชิงคุณภาพ รูปแบบนี้พบมากที่สุด เป็นการใช้อธิบายพฤติกรรมตามาอธิบายโดยย่อ เช่น คำพรรณนาลักษณะงาน คำอธิบายรายวิชา เป็นต้น

2. 2. รูปแบบทางคณิตศาสตร์ (Mathematical model) หรือรูปแบบเชิงปริมาณ เช่น สมการ และโปรแกรมเชิงเส้น เป็นต้น

กีฟ Keeves (1988: 61) แบ่งประเภททางด้านการศึกษาและสังคมศาสตร์ โดยมี 4 ประเภท คือ

1. รูปแบบเชิงเทียบเคียง (Analog Model) เป็นรูปแบบที่ใช้การอุปมาอุปมัยเทียบเคียงปรากฏการณ์ที่เป็นรูปแบบ ซึ่งสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม เช่น รูปแบบในการทำนายจำนวนนักเรียนที่เข้าสู่ระบบโรงเรียน ซึ่งอนุมานแนวความคิดมาจากการเปิดน้ำเข้าและปล่อยน้ำออกจากถัง นักเรียนที่เข้าสู่ระบบเปรียบเสมือนกับน้ำที่ไหลเข้าถัง นักเรียนที่ออกจากระบบเปรียบเสมือนกับน้ำที่ไหลออกจากถัง ดังนั้น นักเรียนที่คงที่อยู่ในระบบจึงเท่ากับนักเรียนที่เข้าสู่ระบบลบด้วยนักเรียนที่ออกจากระบบ เป็นต้น จุดมุ่งหมายของรูปแบบก็เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงประชากรนักเรียนของโรงเรียน

2. รูปแบบเชิงข้อความ (Semantic Model) เป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาเป็นสื่อในการบรรยายหรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิ หรือรูปภาพ เพื่อให้เข้าใจโครงสร้างทางความคิด องค์ประกอบและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบหรือปรากฏการณ์นั้น ๆ และใช้ข้อความในการอธิบาย เพื่อให้เกิดความกระจ่างมากขึ้น แต่จุดอ่อนของรูปแบบประเภทนี้คือ ขาดความชัดเจนแน่นอนทำให้ยากแก่การทดสอบรูปแบบ แต่อย่างไรก็ตามก็ได้มีการนำรูปแบบนี้มาใช้ในการศึกษามาก

3. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematical Model) เป็นรูปแบบที่ใช้สมการทางคณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ รูปแบบนี้มักนิยมใช้กันทั้งในสาขาจิตวิทยาและวิทยาศาสตร์ รวมทั้งการบริหารการศึกษา

4. รูปแบบเชิงสาเหตุ (Causal Model) เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากเทคนิคที่เรียกว่าการวิเคราะห์เส้นทาง รูปแบบนี้ทำให้สามารถศึกษาความสัมพันธ์ที่มีตัวแปรสลับซับซ้อนได้ แนวคิดสำคัญของรูปแบบนี้คือ ต้องสร้างขึ้นจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหรืองานวิจัยที่มีมาแล้ว ซึ่งรูปแบบจะเขียนในลักษณะสมการเส้นตรง แต่ละสมการแสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุเชิงผลระหว่างตัวแปร จากนั้นมีการรวบรวมข้อมูลในสภาพการณ์ที่เป็นจริงเพื่อทดสอบรูปแบบ Causal Model เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากเทคนิค Path Analysis และหลักการสร้าง Semantic Model โดยการนำเอาตัวแปรต่าง ๆ มาสัมพันธ์กันเชิงเหตุและผลที่เกิดขึ้น เช่น The Standard Deprivation Model ซึ่ง

เป็นรูปแบบที่แสดงในการศึกษาสภาพทางเศรษฐกิจสังคมของบิดา มารดา สภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่บ้านและระดับสติปัญญาของเด็ก เป็นต้น

ศิริชัย กาญจนวาสี (2545) แบ่งประเภทของรูปแบบจากวิธีการนำเสนอแนวคิดของรูปแบบตามการกระทำได้ 3 ลักษณะ ได้แก่

1. รูปแบบเชิงบรรยาย เป็นการนำเสนอโดยใช้การบรรยายระบุถึงหลักการหรือตัวแปร และมีคำอธิบายถึงปรากฏการณ์ด้วยคำบรรยายความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด หลักการ หรือตัวแปร

2. รูปแบบเชิงรูปภาพ เป็นการนำเสนอโดยใช้รูปภาพ หรือสัญลักษณ์จำลองแสดงถึง แนวคิด หลักการ หรือตัวแปร และลากเส้นโยงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด หลักการ หรือตัวแปร

3. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ เป็นการนำเสนอโดยใช้สัญลักษณ์แทนแนวคิด หลักการ หรือตัวแปร และใช้ฟังก์ชันคณิตศาสตร์เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด หลักการ หรือตัวแปร

สรุปประเภทของรูปแบบทั้งในลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ 1) รูปแบบเชิงกายภาพ เป็นรูปแบบเชิงเทียบเคียง ที่ใช้การอุปมาอุปมัยเทียบเคียงปรากฏการณ์ที่เป็นรูปแบบ เพื่อสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม 2) รูปแบบเชิงลักษณะ เป็นรูปแบบเชิงข้อความ เชิงรูปภาพเชิงบรรยายและรูปแบบทางคณิตศาสตร์ 3) รูปแบบเชิงสาเหตุซึ่งพัฒนามาจากเทคนิคที่เรียกว่า การวิเคราะห์เส้นทาง รูปแบบนี้สามารถศึกษารูปแบบเชิงข้อความที่มีตัวแปรสลับซับซ้อนได้ และแนวคิดสำคัญของรูปแบบนี้คือ ต้องสร้างขึ้นจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหรือพัฒนาต่อยอดจากงานวิจัยที่มีมาแล้ว

1.3 หลักการตรวจสอบและพัฒนารูปแบบ

หลักการพัฒนารูปแบบที่ดีเพื่อนำไปสร้างรูปแบบที่ใช้ประโยชน์ได้ ควรมี 4 ข้อนี้คือ

1. รูปแบบควรประกอบด้วยความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้าง ระหว่างตัวแปรมากกว่าเน้นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงแบบธรรมดา อย่างไรก็ตามความเชื่อมโยงแบบเส้นตรงแบบธรรมดาทั่วไปนั้นก็มีประโยชน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยในช่วงต้นของการพัฒนารูปแบบ

2. รูปแบบควรใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์ ผลจะเกิดขึ้นจากการใช้รูปแบบได้สามารถตรวจสอบได้โดยการสังเกตและหาข้อสนับสนุนด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ได้

3. รูปแบบควรจะต้องระบุหรือชี้ให้เห็นถึงกลไกเชิงเหตุผลของเรื่องที่ศึกษา ดังนั้นนอกจากรูปแบบจะเป็นเครื่องมือในการพยากรณ์ได้ ควรใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์ได้ด้วย

4. รูปแบบควรเป็นเครื่องมือในการสร้างมโนทัศน์ใหม่และการสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรในลักษณะใหม่ ซึ่งเป็นการขยายองค์ความรู้ในเรื่องที่กำลังศึกษาด้วย

หลักการทดสอบและตรวจสอบรูปแบบของ Elliot W. Eisner (Madaus, Scriven and Stufflebeam (Eds.). 1986) ได้เสนอแนวคิดวิธีเชิงธรรมชาติ ในการประเมินเพื่อเข้าถึงคุณค่าและ

เกณฑ์ตัดสินคุณค่าตามแนวคิดปรัชญาอัตนัยนิยม มีความเชื่อว่าวิธีเชิงธรรมชาติเป็นวิธีที่เหมาะสม ซึ่งการประเมินนั้นจะมีลักษณะที่ยึดหยุ่นสนับสนุนการเก็บรวบรวมข้อมูลในสภาพธรรมชาติ เน้นการสังเกตแบบไม่มีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยหลักการเชื่อมโยงเหตุผล การสังเกตและการวิเคราะห์เบื้องต้นจะนำไปสู่การสังเกตและวิเคราะห์ในขั้นถัดไป จนได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคุณค่าของสิ่งที่ประเมินโดยอาศัยความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์เป็นเกณฑ์สำคัญในการสรุปผล

จุดมุ่งหมายสำคัญของการสร้างรูปแบบ เพื่อทดสอบหรือตรวจสอบรูปแบบด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งการทดสอบและตรวจสอบมีหลายวิธี อาจใช้การวิเคราะห์จากหลักฐานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยที่การตรวจสอบจากหลักฐานเชิงคุณภาพนั้นอาจใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบ ส่วนการตรวจสอบจากหลักฐานเชิงปริมาณใช้เทคนิคทางสถิติ ซึ่งการตรวจสอบรูปแบบควรตรวจสอบ 2 คุณลักษณะ (อุทุมพร จามรمان. 2541) คือ

1. การตรวจสอบความมากน้อยของความสัมพันธ์ ความเกี่ยวข้องหรือเหตุผลระหว่างตัวแปร

2. การประมาณค่าพารามิเตอร์ของความสัมพันธ์ดังกล่าว ซึ่งการประมาณค่านี้สามารถประมาณข้ามกาลเวลา กลุ่มตัวอย่างหรือสถานที่ได้ หรืออ้างอิงจากกลุ่มตัวอย่างไปหาประชากรก็ได้ โดยผลการตรวจสอบนำไปสู่คำตอบ 2 ข้อ คือการสร้างรูปแบบใหม่กับปรับปรุงหรือพัฒนารูปแบบเดิม

ตามแนวคิดของ Elliot W. Eisner ได้เสนอการทดสอบหรือประเมินโดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิวิธีนี้นิยมใช้ในวิจัยทางการศึกษา แต่ในบางเรื่องก็ต้องการความละเอียดอ่อนมากกว่าการได้ตัวเลขแล้วสรุป จึงได้เสนอแนวคิดการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิไว้ดังนี้

1. การประเมินแบบไม่ได้เน้นสัมฤทธิ์ผลของเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ตามรูปแบบของการประเมินแบบอิงเป้าหมาย

การตอบสนองปัญหาและความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องตามรูปแบบของการประเมินแบบสนองตอบ หรือการรองรับกระบวนการตัดสินใจตามรูปแบบการประเมินอิงตามการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่การประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิจะเน้นการวิเคราะห์ วิจัยอย่างลึกซึ้งเฉพาะในประเด็นที่ถูกนำมาพิจารณา ซึ่งไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเสมอไป แต่อาจจะผสมผสานปัจจัยอื่นในการพิจารณาเข้าด้วยกัน ตามวิจรรย์ญาณของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความเหมาะสมของสิ่งที่ประเมิน

2. การประเมินแบบเน้นความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

การประเมินแบบนี้พัฒนามาจากศิลปวิจารณ์มาใช้เป็นรูปแบบของการประเมิน โดยให้แนวคิดว่าการวิพากษ์เป็นการใช้วิจรรย์ญาณในการบรรยายคุณภาพของสิ่งที่ศึกษาที่มีความละเอียดอ่อนลึกซึ้งและต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญระดับสูงมาเป็นผู้วินิจฉัย เนื่องจากการวัดคุณค่าไม้อาจประเมินด้วยเครื่องวัดและต้องใช้ความรู้ความสามารถของผู้ประเมินอย่างแท้จริงในการตัดสินคุณค่า แนวคิดนี้ได้นำมาประยุกต์ใช้ในทางการศึกษาระดับสูงมากขึ้น ทั้งนี้เป็นองค์ความรู้เฉพาะ

สาขา เฉพาะผู้ที่ศึกษาเรื่องนั้นจริง ๆ จึงจะทราบและเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ดังนั้นในวงการอุดมศึกษาจึงนิยมนำรูปแบบนี้มาใช้ในเรื่องที่ต้องการความลึกซึ้งและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสูง

3. รูปแบบที่ใช้ตัวบุคคล

รูปแบบนี้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นเครื่องมือในการประเมิน โดยให้ความเชื่อถือถือว่าผู้ทรงคุณวุฒินั้นเที่ยงธรรมและมีดุลพินิจที่ดี ทั้งนี้มาตรฐานและเกณฑ์การพิจารณาต่างๆ นั้นจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์และความชำนาญของผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่านเอง

4. รูปแบบที่ยอมให้มีความยืดหยุ่น

รูปแบบนี้คือยอมให้มีความยืดหยุ่นในกระบวนการทำงานของผู้ทรงคุณวุฒิตามอรรถาธิบายและความถนัดของแต่ละคนนับตั้งแต่การกำหนดประเด็นสำคัญที่จะนำมาพิจารณาการบ่งชี้ข้อมูลที่ต้องการการเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผล การวินิจฉัยข้อมูลตลอดจนวิธีการนำเสนอและมีการนำเสนอผลการพัฒนารูปแบบด้วยแนวคิดเชิงระบบของกระบวนการจัดการตามองค์ประกอบของรูปแบบที่แสดงถึงความสัมพันธ์อย่างมีโครงสร้างระหว่างตัวแปร โดยใช้รูปแบบเชิงบรรยายเพื่อบรรยายถึงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดและหลักการขององค์ประกอบนั้น

สรุปวิธีการทดสอบหรือตรวจสอบรูปแบบด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดังนี้ ใช้การวิเคราะห์จากหลักฐานเชิงคุณภาพ (Qualitative) และเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการตรวจสอบจากหลักฐานเชิงคุณภาพนั้นอาจให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบ ส่วนการตรวจสอบจากหลักฐานเชิงปริมาณใช้เทคนิคทางสถิติ ซึ่งการทดสอบหรือประเมินโดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒินั้นเหมาะสมที่จะใช้กับในบางเรื่องถ้าต้องการความละเอียดอ่อนมากกว่าการได้ตัวเลขมาสรุป

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

มีนักวิชาการได้ให้ความหมาย ได้แก่ ราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2554: 14) ได้ให้ความหมายว่า หมายถึง พฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิดความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว วิธีการเตรียมการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทที่พักแรม เป็นต้น

Cohen E. (1974) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะต้องเป็นบุคคลที่มีการเดินทางในลักษณะเฉพาะในด้านต่างๆ เช่น ระยะเวลา ระยะทาง ความสนใจ และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

Leiper N. (1979) และ WTO (1981) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวต้องเป็นผู้ที่พำนักอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่า 24 ชั่วโมง ในขณะที่สุวิรัตน์ สุภณศิริ (2554) กล่าวว่า พฤติกรรมที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทและมีความแตกต่างกันอย่างน้อย 3 ประการ คือ 1) สถานที่ท่องเที่ยว 2) กิจกรรมที่ทำในระหว่างการท่องเที่ยว และ 3) รูปแบบในการท่องเที่ยว

เลิศพร ภาละสกุล (2555: 159) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายนักท่องเที่ยวทุกคนมีอิสระในการเลือกและมีอิสระในการตัดสินใจว่าจะเลือกท่องเที่ยวที่ไหน Pizam, Abraham; & Mansfeld, Yoel. (2000) กล่าวว่า “โดยทั่วไปมนุษย์ทุกคนมีเหตุผลและมีการใช้ข้อมูลที่มีอย่างเป็นระบบ เราไม่ยอมรับในความคิดที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์เป็นพฤติกรรมที่ถูกควบคุมโดยแรงจูงใจที่ไม่รู้สึกตัวหรือเกิดจากความอยากที่ไม่จบสิ้น ตรงกันข้ามกับมนุษย์เราจะพิจารณาไตร่ตรองนับต่าง ๆ ของการกระทำก่อนการตัดสินใจที่จะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมของเรา”

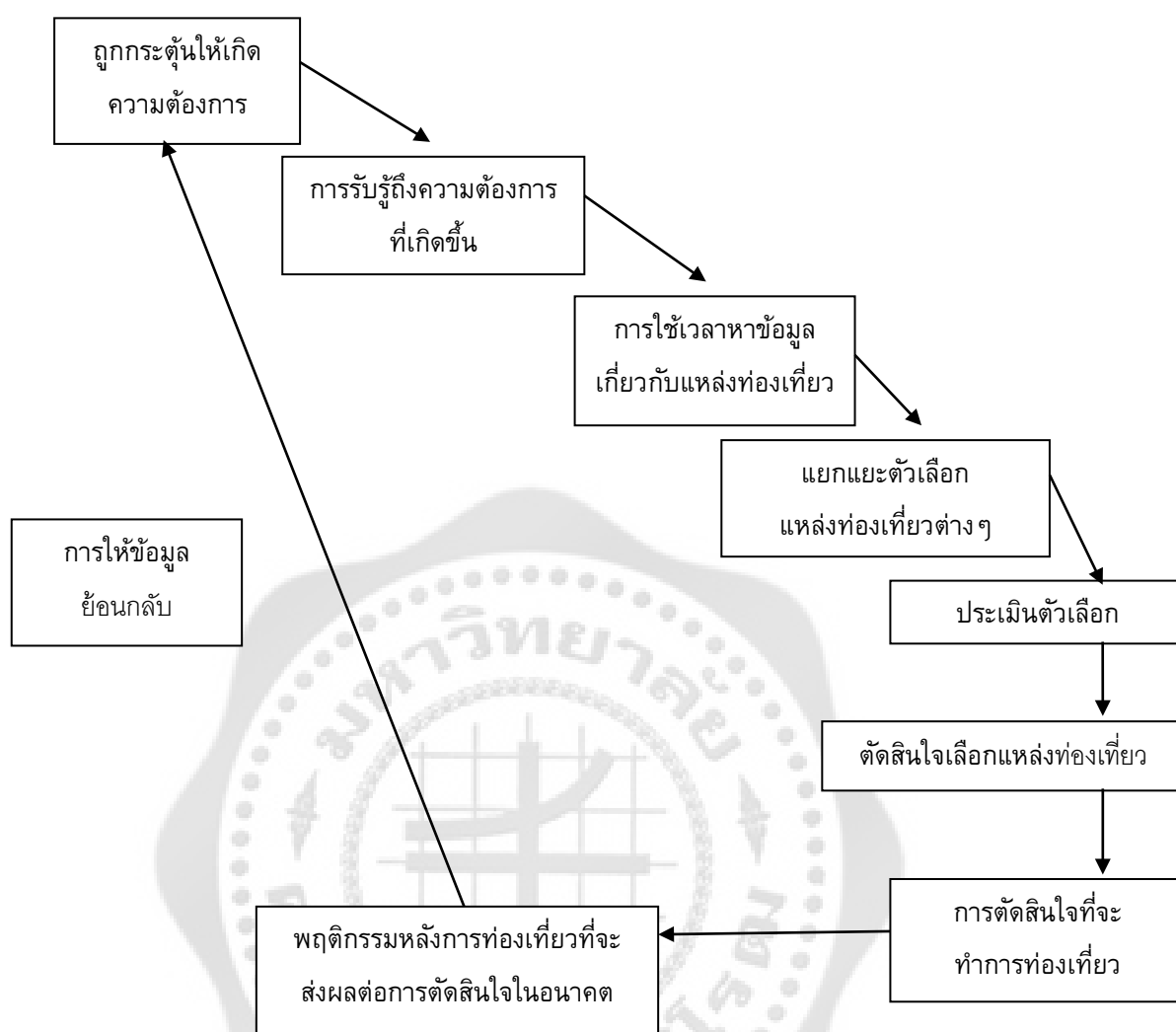
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีความหลากหลายและเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายในการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด มีการรับรู้เกิดความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวโดยมีความเป็นอิสระในการเลือกตามลักษณะโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท แต่จะมีความแตกต่างกันอย่างน้อย 3 เรื่องคือ 1) สถานที่ท่องเที่ยว 2) กิจกรรมที่ทำในระหว่างการท่องเที่ยว และ 3) รูปแบบในการท่องเที่ยว

2.2 กระบวนการและพฤติกรรมที่จะตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ เช่นเดียวกันกับการเริ่มตั้งแต่ขั้นแรกที่บุคคลตระหนักถึงความต้องการและความจำเป็นที่เกิดขึ้น จนกระทั่งผู้นั้นได้รับการกระตุ้นจนกระทั่งกลายเป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคที่มีศักยภาพในที่สุด ขั้นตอนแต่ละขั้นตอนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ
2. การรับรู้ความต้องการที่เกิดขึ้น
3. ระดับของการใช้เวลาในการหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว
4. ระดับของการแยกแยะเพื่อเลือกประเภทหรือแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ
5. การประเมินตัวเลือกต่างๆ ในขั้นนี้ นักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อบริการจะมีการพิจารณาเปรียบเทียบลักษณะเด่นของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวตามที่แต่ละคนกำหนดไว้
6. การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว
7. การซื้อบริการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นขั้นที่บุคคลได้มีการเดินทางและท่องเที่ยวแล้ว
8. พฤติกรรมหลังการซื้อ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นกับตัวนักท่องเที่ยว

ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 กระบวนการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว

ที่มา: Cooper and others. 2005 : 66.

Cooper and others. 2005: 67 ได้จำแนกทฤษฎีหรือโมเดลออกเป็น 2 ประเภท โดยใช้เกณฑ์ทางด้านระดับการค้นหาข้อมูลหรือระดับของพฤติกรรมในการแก้ปัญหาของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค ดังนี้

1. กลุ่มทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจแก้ปัญหาที่ใช้เวลาน้อย (Limited Problem Solving: LPS) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าทั่วไปในชีวิตประจำวัน ซึ่งผู้ซื้อไม่ต้องใช้เวลามากในการค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ เช่น การตัดสินใจไปท่องเที่ยวในระยะใกล้ๆ
2. กลุ่มทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจแก้ปัญหาที่ต้องใช้เวลานาน (Extended Problem Solving : EPS) เพราะเป็นการตัดสินใจที่มีความเสี่ยงเข้ามาเกี่ยวข้อง มีการค้นหาข้อมูลอย่างละเอียด และต้องมีการประเมิน เปรียบเทียบตัวเลือกต่างๆ ก่อนการตัดสินใจ ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจัดอยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นทฤษฎีในกลุ่มที่ 2 (EPS) คือ กระบวนการตัดสินใจของผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวว่าจะต้องใช้เวลาและขั้นตอนในการตัดสินใจอย่างไร (เลิศพร ภาระสกุล. 2555: 162-171)

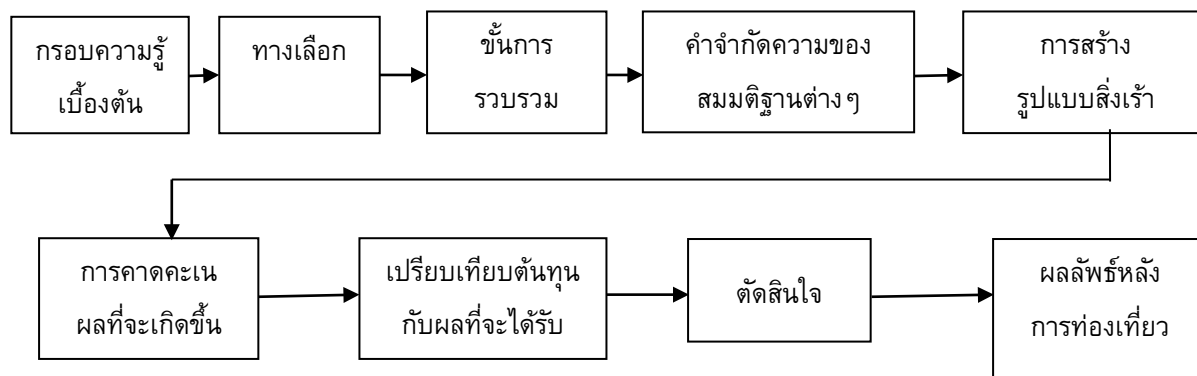
2.3 โมเดลหรือรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

2.3.1 โมเดลของ Wahab, Crampon and Rothfield.1999

กลุ่มผู้ริเริ่มในระยะแรกที่อธิบายถึงพฤติกรรมการซื้อการท่องเที่ยว ได้พยายามชี้ให้เห็นว่า การซื้อการท่องเที่ยวเป็นการซื้ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเป็นพฤติกรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างจากการซื้อสินค้าอื่น เพราะมีคุณลักษณะเฉพาะ 4 ประการ ดังนี้

- 1) ไม่มีผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรมหรือวัตถุที่จับต้องได้ภายหลังจากการลงทุน
- 2) มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับรายได้ที่ผู้ซื้อได้รับอยู่
- 3) การซื้อไม่ได้เกิดขึ้นโดยฉับพลันหรือไม่ได้ไตร่ตรองไว้ก่อน
- 4) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมาจากการออมและการวางแผนการเงินเอาไว้ล่วงหน้า

นักท่องเที่ยวยอมรับว่า การท่องเที่ยวจะทำให้เงินที่ออมพร่องไปและต้องไม่คาดหวังผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินจากการซื้อความพอใจที่ไม่สามารถจับต้องได้ การลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อความผิดหวัง และจะรู้สึกไม่ดีถ้ามีสิ่งใดหรือใครมาทำลายความรู้สึกของเขาขณะท่องเที่ยว แต่การตัดสินใจท่องเที่ยวมีการดำเนินไปเป็นขั้นและเพื่อจูงใจให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อและเกิดการซื้อซ้ำในอนาคต ผู้ขายควรเกาะติดกับผู้ซื้อตลอดทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ และจะต้องมีการปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 3 โมเดลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคของ Wahab, Crampon and Rothfield

ที่มา: Wahab, Crampon and Rothfield. (1999). Pizam and Mansfeld. (eds) (2000): 19

2.3.2 โมเดลของ Mathieson and Wall

Mathieson and Wall (1982) ได้เสนอโมเดลกระบวนการที่นำไปสู่การตัดสินใจที่จะซื้อการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว ซึ่งมี 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้ 1) การที่บุคคลมีความต้องการที่จะท่องเที่ยว 2) การค้นหาข้อมูล 3) การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว 4) การเตรียมตัวเดินทางและประสบการณ์ และ 5) การประเมินผลความพึงพอใจจากการเดินทาง

ในขั้นที่ 1 ความต้องการที่จะท่องเที่ยว บุคคลรู้สึกถึงความต้องการที่จะท่องเที่ยวและมีการชั่งน้ำหนักระหว่างผลประโยชน์ของการท่องเที่ยว

ในขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูลโดยผู้ที่กำลังตัดสินใจท่องเที่ยวจะมีการรวบรวมข้อมูลจากสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับโฆษณา ญาติมิตรและผู้มีประสบการณ์ ข้อมูลที่รวบรวมมานี้ จะถูกนำมาพิจารณาประกอบกับข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณพร้อมกับปัจจัยอื่น เช่น ความสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ในขั้นที่ 3 การตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว ผู้ที่กำลังจะเดินทางตัดสินใจได้แล้วว่า จะไปเที่ยวที่ไหน จะเดินทางไปด้วยพาหนะแบบใด จะพักที่ไหน และจะทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอะไรบ้าง

ในขั้นที่ 4 การเตรียมตัวเดินทาง ในขั้นนี้บุคคลจะทำการจองตั๋ว จองที่พักล่วงหน้า ตระเตรียมเสื้อผ้า และอุปกรณ์เครื่องใช้เพื่อการท่องเที่ยว รวมไปถึงการแลกเงิน และเตรียมค่าใช้จ่าย หลังจากนั้นการเดินทางท่องเที่ยวก็เริ่มต้น

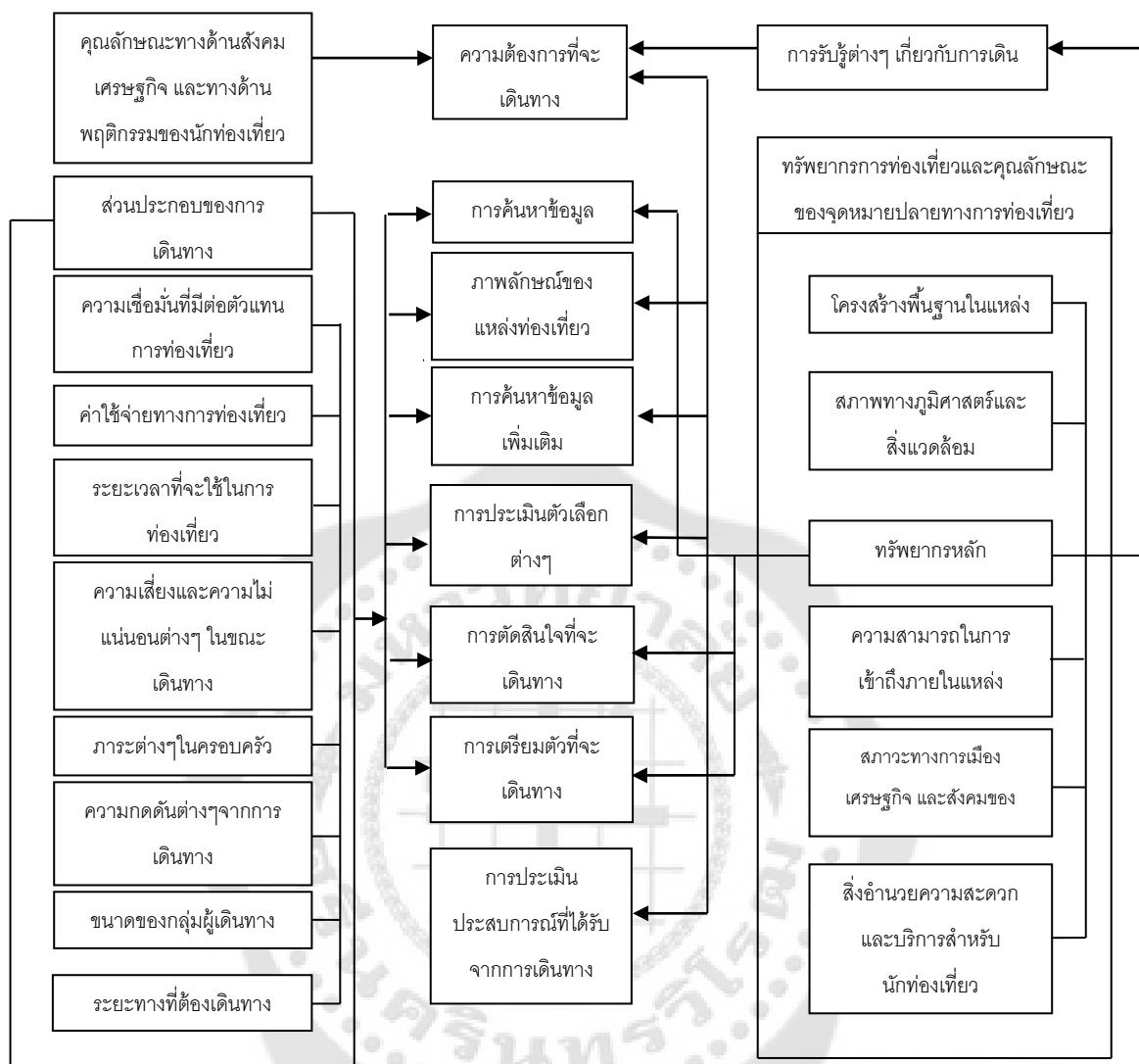
และขั้นที่ 5 การประเมินความพึงพอใจจากการเดินทาง จะเกิดขึ้นระหว่างที่การท่องเที่ยวกำลังที่จะดำเนินไปจนกระทั่งการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง และประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะส่งผลต่อการตัดสินใจในอนาคต

องค์ประกอบต่างๆที่จำแนกเป็นส่วนต่างๆในโมเดลและความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องระหว่างแต่ละองค์ประกอบส่งผลต่อการตัดสินใจในระยะต่างๆ ดังกล่าวมาทั้ง 5 ระยะ Mathieson and Wall (1982) ได้แบ่งองค์ประกอบเป็น 4 ส่วนใหญ่ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านคุณสมบัติของนักท่องเที่ยว ได้แก่ คุณลักษณะทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และด้านพฤติกรรม
2. องค์ประกอบด้านความรู้เกี่ยวกับการเดินทาง ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับโอกาสต่างๆ ที่บุคคลสามารถจะเดินทางท่องเที่ยวได้ เช่น ความรู้เกี่ยวกับภูมิศาสตร์และการเข้าถึงประเทศต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวก ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
3. องค์ประกอบด้านลักษณะของการเดินทาง ได้แก่ ระยะทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เวลาที่มีในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในกลุ่ม และความเสี่ยงในแหล่งท่องเที่ยว
4. องค์ประกอบด้านทรัพยากรและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ปริมาณและคุณภาพของการบริการ สภาพของสิ่งแวดล้อม คุณลักษณะของประชากรในพื้นที่ และลักษณะทางการเมืองในประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว



2.3.3 โมเดลของ Mathieson and Wall



ภาพประกอบ 4 โมเดลของ Mathieson and Wall

ที่มา: Pizam, A., and Mansfeld, Y. (2000). Consumer Behavior in Travel and Tourism. New York : The Haworth Hospitality Press, p. 23.

Cooper และคณะ (2005) ได้วิจารณ์โมเดลของ Mathieson และ Wall (1982) ว่าให้ความสนใจเฉพาะในประเด็นที่ว่า นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค มีความตั้งใจและจุดมุ่งหมายในการค้นหาข้อมูล และในประเด็นของปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่คุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยภายในซึ่งได้แก่ประเด็นของการรับรู้ ความทรงจำบุคลิกภาพ และการประมวลผลข้อมูลต่างๆ

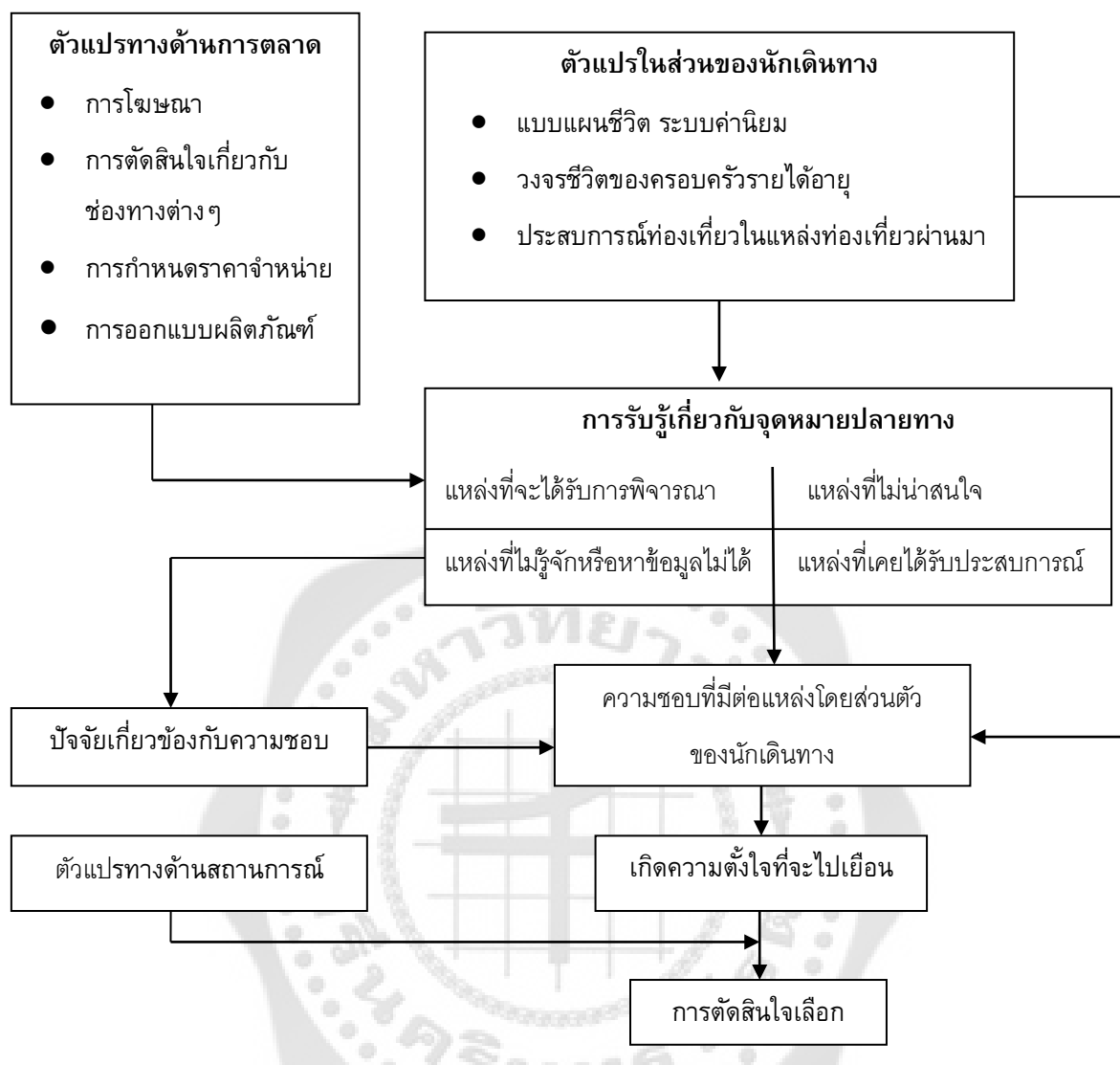
ซึ่งเป็นประเด็นพื้นฐานของโมเดลต้นตำรับ และยังวิจารณ์อีกว่าโมเดลนี้เน้นเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลักมากกว่าที่จะเน้นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคนอกจากโมเดลนี้และโมเดลอื่นๆ ที่ยังไม่ได้ให้ความสนใจกับประเด็นในด้านประเภทของการท่องเที่ยว นั้น ควรจะเพิ่มเข้าไปในองค์ประกอบที่ 3 หรือลักษณะของการเดินทาง เพราะในปัจจุบันรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวมีหลากหลายมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษซึ่งมีให้นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคสามารถเลือกได้อย่างหลากหลาย

2.3.4 โมเดลการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของ Woodside และ Lysonski

Woodside, A. และ Lysonski, S. (1989) เป็นนักวิชาการทางการท่องเที่ยวที่ได้เสนอโมเดลที่แสดงกระบวนการการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวซึ่งสร้างมาจากหลายแนวคิดที่มีผู้อื่นเคยเสนอไว้ และข้อค้นพบต่างๆ จากงานวิจัยด้านจิตวิทยาเชิงพฤติกรรม นอกจากนี้ยังใช้ผลการวิจัยทางด้านการตลาดท่องเที่ยวและการเดินทางด้วย

Woodside, A. และ Lysonski, S. (1989) ได้ทำการทดสอบโมเดลกับกลุ่มนักศึกษาพบว่าสอดคล้องกับสมมุติฐานที่เขาตั้งไว้ว่าบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคดึงออกมาจากความทรงจำระยะยาวเอามาเก็บไว้ในความทรงจำในปัจจุบัน ซึ่งเป็นความทรงจำที่เกิดจากการรับรู้ จะเป็นบริการที่ได้รับการพิจารณาและอาจจะถูกเลือกซื้อ ผู้ทำการวิจัยทั้งสองได้สรุปว่าการพยายามที่จะสืบสาวให้เข้าไปถึงการรับรู้เกี่ยวกับจุดหมายปลายทางและความชอบในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นคู่แข่งของกันและกัน น่าจะถือว่าเป็นการเริ่มต้นที่ดีสำหรับการวัดผลการดำเนินการดำเนินงานทางด้านการตลาดและสำหรับการวางแผนการดำเนินการตลาด อย่างไรก็ตาม ควรจะมีการทำวิจัยระยะยาวกับกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มนักศึกษาด้วยก่อนที่จะสรุปผลที่เป็นที่ยอมรับกันได้กว้างขวางมากขึ้น

ความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงกระบวนการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว เพราะอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวมีมากขึ้น จึงได้รวบรวมองค์ความรู้ที่เป็นพื้นฐานทางทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และพบว่ยังไม่มีพื้นฐานทางทฤษฎีที่แน่นอนจะใช้อธิบายกระบวนการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวได้ การวิจัยที่ทำกันส่วนมากจะเน้นที่ประเด็นเกี่ยวกับการชอบของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมในการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว เสนอว่าควรมีการศึกษาเพิ่มให้ลึกลงไปว่าแบบแผนหรือวิธีการเลือกจุดหมายปลายทางที่เป็นแบบเดียวกันจะนำไปสู่พฤติกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียวกันหรือไม่นอกจากนี้เขายังสรุปว่าการวิจัยในอนาคตจะใช้กลยุทธ์ที่มีอยู่ 2 อย่างผสมกัน ได้แก่ การศึกษาถึงความชอบที่นักท่องเที่ยวกล่าวออกมาเป็นคำพูดส่วนหนึ่ง และศึกษาถึงการเลือกของนักท่องเที่ยวจริงอีกส่วนหนึ่งประกอบกัน

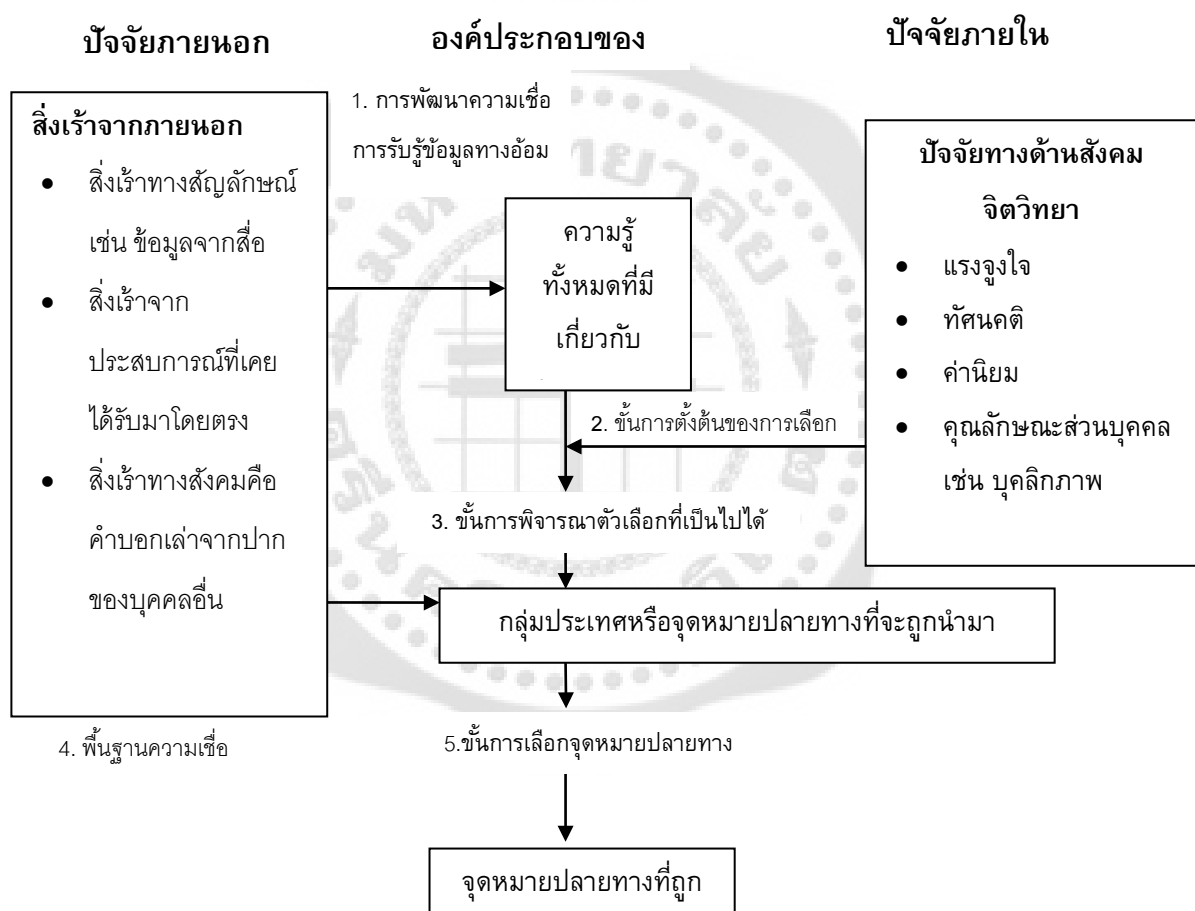


ภาพประกอบ 5 โมเดลของ Woodside และ Lyonski

ที่มา: Pizam, Abraham, and Mansfeld. Yoel. (2000) . Consumer Behavior in Travel and Tourism. Oxford: The Haworth Hospitality Press, p. 120.

2.3.5 โมเดลการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของ Um และ Crompton

Um, S. และ Crompton, J.L. (1990) ได้ทดสอบบทบาททัศนคติในกระบวนการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน การเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวประกอบด้วย 2 ระยะ คือ ระยะแรกเรียกว่า Generic Phase เป็นการตัดสินใจว่าจะท่องเที่ยวหรือไม่ หรือขั้นการตัดสินใจว่าการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นหรือไม่และระยะที่ 2 จะเป็นการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว หรือตัดสินใจว่าจะไปที่ไหนดี Um และ Crompton ได้สร้างกรอบความคิดที่แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเลือกประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว



ภาพประกอบ 6 โมเดลการเลือกจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของ Um และ Crompton

ที่มา: Pizam, Abraham and Mansfeld, Yoel. (2000). Consumer Behavior in Travel and Tourism. Oxford: The Haworth Hospitality Press, p. 116.

แนวคิดที่มีการนำเสนอในแผนภูมิของ Um และ Crompton ประกอบด้วยแนวคิดหลัก 3 ประเภท คือปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน และองค์ความรู้ที่นำไปสู่การตัดสินใจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายนอก (External Inputs) เกิดจากผลรวมของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งผู้ที่กำลังจะเดินทางอาจจะเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ปัจจัยภายนอกต่างๆ ที่ส่งผลให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางเกิดความรู้เกี่ยวกับประเทศต่างๆ ที่มีอยู่ในโลก มี 3 ประเภท

1.1 สิ่งเร้าที่มีนัยสำคัญ หมายถึง ประสบการณ์ที่บุคคลผู้นั้นเคยมีอยู่ก่อนแล้วเกี่ยวกับประเทศต่างๆ นั่นก็คือความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ที่เคยไปยังประเทศนั้นๆ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นมาก่อนแล้ว

1.2 สิ่งเร้าที่เป็นสัญลักษณ์ หมายถึง บทความเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในสื่อประเภทต่างๆที่เป็นต้นตอของความรู้สึกของผู้ที่กำลังตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว

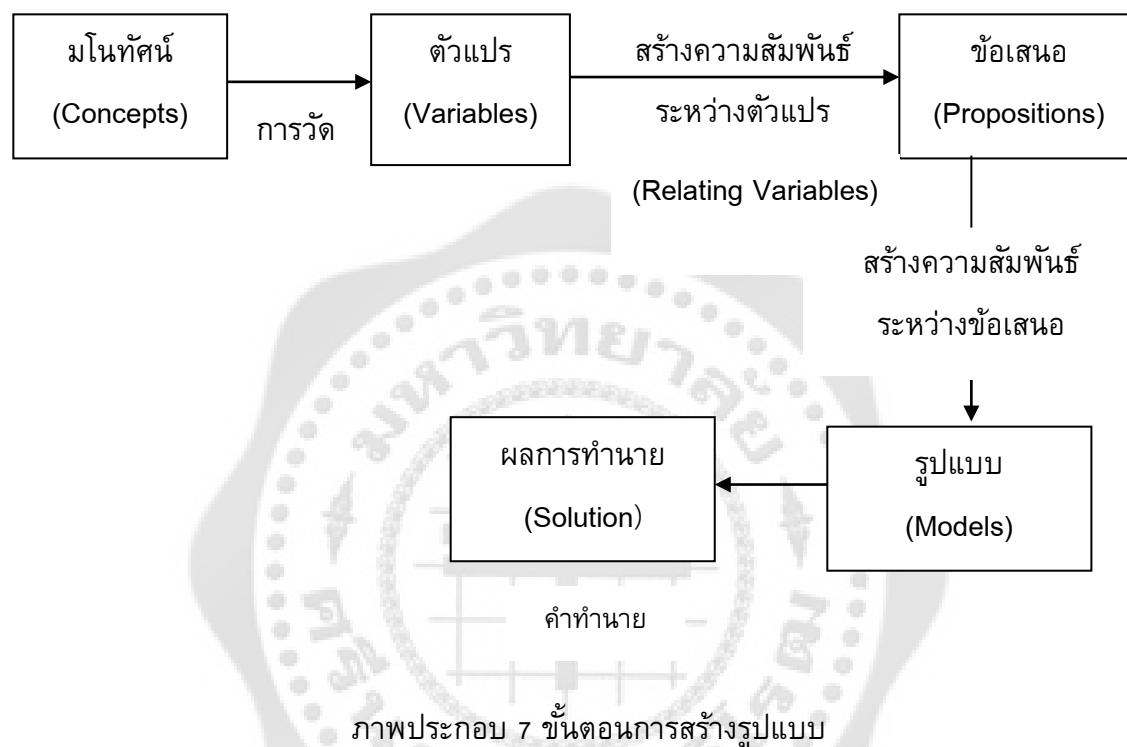
1.3 สิ่งเร้าทางสังคม หมายถึง คำบอกเล่าที่มาจากปากของบุคคลอื่น เช่น ข้อมูลหรือเรื่องเล่าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เพื่อนหรือญาตินำมาถ่ายทอดให้ฟัง

สิ่งเร้าทั้ง 3 ประเภทนี้ประกอบกันขึ้นเป็นความรู้ที่อยู่ในสมองหรืออยู่ในการรับรู้ของบุคคลผู้ที่กำลังตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว เป็นความรู้กว้างๆเกี่ยวกับประเทศต่างๆ ที่มีอยู่ในโลก Um และ Crompton เรียกว่าชุดของการรับรู้ซึ่งเป็นองค์ประกอบเบื้องต้นขององค์ความรู้ที่จะนำไปสู่การตัดสินใจ

2. ปัจจัยภายใน (Internal Inputs) คือ ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคมชนิดต่างๆ ของตัวบุคคลที่กำลังจะเป็นนักเดินทาง ซึ่งประกอบไปด้วยคุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น บุคลิกภาพ ปัญหาส่วนตัว แรงจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ค่านิยม ที่บุคคลผู้นั้นยึดถือหรือยึดเป็นหลักในการดำเนินชีวิต และทัศนคติต่างๆ ที่บุคคลผู้นั้นมีต่อประเทศต่างๆ หรือวัฒนธรรมต่างๆ Pearce, Morrison และ Rutledge (1998) กล่าวว่าปัจจัยภายในหรือปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะเดินทางและการเลือกจุดหมายปลายทางทั้ง 2 ประการมีความสำคัญเพราะ ปัจจัยภายในเป็นประเภทแรงจูงใจ ค่านิยมและทัศนคติที่บุคคลผู้นั้นมีจะทำหน้าที่เป็นตัวกรองหรือทำหน้าที่เป็นกลไกในการคัดกรองประเทศที่ไม่น่าสนใจออกไป และเก็บประเทศที่ตนเองมีทัศนคติที่ดีหรือมีความสอดคล้องกับบุคลิกภาพของตนเองไว้ในในการพิจารณาต่อไป เช่น แรงจูงใจที่จะได้สัมผัสวัฒนธรรมดั้งเดิมและต้องการย้อนอดีตจะทำให้ให้นักเดินทางที่มีแรงจูงใจที่ว่านี้ตัดประเทศที่ไม่มีคุณสมบัติที่ต้องการออกไป ส่วนปัจจัยภายในประเภทคุณลักษณะส่วนบุคคล เป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะช่วยคัดกรองประเทศที่อยู่ในชุดของการรับรู้ที่มีอยู่มากมายให้เหลือน้อยลงเพื่อให้ง่ายต่อการตัดสินใจ ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้ ได้แก่ ความพร้อมด้านสุขภาพร่างกาย ภาวะหน้าที่การงาน ภาระในครอบครัว หรืองบประมาณที่มีอยู่ ความต้องการของสมาชิกคนอื่นในครอบครัว เช่น ลูกหรือคู่สมรสที่บุคคลผู้นั้นจะต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการเลือกเดินทางท่องเที่ยว

การสร้างรูปแบบ

การสร้างรูปแบบคือการกำหนดมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบเพื่อชี้ให้เห็นว่ารูปแบบเสนออะไรเสนออย่างไรเพื่อให้ได้อะไรและสิ่งที่ได้นั้นอธิบายปรากฏการณ์อะไรและนำไปสู่ข้อค้นพบอะไรใหม่ๆ สำหรับขั้นตอนการสร้างรูปแบบสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังแผนภาพ 7



ที่มา: Keeves. 1988: 49.

การสนับสนุนรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบทางลบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว

การส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยองค์ประกอบที่สำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาก็คือการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้แต่การที่จะผลักดันและสนับสนุนการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะต้องพิจารณาสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องซึ่งสรุปได้ 8 ประการได้แก่(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2554: 23-24)

1. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจัดการแบบองค์รวม
2. การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจจึงจำเป็นต้องมีความสามารถในการสร้างกำไรเพื่อความอยู่รอดและผลประโยชน์ของชุมชน

3. การตอบสนองความต้องการหรือพันธะทางสังคม หมายถึงการให้ความเคารพต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนต่างๆ รวมถึงความหลากหลายและมรดกทางวัฒนธรรม

4. สุนทรียภาพนับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม การจัดการจึงควรต้องมีการธำรงรักษาไว้ซึ่งสุนทรียภาพของสถานที่เหล่านั้น

5. กระบวนการและขอบเขตทางนิเวศวิทยาเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง เพื่อให้การพัฒนาและการจัดการ สามารถรักษาสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งกายภาพและชีวภาพที่เปราะบางไว้ได้

6. การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพของพันธุ์พืชและสัตว์ต่างๆ เป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะสิ่งเหล่านี้คือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ

7. การดำรงไว้ซึ่งระบบสนับสนุนชีวิตจะช่วยให้สิ่งมีชีวิตทั้งหมดบนโลกนี้สามารถมีชีวิตอยู่รอดได้

8. ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจความรับผิดชอบและปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยวร่วมกัน

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ รูปแบบการท่องเที่ยวนั้นจะต้องประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญคือมีความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างสามารถทำนายผลได้และขยายผลการทำนายได้กว้างเพิ่มขึ้นตลอดจนสามารถนำไปสู่แนวคิดใหม่ได้

3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

3.1. ความหมายของการท่องเที่ยว

3.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นรูปแบบหนึ่งของการนันทนาการ เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในเวลาว่าง และเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งเป็นบ้านของตัวเองไปสู่สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาประสบการณ์ ความรู้ เพื่อการผ่อนคลายร่างกายและจิตใจจากกิจกรรมต่างๆ โดยลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวแบบสากลนั้นมีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

รายได้

ฉะนั้นผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวอาจมีเหตุผลที่แตกต่างกันไป เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อดูแลสุขภาพ เพื่อเยี่ยมญาติ หรือเพื่อการศึกษา เป็นต้น ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นการสัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดความเพลิดเพลินและเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2554) แบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ วันหยุด เพื่อสุขภาพ (Health) การศึกษา ศาสนา และการกีฬา

2. การติดต่อธุรกิจ (Business) ได้แก่ การประชุม การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยวเช่น การเดินทางการพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวชม การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของ นักท่องเที่ยวมีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้าในขณะนั้น

ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการพิจารณาการท่องเที่ยวว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกิจ หรือกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินของมนุษย์ การให้ความหมายจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานดังกล่าวที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างไรก็ตามการอธิบายความหมาย การท่องเที่ยวสามารถแยกแยะได้ดังนี้

พอนด์ (Pond. 1993: 35) การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ จัดบริการและการอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสนุกสนานในการเดินทาง

มิลล์ (Mill. 1990: 359) การท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวกับการ สร้างความประทับใจ การบริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

สตีเวน (Stevens. 1985: 3) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปสู่ สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ต่างกันหรือเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมาถึง สถานที่เดิม

โอกิลีฟ (Ogilive.1933: 5-6) นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่อยู่ห่างจากบ้านในช่วง ระยะเวลาใดระยะเวลาหนึ่งแต่ไม่เกินหนึ่งปีและใช้เงินในสถานที่ซึ่งไปเยี่ยมเยือนโดยไม่รับรายได้ จากสถานที่นั้น

โคเฮิน (Cohen. 1974: 391) นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจโดยหวังจะได้รับความสุขจากสิ่งแปลกใหม่ และประสบการณ์ที่เปลี่ยนไปในการ เดินทางที่ยาวนานและจะไม่เกิดขึ้นอีก

ไลเปอร์ (Leiper. 1979: 391) นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ซึ่ง ไม่ใช่ที่อยู่ถาวรของตนเป็นระยะเวลาชั่วคราว โดยพำนักอยู่ในสถานที่ดังกล่าวอย่างน้อยหนึ่งคืน และต้องไม่ใช่การเดินทางเพื่อหารายได้จากสถานที่นั้นๆ

โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักแบบ ต่างๆร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านค้า ธุรกิจการคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ต่างพยายามหาสินค้าและบริการ หรืออุปทานทางการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อสนองตอบความต้องการหรืออุปสงค์ทางการท่องเที่ยวที่มีเพิ่มมากขึ้น

สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวคือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวจากที่อยู่ปกติไปยังสถานที่อื่นชั่วคราว โดยเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และมีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีรูปแบบในการท่องเที่ยวทั้งแบบที่เดินทางแบบไปค้างคืนยังประเทศใดประเทศหนึ่ง เดินทางเฉพาะ ภายในประเทศ และการเดินทางแบบชั่วคราวไม่ค้างคืน ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้เดินทางอาจ

มีเหตุผลแตกต่างกัน ได้แก่ การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ เดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ เดินทางเพื่อการศึกษาซึ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวนั้นเป็นการผ่อนคลายความเครียดที่อาจเกิดจากการทำงานหรือเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้พร้อมๆกับสามารถรับรู้ สัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ ทำให้เกิดความเพลิดเพลินเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้และการติดต่อสื่อสารระหว่างกันมากขึ้น

3.2 ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกันโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทาง ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิกนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เป็นต้น จึงมีวิธีการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวหลายประเภทด้วยกัน เช่น การแบ่งตามลักษณะพื้นฐาน ตามมาตรฐานสากล ตามลักษณะการจัดการและตามลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้ 4 แบบคือ (วรรณ วรชวานิช. 2546: 17-18 และ บุญเลิศ จิตตังวัฒนา. 2548: 10-13)

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐาน วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง การใช้เวลาว่างของมนุษย์มีความแตกต่างกันตามเจตคติและสิ่งแวดล้อม การใช้เวลาว่างของบุคคลเป็นไปตามแรงจูงใจส่วนบุคคลในยุคของข้อมูลข่าวสารทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งต่างๆ ตามอัธยาศัยของตนเพิ่มขึ้นและจะวางแผนการเดินทางล่วงหน้าในแหล่งท่องเที่ยวที่แต่ละบุคคลสนใจ

1.2 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนอย่างแท้จริง การใช้เวลาหยุดงานไปท่องเที่ยวในลักษณะสบายๆ เช่น บ้านพักตากอากาศ ริมหาดและเชิงเขา เป็นต้น

1.3 การท่องเที่ยวในวันหยุด ในวันหยุดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก นิยมเดินทางไปต่างท้องถิ่นหรือนอกเมืองที่อยู่อาศัยของตน เพื่อคลายความเครียดจากการทำงาน

1.4 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ และการไปแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย

1.5 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบนี้กำลังเป็นที่นิยม มีการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพอย่างมีระบบ เช่น การเดินทางเพื่อไปรักษาทางการแพทย์ การเดินทางไปอาบน้ำแร่ และการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น

1.6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา องค์การท่องเที่ยวโลกได้มีมติให้นักศึกษา และผู้เดินทางไปฝึกอบรม ศึกษาดูงานเป็นนักท่องเที่ยวด้วย เช่น การเดินทางเพื่อไปศึกษาในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ภูมิ และประสบการณ์ การเดินทางเพื่อฝึกอบรมระยะสั้น การศึกษาดูงาน การเรียนภาษาอังกฤษในภาคฤดูร้อน เป็นต้น

1.7 การท่องเที่ยวทางศาสนา นับเป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ เพราะศาสนาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญและทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทางไปทอดกฐิน ทอดผ้าป่า นมัสการสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น

1.8 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ในปัจจุบันการเดินทางแบบนี้จำแนกได้หลายประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมใหญ่ (Convention) และการแสดงนิทรรศการ (Exhibition) ซึ่งรวมเรียกว่า การท่องเที่ยวแบบไมซ์ (Meeting Incentive Convention Exhibition : MICE) นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีคุณภาพสูง เนื่องจากมีอำนาจการซื้อสูง และยังมีผู้ติดตามอีกไม่น้อยกว่าหนึ่งคน

1.9 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friends and Relative Tourism: VER) เป็นการเดินทางไปเยี่ยมบิดา มารดา ญาติในถิ่นเกิดหรือที่อยู่อาศัยของครอบครัว เช่น ชาวตะวันตกเดินทางไปเยี่ยมญาติในเทศกาลคริสต์มาส ชาวไทยเดินทางกลับถิ่นเกิดเพื่อเยี่ยมบิดา มารดา และญาติในเทศกาลสงกรานต์ ชาวจีนนิยมเดินทางไปเยี่ยมครอบครัวในเทศกาลตรุษจีน เป็นต้น

1.10 การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร การท่องเที่ยวชนิดนี้เป็นการเดินทางของบุคคลหรือคณะบุคคล เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์กรตน เช่น การเดินทางของคณะรัฐบาลเพื่อไปเยือน ไปประชุมเจรจาในต่างประเทศ การเดินทางของคณะทูต การเดินทางของผู้สอนศาสนา เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล มีลักษณะดังต่อไปนี้

2.1 การท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic Tourism / In Bound Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศ หากเป็นนักท่องเที่ยวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเรียกว่า Domestic Tourism และหากเป็นนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เรียกว่า In Bound Tourism การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีสิ่งดึงดูดใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย สิ่งจูงใจโดยเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ (Out Bound Tour) เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ที่แตกต่างจากประเทศของตน ต้องผ่านขั้นตอนการเดินทางระหว่างประเทศหลายประการ เช่น กระทรวงต่างประเทศ กงสุลของประเทศ สถานทูต ศุลกากร ด่านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศและอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์ที่เป็นผู้นำ การท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่ มักมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่นๆ ให้เลือกหลากหลายมากกว่าประเทศขนาดเล็ก แต่บางครั้งการเดินทางไกลๆ ก็เป็นอุปสรรคหรืออาจทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจหรือมีความสนใจน้อยลง

2.3 การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว (Specific Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะบุคคล หรือเป็นครอบครัวที่เดินทางโดยอิสระ การท่องเที่ยวชนิดนี้อาจเป็นการเดินทางคนเดียวคู่สามี ภรรยา หรือครอบครัว นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาแหล่งท่องเที่ยวได้จากคู่มือแนะนำเที่ยวทั้งในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว

2.4 การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (Groups Tourism) การท่องเที่ยวชนิดนี้ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยว มอบให้บริษัทนำเที่ยวดำเนินการ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ บริษัทจัด ดำเนินการนำเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ตามรายการที่ตกลงไว้ การท่องเที่ยวชนิดนี้จ่ายค่าบริการต่ำกว่าการเดินทางในลักษณะส่วนตัวมาก การเดินทางชนิดนี้เป็นที่นิยมกันทั่วโลก เรียกว่า “การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (Group Inclusive Tour : GIT)” นักท่องเที่ยวรู้ค่าใช้จ่ายล่วงหน้าเพื่อการตัดสินใจ การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะชนิดทัวร์เหมาจ่าย (Package Tour) มีลักษณะใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ต่างกันตรงที่ เส้นทางกำหนดโดยบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทาง มีหลากหลาย และไม่เคยรู้จักกันมาก่อน

3. การท่องเที่ยวซึ่งแบ่งตามการจัดการมีรูปแบบย่อยดังนี้

3.1 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) การท่องเที่ยวที่เน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะเดียวกันให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

3.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน และมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดี และมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นจัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งศึกษาทั้งความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิตชนบท เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวตามลักษณะเฉพาะ มี 3 รูปแบบ ดังนี้

4.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เป็นการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการที่จะ หลีกหนีจากสภาพชีวิตประจำวันที่จำเจ เป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลก ใหม่

4.2 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจหรือไปประชุม โดยมีระยะเวลา 2-3 วันและแทรกกิจกรรมให้ไปท่องเที่ยว

4.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจกิจกรรมพิเศษ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 3 แบบ คือ

4.3.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติและการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ

4.3.2 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริงบันเทิงใจ การออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

4.3.3 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การท่องเที่ยวเพื่อประชุมใหญ่ การสัมมนา และการท่องเที่ยวเพื่อจัดแสดงนิทรรศการ หรือที่รวมเรียกว่าการท่องเที่ยวแบบไมซ์ (MICE : Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) การท่องเที่ยวแบบนี้เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจ หรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษาดูงานและการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ หรือมีเวลารว่างจากการติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ก็อาจเดินทางไปดูงานหรือทัศนศึกษาเองได้

3.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546: 2-5) ได้กำหนดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวงจร ดังนี้

1. นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท คือ

1.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย

1.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

1.4 นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งซึ่งมิใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำ

1.5 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

1.6 นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

2. ตลาดท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวนั้น จะต้องมีการตลาดท่องเที่ยวชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ

2.1 การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว

2.2 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ

3. การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้วต้องมีบริการ การขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งการขนส่งหมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ และการขนส่งทางเครื่องบิน

4. ทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ

4.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้นๆ สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไป ตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งสนใจในความสวยงามของธรรมชาติ ชอบไปเที่ยวภูเขา หรือหาดทราย แต่นักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งสนใจในศิลปวัฒนธรรมก็ชอบไปเที่ยวชมวิถีชีวิตของชาวเขา หรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มสนใจ ด้านโบราณสถานก็ชอบไปเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนั้นภาพลักษณ์และราคาค่าเข้าชมของทรัพยากรท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมด้วย

ทรัพยากรการท่องเที่ยว แบ่งได้ 2 ประเภท (วรรณ วรวัณนิช. 2546: 27-28)

1 ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติมีลักษณะเด่น แปลก สวยงาม มีคุณค่าต่อการเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจหรือแสวงหาความรู้

1.1 ทรัพยากรที่เสริมสร้างขึ้นใหม่ได้ตามกระบวนการธรรมชาติ (Renewable) ทรัพยากรประเภทนี้เมื่อใช้แล้วก็สร้างเสริมขึ้นใหม่ได้ โดยการคืนรูปตามกระบวนการธรรมชาติ แต่อาจสูญสิ้นไปได้ เช่น ป่าไม้ สัตว์ป่า หน้าผา ถ้ำ น้ำตก หาดทราย เกาะ ฯลฯ

1.2 ทรัพยากรที่เสริมสร้างขึ้นใหม่ไม่ได้ (Non-renewable) เช่น แสงแดด อากาศ พลังงานน้ำ พลังงานจากแสงอาทิตย์ พลังงานลม ทรัพยากรดังกล่าว ไม่มีการสูญสิ้น

2 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มนุษย์สร้างขึ้น ด้วยเหตุผลต่างๆ กัน เช่น เพื่อการศึกษา การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ ระลึกถึงเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวนี้แบ่งได้เป็น 2 อย่าง คือ

2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ซึ่งเป็นแบบอย่างการดำรงชีวิตของชุมชน มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปเป็นสิ่งที่ยึดถือ สืบทอดต่อกันมา วัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้อาจจะเป็น เรื่องธรรมชาติหรือความเคยชินของคนในท้องถิ่น แต่จะเป็นสิ่งที่แปลกและน่าสนใจของคนอีกท้องถิ่น และเป็นสิ่งที่เจ้าของท้องถิ่นควรรักษาไว้ด้วยความภาคภูมิใจ และถ้ามีการจัดกันอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และยังขยายวงกว้างออกไปสู่ต่างประเทศได้ด้วย

2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนสถานเป็นการแสดงถึงประวัติความเป็นมาในอดีต หรือระลึกถึงเหตุการณ์ในอดีตของสังคมมนุษย์ในสมัยนั้น สิ่งที่มีมนุษย์ได้สร้างขึ้นและแสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองในอดีตและยังดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว เพื่อแสวงหาความรู้และความเพลิดเพลิน ได้แก่ เมืองโบราณ เจดีย์ วัด อนุสาวรีย์ พระราชวัง และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

4.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึง (Accessibility)

เป็นปัจจัยที่สำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายขนส่งที่สามารถเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวนั้นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง แต่ถ้าขาดเส้นทางคมนาคมขนส่งเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวจะมีความประทับใจหรือมีคุณค่าสูงเพียงใดก็ตามย่อมจะไร้ความหมายอย่างสิ้นเชิง

4.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

องค์ประกอบที่สำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวมีไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนของตนเองอยู่แล้ว สำหรับนักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้จากการให้บริการเหล่านี้ เราอาจแยกประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกออกเป็น 3 ประเภท คือ

4.3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวประเภทการเข้าออก-เมือง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญ เพราะเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวจะผ่านเข้าประเทศได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกในการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง และการตรวจตราหนังสือเดินทาง เป็นต้น

4.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทโครงสร้างพื้นฐาน หรือที่เรียกกันว่า สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขภาพ การสาธารณสุข สวนสาธารณะ การศึกษา และการฝึกอบรม เป็นต้น

4.3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่มุ่งให้ความปลอดภัยทางร่างกายชีวิตและทรัพย์สินแก่ประชาชนและเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยวยังสถานที่ใดก็ตาม นักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยทางร่างกาย ชีวิตและทรัพย์สินเป็นสำคัญ ได้แก่ การป้องกันการโจรกรรม ชิงทรัพย์ และรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านความปลอดภัยอื่นๆ เช่น การอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้านแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การให้ข่าวสารข้อมูลด้านความปลอดภัย เป็นต้น

4.4 ทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีการต้อนรับอย่างเป็นมิตรจากเจ้าของท้องถิ่น (Ancillary) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือน แล้วเกิดความสุขประทับใจจนเป็นที่กล่าวถึงความเป็นมิตรอันดีงามของคนไทยไปทั่วโลก ซึ่งความมีมิตรไมตรีนั้นแสดงออกได้ 2 ลักษณะ คือ

4.4.1 การให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งยิ้มให้นักท่องเที่ยว การทักทายพูดคุยกับนักท่องเที่ยว การแสดงความโอ้อ้อมอารีด้วยการบริการเล็กน้อย แก่นักท่องเที่ยว

4.4.2 การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว การให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาความเดือดร้อนหรือประสบอุบัติเหตุ การให้คำแนะนำ หรือคำตักเตือนแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ หรือ 3 A's ดังต่อไปนี้คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548: 28-29)

1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งดึงดูดใจเกิดจากสถานที่ (Sites) และเหตุการณ์ (Events)
2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบายทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึง ดังนั้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐานในการผลิต (Infrastructure)

3 การเข้าถึง (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง (Way) พาหนะ (Vehicle) สถานี (Terminal) และผู้ประกอบการ (Carrier) การขนส่งซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายโดยผ่านเส้นทางเข้าถึงศูนย์กลางของการท่องเที่ยว นั้น จะต้องมีคมนาคมที่พร้อมในแหล่งท่องเที่ยวสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียง ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ รถไฟ เรือ เครื่องบิน ฯลฯ แล้วแต่ความจำเป็น จุดท่องเที่ยวหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวใดก็ตามถ้าขาดเสียซึ่งเส้นทางคมนาคมที่จะเข้าถึงได้แล้ว สถานที่ท่องเที่ยวนั้นไม่ว่าจะสวยงามแปลกตาประทับใจเพียงใด ก็ย่อมจะไร้คุณค่าอย่างสิ้นเชิง

องค์ประกอบข้างต้นทั้ง 3 เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก หรือปัจจัยพื้นฐานในการผลิตบางอย่างอาจมีความจำเป็นน้อย เพราะกลุ่มบุคคลดังกล่าว ต้องการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมเดิม การสร้างปัจจัยการผลิตและสิ่ง

อำนวยความสะดวก ถ้าปราศจากการวางแผนที่ดีย่อมกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นในแต่ละระบบย่อย ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว ซึ่งมีองค์ประกอบที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน แต่มีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนอกระบบอีกด้วย สิ่งแวดล้อมนอกระบบ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางสังคม และทางเศรษฐกิจอื่นๆ ในพื้นที่ระบบนิเวศวิทยานับมาก ในน้ำและอากาศ ตลอดจนการบริหารการปกครองพื้นที่ท่องเที่ยวในทางอ้อมแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมส่วนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ นักท่องเที่ยว สินค้าท่องเที่ยว และธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าที่มีลักษณะพิเศษ กล่าวคือ เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมเข้าไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ศาสนา ประเพณี อรรถาธิบายไมตรีของคนไทย

ลักษณะและส่วนประกอบของสินค้าท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ประการ ได้แก่

1. สินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ มักมีลักษณะเป็นสินค้าสินค้าสาธารณะตัวอย่าง เช่น ชายหาด น้ำตก ภูเขาและสิ่งจูงใจสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวที่ทำได้ยากและต้นทุนสังคมในการจัดการรักษาสีสิ่งแวดล้อมสูง

2. ความปลอดภัยและสาธารณูปโภค เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยวซึ่งมักต้องใช้การลงทุนมาก จึงจะสามารถให้บริการในราคาถูกลงได้ ประเทศสิงคโปร์เป็นตัวอย่างที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวที่ไร้สิ่งจูงใจ แต่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก ทั้งที่สิงคโปร์เป็นเพียงเกาะเล็กๆ ความสำเร็จนี้เป็นผลมาจากความมีประสิทธิภาพของระบบสาธารณูปโภค เช่น การสื่อสารโทรคมนาคม ระบบการคมนาคมการบริการด้านสุขอนามัยสาธารณะ และระบบความปลอดภัย

3. คนและวัฒนธรรมท้องถิ่น นับเป็นส่วนประกอบที่สำคัญโดยเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยวอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีองค์ประกอบที่หลากหลายคือ ประเภทที่ใช้เงินทุนแรงงานหรือวัฒนธรรมอย่างเข้มข้น มีผู้ประกอบการทั้งใหญ่และเล็ก รวมถึงเศรษฐกิจทั้งในและนอกระบบ เช่น แผงลอยขายอาหาร รถรับจ้างร้านค้าแผงลอย เป็นต้น (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และนภัสสร สุวรรณประกร.2548)

การท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปที่ท่องเที่ยววันนั้น ควรมีลักษณะหลักที่สำคัญ 4 ประการ หรือเรียกว่า 4 A's ตามแนวคิดของมิดเดิลตัน (Middleton: 1997) ซึ่งเพิ่มเติมจาก 3 A's ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การท่องเที่ยวควรดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งมีลักษณะชวนดูชวนตา ชวนใจ และมีเสน่ห์เฉพาะตัวโดยแบ่งเป็น 2 ข้อย่อยคือ

1.1 มีความงามตามธรรมชาติ เช่น ชายหาดทรายขาว แนวปะการังที่มีสีสวยงาม รวมทั้งปลา ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชนิด หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ทในหุบเขา

1.2 มีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของแต่ละท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผชาติหรือการตกแต่งขบวนพาเหรดและการแสดงในเทศกาลต่างๆ การแสดงแสง สี เสียง ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. ความสามารถในการเข้าถึงง่าย (Accessibility)

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

4. ความประทับใจในการบริการ (Ancillary) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรการบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงานและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว

4.1 การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2 การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการจัดระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

สรุปข้อแตกต่างระหว่าง 4 A's กับ 3 A's ได้ว่าเพิ่มเติมในเรื่องความประทับใจและการบริการ แต่นำสิ่งอำนวยความสะดวกมารวมกับความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย

ต่อมาในปี 1996 ดิกแมนได้สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่าแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) ตามแนวคิดของดิกแมน (Dickman :1996) ประกอบด้วย 5 หลักหรือองค์ประกอบ 5A's ซึ่งเหมือนกับ 4A's และ 3A's คือ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวก แต่เน้นเพิ่มเติมในเรื่องที่พักและกิจกรรม

มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด. 2553: 3-1 และราณี อิศัยกุล. 2554: 1-6-1-7 ได้กล่าวถึง หลักการ 5A's ของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีลักษณะสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งเพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นซึ่งแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาหาดทรายชายหาดภูเขาอุทยานแห่งชาติเทศกาลต่างๆหรือสถานที่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดังและโดยทั่วไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่า 1 อย่างเช่นภูเก็ตซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายเช่นหาดทรายกิจกรรมทางน้ำสถานบันเทิงต่างๆรวมทั้งสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ

2. ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) ความสะดวกในการเดินทาง ทำให้นักท่องเที่ยวหรือคนเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบขนส่ง ซึ่งประกอบด้วย เส้นทางพาหนะ สถานีและผู้ประกอบการขนส่ง มีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การบริการด้านตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นต้น การมีส่วนร่วมในการพัฒนา การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งผู้นำและสมาชิกในชุมชน การวางแผน การใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานต่อนักท่องเที่ยวเช่น ระบบสาธารณูปโภค ระบบโทรศัพท์ ห้องสุขา และสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การให้บริการในกรณีฉุกเฉิน ตลอดจนสิ่งจำเป็นต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ห้องน้ำ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หน่วยฉุกเฉิน ร้านอาหาร ที่จำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

4. ที่พัก (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักเพียงพอพร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคาและการบริการที่เหมาะสม ซึ่งควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก

5. กิจกรรมต่างๆ (Activity) ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวน่าสนใจมากขึ้นและกิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอยกิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ วัยน้ำ เป็นต้น

การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายประการเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการ ตามแนวคิดของมิลล์ (Mill.1990: 22) ซึ่งคล้ายกับ 4A's ที่เน้นในเรื่องการต้อนรับบริการ คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นั่งทานอาหาร และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ

3. การขนส่ง (Transportation) ได้แก่ การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย การจัดระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้า-ออกจากเมืองต่างๆ

4. การต้อนรับบริการ (Hospitality) เป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่เดิมนั้น เกิดจากความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ การต้อนรับของคนในท้องถิ่น หรือพนักงานผู้ให้บริการ มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบผลสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานที่เกี่ยวกับการให้บริการ นอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการที่จะทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญก้าวหน้าของงานบริการ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวบ่งชี้ก็คือจำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารที่ชาญฉลาดจึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบ

ต่างๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้มาใช้บริการ ยิ่งกว่านั้นการให้บริการ นอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอันดีต่อสินค้า ยังขยายถึงความรู้สึกอันดีต่อบริษัท ลูกค้าจะเกิดภาพลักษณ์และความพึงพอใจที่ดีต่อบริษัท ฉะนั้นพลังก้าวนำของบริษัททางหนึ่งจึงอยู่ที่การให้บริการประทับใจลูกค้า ซึ่งทุกบริษัทจะให้ความสนใจเพื่อที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการบริหารองค์กร ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

มิลล์ (Mill.1990: 397-400) ความพึงพอใจในการบริการหรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ โดยวัดจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม คือบริการอย่างยุติธรรมเสมอภาคและเสมอหน้าไม่ว่าเป็นใคร
2. การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา คือการให้บริการตามลักษณะความจำเป็นและรีบด่วน
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ คือ ความต้องการที่เพียงพอในด้านสถานที่ บุคลากร วัสดุและอุปกรณ์ต่างๆ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง คือการให้บริการจนกว่าจะบรรลุผล และการให้บริการที่มีความก้าวหน้า คือ การพัฒนางานบริการทั้งทางด้านปริมาณและคุณภาพให้มีความก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ และจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังของลูกค้า มีอยู่ 4 ปัจจัย ดังนี้

1. Word of mouth communication ปัจจัยแรกที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความคาดหวังในคุณภาพบริการ เพราะบริการเป็นสิ่งที่จับต้องยาก ทำให้มีความเสี่ยงเนื่องจากไม่สามารถทดลองบริการก่อนได้ ลูกค้าจึงต้องหาข้อมูลด้วยการสอบถามเอาจากเพื่อนหรือญาติที่เคยใช้บริการนั้นมาก่อน
2. Personal needs and preferences ความต้องการที่เป็นรสนิยมส่วนตัว อันเนื่องมาจากพื้นฐานทางด้านการสังคม การศึกษา ครอบครัว ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นต้น
3. Past experience ประสบการณ์ในอดีตที่สะสมมา หากลูกค้าไม่เคยรู้สึกพิเศษในบริการมาก่อน ลูกค้าจะรู้สึกพอใจเป็นพิเศษ เหนือความคาดหมาย
4. External communication การลงโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ เป็นการให้ข้อมูลกับลูกค้าล่วงหน้า เพื่อให้ลูกค้าสะสมข้อมูลในการคาดหวังก่อนตัดสินใจมาใช้บริการของหน่วยงานนั้นๆ

การให้บริการสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นการให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเรื่องที่ควบคุมผู้รับบริการได้ยากที่สุด แม้ว่าจะให้ความสำคัญก็ตาม การให้บริการเปรียบเสมือนเป็นตัวสินค้าคุณภาพ จึงขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการและสิ่งนี้เองเป็นพื้นฐานเบื้องต้นของการแข่งขัน ที่ได้ก็ตามที่เสนอการบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า ที่แห่งนั้นก็คือที่ดีที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยสิ่งสำคัญ 6 ประการ หรือ 6 A's ดังนี้คือสิ่งดึงดูดใจ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (Attraction) ความสามารถในการเข้าถึงง่ายซึ่งหมายรวมถึงการเดินทางขนส่งในทุกประเภท (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ความประทับใจในการบริการ (Ancillary) ที่พัก(Accommodation) และกิจกรรมต่างๆ (Activity) ในเรื่องความพึงพอใจนั้น ถ้าผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในครั้งแรกที่ใช้บริการผู้ใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวก็จะใช้บริการซ้ำ (Repeat Business) และบอกต่อผู้อื่น (Word of Mouth) ดังนั้นความพึงพอใจจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดการซื้อซ้ำหรือการใช้บริการอย่างต่อเนื่องหรือเรียกว่า การจงรักภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ (Brand Loyalty)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546: 31) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ตลอดจนเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อน โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ

วรรณ วรชวานิช (2546:145) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรงคู่ไปกับการท่องเที่ยวที่ได้เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่นและนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นคือการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวที่ได้เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปพักผ่อนต่างจังหวัด ซึ่งปัจจุบันนิยมกันมากในรูปแบบของศูนย์สุขภาพ โดยมีหลักสำคัญ คือ

1. สถานที่นั้นควรมีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม ร่มรื่น สะอาด ปราศจากมลพิษต่าง ๆ
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย
3. มีบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านสุขภาพ อนามัย สุขภาพกาย สุขภาพจิต ที่พร้อมจะช่วยให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา
4. มีระบบการจัดการด้านการออกกำลังกายและสันทนาการที่ถูกต้องและปลอดภัย โดยจัดแบ่ง เวลาให้เหมาะสม มีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการพัฒนาสุขภาพทางด้านร่างกาย และจิตใจ
5. มีแพทย์และพยาบาลคอยดูแล และพร้อมที่จะปฏิบัติการณ์ได้ทันที

อารัญญ บัญชัย และจินนา ตันศราวิพุธ (2546: 22) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ หรือการบำบัดฟื้นฟูสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพและหรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษา และฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบด้วย การท่องเที่ยวสุขภาพธรรมชาติ การท่องเที่ยวสุขภาพทางวัฒนธรรม รวมถึงการปรับสมดุลของอาหาร การปรนนิบัติ เพื่อเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจให้เกิดความรู้สึกละเอียด ละเอียดความเครียด และปรับความสมดุลให้แก่ร่างกาย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งตามจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ ได้ 2 ประเภท (สุพรรณนิการ์ ขวัญเมือง และเบญจวรรณ โมกมณ. 2550) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพทั้งในหรือนอกที่พักแรม เช่น การอาบน้ำแร่ น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมบำบัดรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ ที่หลากหลาย รวมทั้ง การทำทันตกรรม การผ่าตัดเสริมความงาม หรือการแปลงเพศ เป็นต้น ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน

สรุปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อน โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวไปร่วมทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) โดยแบ่งตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพนั้นๆ (อารัญญ บัญชัย และจินนา ตันศราวิพุธ, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546:31) และแบ่งเป็น 2 ประเภทหลักตามความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ (มยุรี ทองสงฆ์. 2548) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อรับบริการรักษาพยาบาล (Medical Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อบำบัดความเจ็บป่วยและการร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการรักษาพยาบาล เช่น การพักผ่อน การผ่าตัด ศัลยกรรม การตรวจสุขภาพ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวโดยมีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ไม่มีโรคภัยไข้เจ็บ รวมถึงกิจกรรมประเภทผ่อนคลาย เช่น การออกกำลังกาย การทำสปาเพื่อสุขภาพ การนวดเพื่อสุขภาพ เป็นต้นเพื่อป้องกันความเจ็บป่วยที่อาจเกิดขึ้น

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่มีฤดูกาล มีสินค้าบริการที่กว้างขวาง ครอบคลุมทุกรูปแบบของความต้องการ ผู้ที่มาใช้บริการได้รับความรู้สึกสนุกสนานในการบำบัด รวมทั้งมีวันพักผ่อนที่นานกว่าและมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่น ๆ

2. รูปแบบกิจกรรมการบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีรูปแบบการจัดกิจกรรมให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่บรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่หลากหลาย โดยสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 กลุ่มตามรูปแบบลักษณะของกิจกรรมที่ให้บริการ พบว่า Smith and Puczko (2009: 7) ได้ใช้หลักในการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ซึ่งพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศ ดังนี้ Segmentation and positioning products and destinations in health and wellness tourism (Gabriela Cecilia Stanculescu) เรื่อง Australian Wellness Tourism Providers : Definition Typology and Current Status (Cornelia Voigt) โดยแบ่งการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็น 3 กลุ่มหลักเพื่อใช้ในการวิจัย คือ สปา การใช้ชีวิตอยู่กับธรรมชาติ และการทำสมาธิ จิตวิญญาณ และเรื่อง Implementation of a model of a sustainable wellbeing destination – case Savonlinna town. ซึ่งเป็นของ Ritchie and Crouch. 2003 และในงานวิจัยครั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งโดยใช้เกณฑ์ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการจัดโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 2 ประเภทดังนี้การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงบำบัดหรือฟื้นฟูรักษาสุขภาพ ซึ่งมีจุดประสงค์หลักเดียวกัน คือการส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพของจิตใจ การบำบัดรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางสังคม เพื่อเสริมสร้างสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติในการส่งเสริมและรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเอง

1.2 ประเภทและกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากองค์ประกอบของการพักผ่อนเพื่อสุขภาพ สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งตามรูปแบบและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

ตาราง 1 องค์ประกอบสำคัญของการพักผ่อนเพื่อสุขภาพในช่วงวันหยุด*

Fitness Trip	Spa Tourism	Health Trip
1. Swimming	1. Pampering/Beauty	1. Healthy Climate,Natural/ Healthy Surrounding
2. Aerobic/Gymnastic	2. Socializing	2. HealthyFood&Drinks
3. Sports, such as	3. Perfect Service	3. Swimming
- Mountain Biking/Cycling	4.Relaxation/Meditation	4. Seminar and Information aboutHealth
- Tennis/Golf /Hiking	5. Healthy Climate,Natural / Healthy Surrounding	5. Medical Supervision
4. Sauna/Steam Room	6.peace&Quiet Environment	
5. Socializing		

Source: F.U.R., RA 99 complied by Spa Tourism-Facing Future Challenges
National Institute for Tourism (N.I.T.), p.57.

Notes: *Data in the table shown for people being interested in the respective type of holiday

การท่องเที่ยวสปาเป็นการบำบัดรักษาสุขภาพกายและใจให้สดชื่น แข็งแรงกระปรี้กระเปร่า ผิพรรณสวยงาม เกิดความสบายภายในร่างกาย เมื่อได้รับการผ่อนคลายด้วยวิธีแบบโบราณหรือตามหลักธรรมชาติที่สร้างความสมดุลให้กับการไหลเวียนของเลือดลม โดยใช้เวลาส่วนใหญ่พักผ่อนและบำบัดรักษาภายในอาคารของสถานบริการ ท่ามกลางบรรยากาศที่สงบและเป็นธรรมชาติมากที่สุดในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวสปาสามารถขยายไปถึงการรักษาโรค ซึ่งต้องอยู่ภายใต้คำแนะนำและการดูแลของหมอ เช่นเดียวกับการรักษาตัวในโรงพยาบาล เพียงแต่สปาใช้วิธีการแพทย์แผนโบราณหรือแพทย์ทางเลือกที่อาศัยสมุนไพรและธรรมชาติเป็นหลักในการรักษา สปาจึงเป็นการป้องกันและรักษาสุขภาพที่อาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิมในการดูแลสุขภาพและใจของคนโบราณผสมผสานกับฟิตเนสและการกีฬาหรือการออกกำลังกายบางประเภท

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปา เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด สปาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเน้นการเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะไปพักผ่อนหย่อนใจหรือเฝ้าไข้รักษาสุขภาพกาย ใจและจิตวิญญาณ ซึ่งสามารถเลือกกิจกรรมได้หลากหลายประเภทแต่การเดินทางท่องเที่ยวไปพักผ่อนในสปา เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดโดยเน้นการบริการซึ่งใช้น้ำในการบำบัดรักษาบรรเทาความเมื่อยล้า เช่น การแช่น้ำแร่ อ่างจากุซซี่ที่

มีน้ำอุ่นผสมสมุนไพร น้ำนม น้ำผึ้ง น้ำมันหอมระเหยหรือส่วนผสมอื่น เพื่อให้กลิ่นหอมบำบัดความเครียด และการอบไอน้ำ การอบไอน้ำ เพื่อขับเหงื่อให้สารพิษถูกขับออกมา การแช่ตัวในสระน้ำเย็นจัดสลับกับการแช่ตัวในสระน้ำอุ่นจัด หรือการใช้น้ำเพื่อนวดกระตุ้นร่างกาย (Smith and Puczeko. 2009: 86-88) กล่าวว่า สปาเป็นรูปแบบของกิจกรรมซึ่งเป็นที่รู้จักดีที่สุดของ Wellness Tourism และให้คำจำกัดความสปาไว้ว่า "สปาเป็นสถานที่ให้บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยรวมให้ดีขึ้นทั้งทางกาย ใจและจิตวิญญาณด้วยการให้บริการอย่างมืออาชีพด้วยการใช้น้ำเป็นหลัก"

องค์ประกอบหลัก 4 R ของการให้บริการสปา คือ

1. การพักผ่อนหย่อนใจ (Relax) เพื่อการขจัดความเครียด
2. การฝึกฝนตัวตนภายใน (Reflect) เช่น การทำสมาธิ
3. การสร้างความมีชีวิตชีวา (Revitalize) เพื่อเป็นการเสริมพลังและชะลอวัย
4. การสร้างความสุขอิมเมจ (Rejoice) เพื่อสร้างความสุขและความบันเทิงใจ

สมาคมสปาระหว่างประเทศ International Spa Association (ISPA) กล่าวว่า องค์ประกอบหลักของสปา มี 10 ประการดังนี้

1. น้ำ หมายถึง น้ำแร่ น้ำอุณหภูมิธรรมชาติที่มีอุณหภูมิสูงอย่างน้อย 30 c หรือ 32 c หรือน้ำซึ่งมีคุณสมบัติในการรักษาโรคที่จำเป็นต้องมีการตรวจพิสูจน์ก่อน
2. อาหาร หมายถึง สิ่งที่เสริมอาหาร การควบคุมอาหารและโภชนาการ
3. การเคลื่อนไหว การออกกำลังกายและการดูแลสุขภาพให้แข็งแรงสมบูรณ์
4. สุขภาพ หมายถึง สุขภาพทางด้านร่างกาย จิตใจและจิตวิญญาณ
5. การเสริมความงามและบำรุงรักษาผิวพรรณ หมายถึง สิ่งที่เสริมความงามตามธรรมชาติ
6. การสัมผัส หมายถึง การนวดและการทำกิจกรรมให้ร่างกายเคลื่อนไหว
7. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง สภาพอากาศและสภาพสิ่งแวดล้อม
8. กิจกรรมทางสังคม ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสปา
9. การบริหารจัดการทั้งด้านการตลาดและการดำเนินงานในด้านต่างๆ
10. เวลาและจังหวะดนตรี

จากองค์ประกอบดังกล่าว พบว่าอาจไม่ได้มีครบถ้วนในสปาทุกแห่ง สปาแต่ละแห่งอาจจัดกิจกรรมหรือการบริการของสปา ที่มีลักษณะเฉพาะของตนเพื่อสร้างความแตกต่าง ดังตาราง 2

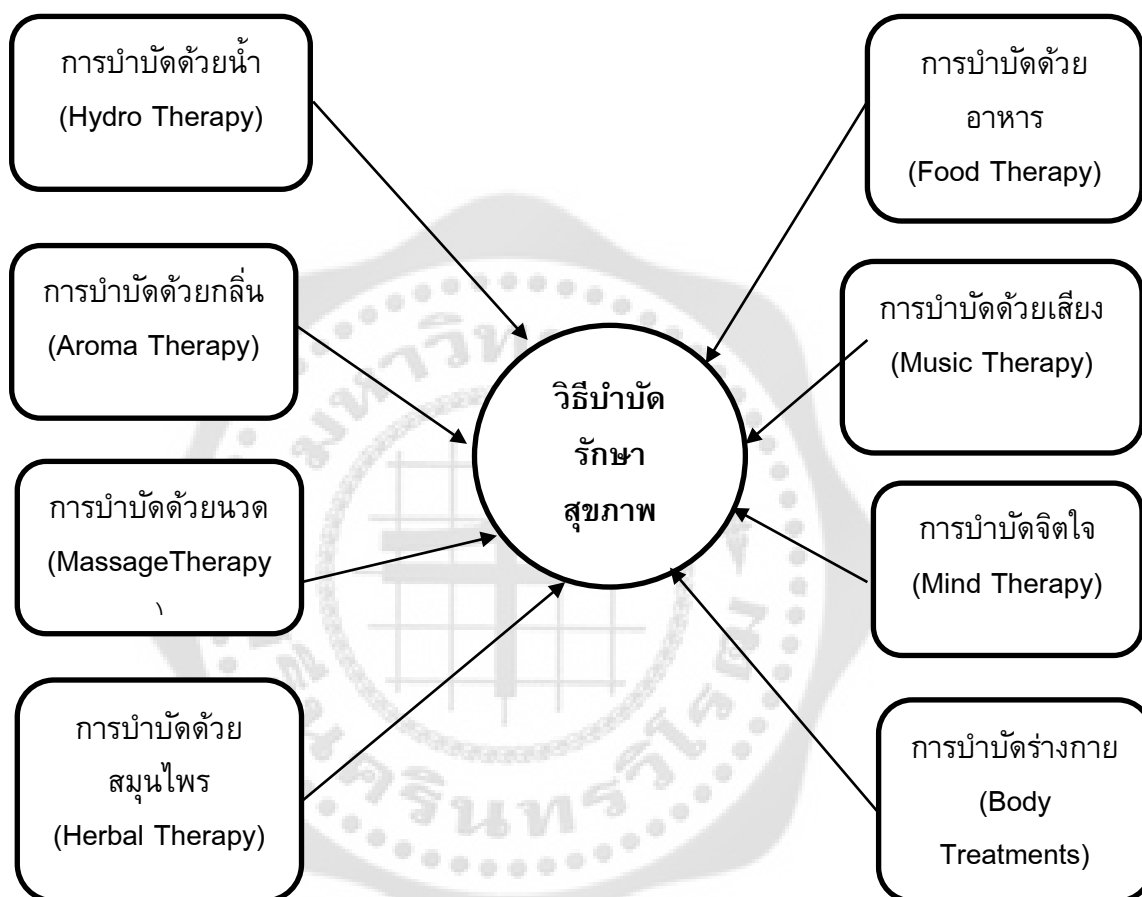
ตาราง 2 ลักษณะของสปาแต่ละประเภท

แหล่งที่มา ของ องค์ประกอบ สปา	ลักษณะของสปาแต่ละประเภท
สมาคมสปา ระหว่าง ประเทศ (ISPA) ใน ประเทศ สหรัฐอเมริกา (Smith and Puczko. 2009:86-87)	1 .Day Spa หมายถึง สปาที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการเสริมความงาม การดูแลรักษาสุขภาพให้แข็งแรงสมบูรณ์ และโปรแกรมการดูแลรักษาสุขภาพให้แข็งแรงสมดุล ทั้งทางกาย ใจและจิตวิญญาณ โดยไม่มีที่พักอาศัยค้างคืนและช่วงกำหนดระยะเวลาที่ให้บริการ จะแตกต่างออกไปเป็นรายชั่วโมง หลายชั่วโมงหรือเต็มวัน 2. Club Spa หมายถึง สปาที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกโดยให้บริการด้านการดูแล รักษาสุขภาพให้แข็งแรงสมบูรณ์ เป็นหลักและมีการบริการอื่นๆ โดยเฉพาะสปา ไว้ให้บริการใน แต่ละวัน 3. Hotel Spa หมายถึง สปาที่ให้บริการที่พักค้างคืนในโรงแรม โดยปกติแล้วผู้เข้ามาใช้ บริการสปาจะพักอยู่ในโรงแรมเป็นเวลาหลายวัน โรงแรมมักจะจัดโปรแกรมที่ออกแบบไว้เพื่อ สร้างเสริมความสมดุลทางกาย ใจและจิตวิญญาณ Hotel Spa เป็นสปาประเภทที่เปิดบริการมาก ที่สุดในอเมริกาเหนือ 4. Resort Spa หมายถึง รีสอร์ทที่ตั้งอยู่ในสถานที่ ซึ่งเป็นธรรมชาติห่างไกลจาก ชุมชนที่มีคนอาศัยอยู่จำนวนมาก มีบริการและโปรแกรมกิจกรรมเพื่อสุขภาพไว้ให้บริการแก่ผู้ที่ เข้าพักในโรงแรม 5. Medical Spa หมายถึง สปาที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการดูแลรักษาและ บริการป้องกันสุขภาพตามแนวทางการแพทย์สมัยใหม่และการแพทย์ทางเลือก รวมทั้งการ บริการอื่นๆของสปา โดยอาจมีสถานบริการรักษาพยาบาลรวมอยู่ด้วย 6. Holistic Spa หมายถึง สปาแบบองค์รวมซึ่งให้บริการรักษาด้วยวิถีทางการแพทย์ ทางเลือกและการควบคุมเรื่องอาหาร เช่น อาหารมังสวิรัตหรืออาหารชีวจิต โดยมุ่งปรับเปลี่ยน แนวคิดพฤติกรรมรับประทานและการดูแลรักษาสุขภาพของผู้มาใช้บริการ 7.Bath หมายถึง สปาซึ่งตั้งขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ มักตั้งอยู่ ณ ที่ตั้งของแหล่งน้ำธรรมชาติ โดยมีการให้บริการแก่ผู้ที่ผู้มาใช้บริการที่เน้นการดูแลรักษาสุขภาพ ด้วยน้ำ 8. Sport Spa หมายถึง สปาซึ่งตั้งขึ้นเพื่อให้บริการสปาและโปรแกรมกีฬาซึ่งรวมถึง กอล์ฟ สกี การเข้าฝึกฝนเพื่อเรียนรู้ เป็นต้น 9. Structural Spa หมายถึง สปาซึ่งตั้งขึ้นโดยมีกฎเกณฑ์ที่เคร่งครัดเพื่อให้ ผู้ใช้บริการได้ฝึกฝนจนบรรลุวัตถุประสงค์ที่เฉพาะเจาะจง เช่น ลดน้ำหนัก

ตาราง 2 (ต่อ)

แหล่งที่มา ของ องค์ประกอบ สปา	ลักษณะของสปาแต่ละประเภท
ปวณณา อัจฉริยบุตร, จิราพร ประสารการ และ ชนิษฐา ธนา วิรัตนานิจ. (2547).	1. สปาขนาดเล็ก (Day Spa) หมายถึง สปาที่ไม่มีการพักค้างคืน ให้บริการลูกค้าในระยะสั้น ตามเมนูที่กำหนด สปาประเภทนี้มักมีขนาดเล็ก มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว 2. สปาในโรงแรม (Hotel and Resort Spa) มีจำนวนมาก สปาประเภทนี้เกิดขึ้นในโรงแรมต่างๆ ได้จัดบริการสปาไว้เป็นบริการเสริมในโรงแรม เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าของตน และในขณะเดียวกันก็อาจเปิดบริการให้แก่ลูกค้าอื่นที่ไม่ได้พักในโรงแรมนั้นก็ได้ 3. สปาที่มีจุดมุ่งหมายเฉพาะ (Destination Spa) หมายถึง สปาที่มีสถานที่พักค้างคืนไว้รับลูกค้าที่มาใช้บริการสปาโดยตรงเท่านั้น ลูกค้าของสปาประเภทนี้จะมาเข้าโปรแกรมเฉพาะเพื่อการดูแลสุขภาพและการพักผ่อน เช่น เข้าโปรแกรมลดน้ำหนัก โปรแกรมขจัดสารพิษ ทวีรสุขภาพการสัมมนาเชิงสุขภาพ เป็นต้น 4. สปาสำหรับสมาชิก (Club Spa) เป็นสปาที่จัดไว้สำหรับบริการสมาชิกเฉพาะของกิจกรรมเพื่อสุขภาพ หรือกีฬา เช่น สปาในสนามกอล์ฟสปาในสถานออกกำลังกาย 5. สปาเพื่อการรักษาพยาบาล (Medical Spa) หมายถึง สปาที่มีการรักษาพยาบาล โดยต้องมีแพทย์เป็นผู้ควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิด เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น ดูแลให้มีการใช้เครื่องมือทางการแพทย์อย่างปลอดภัย 6. สปาในแหล่งน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ (Mineral Springs Spa) เป็นสปาที่อยู่ใกล้หรือใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ
สปาตาม รูปแบบการ ให้บริการ ในประเทศไทย 4 ประเภท	1. เดย์สปา คือสปาที่ไม่มีห้องพัก เปิดให้บริการเป็นสถานที่แยกจากรีสอร์ทที่กระจายอยู่ทั่วไปตามอาคารในสำนักงานหรือห้างสรรพสินค้า ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นสปาขนาดเล็กโดยมุ่งกลุ่มลูกค้าระดับกลางที่เป็นคนทำงาน หรือผู้พักอาศัยโดยอาศัยช่องว่างของธุรกิจสปาระดับบนตามโรงแรมหรือรีสอร์ท ที่มีอัตราค่าบริการสูง เปิดให้บริการเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าระดับปานกลาง โดยคิดอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่า โปรแกรมที่จัดให้การบริการจะไม่ใช้ระยะเวลานานเท่าสปาระดับหรู มีให้บริการทั้งในด้านสุขภาพและการเสริมความงาม 2. โฮเต็ลและรีสอร์ทสปา คือสปาที่เปิดให้บริการในโรงแรมและรีสอร์ทเน้นสถานที่พักผ่อนและการนวด เป็นประเภทที่มีการขยายตัวมากที่สุดลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว 3. เดสติเนชันสปา คือสปาแบบมีจุดมุ่งหมายเฉพาะเพื่อการพักผ่อน มีสถานที่แยกออกมาอยู่ต่างหาก เพื่อให้บริการดูแลในด้านสุขภาพอย่างครบวงจรผู้ที่เข้าไปใช้บริการไม่ใช่เข้าไปพักแต่เพียงอย่างเดียว แต่ต้องร่วมกิจกรรมด้านสุขภาพด้วย ซึ่งในประเทศไทยมีเพียงแห่งเดียว คือชีวาธรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4. เมดิคอลสปา คือสปาที่นำหลักการแพทย์รวมทั้งเครื่องมือแพทย์บางอย่างเข้ามาช่วยบำบัด มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญให้บริการสุขภาพและรักษาแบบครบวงจร เช่น การรักษาด้วยสมุนไพร การฝังเข็ม

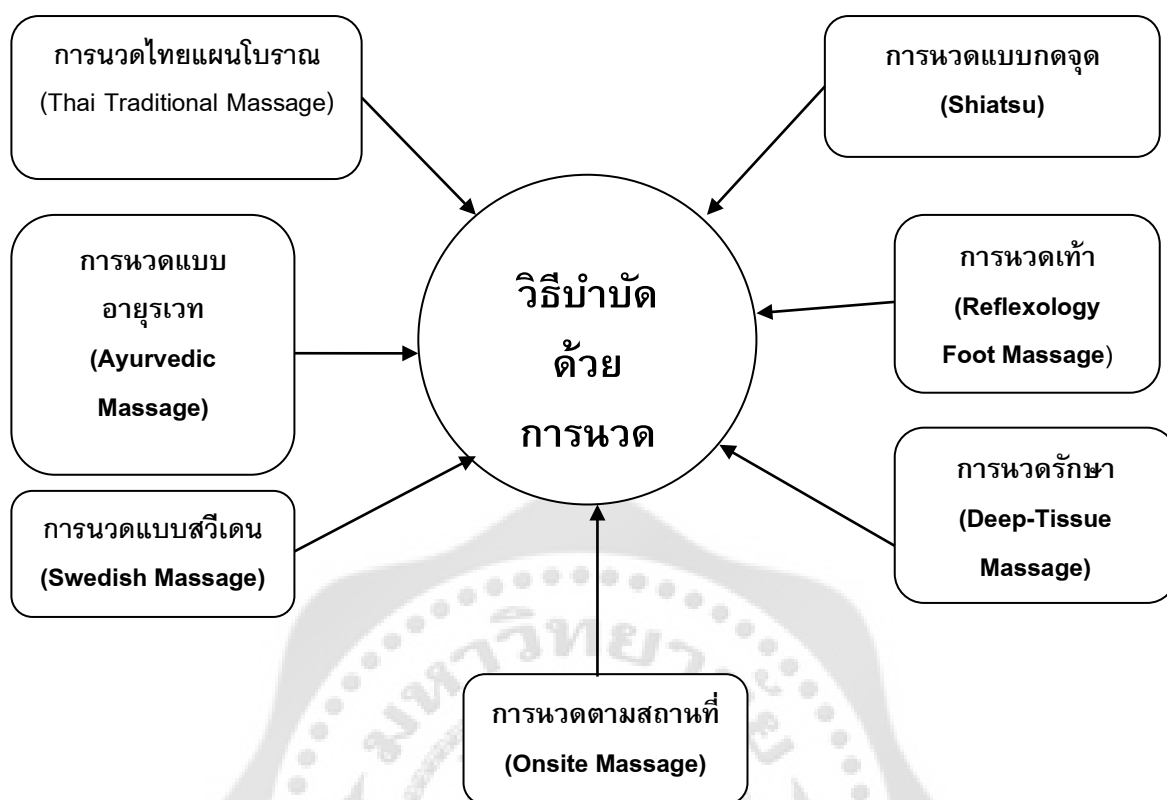
สรุปวิธีการบำบัดรักษาสุขภาพด้วยสปา มีดังนี้ 1.การบำบัดด้วยน้ำหรือวารีบำบัด 2.การบำบัดด้วยกลิ่นหรือสุนทรียบำบัด 3. การบำบัดด้วยการนวด 4. การบำบัดด้วยสมุนไพร 5.การบำบัดด้วยอาหาร 6. การบำบัดด้วยเสียง 7.การบำบัดจิตใจด้วยการนั่งสมาธิ 8.การบำบัดร่างกายด้วยการชาวน้ำ การฝังเข็มหรือการใช้วิธีธรรมชาติ ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่สำหรับบำบัดรักษาสุขภาพความงาม เช่น การนวดด้วยเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 9 วิธีบำบัดรักษาสุขภาพ

ประเภทของการนวด

ในบรรดาวิธีการบำบัดรักษาดังกล่าวข้างต้น การนวดบำบัด (Massage Therapy) เป็นวิธีเก่าแก่ที่สุดและเป็นองค์ประกอบสำคัญของการผ่อนคลายความเครียดและดูแลสุขภาพ ซึ่งสมาคมนวดบำบัดของอเมริกา ได้ชี้ให้เห็นว่าการนวดที่แท้จริงต้องใช้มือของผู้มีประสบการณ์ที่ผ่านการรับรองจากสถาบันนวดบำบัดที่มีชื่อเสียง ได้ศึกษาความต้องการนวดของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศไทย พบว่าการนวดบำบัดที่สำคัญและเป็นที่ยอมรับมี 7 ประเภท ดังนี้



ภาพประกอบ 10 วิธีบำบัดด้วยการนวดในประเทศไทย

1. การนวดไทยแผนโบราณ (Thai Traditional Massage) หมายถึง การนวดแบบดั้งเดิมของไทยที่มีการใช้ศอก เข่า คบคู่ไปกับการใช้มือ เรียกว่า การนวดแบบเชลยศักดิ์ โดยไม่มีการถอดเสื้อผ้าหรือใช้น้ำมัน (แต่ผู้นวดในปัจจุบันมีการใช้น้ำมันช่วยบ้าง) เป็นการนวดผ่อนคลาย ปกติใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง

2. การนวดแบบอายุรเวท (Ayurvedic Massage) หมายถึง การนวดแบบอินเดียที่ใช้น้ำมันทาตัวโดยผู้นวดใช้ทั้งมือและเท้าในการนวด แต่สำหรับการนวดแบบอายุรเวทของไทยจะเน้นการนวดแผนไทยแบบราชสำนักที่ใช้มืออย่างเดียว ไม่มีการใช้น้ำมันและผู้รับการนวดไม่ต้องถอดเสื้อผ้า

3. การนวดแบบสวีเดน (Swedish Massage) ในประเทศไทยเรียกว่า การนวดน้ำมัน (Oil Massage) หมายถึง การนวดด้วยมือโดยใช้น้ำมันทาตามร่างกายที่ต้องการนวด ซึ่งใช้น้ำมันมากและผู้รับบริการนวดต้องถอดเสื้อผ้า ปกติใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง

4. การนวดแบบกดจุด (Shiatsu) หมายถึง การนวดตัวที่ใช้มือกดจุดสำคัญต่างๆ ของร่างกาย ไม่มีการใช้น้ำมันหรือถอดเสื้อผ้า ปกติใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง เป็นที่นิยมของชาวญี่ปุ่นแต่ไม่ค่อยมีการนวดในเมืองไทย ตามโรงพยาบาลที่มีบริการสปาหรือศูนย์สุขภาพบางแห่งอาจมีบ้างแต่นิยมใช้การฝังเข็มแทน

5. การนวดเท้า (Reflexology หรือ Foot Massage) หมายถึง การนวดฝ่าเท้า ซึ่งผู้นวดในประเทศไทยส่วนใหญ่จะนวดฝ่าเท้าจนถึงเข่าโดยใช้น้ำมันช่วยในการนวด ปกติใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง

6. การนวดรักษา (Deep-Tissue Massage) หมายถึง การนวดที่ใช้เวลานานกว่าปกติ โดยนวดตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย ซึ่งผู้นวดจะใช้วิธีนวดแบบหนักมือ เพื่อสามารถรักษากล้ามเนื้อหรือการปวดเมื่อยที่มีปัญหา ปกติใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงหรือมากกว่าและต้องใช้ผู้นวดที่มีความรู้ด้านการนวดรักษาโดยเฉพาะ ส่วนใหญ่นวดให้กับลูกค้าที่มีปัญหาปวดเมื่อยเรื้อรัง ระบบกล้ามเนื้อไม่ทำงาน มีแนวโน้มเป็นอัมพฤกษ์อัมพาตหรือประสบอุบัติเหตุจากการเล่นกีฬา การนวดแบบนี้เป็นจุดเด่นของการนวดในประเทศตะวันออกอย่างจีนและไทย

7. การนวดตามสถานที่ (Onsite Massage) เป็นการนวดระยะสั้นตามสถานที่สำคัญต่างๆ เช่น สนามบิน ห้างสรรพสินค้า งานแสดงสินค้า หรือบริษัทต่างๆ ปกติใช้เวลาประมาณ 15-35 นาที เพื่อผ่อนคลายความเมื่อยและความเครียด นักธุรกิจหรือคนทำงานที่ไม่มีเวลาพักผ่อนจะนิยมใช้บริการนวดประเภทนี้

ปัจจุบัน การนวดบำบัดเป็นทางเลือกหนึ่งของวิธีการดูแลสุขภาพที่เติบโตอย่างรวดเร็วและได้รับการยอมรับจากวงการแพทย์สมัยใหม่ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือว่าการเดินทางเป็นโอกาสที่ทำให้มีชีวิตที่ดี ได้ฝึกฝนจิตใจ ได้ดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงสมบูรณ์ และได้พักผ่อนหย่อนใจคลายเครียดอย่างเหมาะสม บรรดากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เลือกทำในระหว่างการเดินทางสะท้อนถึงความรู้สึกที่ประทับใจของตนเอง ดังนั้นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงให้ความสำคัญแก่กิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทาง มากกว่าจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว โดยถือว่า "Wellness Is a Journey, Not a Destination." (Smith and Kelly. 2006)

สรุปประเภทกลุ่มผู้ใช้บริการที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. กลุ่มวัยรุ่นที่มุ่งเป้าความสำเร็จ (Young Achiever) วัยรุ่นชายอายุระหว่าง 25-35 ปี มีฐานะดี ท่องเที่ยวบ่อยตามวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ใส่ใจในด้านกีฬา เพื่อเพิ่มสมรรถภาพในการทำงาน

2. กลุ่มสตรี (Young Power Ladies) วัยรุ่นหญิงอายุระหว่าง 25-40 ปี มีการศึกษาสูง มีอาชีพการงานหรือเป็นคุณแม่ที่ชอบใช้สินค้าชีวภาพหรือสินค้าเพื่อสุขภาพ

3. กลุ่มผู้บริหาร (Mature Chief Performers) คนทำงานระดับหัวหน้าหรือผู้บริหาร อายุระหว่าง 40-50 ปี มีเวลาจำกัด นิยมใช้บริการเพื่อสุขภาพที่รวดเร็วและสม่ำเสมอ

4. กลุ่มวัยกลางคน (Middle Age Goddesses) กลุ่มสตรีที่มีอำนาจ อายุระหว่าง 40-60 ปี ฟังตนเองได้ มีความอิสระ อารมณ์ดี รอบคอบ สุขุม สดใส ฟังพอใจในชีวิต สนใจบริการเพื่อสุขภาพ เพื่อพักผ่อนหรือความสวยงาม

5. กลุ่มวัยทอง (Younger Senior) กลุ่มชายและหญิงที่ต้องการความแข็งแรง ไม่อยากแก่ โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงที่อยากสวยและสุขภาพแข็งแรงเหมือนสมัยอยู่ในวัยสาว (มัทนา พนา นิรามย์. 2546) ได้สังเคราะห์รายงานเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมสุขภาพซึ่งส่งผลกระทบด้านบวก

กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ 5 ประเทศในอาเซียน คือ มาเลเซีย เกาหลี ฮองกง สิงคโปร์ และไทย ในเรื่องนโยบายและทิศทางของผู้สูงอายุในอนาคตและการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียมีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดราว 6.4 ในปี ค.ศ. 1995 รัฐบาลได้ประกาศนโยบายแห่งชาติว่าด้วยเรื่องผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความรู้สึกมีศักดิ์ศรี มีโอกาสได้รับหลักประกันและบริการอย่างทั่วถึง เนื่องจากหลักประกันได้รายได้ของผู้สูงอายุ รัฐบาลได้จัดให้มีเฉพาะในกลุ่มข้าราชการพลเรือนและทหาร โดยที่ข้าราชการเหล่านี้ไม่ต้องจ่ายเบี้ยประกัน และกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ แต่ในกลุ่มลูกจ้างเอกชนซึ่งลูกจ้างต้องจ่ายเงินสมทบร้อยละ 12 เงินสมทบจะถูกนำไปออมไว้ในนามของลูกจ้างโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการลงทุน การซื้อบ้านและรักษาพยาบาล ส่วนเงินที่เหลือจากกิจกรรมทั้งสามผู้ประกันตนสามารถถอนออกไปได้เมื่อเกษียณอายุ แต่โครงการดังกล่าวยังครอบคลุมลูกจ้างเอกชนได้ไม่มากนัก ระบบประกันสุขภาพยังไม่แพร่หลายมากนัก ผู้สูงอายุจะเป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายของตนเองถึงร้อยละ 75 ดังนั้นนโยบายของประเทศในอนาคตจึงมุ่งเน้นการเพิ่มหลักประกันด้านรายได้และการแก้ปัญหาการเข้าถึงบริการขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อผู้สูงอายุ เป็นสำคัญ

ประเทศเกาหลี

เกาหลี มีนโยบายการพัฒนาประเทศเกาหลีในอดีตเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจมากกว่าสังคม ประกอบกับวัฒนธรรมประเพณีในประเทศเกาหลีเองที่เคารพนับถือบรรพบุรุษ ดังนั้นสังคมและบุตรหลานจึงมีหน้าที่ในการดูแลผู้สูงอายุ นโยบายของรัฐบาลจึงมุ่งเน้นการจัดบริการเพื่อผู้สูงอายุที่ยากจน และเป็นโครงการเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ามากกว่าการมุ่งเน้นการป้องกันหรือแผนระยะยาว จึงส่งผลให้ปัญหาผู้สูงอายุรุนแรงขึ้นในปัจจุบัน รัฐบาลจึงได้กำหนดนโยบายสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุใน 4 ลักษณะคือ การประกันรายได้ การบริการสุขภาพ หลักประกันที่อยู่อาศัยและบริการอื่น ซึ่งหลักประกันรายได้มีดังนี้

1) เงินบำนาญของรัฐ ซึ่งประกอบด้วยบำนาญที่จ่ายให้แก่ข้าราชการทั่วไปและครูโรงเรียนเอกชน และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบอาชีพอิสระสามารถเข้าสู่การประกันนี้ได้โดยการจ่ายเงินสมทบเป็น 2 เท่าของลูกจ้างทั่วไป และลูกจ้างในภาคเกษตรและประมงจะจ่ายเงินสมทบร่วมกับรัฐในอัตราครึ่ง

2) โครงการความช่วยเหลือของรัฐ เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ตามมาตรฐานขั้นต่ำ โดยผู้สูงอายุที่จะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐต้องเป็นผู้ขาดการอุปการะหรือผู้อุปการะมีรายได้น้อยกว่าเส้นความยากจน โดยได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลกลางร้อยละ 80 รัฐบาลท้องถิ่นร้อยละ 20

3) บำนาญแสดงความเคารพต่อผู้สูงอายุ โดยให้ความช่วยเหลือเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ

4) โครงการให้เกียรติผู้สูงอายุ โดยให้นายจ้างต้องจ่ายเงินเข้ากองทุนเกษียณอายุปีละหนึ่งเดือนของค่าจ้างทุกปีสำหรับลูกจ้างที่ทำงานเต็มเวลาไม่ต่ำกว่าปีและจ่ายเงินก้อนนี้ให้แก่ลูกจ้างเมื่อเกษียณอายุ

ประเทศสิงคโปร์

สิงคโปร์ มีปรัชญาพื้นฐานของสิงคโปร์คือ การเน้นการพึ่งพาตนเองมากกว่ารัฐ ดังนั้นนโยบายด้านผู้สูงอายุจึงมุ่งเน้นความมีศักดิ์ศรีและการดูแลผู้สูงอายุจากครอบครัว โดยการออกกฎหมายและส่งเสริมให้บุตรต้องดูแลพ่อแม่ ผู้สูงอายุต้องอาศัยอยู่ในครัวเรือนเดียวกับบุตรหรือคู่สมรสของบุตรให้มากที่สุด และสนับสนุนให้บุตรได้มีบ้านพักอาศัยที่อยู่ในละแวกเดียวกับพ่อแม่ โดยรัฐจะเป็นผู้จ่ายเงินอุดหนุนให้แก่บุตรที่ดูแลพ่อแม่ ลดภาษีให้กับผู้ที่ดูแลผู้สูงอายุ และลดค่าเช่าบ้านให้แก่บุตรที่พักอยู่บริเวณเดียวกับพ่อแม่

ในหลักประกันด้านรายได้ของผู้สูงอายุคือ กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ โดยแรงงาน ชาวสิงคโปร์จะต้องสะสมเงินในกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 3 บัญชี คือ บัญชีทั่วไป บัญชีเฉพาะและบัญชีเพื่อการรักษาพยาบาล ซึ่งเงินสะสมใน 2 บัญชีแรกจะสามารถแบ่งถอนออกมาเพื่อใช้ในการลงทุน ซื้อที่อยู่อาศัยและเพื่อการศึกษา ของบุตรได้บางส่วน และสามารถถอนออกได้หมดเมื่อมีอายุ 55 ปี ส่วนในบัญชีรักษาพยาบาลนั้นมักไม่เพียงพอต่อการรักษาพยาบาลที่ต้องจ่ายจริง นอกจากนี้รัฐบาลยังให้ความช่วยเหลือโดยการจัดตั้งโครงการช่วยเหลือทางสังคมแก่ผู้ที่มีรายได้น้อยและคนยากจนที่ไม่สามารถจ่ายค่ารักษาพยาบาลได้อีก

การเข้าถึงบริการพื้นฐานที่จำเป็นของสิงคโปร์จะเน้นให้มีการนำเงินออมของตนเองออกมาใช้ก่อน หากไม่เพียงพอก็สามารถใช้ประกันสุขภาพและการสงเคราะห์ได้ตามลำดับและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการอิสระสามารถออมเข้ากองทุนค่ารักษาพยาบาลได้โดยสมัครใจ เนื่องจากโครงการสร้างประชากรผู้สูงอายุในอนาคตของสิงคโปร์มีแนวโน้มจะเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงขึ้น ฐานะดีและความคาดหวังในคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น นโยบายด้านผู้สูงอายุในอนาคตจึงหันมามุ่งเน้นการสร้างระบบ ตลอดจนบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ และการจัดสวัสดิการที่ตรงกับผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้เพิ่มมากขึ้น

ประเทศฮ่องกง

ฮ่องกง มีนโยบายด้านสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุเมื่อครั้งฮ่องกงอยู่ภายใต้การปกครองของอังกฤษ มักมุ่งเน้นการจัดบริการในเรื่องที่ผู้สูงอายุขาดแคลน แต่ขาดการประสานงานในการจัดบริการดังกล่าวในเชิงการบูรณาการ และเมื่อฮ่องกงกลับไปอยู่ใต้การปกครองของจีนในปี ค.ศ. 1997 ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการผู้สูงอายุขึ้น โดยมุ่งเน้นการจัดบริการเรื่องที่อยู่อาศัยและด้านการรักษาพยาบาลเป็นสำคัญ โดยรัฐทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตบริการด้านสาธารณสุขรายใหญ่ของประเทศ และให้บริการในราคาถูก ประกอบกับผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการศึกษาดำ มีเงินออมน้อย

ไม่ได้ทำงานและไม่มีเงินบำนาญ แม้จะได้รับเบี้ยยังชีพจากรัฐบาลอยู่บ้างก็ยังมีจำนวนผู้ได้รับการบริการเพียงเล็กน้อยและเงินที่ได้ก็มีจำนวนไม่เพียงพอ จึงส่งผลให้ประชาชนส่วนใหญ่ใช้บริการสุขภาพจากโรงพยาบาลของรัฐจนก่อให้เกิดการขาดแคลนบริการด้านสาธารณสุขอย่างมาก เพื่อให้ผู้สูงอายุชาวฮ่องกงมีความมั่นคงในชีวิต มีสุขภาพที่ดีและมีคุณค่า นโยบายด้านผู้สูงอายุในอนาคตจึงมุ่งเน้นให้ตนเองและครอบครัวมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นคงดังกล่าว โดยมีรัฐเป็นผู้สนับสนุนโดนบังคับให้มีการจัดตั้งกองทุนสำรองเลี้ยงชีพเพื่อเป็นหลักประกันด้านรายได้ และให้เงินอุดหนุนแก่ครอบครัวที่ดูแลผู้สูงอายุ เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวบางส่วนยังหาเวลาว่างเพื่อเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลานานได้ยาก จึงจำเป็นที่จะต้องเดินทางท่องเที่ยวหลายครั้งใน 1 ปี ซึ่งมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวจะเที่ยวบ่อยครั้งขึ้นแต่ใช้เวลาในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวน้อยลง ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดในโลก ได้แก่ เยอรมนี ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส ประเทศผู้นำใหม่ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางต่างประเทศในระดับสูง ได้แก่ จีนและสหพันธรัฐรัสเซีย

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2545: 70-74) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวอายุ 50 ปีขึ้นไปที่ได้เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน พบว่า การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว มักจะพัฒนามาจากการเป็นนักท่องเที่ยวธรรมดา ก่อน เมื่อพอใจจึงกลับมาเที่ยวอีก เพื่อทำกิจกรรมหรือเพื่อศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ตนสนใจ ซึ่งเห็นได้ว่ากลุ่มที่ควรให้ความสำคัญเป็นกลุ่มแรก คือกลุ่มผู้สูงอายุ (50 ปีขึ้นไป) เพราะเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อสูงและมีระยะเวลาในการพำนักรับนันทนาการมากขึ้น เนื่องจากการเกษียณอายุการทำงาน จากงานวิจัยบอกถึงข้อได้เปรียบในการพำนักระยะยาวในไทยเปรียบเทียบกับยุโรปว่า ในประเทศไทยได้เปรียบเรื่องของภูมิอากาศ ที่พัก ค่าครองชีพ บริการและกิจกรรมที่หลากหลาย และข้อเสียเปรียบเรื่องความพร้อมของบุคลากรในด้านการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร

จิรพรและเศกสิน ศรีวัฒนากุลกิจ (2547: 237-241) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการและความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการพำนักระยะยาวจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าแบ่งได้ 3 กลุ่มคือ การท่องเที่ยวระยะยาว การพำนักระยะยาวของผู้สูงอายุและการพำนักระยะยาวด้วยเหตุอื่น พบว่าผู้เกษียณอายุและ ผู้พำนักรด้วยเหตุอื่น ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 61-70 ปี การศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป สนทนาเป็นภาษาไทยในเรื่องง่าย ๆ ได้ ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาเชียงใหม่หลายครั้งแล้ว เข้ามาในช่วงฤดูฝนหรือฤดูหนาว สาเหตุที่เดินทางออกนอกประเทศของตน เพราะแรงผลักดันจากค่าครองชีพที่สูง เดินทางไปทำงานยังประเทศปลายทางและมาอยู่กับครอบครัวคนไทย แรงจูงใจอันดับ 1 เพราะเชียงใหม่มีค่าครองชีพต่ำ ความสงบเงียบของที่พัก กลุ่มตัวอย่างทั้ง

2 กลุ่ม มีความพึงพอใจในระดับสูง เรื่องความปลอดภัยในที่พักรักษา ความปลอดภัยจากภัยธรรมชาติ การใช้บริการธนาคาร สถานพยาบาลและอัตราค่าบริการ

ปวารณา อัจฉริยบุตร, จิราพร ประสารการและชนิษฐา ธนาวิรัตนานิจ. (2547). ได้ศึกษาวิจัยเรื่องมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่สำหรับมุมมองของผู้ใช้บริการ สปาในภาพรวม พบว่า

1. นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเพื่อการคลายเครียด
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสปา คือ ปัจจัยด้านราคา ความสะอาดของสถานที่ และผู้ให้บริการ
3. บริการสปาที่ผู้บริโภคนิยมใช้คือ การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย รองลงมาเป็นการนวดไทย
4. ผู้บริโภคความพึงพอใจต่อบุคลากรผู้ให้บริการด้านความสะอาด ความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการให้บริการ
5. มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ต้องการให้มีความสะอาดของสถานที่และวัสดุอุปกรณ์ ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง บรรยากาศที่เงียบสงบและการตกแต่งสถานที่แบบไทยๆ
6. มาตรฐานด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ประกอบด้วย ผู้ให้บริการมีความอ่อนน้อม มีความชำนาญทางด้านบริการและสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้เข้าใจ
7. ดัชนีมาตรฐานด้านการบริการ มีราคาบริการที่สมเหตุสมผล มีความหลากหลายของบริการ การใช้วัสดุผลิตภัณฑ์ที่สะอาด ระยะเวลาในการให้บริการที่เหมาะสมและมีความปลอดภัย
8. อุปสรรคของธุรกิจสปาอันดามัน คือ ปัญหาด้านบุคลากร ความซ้ำซ้อนของกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว การตัดราคาของผู้ประกอบการ ช่องว่างในการสื่อสารระหว่างรัฐและเอกชน ขาดประสบการณ์ของผู้ประกอบการในการทำธุรกิจสปาโดยตรง

ประภาพร พนมไพร วาสนา ทิพย์ศรี และราเชนทร์ ชูศรี (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติและแนวทางในการพัฒนาด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศด้วยแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 25-34 ปีเดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อกิจกรรมนันทนาการและการพักผ่อน โดยรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย ในด้านความเป็นมิตรไมตรี ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการข้อมูลข่าวสารโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภค สถานที่พัก

การอำนวยความสะดวกในการเข้าออก-เมือง ด้านอาหารและภัตตาคารอยู่ในระดับดี การต้อนรับนักท่องเที่ยว พบว่าด้านความเป็นมิตรไมตรีผู้ให้บริการต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพโดยไม่เอารัดเอาเปรียบหลอกลวงนักท่องเที่ยว มีสำนึกในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวเหมือนญาติมิตร ด้านความปลอดภัยควรเสริมสายตรวจและพนักงานรักษาความปลอดภัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สนามบินตลอดจนยานที่พักของนักท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว ควรจัดทำป้ายบอกทางเส้นทางท่องเที่ยวและมีแผนที่ริมทางเป็นภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่สำคัญ ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ควรจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารและความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสามารถอธิบายและแนะนำนักท่องเที่ยวให้เที่ยวได้อย่างถูกวิธีด้านบริการข้อมูลข่าวสาร ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและจัดจุดบริการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้นด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค ควรดูแลบำรุงรักษาปรับปรุงถนน ตู้โทรศัพท์ ห้องน้ำ สาธารณะให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานสะอาดและปลอดภัย ด้านสถานที่พักพนักงานควรใช้ภาษาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดีและไม่เอารัดเอาเปรียบโดยจัดระดับราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพบริการ ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง ควรเน้นระบบการบริการที่รวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย ด้านอาหารและภัตตาคาร ควรปรับปรุงอาหารให้ถูกสุขอนามัย จัดบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมบริเวณร้านให้สะอาดและน่าสนใจ

พาสกล ชัยวิศิษฐ์ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องบทบาทของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในการส่งเสริมเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจ สปาเพื่อสุขภาพในการส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพ 2) ศึกษาแนวโน้มและทิศทางในอนาคตของธุรกิจเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่และ 3) ศึกษาผลกระทบของนโยบายการจัดตั้งจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพต่อธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพการศึกษารั้งนี้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 33 แห่งและนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นด้วยกับนโยบายของรัฐบาลในการตั้งจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ ซึ่งผู้ประกอบการเห็นว่าการขยายตัวของสถานประกอบการมีสูงและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้สปาขยายตัวคือปัจจัยภาครัฐและปัจจัยการตลาด นอกจากนี้การสร้าง “อัตลักษณ์ล้านนาสปา” การยกระดับมาตรฐานการให้บริการสปาของจังหวัดเชียงใหม่พัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน ส่วนปัญหาและอุปสรรค คือการขาดพนักงานที่มีความรู้และความสามารถ ปัญหาสปาเถื่อนหรือสปาแอบแฝงซึ่งส่งผลกระทบอย่างมาก ในเรื่องของภาพลักษณ์ต่อสปาที่ปฏิบัติตามกฎของกระทรวงสาธารณสุข ด้านผลกระทบจากนโยบายของภาครัฐในการจัดตั้งจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ พบว่าส่งผลดีต่อธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้สถานประกอบการธุรกิจสปา มีการพัฒนารูปแบบการบริการให้มีมาตรฐานเพิ่มพูนทักษะการให้บริการและยังมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างอาชีพเพิ่มการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนและส่งผลให้สภาพเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ดีขึ้น

สมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2548: 1-26) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีโอกาสด้านการตลาดสูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวทั่วโลกต้องการบำบัดสุขภาพหรือสปา ขยายตัวสูงขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 21.9 ต่อปี ระหว่างปี พ.ศ. 2543-2563 อีกทั้งยังมีจุดเด่นในค่าบริการที่ถูกกว่าประเทศอื่น ประกอบกับค่าเฉลี่ยด้านความพอใจซึ่งสูงกว่าความพอใจที่มีต่อยุโรป อเมริกา และเอเชีย ซึ่งคาดว่าต่อไปจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศมาใช้บริการสุขภาพในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

สรินหทัย ศักดิ์กุลพิทักษ์ (2550:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาที่ถูกค่าต้องการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญหรือความต้องการด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน โดยให้ความสำคัญในระดับมาก โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์และการบริการจะให้ความสำคัญมากที่สุด ผู้บริโภคมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรธรรมชาติ รูปแบบของราคาที่สามารถเลือกจ่ายได้ทั้งแบบเป็นแพ็คเกจ คอร์ส และจ่ายต่อครั้งที่ใช้บริการ และมีบัตรส่วนลดในการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อเป็นส่วนลดในการใช้บริการครั้งต่อไป ราคาที่จําครอบคลุมการให้บริการต่าง ๆ เช่น เครื่องดื่มต้อนรับ การให้คำแนะนำการนวด ร้านไม่จำเป็นต้องมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และสุดท้ายคือ สามารถดูรายละเอียดข้อมูลและจองผ่านอินเทอร์เน็ตได้

สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และเบญจวรรณ โมกมล (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปาจังหวัดเชียงรายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการแข่งขันในระดับสากลและเพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงรายโดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจาก จากเอกสารหรือตำราที่เกี่ยวข้องการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ลักษณะการดำเนินงานของผู้ประกอบการจำนวน 3 แห่งที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการประเภทสปาเพื่อสุขภาพและผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงหรือมีการประกอบกิจการมาเป็นเวลานานการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คนและชาวต่างชาติ 100 คนและแหล่งสุดท้ายได้จากการสัมภาษณ์หน่วยงานรัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้องได้แก่สาธารณสุขจังหวัดหน่วยงานธุรกิจบริการสำนักงานจังหวัดและกรมพัฒนาฝีมือจังหวัดพบว่าโดยภาพรวมของจังหวัดเชียงรายมีสถานบริการสปาประเภท Resort และ Hotel Spa มากที่สุดและเป็นแบบน้ำพุร้อน Amenity Spa , Day Spa และ Destination Spa ซึ่งเป็นการบริการเพื่อสุขภาพในสถานพยาบาลเพื่อกายภาพบำบัดการนวดและการอบสมุนไพร ส่วนมากพัฒนามาจากร้านเสริมสวย และมีเพียง 3 แห่งที่ได้รับใบรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขและอีกประมาณ 16 แห่งอยู่ระหว่างการเตรียมการจากการที่มีจำนวนผู้ให้บริการน้อยแต่ละแห่งจึงมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละราย สามารถกำหนดรูปแบบและวัตถุประสงค์การให้บริการตามความพอใจ ควรมีการจัดตั้งหน่วยงานประสานงานด้านความร่วมมือและการถ่ายทอดด้านความรู้อยู่เสมอ มีการก่อตั้งชมรมสปามีการรวมตัวกันของผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพ ในการประเมินศักยภาพการ

ให้บริการ พบว่านักท่องเที่ยวคนไทยรู้สึกพึงพอใจน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพึงพอใจเกินกว่าความคาดหวัง เพราะให้ความสำคัญกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์และความปลอดภัยมีความต้องการรับบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพและเพื่อการบำบัด โดยอาศัยหลักการของไทย เช่น การนวดไทย การใช้สมุนไพรไทย ดังนั้นธุรกิจสปาจึงควรสร้างรูปแบบการบริการสปาควบคู่ไปกับการใช้ผลิตภัณฑ์ สปาไทยและตระหนักถึงความปลอดภัยและการได้รับการรับรองในเรื่องบริการ ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้คือ ควรมีการสร้างลักษณะการให้บริการที่มีเอกลักษณ์และแบ่งระดับของการให้บริการที่ชัดเจน

ราณี อธิชัยกุล (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย พบว่าแรงจูงใจหลัก 3 ประการคือการพักผ่อนและคลายเครียดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่การเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ส่วนความต้องการหลักคือทำเลที่ตั้งของที่พักรวมความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติโดยใช้แบบสอบถามควบคู่กับการวิเคราะห์โดยใช้ IPA Model (Importance Performance Analysis) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยความต้องการที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับระดับผลดำเนินงานของประเทศไทยพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญสูงและได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจได้แก่ 1) ที่ตั้งของที่พักรวม 2) ราคาของที่พักรวม 3) ความหลากหลายและความเหมาะสมของอาหารและเครื่องดื่ม 4) ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงประเทศ 5) การเดินทางภายในประเทศ 6) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 7) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 8) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ 9) ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยวซึ่งต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญต่ำและไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจได้แก่ 1) อุปกรณ์ช่วยเหลือผู้สูงอายุหรือผู้พิการในโรงแรม 2) การอำนวยความสะดวกในพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร 3) เทศกาล และงานประเพณี 4) คุณภาพการบริการของตัวแทนท่องเที่ยว 5) คุณภาพการบริการของผู้นำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 6) กิจกรรมเพื่อการพักผ่อน 7) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์และ 8) โครงสร้างพื้นฐานจึงควรให้ความสนใจรองลงมาเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความน่าสนใจของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืน

วิลาวัลย์ เฝ้าเสถียรพันธุ์ (2552:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสนใจของการท่องเที่ยวเชิงสปาในจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจสปาในจังหวัดภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสปา คือ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและภูมิทัศน์ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยผลกระทบส่วนใหญ่ให้ความสนใจด้านภัยธรรมชาติและส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7 P's) ส่วนใหญ่ให้ความสนใจด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปแบบ Destination Spa ประเภทนวดเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและลักษณะธุรกิจดำเนินการสปา ปัจจัยด้านราคาเป็นราคาที่เหมาะสมกับประเภทบริการ ปัจจัยด้านสถานที่เป็นลักษณะใกล้แหล่งธรรมชาติ ปัจจัยด้านบุคลากรเน้นพนักงานมีความรู้และความชำนาญ ปัจจัยด้านผลผลิตและคุณภาพควรมีมาตรฐานสถานบริการและพนักงานบริการ ปัจจัยด้านการ

ส่งเสริมทางการตลาด โดยมีส่วนลดสำหรับสมาชิกปัจจัยด้านกระบวนการ ควรมีการแสดงราคาค่าบริการ

ปกาศิต พันธ์เพ็ง (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรจำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามและสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายชาวอเมริกันอายุ 20-25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท วัดวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรคือซื้อสินค้า โดยมาเป็นครั้งแรกในช่วงวันหยุดพักผ่อนชอบมาในเวลา 10.00-13.00 น. โดยพักค้างคืนในกรุงเทพฯ มาท่องเที่ยวกับเพื่อนโดยแท็กซี่ ทราบข่าวเกี่ยวกับตลาดนัดจตุจักรจากคู่มือท่องเที่ยว จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งเพราะสถานที่น่าดึงดูดใจ และจะแนะนำเพื่อนหรือญาติให้มาท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักร กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในระดับมาก ทุกด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรในระดับมากทุกด้านเช่นกัน เพศ อายุและการศึกษาแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สุกัญญา พยุงสิน (2553: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย พบว่า กลยุทธ์การตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสื่อสารทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ประสิทธิภาพของการใช้กลยุทธ์การตลาด ได้แก่ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ กลุ่มผู้ใช้บริการสปามีความพึงพอใจในการใช้สปาโดยรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสปามีความพึงพอใจในระยะเวลาที่ได้รับการบริการว่ามีความเหมาะสม รองลงมา คือ อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมที่ได้รับจากการบริการ บรรยากาศ สถานที่ตั้งในการให้บริการมีความเหมาะสม คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้มาตรฐานสร้างความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสปาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ใช้บริการจะแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการสปามากกว่าด้านอื่น

สุธีราภรณ์ อันติมานนท์ (2553: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการของภูเก็ตพารานาราสปา จังหวัดภูเก็ต พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการบริการอยู่ในระดับมาก คือ ด้านสถานที่พบว่ามีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ให้บริการ มีที่จอดรถ พื้นที่ในการให้บริการเพียงพอ และตั้งอยู่ในตัวเมืองด้านกลยุทธ์การให้บริการพบว่า การให้บริการลูกค้าเท่าเทียมกันตามลำดับก่อนหรือหลัง มีทางเลือกในการใช้บริการด้านผลิตภัณฑ์และบริการขัดผิวขัดหน้า ซึ่งเป็นที่สนใจของลูกค้า และมีพนักงานแนะนำให้บริการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ข้อเสนอแนะที่ได้ กระทรวงสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการตรวจสอบคุณภาพและสารประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ว่ามีสารที่เป็นอันตรายต่อร่างกายและมีคุณภาพหรือไม่ ด้านสถานที่ควรเลือกทำเลที่ตั้งของสปาให้ผู้มาใช้บริการสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกและควรตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน

กวิน วงศ์ลีตี (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทยโดยกำหนดให้ข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่เพศอายุ อาชีพรายได้กลุ่มประเทศเป็นตัวแทนหรือตัวแปรอิสระส่วนความสำคัญของปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในด้านการท่องเที่ยว 5 กลุ่มหลักได้แก่ที่พัก อาหารและเครื่องดื่มยานพาหนะในการเดินทางค่ากิจกรรมและค่าใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการเป็นตัวแปรตามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยสุ่มตัวอย่างจากประชากรผู้ใช้บริการที่ทำอาภาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาคือร้อยละค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการวิเคราะห์ความแตกต่างด้วย t-test one sample group ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 60-65 ปีมากที่สุด นิยมเดินทางมาเป็นคู่หรือกลุ่มเล็กมีความสนใจด้านความงามของธรรมชาติและวัฒนธรรมไทยมากที่สุดส่วนด้านอาหารไทยไม่มีความสำคัญมากนักกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมักต่ำกว่า 5,000 เหรียญสหรัฐต่อครั้งการได้รับข้อมูลข่าวสารได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุดและส่วนใหญ่นิยมใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 1-3 สัปดาห์เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีของ Service-Profit Chain ของ Heskett, Sasser and Schlesinger (1997: 205-208) สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติ มีความพึงพอใจเฉลี่ยในที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม พาหนะในการเดินทาง กิจกรรมและค่าใช้จ่ายในการซื้อของ ต่ำกว่า 4.5 จาก Likert 5 Scales อย่างมีนัยสำคัญจึงสามารถสรุปโดยอ้างทฤษฎีของ Heskett, Sasser, Schlesinger (1997: 205-208) ว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติไม่มีความจงรักภักดีต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยดังนั้นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติอาจจะกลับมาเที่ยวหรือไม่กลับมาเที่ยวประเทศไทยก็ได้

ราณี อธิชัยกุลและชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2554: 5-20) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปพบว่า โดยใช้การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไปเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ศึกษาสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย
2. ศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรป
3. ศึกษาวิเคราะห์แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน ได้แก่ การคมนาคม สถานที่ท่องเที่ยว ที่พักสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
4. ศึกษาวิเคราะห์ความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปต่อองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน พบว่าสภาพการท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างประเทศในประเทศไทย มีสัดส่วนการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น พบว่าประเทศสหราชอาณาจักรมีจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมากที่สุด เยอรมัน สวีเดน และฝรั่งเศส

รองลงมา ดังนั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจึงกลายเป็นกลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีศักยภาพในการเติบโตเพิ่มขึ้น จากการเก็บข้อมูล พบว่าโดยรวมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเป็นครั้งแรกมากที่สุดร้อยละ 41.40 ส่วนใหญ่ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยว 15 วันขึ้นไป นิยมเดินทางมาพร้อมกับสามีหรือภรรยา ชอบท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือเชียงใหม่ และเหตุผลที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะคนไทยมีความเป็นมิตรไมตรีมากที่สุด กิจกรรมที่นิยมเน้นการพักผ่อนหรือเข้าพักในโรงแรมระดับ 4 ดาว นิยมใช้รถยนต์ในการเดินทางท่องเที่ยว รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อนสนิทหรือญาติมิตรมากที่สุด อยากจะกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก สำหรับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่และเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ๆ ตามลำดับ ความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ โดยภาพรวมปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัย ที่ตั้งของที่พักและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมปัจจัยที่มีความพึงพอใจ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พักและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามลำดับ ควรเร่งดำเนินนโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง เช่น การส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัย การปรับปรุงการเดินทางเข้า-ออกและภายในประเทศ การส่งเสริมด้านที่พักและแหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก

5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

อเดย์และแอนเดอร์สัน (Aday and Anderson. 1975: 28) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อบริการรักษาพยาบาลในสหรัฐอเมริกา พบว่าความสำคัญพื้นฐาน 5 ประการเกี่ยวกับความรู้สึกรู้สึกของผู้ใช้บริการ มีดังนี้ 1) ความพึงพอใจต่อความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ได้แก่ เวลาที่ใช้รอคอยในสถานบริการได้รับการดูแลเมื่อมีความต้องการและความสะดวกสบายที่ได้รับ 2) ความพึงพอใจต่อการประสานงานของบริการ ได้แก่ การได้รับการบริการทุกประเภทในสถานบริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ 3) ความพึงพอใจต่อการให้เกียรติของผู้ให้บริการ ได้แก่ การแสดงท่าทีที่เป็นมิตรเป็นกันเองสนใจและห่วงใยต่อผู้ใช้บริการ 4) ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ได้แก่ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุความเจ็บป่วยการรักษาพยาบาล และ 5) ความพึงพอใจต่อค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ

ยังและฟลาวเวอร์ (Young and Flower: 1982) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องนักท่องเที่ยวใน Cook Country Forest Preserve District (CCFPD) ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการป้องกันผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสิ่งดึงดูดใจให้มาใช้พื้นที่พบว่าส่วนใหญ่พึงพอใจต่อพื้นที่และลักษณะธรรมชาติของป่าเปิด เพราะความมีอิสระภาพและความเงียบนอกจากนี้ผู้ใช้พื้นที่ไม่ต้องการเปลี่ยนแปลงสภาพทางธรรมชาติในพื้นที่และสิ่งที่ต้องการมาก ได้แก่ บริการความปลอดภัยและความสะดวกพื้นฐาน

บังอร รัตน์ Bang-ornrat Rojwannasin (1982) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยกำหนดการเดินทางเข้ามาสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยแบ่งเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น อาเซียน ตะวันออกกลางและอื่นๆ ตัวแปรคือรายได้ต่อหัวของประเทศแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินระหว่างเงินสกุลของนักท่องเที่ยวกับเงินบาท ระดับราคาสินค้าและบริการภายในประเทศ เมื่อเทียบกับประเทศแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว ระดับราคาน้ำมัน จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา พบว่าเมื่อรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น จะเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย ระดับราคาสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญ อัตราแลกเปลี่ยนเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญ สำหรับนักท่องเที่ยวเพียงบางกลุ่มเท่านั้น คือออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และญี่ปุ่น ราคาน้ำมันซึ่งเป็นต้นทุนค่าขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันออกกลางนอกจากนี้ยังมีปัจจัยความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว

เดลโล Deleo (1983: 36-38A) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในหน้าที่การงานและความพึงพอใจในเวลารว่างของผู้บริหารนันทนาการของเทศบาลรัฐนิวอิงแลนด์ สหรัฐอเมริกา โดยสำรวจผู้บริหารระดับผู้อำนวยการ จำนวน 285 คนแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ พบว่ามีความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในหน้าที่การงานกับความพึงพอใจในเวลารว่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในด้านการบริการสังคมสัมฤทธิ์ผลความคิดสร้างสรรค์กิจกรรมและความรับผิดชอบ คือแหล่งสำคัญสูงสุด 5 ประการของความพึงพอใจในหน้าที่การงานและเวลารว่าง และมีความพึงพอใจในเวลารว่างมากกว่าความพึงพอใจในหน้าที่การงาน

เฮ็นดี Hendee (1984: 60-64) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว จำนวน 140 คน ที่ไปท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าแถบตะวันตกเฉียงเหนือของสหรัฐอเมริกา โดยสอบถามและสัมภาษณ์ พบว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 40 เห็นด้วยกับการจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อจะได้มีเงินไปใช้ในการพัฒนาบำรุงรักษาแต่ในเรื่องการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวและการส่งเสริมให้เอกชนเข้ามาลงทุนเพื่อพัฒนามีความเห็นด้วยน้อยร้อยละ 10 และเห็นด้วยกับการลดผลกระทบในพื้นที่โดยวิธีการกระจายกลุ่มนักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 36

จาวาลกิ เอ็ดเวิร์ดและราว Javalgi, Edward and Rao (1992) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน 2 กลุ่มคือผู้สูงอายุและไม่สูงอายุ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวไม่สูงอายุมีระดับการศึกษาสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและมักแสวงหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างละเอียดก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยวในขณะที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนิยมซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมารวมที่ครอบคลุมการเดินทางและที่พักจากบริษัทนำเที่ยว

สคาร์ดินา (Scardina 1994: 38-46) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการประเมินคุณภาพบริการเพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย 1) สิ่งที่ต้องได้ ได้แก่ แพทย์ อุปกรณ์ในการสื่อสาร 2) ความเชื่อมั่นต่อผู้ให้บริการ ได้แก่ ความสามารถในการให้บริการอย่างรวดเร็ว 3) การสนองตอบผู้รับบริการ ได้แก่ ความพร้อมในการที่จะให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการ 4) การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ให้บริการ ได้แก่ การให้ความรู้ ความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ ความสามารถในการ

การสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้บริการ 5) ความเอาใจใส่ ได้แก่ ดูแลสนใจผู้ป่วยอย่างทั่วถึงทั้งทางกายและใจ

อลเลน (Allen. 1998) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Roman Healing Spas in Italy : A Case Study in Design and Function พบว่าการอาบน้ำโดยใช้น้ำแร่เป็นการอาบน้ำแร่ที่มีอุณหภูมิร้อนเพื่อการบำบัดรักษาซึ่งในอิตาลีมีแหล่งน้ำแร่มากกว่า 30 แห่งพบว่าในสังคมชาวโรมันการใช้น้ำแร่เป็นทางเลือกหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นสิ่งสำคัญเหมือนยาชนิดหนึ่งในการรักษาสุขภาพได้

ปาร์เกอร์ (Parker.A.L.1999: 1118-1119A) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของเยาวชนในเมืองยองเกอร์ (Younger) มลรัฐนิวยอร์ก (New York) ที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวโดยสำรวจกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนอายุระหว่าง 12-20 ปี จำนวน 480 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลความแปรปรวนทางเดียวโดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับสูงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมถูกต้องมากที่สุดจากการทดสอบทางสถิติพบว่าความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ฮอลล์แลบ Hallab (1999) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ชีวิตอยู่อย่างถูกสุขอนามัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวบริเวณขาออกของสนามบินมีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 515 คน พบว่าการใช้ชีวิตอยู่อย่างถูกสุขอนามัยด้านพฤติกรรมและทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมท่องเที่ยวทั้งด้านปัจจัยผลักดัน ปัจจัยดึงดูด แหล่งข้อมูลข่าวสาร และจุดประสงค์การเดินทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นการใช้ชีวิตอยู่อย่างถูกสุขอนามัยด้านทัศนคติไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวในด้านจุดประสงค์การเดินทาง ซึ่งพบว่าถ้ามีทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ชีวิตอยู่อย่างถูกสุขอนามัยทางบวกในด้านการออกกำลังกาย อุปนิสัยการกินอาหาร ความปลอดภัย การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการกินยาจะส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การอาบน้ำพุร้อน น้ำแร่ และสปา รวมถึงการดูแลสุขภาพ การสนใจในสุขภาพของตนเอง การเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกาย การแสวงหาความรู้ด้านการดูแลสุขภาพ และการรับประกันความมั่นคงในทางกลับกันบุคคลที่มีทัศนคติเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ การกินยา และความปลอดภัยอยู่ในระดับต่ำจะส่งผลให้เที่ยวในสถานที่ที่มีความตื่นเต้นและชอบการผจญภัยชอบการมีส่วนร่วมในการกีฬา

ฮวงและชู Heung and Chu (2000) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความพอใจของนักท่องเที่ยวเอเชียและนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ที่มีต่อคุณภาพของการให้บริการของโรงแรมในฮ่องกง การศึกษาในครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยเกี่ยวกับคุณสมบัติของโรงแรม ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเอเชียและนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการของพนักงานโรงแรม คุณภาพห้องพัก คุณภาพขององค์ประกอบทั่วไปของโรงแรม การให้บริการด้านธุรกิจติดต่อสื่อสาร การรักษาความปลอดภัย และสุดท้ายคือการให้บริการโทรศัพท์

สายตรงไปต่างประเทศ โดยจากการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียจะเน้นไปที่ปัจจัยในด้านความคุ้มค่าของราคาเป็นหลัก ในขณะที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวตะวันตกจะขึ้นอยู่กับปัจจัยในคุณภาพของห้องพักเป็นสำคัญ

เออร์เนส (Ernst E.2003:54) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความปลอดภัยของการนวดรักษาพบว่า จากการติดตามผลการรักษาโดยการนวดของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าการนวดมีผลต่อระบบการไหลเวียนของกระแสโลหิตโดยทันที กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ของการนวดรักษาเป็นที่ยอมรับ แต่ก็จะมีอันตรายจากการนวดรักษาด้วยมืออย่างหนักหรือจากการนวดของพนักงานที่ไม่ได้ผ่านการเรียนรู้และฝึกมาเป็นอย่างดีผลเสียจากการนวดอาจส่งผลให้มีเส้นเลือดแตก เกิดการกระตุ้นให้ต่อมไทรอยด์ทำงานมากขึ้น ทำให้เกิดอาการปวดต่างๆ ซึ่งอาการนี้มักเกิดขึ้นจากเทคนิคการนวดที่ไม่ใช่การนวดสรีดษ สรุปรว่าการนวดไม่ใช่ว่าจะไม่มีอันตรายใดๆ แต่ผลร้ายที่เกิดจากนวดก็มีโอกาสเกิดขึ้นได้

บรูซและคณะ (Bruce, K., Darren, M. S., Jamie, E.L.S., Kanaroglou, P., Páez, A. (2005)) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุในประเทศแคนาดา โดยวิเคราะห์แบบ Cohort Analysis จากการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์ของสังคมในประเทศแคนาดา ซึ่งได้เกิดการตั้งคำถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของการให้บริการดูแลสุขภาพและเบี้ยบำนาญของประชากรสูงอายุที่มีมากขึ้น แต่การศึกษาเกี่ยวกับกรณีดังกล่าวนี้ยังมีอยู่น้อย ผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาที่ได้ดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวแคนาดา ในช่วงปี 1986, 1992 และ 1998 โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชากรชาวแคนาดา อายุตั้งแต่ 15 ปี จนถึงมากกว่า 65 ปี โดยเก็บข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างเดิมในช่วงปี 1986, 1992 และ 1998 วิธีที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้แบบสำรวจทางสังคมทั่วไป (General Social Survey:GSS) ร่วมกับการวิเคราะห์ด้วยวิธี Pseudo-Cohort Method ผลการศึกษาพบว่าเมื่อชาวแคนาดาที่มีอายุมากขึ้น จะมีการท่องเที่ยวน้อยลงและมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวด้วยเหตุผลที่แตกต่างจากผู้ที่อยู่ในวัยทำงาน ซึ่งสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการท่องเที่ยว คือความต้องการในการพบปะผู้คนและได้พบสิ่งใหม่

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งนี้ เพื่อให้ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยที่เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละประเทศโดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการดำเนินการไว้ตาม 3 ระยะตามลำดับขั้นตอนกระบวนการวิจัยดังนี้

1. ขั้นวิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย
2. ขั้นสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. ขั้นตรวจสอบยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สรุปขั้นตอนการวิจัย



ภาพประกอบ 11 สรุปขั้นตอนการวิจัย

1. ศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย

1.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเพื่อหาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว โดยศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาจากรายงานประจำปี แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ตำราเอกสารการท่องเที่ยว คู่มือการท่องเที่ยว แผนที่ นิตยสาร ห้องสมุดสภานิติบัญญัติ ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และค้นคว้าโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ หรือหาข้อมูลจากเว็บไซต์

1.2 สืบค้นและสังเกตพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติในปีที่ผ่านมาซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ในปี พ.ศ.2556 จำนวน 26,735,583 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.2556) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามถ้อยคำดัชนี IOC ที่คำนวณได้ในข้อใดมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 คำถามข้อนั้นก็มีความสอดคล้องกับเนื้อหาในประเด็นที่ต้องการวิจัย แต่ถ้าคำถามข้อใดมีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.50 คำถามข้อนั้นจะถูกตัดออกไปซึ่งเลือกที่มีค่า IOC อยู่ระหว่าง .70-1.00 สถิติที่ใช้คือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบยีนยีน และการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อเก็บข้อมูลวิจัยจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย โดยมีช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือ ตั้งแต่เดือนกันยายน – พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 โดยการนำแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทยคือ สวนจตุจักร ถนนข้าวสาร จังหวัดกรุงเทพมหานคร ดอยสุเทพ ตลาดไนท์บาร์ซ่า จังหวัดเชียงใหม่ เกาะสมุย เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต เกาะช้าง จังหวัดตราด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พระธาตุขามแก่น จังหวัดขอนแก่น และสถานประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย จำนวน 400 คน ในช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเพื่อให้สอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้นของการวิจัยด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยีนยีนโดยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุดที่มีต่อองค์ประกอบย่อยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ แล้วนำผลที่ได้มาทำการตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรโดยนำเสนอผลด้วยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจากผลที่ได้ในแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำมาจัดกลุ่มตามลำดับคะแนนให้สอดคล้องกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

เนื่องจากในขั้นตอนระยะที่ 1 ของการวิจัยมีการวิเคราะห์องค์ประกอบยีนยีน ซึ่งมีวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณประมาณค่าขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อการประมาณสัดส่วนจากกลุ่มประชากรที่มีจำนวนจำกัดและเลือกใช้สูตรที่เหมาะสมกับลักษณะของ

ประชากร ซึ่งเลือกใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน (Yamane Taro.1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมีเกณฑ์การวิเคราะห์ขนาดตัวอย่างดังรายละเอียดต่อไปนี้
เกณฑ์การวิเคราะห์ขนาดกลุ่มตัวอย่างของแบบจำลองสมการโครงสร้างมีดังนี้

1) เกณฑ์ดัชนีวัดความพอเพียงของกลุ่มตัวอย่าง CN (Critical N) เป็นดัชนีที่แสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างซึ่งเป็นเกณฑ์ของความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้างสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยที่ค่าดัชนีCNควรมีค่าขนาดกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 200 (สุภมาส อังศุโชติ. 2552: 24)

2) เกณฑ์ความแกร่ง (Robustness)ความแกร่งของการประมาณค่าของแบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อให้มีผลการวิเคราะห์ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ได้มีการกำหนดข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเกี่ยวกับขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขนาดกลุ่มตัวอย่างต้องมีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ซึ่งจะมีโอกาสที่ตัวแปรจะมีการแจกแจงปกติโดยกำหนดเกณฑ์ควรให้มีขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน ประมาณ 20 เท่าของตัวแปรที่กำหนดในแบบจำลอง (สุภมาส อังศุโชติ.2552: 30 - 31) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนตัวแปรในแบบจำลองสมการโครงสร้างทั้งหมด 10 ตัวแปรดังนั้น เกณฑ์ขั้นต่ำของขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 200 หน่วยตัวอย่างนอกจากนี้ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน ซึ่งเป็นจำนวนขั้นต่ำสุดของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างที่คำนวณได้เท่ากับ 384 หน่วยตัวอย่าง และในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 หน่วย ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำสุด โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาจากทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายของการสร้างแบบสอบถาม
2. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
3. เขียนนิยามเชิงปฏิบัติการหรือนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่สนใจนำมาศึกษา
4. ปรีกษา วิพากษ์และปรับแก้ข้อคำถามกับอาจารย์ท่านที่ปรึกษาเพื่อให้ข้อคำถามมีความเที่ยงตรงและครอบคลุมตามนิยามปฏิบัติการ

5. เมื่อสร้างข้อคำถามเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยนำไปตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นเพื่อหาความตรงเชิงเนื้อหาประจักษ์ของแบบสอบถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านเป็นผู้พิจารณาแล้วคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ถ้าค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้ในข้อใดมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ข้อคำถามข้อนั้นก็มีความสอดคล้องกับเนื้อหาใน

ประเด็นที่ต้องการวิจัย แต่ถ้าคำถามข้อใด มีค่าดัชนีต่ำกว่า 0.50 คำถามข้อนั้นจะถูกตัดออกไปซึ่งเลือกที่มีค่า IOC อยู่ระหว่าง .70-1.00 (Hemphill and Westie. 1950: 325-342)

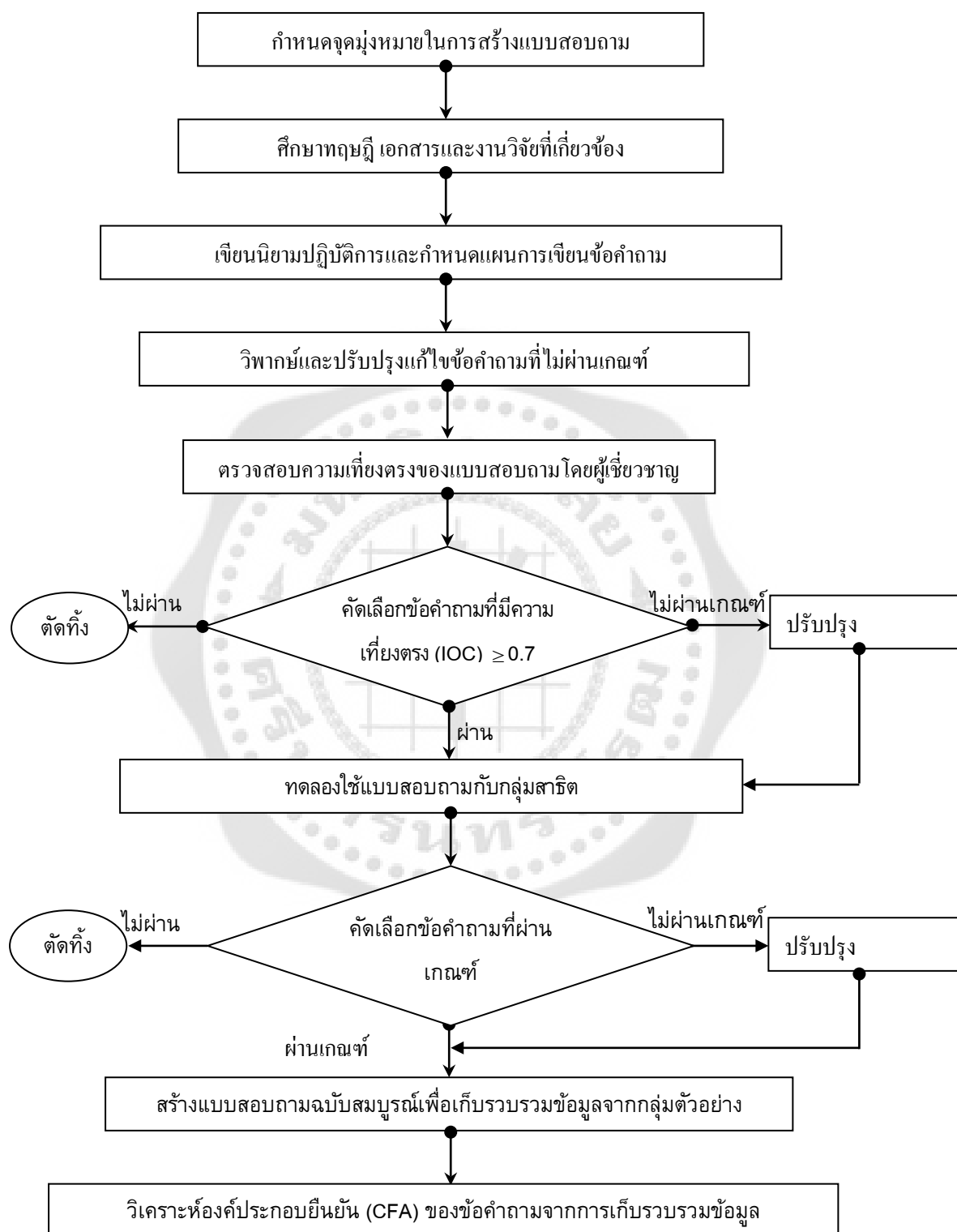
6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงไปทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 100 คน แล้วนำผลมาทำการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก โดยใช้สูตรคำนวณสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Coefficient Correlation) และทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรคำนวณสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's α -Coefficient) เพื่อปรับปรุงเป็นฉบับสมบูรณ์

7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

8. วิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน (CFA) ของข้อคำถามจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในแบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อการวิจัยต่อไป



แผนภาพขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม



ภาพประกอบ 12 แผนภาพขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการตลอดจนปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วย แบบสอบถามภาษาต่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยแปลเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ เพศ อายุ อาชีพ และภูมิลำเนา ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบคำตอบ จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งเป็นลักษณะของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะรวมถึงความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจเพิ่มเติมจากที่ระบุไว้ เป็นคำถามปลายเปิด (Opened End)

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. หาค่าสถิติเชิงพรรณนาพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า (Error of Estimate)

2. ทำการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างดังนี้

2.1 การตรวจสอบความตรงของแบบจำลองสมการโครงสร้างสมมติฐาน (Model Validation) เป็นการประเมินผลความถูกต้องของแบบจำลองสมมติฐานของการวิจัย หรือการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งมีวิธีการ ดังนี้

1) การตรวจสอบผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ โดยการพิจารณาจากค่าประมาณพารามิเตอร์ หรือค่าน้ำหนักเบต้า หรือค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ว่ามีนัยสำคัญหรือไม่ มีขนาดและเครื่องหมายตรงตามข้อมูลจำเพาะที่ระบุไว้ในสมมติฐานการวิจัยหรือไม่ ซึ่งถ้าค่าประมาณพารามิเตอร์ที่ได้ไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานมีขนาดใหญ่และแบบจำลองอาจจะไม่ดีพอ

2) การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณและค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ (Coefficients of Determination: R^2) ซึ่งถ้าผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้ขนาดค่าเหล่านี้สูงแสดงว่า แบบจำลองสมมติฐานมีความตรง เพราะได้รวมตัวแปรที่สำคัญที่มีอิทธิพลในการอธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตามไว้ในแบบจำลองสมมติฐานแล้ว

3) การวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Goodness of Fit Measures) โดยจะแบ่งการตรวจสอบดังนี้

ส่วนที่ 1 การตรวจสอบความกลมกลืนเชิงสมบูรณ์ (Measure of Absolute Fit) เป็นการตรวจสอบความกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานในการวิจัยโดยรวมทั้งรูปแบบ จากค่าสถิติที่สำคัญที่ใช้ตรวจสอบความกลมกลืนของรูปแบบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าเหล่านั้นว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถจะยอมรับได้หรือไม่ ดังนี้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย. 2542: 44-52)

1) ค่าสถิติไค - สแควร์ (Chi - Square Statistic) คือค่าสถิติที่ทดสอบสมมติฐานว่าเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากรแตกต่างจากเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมที่ประมาณค่าจากแบบจำลองสมมติฐานหรือไม่ ถ้าค่าสถิติไค-สแควร์ไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่าเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วม ทั้งสองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หมายความว่าแบบจำลองสมมติฐานมีกลมกลืนกับข้อมูล เชิงประจักษ์ แต่เนื่องจากค่าสถิติไค-สแควร์ได้รับผลกระทบได้ง่ายจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ ทำให้ค่าไค-สแควร์มีโอกาสที่จะมีนัยสำคัญได้ง่ายจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างและข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการแจกแจงปกติหลายตัวแปร (Joreskog and Sorborm.1996: 121-122) การพิจารณาค่าไค-สแควร์ที่มีนัยสำคัญ ไม่ได้หมายความว่าแบบจำลองที่ทดสอบไม่มีความกลมกลืนเสมอไปและถ้าค่าไค-สแควร์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2) ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน GFI (Goodness-of-Fit Index) คือดัชนีที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์จากค่าไค-สแควร์ ในการเปรียบเทียบระดับความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของแบบจำลองก่อนและหลังปรับเปลี่ยน ซึ่งดัชนี GFI เป็นอัตราส่วนของผลต่างระหว่างฟังก์ชัน ความกลมกลืนจากแบบจำลองก่อนปรับและหลังปรับเปลี่ยนกับฟังก์ชันความกลมกลืนก่อนปรับเปลี่ยนจำลอง โดยจะมีค่าตั้งแต่ 0 -1.00 โดยที่ค่าที่เข้าใกล้ 1 สูงจะบ่งบอกว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนสูง และถ้าค่าดัชนี GFI ที่เกิน 0.90 เป็นค่าที่ยอมรับได้แสดงว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนสูง (นงลักษณ์ วิรัชชัย. 2542: 46)

3) ดัชนีค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนของความแปรปรวน RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) เป็นดัชนีที่บ่งบอกถึงความไม่กลมกลืนระหว่างแบบจำลองที่สร้างขึ้นกับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากร และถ้าค่าดัชนีRMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.05 เป็นค่าที่ยอมรับได้ (Browne; & Cudeck.1993: 137-138) และค่าดังกล่าวเมื่อผ่านการทดสอบ แล้วควรจะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ส่วนที่ 2 การวัดความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ (Incremental Fit Measure) ซึ่งเป็นดัชนี ที่ใช้เปรียบเทียบแบบจำลองการวิจัย ว่ามีความกลมกลืนสูงกว่าแบบจำลองอิสระ มากน้อยเพียงใด ดัชนี ในกลุ่มนี้ ได้แก่

1) ดัชนี NNFI (Non-Normed Fit Index) เป็นดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์เพื่อบอกว่าแบบจำลองที่ระบุไว้แล้วหรือที่นำมาตรวจสอบดีกว่าแบบจำลองอิสระดัชนี NNFI ใช้องค์อิสระของแบบจำลองที่ระบุไว้กับองค์อิสระ แต่เนื่องจากดัชนีนี้ไม่เป็นรูปแบบมาตรฐาน (Non-Normed) ทำให้มีการแปรออกจากช่วงที่กำหนดได้ แต่ข้อดีของดัชนีที่นิยมใช้เนื่องจากไม่ถูกกระทบจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เปลี่ยนแปลง (Vandewaetere, 2008: 16) ถ้าเกณฑ์ค่าดัชนี NNFI ควรมีค่ามากกว่า 0.90 โดยที่ดัชนีมีค่ามากขึ้น แสดงว่าแบบจำลองจะมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้น

เมื่อได้ตรวจสอบแบบจำลองสมการโครงสร้างว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนจากเกณฑ์ค่าดัชนีต่าง ๆ แล้วสรุปค่าสัมประสิทธิ์หรือค่าอิทธิพลของตัวแปรปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อตัวแปรเชิงผลได้อย่างน่าเชื่อถือ

ตาราง 3 สรุปผลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

วัตถุประสงค์	วิธีการ	กลุ่มเป้าหมาย/ข้อมูลที่ได้รับ	เครื่องมือ/สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
1.วิเคราะห์องค์ประกอบพฤติกรรมและความต้องการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบพฤติกรรมและความต้องการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	ได้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบพฤติกรรมและความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยว	การวิเคราะห์เอกสาร การวิเคราะห์เนื้อหา
	2. สอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยใช้แบบสอบถาม	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 400 คน เราจะได้ทราบองค์ประกอบย่อยของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	แบบสอบถามภาษาต่างประเทศจำนวน 400 ชุด โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์เขียนสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยการนำผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ได้มาจัดกลุ่มเชื่อมโยงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบหลักในแต่ละด้านของการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องและยังคงสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2. ประเมินความเหมาะสมของร่างรูปแบบร่วมกับกลุ่มผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือมัคคุเทศก์ต่างประเทศเพื่อให้ได้ร่างรูปแบบที่เหมาะสมและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง

3. นำร่างรูปแบบที่ได้ไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของร่างรูปแบบ โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสรุปผลการประเมินร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้วยการตรวจสอบและรับรองรูปแบบจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบวิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบในระยะที่ 1 ของการวิจัย และเพื่อประเมินรับรองความเหมาะสมของรูปแบบในระยะที่ 2 ของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เพื่อตรวจสอบประเมินและรับรองรูปแบบในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเพื่อรับรองรูปแบบซึ่งมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

1. ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบประเมินและรับรองรูปแบบ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งมี 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert: 1931)

เกณฑ์การให้คะแนน

ระดับ	5	หมายถึง	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ	4	หมายถึง	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
ระดับ	3	หมายถึง	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ	2	หมายถึง	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับอยู่ในระดับน้อย
ระดับ	1	หมายถึง	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. การรับรองรูปแบบโดยการตรวจสอบและประเมินจากผู้เชี่ยวชาญโดยใช้แบบสอบถาม
3. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบประเมินและรับรองความเหมาะสมของรูปแบบโดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้ (Best and Kahn 1998: 181-182)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 - 5.00	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
2.50 - 3.49	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.49	รูปแบบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามเพื่อประเมินรับรองรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

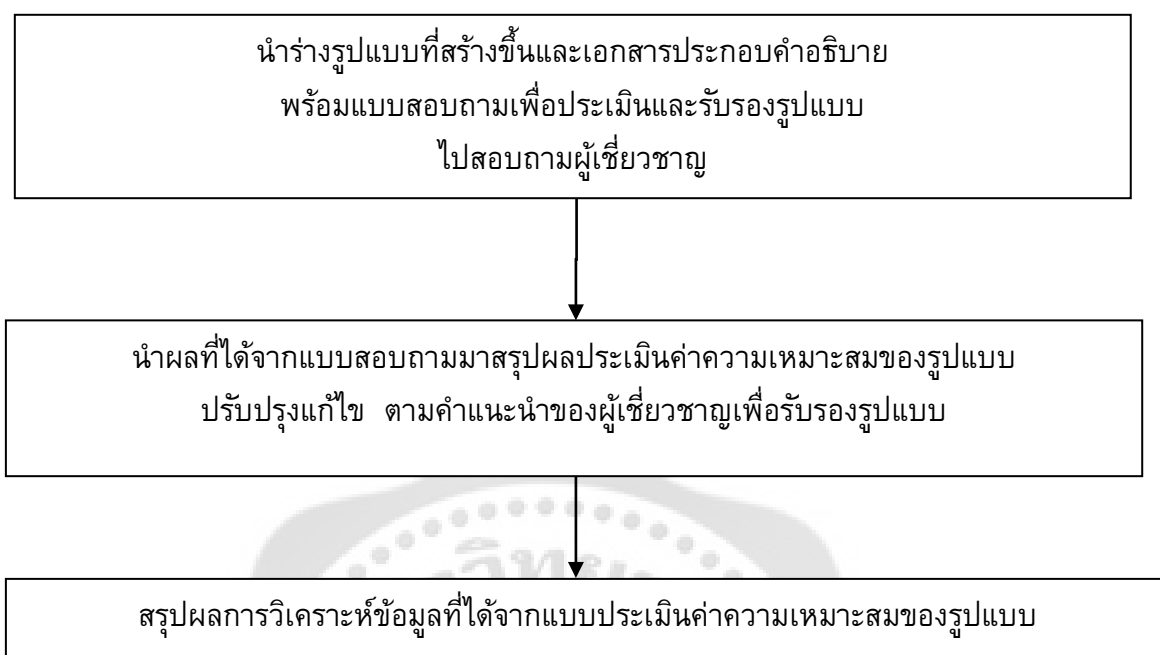
ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีข้อคำถามในแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อและเป็นลักษณะของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR Model” ในแต่ละรายองค์ประกอบ ซึ่งมีข้อคำถามในแบบสอบถามจำนวน 14 ข้อและเป็นลักษณะของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

แผนภาพขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามเพื่อประเมินรับรองความเหมาะสมของรูปแบบ



ภาพประกอบ 13 แผนภาพขั้นตอนการประเมินรับรองและตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบ

ตาราง 4 สรุปขั้นตอนการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ ของการวิจัย	วิธีการวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ และผลที่ได้ในการวิจัย	แหล่งข้อมูล
1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบและพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	1. ศึกษาวิเคราะห์ทบทวนข้อมูลจากเอกสารตำราทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเชิงส่งเสริมสุขภาพ 2. สัมภาษณ์และสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบและพฤติกรรมความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	แบบสอบถามชุดที่ 1 เกี่ยวกับองค์ประกอบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	-นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ -มัคคุเทศก์ต่างประเทศ -ผู้ประกอบการตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ตาราง 4 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ ของการวิจัย	วิธีการวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ และผลที่ได้ในการวิจัย	แหล่งข้อมูล
2. เพื่อสร้างรูปแบบการ ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพในประเทศไทยที่ เหมาะสมกับ นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ	1. นำผลการวิจัยที่ได้ในวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 มาสังเคราะห์สรุปเป็น องค์ประกอบหลักในแต่ละด้านและหา ค่าความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงของแต่ละ องค์ประกอบ 2. ร่างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง ส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย โดย อาจารย์ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรง □ ุณวุฒิ 3. มีการประเมินรูปแบบการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ	-ได้แบบจำลองแสดง องค์ประกอบของรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพที่เหมาะสมกับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ -ได้แบบประเมินชุดที่2 เกี่ยวกับรูปแบบ องค์ประกอบของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิง ส่งเสริมสุขภาพ -ได้ผลสรุปการประเมินที่ มีต่อร่างรูปแบบการ ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพในประเทศไทย	ผู้เชี่ยวชาญในด้าน ต่างๆ

ตาราง 4 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ ของการวิจัย	วิธีการวิจัย	เครื่องมือที่ใช้ และผลที่ได้ในการวิจัย	แหล่งข้อมูล
3. เพื่อตรวจสอบยืนยัน ความสอดคล้องและ ความเป็นไปได้ในการ นำรูปแบบการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพใน ประเทศไทยและนำไป ปรับใช้ประโยชน์ในแ่ ละประเทศได้	1. นำรูปแบบที่ได้ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 มาตรวจสอบยืนยันความสอดคล้อง จากการวิเคราะห์ร่วมกับผลประเมินที่ ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดย ใช้ค่าสถิติมาสรุปเขียนเป็นตาราง แสดงลักษณะพฤติกรรมความต้องการ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแต่ละ ประเทศที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพเฉพาะบริบท สภาพแวดล้อมที่มีในประเทศไทย	-ได้แบบสอบถามชุดที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมและ ความต้องการของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่อกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพ -ได้ตารางสรุปพฤติกรรม ความต้องการของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แต่ละประเทศที่มีต่อ กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพใน ประเทศไทยที่ยืนยัน ความสอดคล้องกับ รูปแบบการท่องเที่ยวใน ภาพรวมของระยะที่ 2	-นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ -มัคคุเทศก์ ต่างประเทศ -ผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยว

4. เพื่อให้ได้รูปแบบ STAR Model for Health Promotion Tourism in Thailand

3. ขั้นตอนการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยและนำไปปรับใช้กับนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศได้

1. นำผลการวิเคราะห์การวิจัยที่ได้จากแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจในการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ต่างประเทศตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมตลอดจนปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจในการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ต่างประเทศตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วย แบบสอบถาม 2 ชุด โดยแบ่งเป็นแบบสอบถามภาษาไทย 1 ชุด และแบบสอบถามภาษาต่างประเทศ 1 ชุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ชุด 1 แบบสอบถามภาษาไทยสำหรับกลุ่มผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้ประกอบการธุรกิจในการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ต่างประเทศตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ เพศ อายุ และกลุ่มนักท่องเที่ยว มาจากประเทศใดบ้างเป็นจำนวนคำถาม 3 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะประเภทกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางและระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว และความสนใจสื่อประเภทใดเพื่อการได้รับข้อมูลข่าวสาร เป็นคำถามแบบตรวจสอบคำตอบตามตัวเลือกจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นลักษณะของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 9 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
ระดับ 3	หมายถึง	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

นำผลที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 - 5.00	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด
3.50 - 4.49	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
2.50 - 3.49	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง
1.50 - 2.49	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.49	กิจกรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะรวมถึงความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่สนใจเพิ่มเติมจากที่ระบุไว้ ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด

ชุด 2 แบบสอบถามภาษาต่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยแปลเป็น 5 ภาษาคือภาษาอังกฤษ ภาษาฝรั่งเศส ภาษาเยอรมัน ภาษาญี่ปุ่นและภาษาจีนประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวต่างชาติ คือ เพศ อายุ อาชีพ และภูมิลำเนา จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะประเภทกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ผู้ร่วมเดินทางและระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวและความสนใจในสื่อประเภทใดเพื่อการได้รับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบคำตอบตามตัวเลือก จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นลักษณะของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 9 ข้อโดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลความหมายตามเกณฑ์เช่นเดียวกับแบบสอบถามชุดภาษาไทย

ตอนที่ 4 ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะรวมถึงความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจเพิ่มเติมจากที่ระบุไว้ เป็นคำถามปลายเปิด

2. ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาหาค่าสถิติเชิงพรรณนาพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งนำเสนอเป็นของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศโดยละเอียดเพื่อเป็นการตรวจสอบยืนยันความสอดคล้องและความเหมาะสมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในภาพรวมของประเทศไทยว่าสามารถนำไปปรับใช้กับนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์การดำเนินการวิจัยเพื่อให้ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยที่เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ 3 ระยะตามลำดับขั้นตอนกระบวนการวิจัยดังนี้

1. ขั้นวิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรและการ

วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

สัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลผลวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งตัวแปรที่ศึกษาซึ่งเป็นตัวแปรของแบบจำลอง 10 ตัวแปร ดังนี้

1.SPAX	(SPA)	สปาและนวด
2.SPIX	(SPICE)	สมุนไพรไทย
3.SPOX	(SPORT)	การกีฬา
4.SPRX	(SPIRIT)	การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ
5.STEX	(STEAM)	การบำบัดด้วยระบบความร้อนและการใช้น้ำ
6.SPEX	(SPECIAL)	ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พัก
7.SIGX	(SIGHTSEEING)	แหล่งท่องเที่ยว
8.SERX	(SERVICE)	ทักษะการให้บริการ
9.SUSX	(SUSTAINABLE)	ความยั่งยืนในชุมชน
10.SATY	(SATISFACTION)	ความพึงพอใจ

ตารางสัญลักษณ์แทนค่าสถิติ

สัญลักษณ์	แทนค่าสถิติ
r	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
R ²	ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (Squared Multiple Correlation)
χ^2	ค่าสถิติไค – สแควร์ (Chi-Square Statistic)
RMSEA	ค่าประมาณความคลาดเคลื่อนของรากกำลังสองเฉลี่ย (Root Mean Square Error of Approximation)
GFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
NNFI	ดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Non-Normed Fit Index)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	134	33.50
หญิง	266	66.50
รวม	400	100

จากตาราง 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.50 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเทศ

ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สวีเดน	10	2.50
เดนมาร์ก	12	3.00
ไต้หวัน	56	14.00
ญี่ปุ่น	42	10.50
เกาหลี	32	8.00
ฟินแลนด์	6	1.50
ฮอลแลนด์	12	3.00
สวิสเซอร์แลนด์	43	10.75
ฝรั่งเศส	62	15.50
เยอรมัน	40	10.00
อังกฤษ	22	5.50
อิตาลี	5	1.25
สเปน	8	2.00
รัสเซีย	28	7.00
สหรัฐอเมริกา	22	5.50
รวม	400	100

ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติซึ่งมาจากประเทศฝรั่งเศส มากที่สุดจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 และมาจากประเทศอิตาลีน้อยที่สุดจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและกระแสการเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวในอนาคต โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าหลักของประเทศไทย คือกลุ่มยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	39	9.75
31 – 40 ปี	89	22.25
41 – 50 ปี	257	64.25
51 ปีขึ้นไป	15	3.75
รวม	400	100

จากตารางพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.25 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและมีอายุ 51 ปีขึ้นไปเป็นจำนวนน้อยสุด คิดเป็นร้อยละ 3.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรด้วยการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นโดยการตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างดังนี้

2.1 การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปร

เพื่อให้ข้อมูลเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการแจกแจงแบบโค้งปกติ ผู้วิจัยจึงแปลงค่าตัวแปรให้เป็นค่าคะแนนแบบปกติเพื่อให้สอดคล้องกับข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยด้วยสถิติขั้นสูงทั่วไป และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรโดยนำเสนอการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานผลการทดสอบปรากฏว่าทุกตัวแปรที่ทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นข้อมูลที่นำมาศึกษาในครั้งนี้เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการแจกแจงแบบโค้งปกติดังนี้

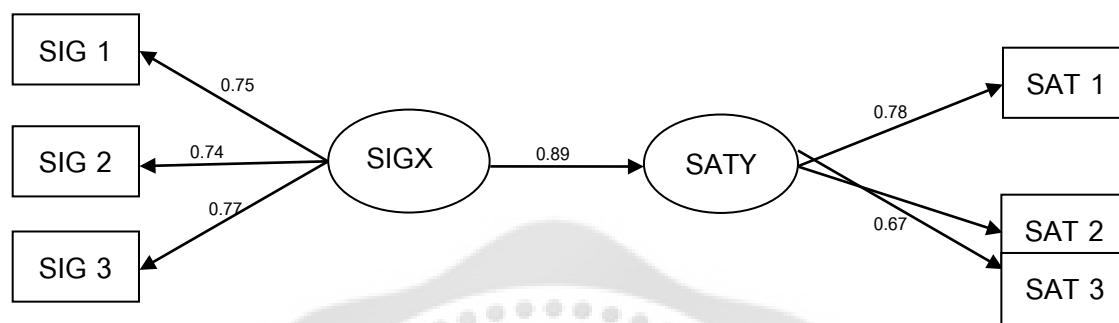
ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลตัวแปร

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D
SPOX การบำบัดโดยกีฬา		
การเล่นกีฬาทางน้ำเพื่อสุขภาพ	4.02	0.77
การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	4.04	0.71
การเล่นกีฬากลางแจ้งเพื่อสุขภาพ	4.05	0.78
SPAX การบำบัดด้วยสปาและนวด		
การนวดแบบไทยแผนโบราณ	4.04	0.65
การนวดแบบอายุรเวท	4.25	0.69
การนวดเท้า	4.51	0.61
STEX การบำบัดด้วยระบบความร้อนและไอน้ำ		
การแช่น้ำแร่ในน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ	4.09	0.74
วารีบำบัดในสถานที่พักผ่อน	3.69	0.80
การอบไอน้ำและการอบแห้ง	3.50	0.89
SERX ทักษะการให้บริการ		
ความพร้อมของการให้บริการในระบบสาธารณูปโภค	3.66	0.91
การให้บริการของมัคคุเทศก์และการให้บริการ ในระหว่างการทำกิจกรรมท่องเที่ยว	3.57	0.81
SIGX ประเภทและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว		
ลักษณะจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท	4.09	0.78
ลักษณะการเดินทางที่เข้าถึงได้ง่าย	3.47	0.86
ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.42	0.92
SPIX การบำบัดด้วยสมุนไพร		
การบำบัดความเครียดโดยใช้กลิ่นหอมของสมุนไพร	3.91	0.72
การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงาม	4.26	0.69
การบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.07	0.92
SPRX การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ		
การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	3.91	0.70
การบำบัดโดยใช้เสียง(การสวดมนต์)	3.97	0.73
ความเชื่อทางจิตใจในการมาสักการะทำบุญ	3.66	0.88
SPEX ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พักในรูปแบบของสปา		
คุณภาพและระดับของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่พักผ่อนเชิงสุขภาพ	3.77	0.71
ระดับราคาและความคุ้มค่าของเงิน	3.64	0.94
SATY ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว		
การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ	4.51	0.78
การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	5.00	0.00
การกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ	4.45	0.55

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ แบ่งออกเป็นแบบจำลองที่ 1 ถึง 9 ตามตัวแปรแฝงเชิงปัจจัยที่มีต่อตัวแปรเชิงผล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แบบจำลองที่ 1



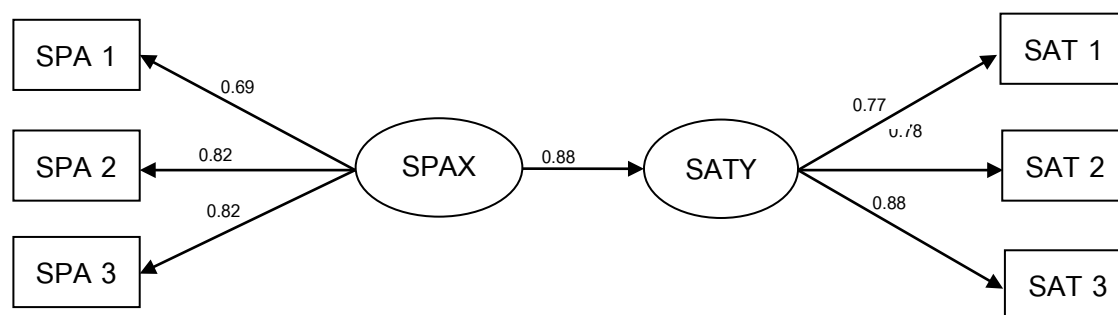
Chi-Square = 33.38, df = 17, p-var = 0.0659, RMSEA = 0.066

ภาพประกอบ 14 ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งท่องเที่ยว (SIGX) กับความพึงพอใจ (SATY)

จากภาพประกอบ 14 ในแบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SIGX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ ลักษณะการเดินทางที่เข้าถึงได้ง่าย (SIG1) ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (SIG2) และลักษณะจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท (SIG3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.75, 0.74 และ 0.77 ตามลำดับ ส่วนตัวแปร SATY มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SAT1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ (SAT3) โดยมีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.78, 0.67 และ 0.83 ตามลำดับ และจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง SIGX ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม SATY มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.89 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) มีผลทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานตามเกณฑ์มีดังนี้แสดงดังนี้ เกณฑ์ ค่า ไค -สแควร์ chi-square / df = 33.38/17 = 1.96 (เกณฑ์ < 3.00) RMSEA = 0.066 (เกณฑ์ < 0.05) GFI = 0.98 (เกณฑ์ > 0.90) NNFI = 0.97 (เกณฑ์ > 0.90)

สรุปว่าองค์ประกอบ SIGX ที่มีสมมติฐานว่า แหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการยืนยันเป็นไปตามสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 2



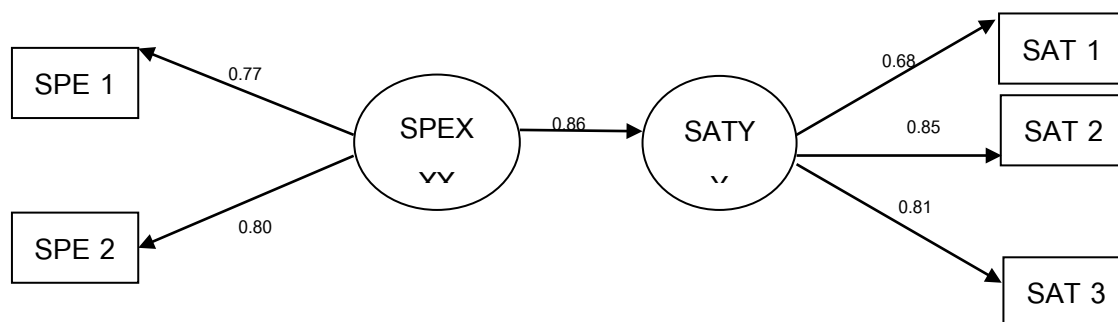
Chi-Square = 42.78, df = 25, p-var = 0.01479, RMSEA = 0.053

ภาพประกอบ 15 ความสัมพันธ์ระหว่าง สปาและวิธีบำบัดด้วยการนวด (SPAX) กับความพึงพอใจ (SATY)

จากภาพประกอบ 15 ในแบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPAX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การนวดแบบอายุเวท (SPA1) การนวดเท้า (SPA2) และการนวดแบบไทยแผนโบราณ(SPA3)โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.69, 0.82 และ 0.82 ตามลำดับ ส่วนตัวแปร SATYมีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SAT1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ(SAT3) โดยมีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.77, 0.78 และ 0.88 ตามลำดับ และจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเข้า SPAX ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม SATY มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.88 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้าง มีผลทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานตามเกณฑ์มีดังนี้แสดงดังนี้ เกณฑ์ ค่า ไค -สแควร์ $\chi^2 / df = 42.78/25 = 1.71$ (เกณฑ์<3.00) RMSEA = 0.053 (เกณฑ์<0.05) GFI= 0.99 (เกณฑ์>0.90) NNFI = 0.99 (เกณฑ์>0.90)

สรุปว่าองค์ประกอบ SPAX สมมติฐานว่า สปาและนวดมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการยืนยันเป็นไปตามสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 3



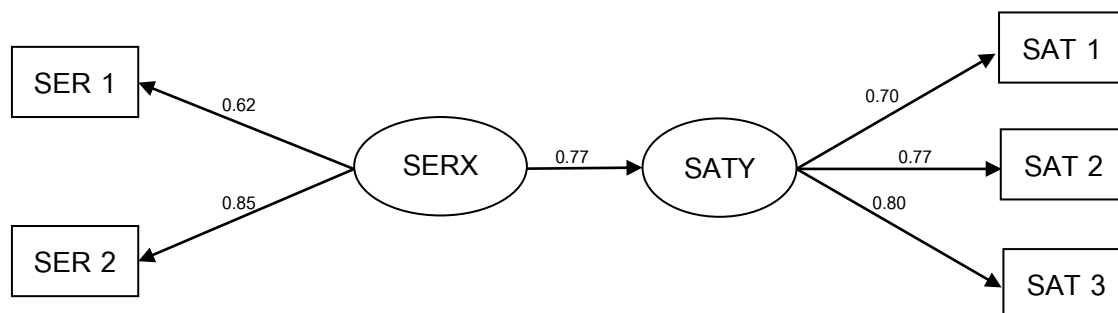
Chi-Square = 28.12, df = 16, p-var = 0.03060, RMSEA = 0.055

ภาพประกอบ 16 ความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พัก (SPEX) กับความพึงพอใจ (SATY)

จากภาพประกอบ 16 ในแบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPEX มีองค์ประกอบ 2 ด้าน ได้แก่ ระดับราคาและความคุ้มค่าของเงิน (SPE1) และคุณภาพและระดับของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่พักแรม (SPE2) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.77 และ 0.80 ตามลำดับ ส่วนตัวแปร SATY มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SATY1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (SATY2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ (SATY3) โดยมีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.68, 0.85 และ 0.81 ตามลำดับ และจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเข้า SPEX ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม SATY มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.86 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้าง มีผลทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานตามเกณฑ์มีดัชนีแสดงดังนี้ เกณฑ์ ค่า ไค -สแควร์ chi-sauare / df = 28.12/16 = 1.75 (เกณฑ์ < 3.00) RMSEA = 0.055 (เกณฑ์ < 0.05) GFI = 0.99 (เกณฑ์ > 0.90) NNFI = 0.99 (เกณฑ์ > 0.90)

สรุปว่าองค์ประกอบ SPEX สมมติฐานว่า ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พักมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการยืนยันเป็นไปตามสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 4



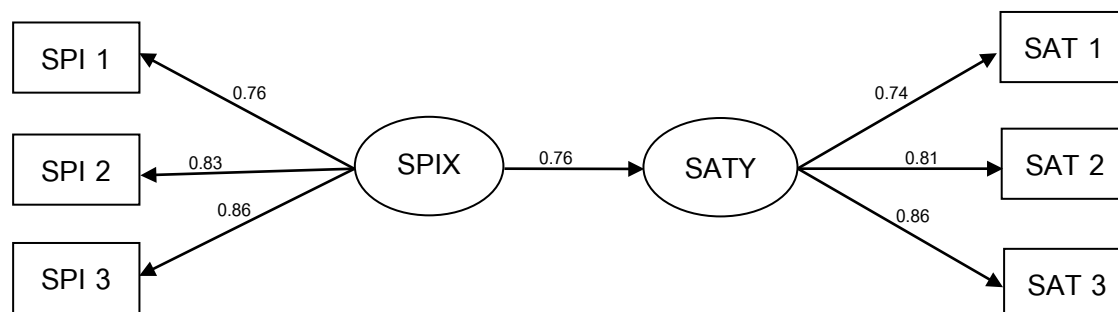
Chi-Square = 27.46, df = 15, p-var = 0.02518, RMSEA = 0.058

ภาพประกอบ 17 ความสัมพันธ์ระหว่าง ทักษะในการบริการ (SERX) กับ ความพึงพอใจ (SATY)

จากภาพประกอบ 17 ในแบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SERX มีองค์ประกอบ 2 ด้านได้แก่ ความพร้อมของการให้บริการในระบบสาธารณูปโภค (SER 1) และการให้บริการของมัคคุเทศก์และการให้บริการในระหว่างการทำกิจกรรมท่องเที่ยว (SER 2) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.62 และ 0.85 ตามลำดับ ส่วนตัวแปร SATY มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ ได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SAT1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ (SAT3) โดยมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.70, 0.77 และ 0.80 ตามลำดับ และจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง SERX ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม SATY มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.77 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้าง มีผลทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานตามเกณฑ์มีดัชนีแสดงดังนี้ เกณฑ์ ค่า ไค -สแควร์ $\chi^2 / df = 27.46/15 = 1.83$ (เกณฑ์ < 3.00) RMSEA = 0.058 (เกณฑ์ < 0.05) GFI = 0.97 (เกณฑ์ > 0.90) NNFI = 0.96 (เกณฑ์ > 0.90)

สรุปว่าองค์ประกอบ SERX สมมติฐานว่า การบริการมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการยืนยันเป็นไปตามสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 5



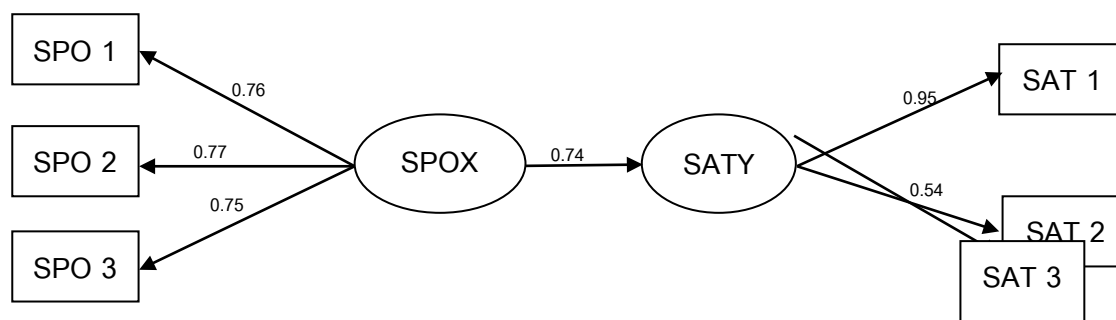
Chi-Square = 52.15, df = 26, p-var = 0.00173, RMSEA = 0.064

ภาพประกอบ 18 ความสัมพันธ์ระหว่าง สมุนไพรไทย (SPIX) กับ ความพึงพอใจ (SATY)

จากภาพประกอบ 18 ในแบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPIX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การบำบัดความเครียดโดยใช้กลิ่นหอมของสมุนไพร(SPI1)การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงาม (SPI2)และการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ(SPI3)โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.76, 0.83 และ 0.86 ตามลำดับ ส่วนตัวแปร SATYมีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ(SAT1)การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ(SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ(SAT3) โดยมีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.74, 0.81 และ 0.86 ตามลำดับ และจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง SPIX ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม SATY มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.76 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้างมีผลทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานตามเกณฑ์มีดัชนีแสดงดังนี้ เกณฑ์ ค่า ไค -สแควร์chi-square / df = 52.15/26 = 2.00 (เกณฑ์<3.00) RMSEA = 0.064 (เกณฑ์ <0.05) GFI= 0.99 (เกณฑ์>0.90) NNFI = 0.99 (เกณฑ์ >0.90)

สรุปว่าองค์ประกอบ SPIX สมมติฐานว่า สมุนไพรไทยมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการยืนยันเป็นไปตามสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 6



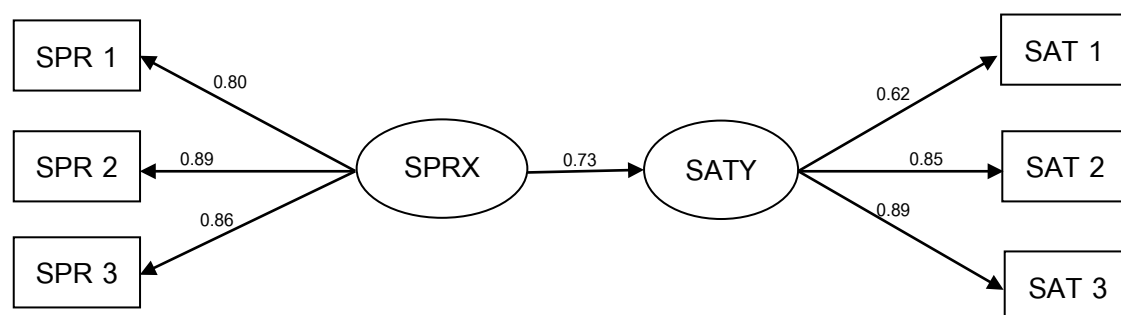
Chi-Square = 29.10, df = 17, p-var = 0.03362, RMSEA = 0.053

ภาพประกอบ 19 ความสัมพันธ์ระหว่าง การกีฬาเพื่อสุขภาพ (SPOX) กับความพึงพอใจ (SATY)

จากภาพประกอบ 19 ในแบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPOX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การเล่นกีฬาทางน้ำเพื่อสุขภาพ (SPO1) การเล่นกีฬากลางแจ้งเพื่อสุขภาพ(SPO2)และการฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ(SPO3)โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.76, 0.77 และ 0.75 ตามลำดับ ส่วนตัวแปร SATYมีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SAT1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ(SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ(SAT3) โดยมีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.95, 0.54 และ 0.83 ตามลำดับ และจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเข้า SPAX ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม SATY มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.74 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้างมีผลทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานตามเกณฑ์มีดังนี้แสดงดังนี้ เกณฑ์ ค่า ไค -สแควร์chi-sauare / df = 29.10/17 = 1.71 (เกณฑ์<3.00) RMSEA = 0.053 (เกณฑ์<0.05) GFI= 0.960 (เกณฑ์>0.90) NNFI = 0.98 (เกณฑ์ >0.90)

สรุปว่าองค์ประกอบ SPOX สมมติฐานว่า การกีฬามีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการยืนยันเป็นไปตามสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 7



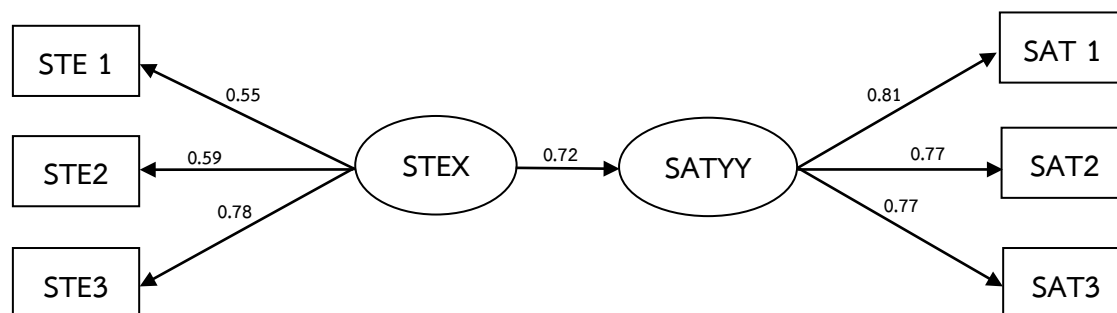
Chi-Square = 36.68, df = 24, p-var = 0.04707, RMSEA = 0.046

ภาพประกอบ 20 ความสัมพันธ์ระหว่าง การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ (SPRX) กับความพึงพอใจ (SATY)

จากภาพประกอบ 20 ในแบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPRX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ ความเชื่อทางจิตใจในการมาสักการะทำบุญ (SPR1) การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ (SPR2) การบำบัดจิตโดยใช้เสียง (การสวดมนต์) (SPR3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.80, 0.89 และ 0.86 ตามลำดับ ส่วนตัวแปร SATY มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SAT1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ (SAT3) โดยมีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.62, 0.85 และ 0.89 ตามลำดับ และจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง SPRX ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม SATY มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.73 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้าง มีผลทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานตามเกณฑ์ที่มีดัชนีแสดงดังนี้ เกณฑ์ ค่า ไค -สแควร์ chi-square / df = 36.68/24 = 1.52 (เกณฑ์ < 3.00) RMSEA = 0.046 (เกณฑ์ < 0.05) GFI = 0.98 (เกณฑ์ > 0.90) NNFI = 0.92 (เกณฑ์ > 0.90)

สรุปว่าองค์ประกอบ SPRX สมมติฐานว่า การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการยืนยันเป็นไปตามสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 8



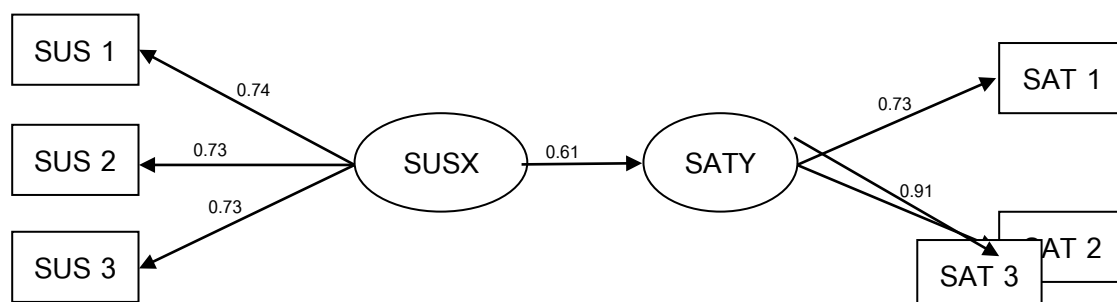
Chi-Square = 40.81, df = 24, p-var = 0.01749, RMSEA = 0.053

ภาพประกอบ 21 ความสัมพันธ์ระหว่าง การบำบัดด้วยระบบความร้อนและน้ำ (STEX) กับความพึงพอใจ(SATY)

จากภาพประกอบ 21 ในแบบจำลองมาตรวัดตัวแปร STEXมีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การอาบน้ำและการอบแห้ง (STE 1) วาริบำบัดในสถานที่พักแรม (STE 2) และการแช่น้ำแร่ในน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ(STE3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.55, 0.59 และ 0.78 ตามลำดับ ส่วนตัวแปร SATYมีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SAT1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ(SAT3) โดยมีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.81, 0.77 และ 0.77 ตามลำดับ และจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง STEX ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม SATY มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.72 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้าง มีผลทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานตามเกณฑ์มีดัชนีแสดงดังนี้ เกณฑ์ ค่า ไค -สแควร์chi-sauare / df =40.81/24=1.70 (เกณฑ์<3.00) RMSEA = 0.053 (เกณฑ์<0.05) GFI= 0.98 (เกณฑ์>0.90) NNFI = 0.95 (เกณฑ์ >0.90)

สรุปว่าองค์ประกอบ STEX สมมติฐานว่า การบำบัดด้วยระบบความร้อนและน้ำมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการยืนยันเป็นไปตามสมมติฐาน

แบบจำลองที่ 9



Chi-Square = 50.70, df = 17, p-var = 0.00003, RMSEA = 0.089

ภาพประกอบ 22 ความสัมพันธ์ระหว่าง ความยั่งยืน (SUSX) กับ ความพึงพอใจ (SATY)

จากภาพประกอบ 22 ในแบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SUS มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์ให้กับชุมชน (SUS 1) คุณค่าที่ได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน (SUS 2) และการรักษาสภาพแวดล้อมบรรยากาศภายในชุมชนสู่ความยั่งยืน (SUS 3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.74, 0.73 และ 0.73 ตามลำดับ ส่วนตัวแปร SATY มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SAT1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ (SAT3) โดยมีค่าน้ำหนัก เท่ากับ 0.73, 0.91 และ 0.83 ตามลำดับ และจากแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเข้า SUSX ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม SATY มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.61 โดยแบบจำลองสมการโครงสร้าง มีผลทดสอบสอดคล้องกับสมมติฐานตามเกณฑ์มีดังนี้แสดงดังนี้ เกณฑ์ ค่า ไค -สแควร์ $\chi^2 / df = 50.70/17 = 2.98$ (เกณฑ์ < 3.00) RMSEA = 0.089 (เกณฑ์ < 0.05) GFI = 0.98 (เกณฑ์ > 0.90) NNFI = 0.98 (เกณฑ์ > 0.90)

สรุปว่าองค์ประกอบ SUSX สมมติฐานว่า ความยั่งยืนมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับการยืนยันเป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 9 สรุปแบบจำลองที่ 1 ถึง 9 เรียงจากค่าสัมประสิทธิ์มากไปน้อย

No	Independent Variable	Observed Variable		Dependent	Observed Variable		Beta /Loading Factor	Chi-Square/df	P-value	Indicator	
1	SIGX	SIG 1	0.75	SATY	SAT 1	0.81	0.89	33.38 /17 = 1.96	0.0659	RMSEA	0.066
		SIG 2	0.74		SAT 2	0.61				GFI	0.98
		SIG 3	0.77		SAT 3	0.66				NNFI	0.97
2	SPAX	SPA 1	0.69	SATY	SAT 1	0.75	0.88	42.78 /25 =1.71	0.01479	RMSEA	0.053
		SPA 2	0.82		SAT 2	0.77				GFI	0.99
		SPA 3	0.82		SAT 3	0.85				NNFI	0.99
3	SPEX	SPE 1	0.77	SATY	SAT 1	0.77	0.86	28.12 /16 =1.75	0.03060	RMSEA	0.055
		SPE 2	0.80		SAT 2	0.80				GFI	0.99
										NNFI	0.99
4	SERX	SER 1	0.62	SATY	SAT 1	0.80	0.77	27.46 /15 =1.83	0.02518	RMSEA	0.058
		SER 2	0.85		SAT 2	0.83				GFI	0.97
										NNFI	0.96
5	SPIX	SPI 1	0.76	SATY	SAT 1	0.81	0.76	52.1 /26 =2.00	0.00173	RMSEA	0.064
		SPI 2	0.83		SAT 2	0.61				GFI	0.99
		SPI 3	0.86		SAT 3	0.66				NNFI	0.99
6	SPOX	SPO 1	0.76	SATY	SAT 1	0.75	0.74	29.10 /17 =1.71	0.03362	RMSEA	0.053
		SPO 2	0.77		SAT 2	0.77				GFI	0.98
		SPO 3	0.75		SAT 3	0.85				NNFI	0.98
7	SPRX	SPR 1	0.80	SATY	SAT 1	0.81	0.73	36.68 /24 =1.52	0.04707	RMSEA	0.046
		SPR 2	0.89		SAT 2	0.61				GFI	0.98
		SPR 3	0.86		SAT 3	0.66				NNFI	0.92
8	STEX	STE 1	0.55	SATY	SAT 1	0.75	0.72	40.81 /24 =1.70	0.01749	RMSEA	0.053
		STE 2	0.59		SAT 2	0.77				GFI	0.98
		STE 3	0.78		SAT 3	0.85				NNFI	0.95
9	SUSX	SUS 1	0.74	SATY	SAT 1	0.81	0.61	50.70 /17 =2.98	0.00003	RMSEA	0.089
		SUS 2	0.73		SAT 2	0.61				GFI	0.98
		SUS 3	0.73		SAT 3	0.66				NNFI	0.98

จากตาราง 9 สรุปได้จากแบบจำลองที่ 1 ถึง 9 พบว่าตัวแปรแฝงเชิงปัจจัย 9 ตัว เรียงจากค่าสัมประสิทธิ์มากไปน้อย ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (SIGX) สปาและวิธีบำบัดด้วยการนวด (SPAX) ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พัก (SPEX) ทักษะในการบริการ (SERX) สมุนไพรไทย (SPIX) การกีฬาเพื่อสุขภาพ (SPOX) การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ (SPRX) การบำบัดด้วยระบบความร้อนและน้ำ (STEX) ความยั่งยืน (SUSX) มีอิทธิพลต่อตัวแปรเชิงผลคือ ความพึง

พอใจ (SATY) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.89, 0.88, 0.86, 0.77, 0.76, 0.74, 0.73, 0.72 และ 0.61 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัยที่ได้ในขั้นตอนการวิจัยระยะที่ 2

ขั้นสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ตามลำดับขั้นตอนกระบวนการวิจัยดังนี้

สรุปผลการวิจัยในระยะที่ 2 ขั้นการวิเคราะห์เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์เขียนสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวด้วยการนำผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ได้มาจัดกลุ่มเชื่อมโยงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบหลักในแต่ละด้านของการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่สอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องและยังคงสอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

จากการนำผลการวิจัยที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อนำมาสร้างรูปแบบและตรวจสอบรูปแบบ โดยการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบด้วยการรับรองและนำเสนอรูปแบบในงานวิจัยเรื่องรูปแบบ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามขั้นตอนการสร้างรูปแบบในกระบวนการของคีฟ (Keeves. 1988: 49) เพื่อนำผลที่ได้มาตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 2 ตามลำดับดังนี้

กำหนดกรอบมโนทัศน์ 6 A's ที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยสรุปได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546: 2-5) หรือ 3 A's ดังต่อไปนี้คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548: 28-29) การท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวนั้น ควรมีลักษณะหลักที่สำคัญ 4 ประการ หรือเรียกว่า 4 A's ตามแนวคิดของมิดเดิลตัน (Middleton:1997) สรุปข้อแตกต่างระหว่าง 4 A's กับ 3 A's ได้ว่าเพิ่มเติมในเรื่องความประทับใจและการบริการแต่นำสิ่งอำนวยความสะดวกมารวมกับความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย ต่อมาในปี 1996 ดิกแมนได้สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่าแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Tourist Destination and Tourism Product) ตามแนวคิดของ ดิกแมน (Dickman :1996) ประกอบด้วย 5 หลักหรือองค์ประกอบ 5A's ซึ่งเหมือนกับ 4A's และ 3A's คือ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวก แต่เน้นเพิ่มเติมในเรื่องที่พักและกิจกรรม มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด. 2553: 3-1 และราณี อธิชัยกุล. 2554: 1-6-1-7 ได้

กล่าวถึง หลักการ 5A's ของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีลักษณะสำคัญ 5 ประการ ดังนี้การท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายประการเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ ตามแนวคิดของมิลล์ (Mill.1990:22) ซึ่งคล้ายกับ 4A's ที่เน้นในเรื่องการต้อนรับบริการและแนวคิดของมิดเดิลตัน (Middleton:1997) ดังรายละเอียดในตาราง 10 สรุปองค์ประกอบการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 A's แนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548	องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 4 A's แนวคิดของมิดเดิลตัน (Middleton:1997)	องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 A's แนวคิดของ ดิกแมน (Dickman : 1996)
1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมสถานที่นั้นๆซึ่งสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวย่อมแตกต่างกันไปตามประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะสนใจสิ่งดึงดูดใจของทรัพยากรท่องเที่ยวแต่ละประเภทแตกต่างกันไปเช่นนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านความสวยงามของธรรมชาติก็ชอบที่จะไปเที่ยวภูเขาหรือหาดทรายหรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านศิลปวัฒนธรรมก็ชอบที่จะไปเที่ยวชมวิถีชีวิตของชาวเขาหรือนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งอาจสนใจด้านโบราณสถานก็ชอบที่จะไปเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น ควรมีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของแต่ละท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผชาติหรือการตกแต่งขบวนพาเหรดและการแสดงในเทศกาลต่างๆ การแสดงแสง สี เสียง ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น โดยทั่วไปแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมักจะมีสิ่งดึงดูดใจมากกว่า 1 อย่าง เช่น ภูเก็ตซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย เช่น หาดทรายกิจกรรมทางน้ำสถานบันเทิงต่างๆรวมทั้งสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ นอกจากนั้นภาพลักษณ์และราคาค่าเข้าชมของทรัพยากรท่องเที่ยวก็มีส่วนในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยว		
2. ความสามารถในการเข้าถึงง่าย (Accessibility) การท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก ถ้ามีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงสถานที่ได้อย่างรวดเร็ว ปลอดภัยและสะดวกสบายแหล่งท่องเที่ยวต้องมีระบบขนส่งซึ่งประกอบด้วยเส้นทางพาหนะสถานีและผู้ประกอบการขนส่งที่มีวัตถุประสงค์ในการลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกัน อีกทั้งต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือท่าอากาศยาน ยังมีความหลากหลายในการเดินทางเที่ยวชม เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวได้มาก ดังนั้น แม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้พร้อม เพื่อการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว		

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 3 A's แนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548	องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 4 A's แนวคิดของมิดเดิลตัน (Middleton:1997)	องค์ประกอบของการท่องเที่ยว 5 A's แนวคิดของ ดิกแมน (Dickman : 1996)
3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (Amenities) การท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจทำให้นักท่องเที่ยวอยากอยู่ท่องเที่ยว นานวันขึ้นซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวหมายถึงสรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การเดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย โดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเหล่านี้รัฐบาลจะเป็นผู้จัดหาและพัฒนาเพื่อบริการแก่ประชาชนแล้วถือเป็นผลพลอยได้ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังรวมถึงสาธารณูปโภคในส่วน ถนน สนามบิน รถไฟ ท่าเทียบเรือรวมถึงความจุปริมาณของผู้โดยสาร สาธารณูปโภคไฟฟ้าโทรศัพท์ห้องสุขาและสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องใช้เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร สำนักงานไปรษณีย์ การบริการในกรณีฉุกเฉินและความหลากหลายของสาธารณูปโภคเหล่านี้รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการออกวีซ่าและการตรวจคนเข้าเมือง		
	4. การบริการ (Ancillary Service) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจให้เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว 4.1 การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น 4.2 การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการจัดระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น	4. ที่พักร (Accommodation) แะ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคา และการบริการที่เหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก 5. กิจกรรมต่างๆ (Activity) ที่นักท่องเที่ยวสามารถกระทำในช่วงเวลาที่พำนักและท่องเที่ยว ณ.สถานที่นั้น เพื่อให้การท่องเที่ยวและช่วงเวลาที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวน่าสนใจมากขึ้นและกิจกรรมต่างๆ ควรมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ วัยน้ำ เป็นต้น

ในงานวิจัยเรื่องนี้สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวได้ 6 ประการ หรือ 6 A's ดังนี้คือสิ่งดึงดูดใจ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (Attraction) ความสามารถในการเข้าถึงง่ายซึ่งหมายรวมถึงการเดินทางขนส่งในทุกประเภท (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ความประทับใจในการบริการ (Ancillary) ที่พัก(Accommodation) และกิจกรรมต่างๆ (Activity)

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้าง

รูปแบบการท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้ได้มาจากการสังเคราะห์จากกรอบมโนทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ บนพื้นฐานองค์ประกอบของการท่องเที่ยวซึ่งผู้วิจัยสรุปได้ 6 ประการ หรือ 6 A's ดังนี้คือสิ่งดึงดูดใจ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว (Attraction) ความสามารถในการเข้าถึงง่ายซึ่งหมายรวมถึงการเดินทางขนส่งในทุกประเภท (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ความประทับใจในการ

บริการ (Ancillary) ที่พัก (Accommodation) และกิจกรรมต่างๆ (Activity) แล้วนำผลจากแบบสอบถามของแต่ละตัวแปรมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ได้มาทำการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง แล้วนำค่าที่ได้จากแต่ละตัวแปรมาจัดกลุ่มเป็นภาพจำลององค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทั้ง 10 ด้าน มาสร้างรูปแบบตามแนวคิดของคีฟ (Keeves, 1988 : 49) และตรวจสอบรูปแบบ โดยการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 จึงได้เป็นรูปแบบ เรียกว่า “STAR Model” (สตาร์โมเดล) ซึ่งมี 10 องค์ประกอบดังรายละเอียดนี้

1.SPAX (SPA) สปาและนวด

มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การนวดแบบอายุรเวท (SPA1) การนวดเท้า (SPA2) และการนวดแบบไทยแผนโบราณ(SPA3)

2.SPIX (SPICE) สมุนไพรไทย

มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การบำบัดความเครียดโดยใช้กลิ่นหอมของสมุนไพร (SPI1) การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงาม (SPI2) และการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ (SPI3)

3.SPOX (SPORT) การกีฬา

มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การเล่นกีฬาทางน้ำเพื่อสุขภาพ (SPO1) การเล่นกีฬากลางแจ้งเพื่อสุขภาพ (SPO2) และการฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ (SPO3)

4.SPRX (SPIRIT) การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ

มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ ความเชื่อทางจิตใจในการมาสักการะทำบุญ (SPR1) การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ (SPR2) การบำบัดจิตโดยใช้เสียงหรือการสวดมนต์ (SPR3)

5.STEX (STEAM) การบำบัดด้วยระบบความร้อนและการใช้น้ำ

มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การอบไอน้ำและการอบแห้ง (STE 1) วารีบำบัดในสถานที่พักผ่อน (STE 2) และการแช่น้ำแร่ในน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ (STE3)

6.SPEX (SPECIAL) ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พัก

มีองค์ประกอบ 2 ด้านได้แก่ ระดับราคาและความคุ้มค่าของเงิน (SPE1) และคุณภาพและระดับของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่พักผ่อน (SPE2)

7.SIGX (SIGHTSEEING) แหล่งท่องเที่ยว

มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ ลักษณะการเดินทางที่เข้าถึงได้ง่าย (SIG1) ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (SIG2) และลักษณะจุดหมายปลายทางแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท (SIG3)

8.SERX (SERVICE) ทักษะการให้บริการ

มีองค์ประกอบ 2 ด้านได้แก่ ความพร้อมของการให้บริการในระบบสาธารณูปโภค (SER 1) และการให้บริการของมัคคุเทศก์และการให้บริการในระหว่างการทำกิจกรรมท่องเที่ยว (SER 2)

9.SUSX (SUSTAINABLE) ความยั่งยืนในชุมชน

มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์ให้กับชุมชน (SUS 1) คุณค่าที่ได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน (SUS 2) และการรักษาสภาพแวดล้อมบรรยากาศภายในชุมชนสู่ความยั่งยืน (SUS 3)

10.SATY (SATISFACTION) ความพึงพอใจ

มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SAT1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ (SAT3)

Comprises of STAR Model

S = Success	การประสบความสำเร็จ
T = Tourism	การท่องเที่ยว
A = Activity	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
R = Return	การกลับมาของนักท่องเที่ยว

รูปแบบนี้เป็นการนำเสนอองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพซึ่งนำเสนอโดยใช้รูปภาพจำลององค์ประกอบทั้ง 10 ด้านเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 จึงได้เป็นที่มาของรูปแบบ เรียกว่า “STAR Model” (สตาร์โมเดล) และจากองค์ประกอบของรูปแบบข้างต้น พบว่ามีความสอดคล้องกับทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการพัฒนาประเทศไปสู่ความมั่นคง ความมั่งคั่งและความยั่งยืน เพื่อตอบสนองแนวโน้มการท่องเที่ยวในตลาดโลกได้ โดยสร้างความสมดุลของการท่องเที่ยวจากการเพิ่มรายได้ เพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวและควรดำเนินการแก้ไขปัญหาเร่งด่วนที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว คือเพิ่มศักยภาพและสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันให้กับบุคลากรและผู้ประกอบการของไทย จากรูปแบบข้างต้นพบว่าสอดคล้องกับประเด็นสำคัญในการพัฒนา (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560: 16-17) คือ

1.เพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยกระดับในด้านการบริการให้มีคุณภาพมาตรฐาน มีความสะอาด ปลอดภัย ควรพัฒนาทั้งบุคลากร และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีใจพร้อมบริการ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก มีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

2. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3. การกระจายช่วงเวลาการท่องเที่ยว

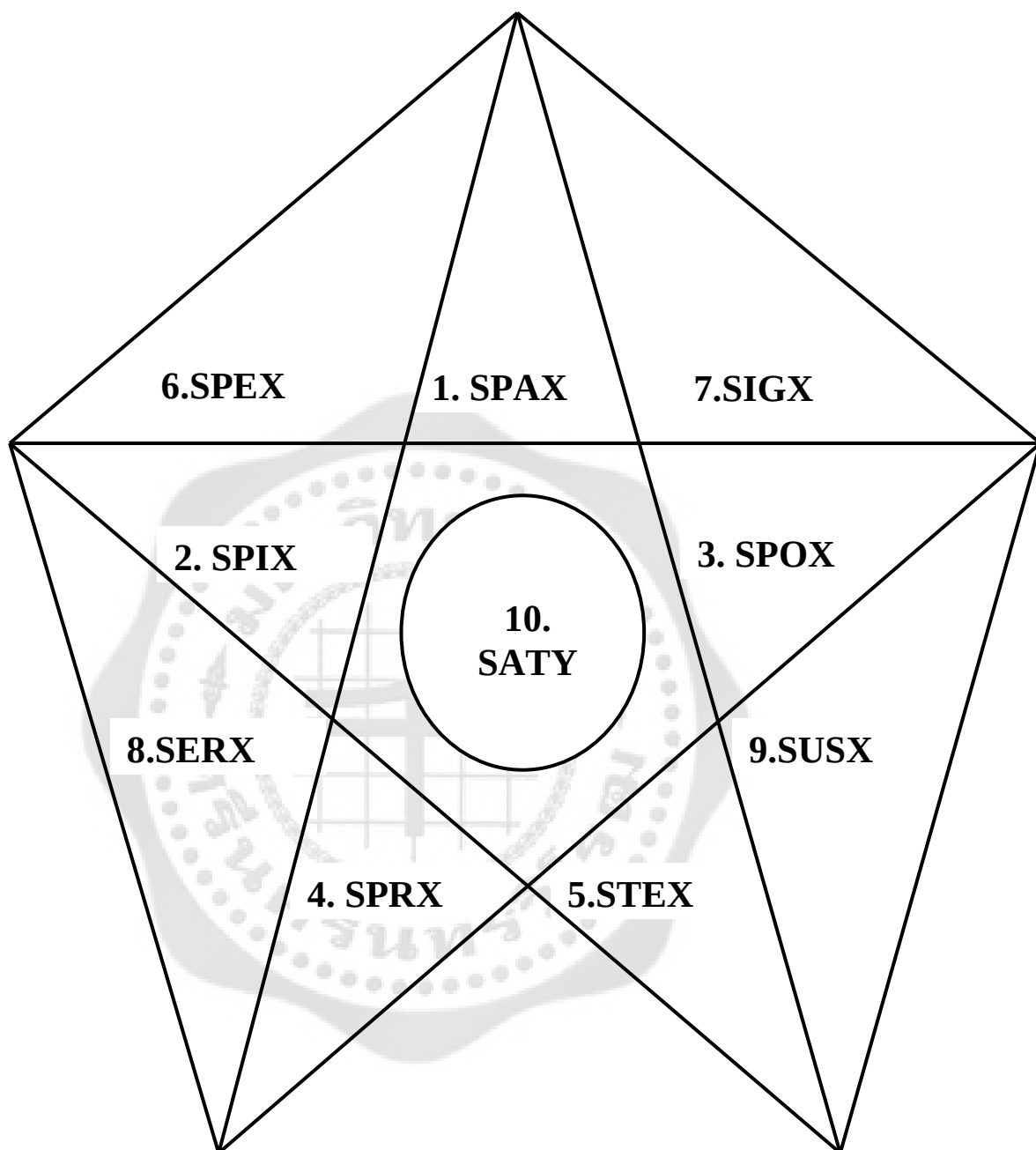
4. การกระจายแหล่งท่องเที่ยวและการจ้างงานสูงขึ้น เพื่อเป็นทั้งการเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว และเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

5. เพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวด้วยการเพิ่มมูลค่าสินค้าการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบในการท่องเที่ยวแต่ละประเภท

6. การเติบโตอย่างยั่งยืนของจำนวนนักท่องเที่ยว และเติบโตอย่างสมดุลกับขีดความสามารถในการรองรับ ไม่เน้นปริมาณแต่เน้นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีมูลค่าในตัวสูง เช่น นักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ปฏิบัติตามระเบียบและให้ความเคารพในแต่ละสถานที่แหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายตามระดับราคาค่าบริการที่ได้รับ เป็นต้น

จากองค์ประกอบดังกล่าว เงื่อนไขการใช้สตาร์โมเดลหรือรูปภาพแบบจำลองนี้ ควรนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกับแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) และแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ในการท่องเที่ยวทุกระดับเพื่อตอบสนององพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เฉพาะกลุ่มที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งสรุปได้เป็นรูปแบบดังภาพประกอบ





STAR Model

ภาพประกอบ 23 STAR MODEL by SIRIKORN

STAR MODEL comprises of 10 factors

1.SPAX	(SPA)	สปาและนวด
2.SPIX	(SPICE)	สมุนไพรไทย
3.SPOX	(SPORT)	การกีฬา
4.SPRX	(SPIRIT)	การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ
5.STEX	(STEAM)	การบำบัดด้วยระบบความร้อนและการใช้น้ำ
6.SPEX	(SPECIAL)	ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พัก
7.SIGX	(SIGHTSEEING)	แหล่งท่องเที่ยว
8.SERX	(SERVICE)	ทักษะการให้บริการ
9.SUSX	(SUSTAINABLE)	ความยั่งยืนในชุมชน
10.SATY	(SATISFACTION)	ความพึงพอใจ

Comprises of STAR MODEL

S = Success	การประสบความสำเร็จ
T= Tourism	การท่องเที่ยว
A=Activity	กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
R=Return	การกลับมาของนักท่องเที่ยว

จากภาพประกอบ 23 พบว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ดังรายละเอียดต่อไปนี้ **1.SPAX สปาและนวด** มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.88 และมีค่าสูงสุดในกลุ่มองค์ประกอบด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว จึงอยู่บนสุดตรงกลางของรัศมีดาวซึ่งมี 5 แฉก เรียงรองลงมาตามลำดับคะแนนที่ได้ ซึ่งมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.76 แต่เนื่องจากทั้ง 2 กิจกรรม มีค่าคะแนนเท่ากัน คือ **2.SPIXสมุนไพรไทย** มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.76 และ **3.SPOXการกีฬา** มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.76 ผู้วิจัยจึงวางไว้ที่ปีกทั้ง 2 ข้าง ซึ่งหากเปรียบกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพก็เหมือนกับแขนทั้ง 2 ข้างของมนุษย์เรา ซึ่งต่างมีความสำคัญและมีความจำเป็นทั้งคู่แต่เหตุผลที่วางกิจกรรมกีฬาไว้ด้านขวามือเพราะปกติของคนโดยทั่วไปจะถนัดด้านขวาและจะใช้พลังงานแขนขวาด้านนี้ค่อนข้างมากกว่าแขนด้านซ้าย ผู้วิจัยจึงเห็นควรให้วางจุดนี้เพื่อง่ายต่อการทำความเข้าใจในการสื่อความหมาย และในลำดับถัดมาของรัศมีแฉกดาวด้านล่างก็เปรียบได้ดังขาทั้ง 2 ข้าง ส่วนเหตุผลที่วาง **4.SPRX การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ** มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.73 ไว้ด้านซ้ายมือเนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับเรื่องความรู้สึกและจิตใจเป็นสำคัญ เพื่อให้ง่ายในการจำรูปแบบ **5.STEXการบำบัดด้วยระบบความร้อนและการใช้น้ำ** มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.72 จะสังเกตได้ว่า องค์ประกอบหมายเลข 1-5 ที่อยู่ในรัศมีของดาวทั้งหมดเป็นกลุ่มของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งหมด และเป็นหนึ่งใน

องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวสำหรับองค์ประกอบ **7.SIGX แหล่งท่องเที่ยว** ที่มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.89 และมีค่าสูงที่สุดในกลุ่มองค์ประกอบทั้ง 9 ด้านนั้นเป็นหัวใจหลักของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงนำไปไว้บนสุดด้านขวาของรูปคู่กับด้านซ้าย คือหมายเลข **6.SPEXระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พัก** มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.86 เพราะความพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้จากการยืดระยะเวลาจำนวนวันในการพำนักรับนันทนาการขึ้น จากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับประโยชน์สูงสุดที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงเห็นควรให้ความสำคัญในเรื่องความพร้อมของที่พักที่จะรองรับในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ตามความเหมาะสมของระดับราคาที่ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความคุ้มค่าในฐานะของผู้ใช้บริการ ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่ด้านซ้ายล่างของรูป องค์ประกอบที่ **8.SERX ทักษะการให้บริการ** มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.77 แม้ว่าประเทศไทยจะมีจุดอ่อนในเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศเพื่อสื่อความหมายซึ่งเป็นทักษะสำคัญสำหรับผู้ทำงานให้บริการด้านการท่องเที่ยว แต่ด้วยความเป็นมิตรในการให้บริการ จึงทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับได้และเห็นว่ายังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพิจารณาและตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย สำหรับผู้วิจัยสิ่งที่ควรจะมีในการท่องเที่ยวทุกประเภทคือ องค์ประกอบที่ **9.SUSXความยั่งยืนในชุมชน** มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.61 และแม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นการพัฒนาเตรียมพร้อมเพื่อรองรับให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ก็ยังคงจะต้องนำไปสู่องค์ประกอบที่ **10.SATY หรือความพึงพอใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว** ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงนำไปไว้เป็นจุดศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเพราะไม่ว่าจะเป็นองค์ประกอบด้านใดก็ตาม สุดท้ายสิ่งที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวคือ “ความพึงพอใจของทุกฝ่ายทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว” และสุดท้ายตามหลักทฤษฎีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ก็จะนำมาสู่ดัชนีชี้วัดความพึงพอใจในรูปแบบ **STAR MONDEL** เพราะ **S = Success** การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการในเรื่อง **T= Tourism** การท่องเที่ยวซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เน้นในด้าน **A=Activity** กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และผู้ให้บริการจะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ **R=Return** การกลับมาของนักท่องเที่ยวเพื่อมาใช้บริการท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือไม่

สรุปผลการประเมินรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยการรับรองและตรวจสอบรูปแบบจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถามดังนี้

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ข้อคำถามในแบบสอบถามมีจำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR MODEL” ในแต่ละรายองค์ประกอบ ซึ่งมีข้อคำถามในแบบสอบถามจำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรูปแบบรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง

ส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR MODEL”

(n=5)

ประเด็นการรับรองรูปแบบ “STAR MODEL”	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่
1.การกำหนดปัจจัยของรูปแบบ			
1.1 ปัจจัยของรูปแบบมีความเหมาะสมและครอบคลุมความต้องการตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	4.82	0.58	3
1.2 ปัจจัยของรูปแบบในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์สอดคล้องส่งเสริมสอดรับซึ่งกันและกัน	4.80	0.52	4
2. องค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ			
2.1. หลักการของรูปแบบมีความเหมาะสมสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพื้นฐาน สามารถใช้เป็นกรอบในการกำหนดรูปแบบได้	4.80	0.52	4
2.2 วัตถุประสงค์มีความเหมาะสมชัดเจนสามารถแสดงถึงสิ่งที่มุ่งหวังให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	4.83	0.53	2
2.3 กระบวนการของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีขั้นตอนครบถ้วน เหมาะสมและสอดคล้องต่อเนื่องกัน	4.88	0.55	1
2.4 ขั้นตอนของรูปแบบมีความเหมาะสม สามารถทำให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ได้	4.80	0.55	4
รวม	4.82	0.54	

จากตาราง 11 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR MODEL” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่สูงที่สุด คือ กระบวนการของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีขั้นตอนครบถ้วน เหมาะสมและสอดคล้องต่อเนื่องกัน ($\bar{X} = 4.88$, S.D. = 0.55) และลำดับต่ำสุด คือองค์ประกอบของรูปแบบในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์สอดคล้องส่งเสริมสอดคล้องซึ่งกันและกันกับขั้นตอนของรูปแบบมีความเหมาะสมสามารถทำให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ได้ ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.55)

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR MODEL” ในแต่ละรายองค์ประกอบ

ประเด็นการรับรองรูปแบบ	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่
1.SPAX=สปาและนวด	5.00	0.00	1
2.SPIX=สมุนไพรไทย	4.83	0.28	4
3.SPOX=การกีฬา	5.00	0.00	1
4.SPRX=การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ	4.61	0.88	9
5.STEX=การบำบัดด้วยระบบความร้อนและการใช้น้ำ	4.65	0.74	8
6.SPEX=ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พัก	4.94	0.85	2
7.SIGX=แหล่งท่องเที่ยว	4.84	0.87	3
8.SERX=การบริการในระบบสาธารณูปโภค	4.74	0.78	7
9.SUSX=ความยั่งยืน	5.00	0.00	1
10.SATY=ความพึงพอใจ	4.74	0.25	7
องค์ประกอบของ STAR Model			
S = Successการประสบความสำเร็จ	4.78	0.44	6
T= Tourism การท่องเที่ยว	5.00	0.00	1
A=Activity กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ	5.00	0.00	1
R=Return การกลับมาของนักท่องเที่ยว	4.82	0.47	5
รวม	4.85	0.39	

จากตาราง 12 พบว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของรูปแบบในด้าน 1.SPAX=สปา และนวด 3.SPOX=การกีฬา และ 9.SUSX=ความยั่งยืน กับองค์ประกอบของ STAR Model ในด้าน T= Tourism การท่องเที่ยว A=Activity กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพในด้านดังกล่าวอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) และผลการประเมินความ

เหมาะสมของรูปแบบในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$ S.D. = 0.39) รูปแบบดังกล่าวสามารถนำไปใช้ได้และในขั้นตอนนี้จึงตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3

สรุปผลการวิจัยในระยะขั้นตอนที่ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในขั้นตอนการตรวจสอบยืนยันความเหมาะสมและสอดคล้องของรูปแบบสำหรับนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ตามลำดับขั้นตอนกระบวนการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเทศ

ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไต้หวัน	41	8.20
ญี่ปุ่น	60	12.00
เกาหลี	10	2.00
ฝรั่งเศส	128	25.60
สวีเดน	52	10.40
เยอรมัน	48	9.60
อิตาลี	13	2.60
อังกฤษ	71	14.20
นอร์เวย์	8	1.60
สเปน	10	2.00
โปรตุเกส	7	1.40
รัสเซีย	12	2.40
สวีเดน	9	1.80
ออสเตรเลีย	11	2.20
สหรัฐอเมริกา	10	2.00
แคนาดา	10	2.00
รวม	500	100

จากตาราง 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งมาจากประเทศฝรั่งเศส มากที่สุด จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 25.60 และมาจากประเทศโปรตุเกสน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	197	39.40
หญิง	303	60.60
รวม	500	100

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 60.60 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดและเป็นเพศชาย จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 39.40 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตาราง 15 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 30 ปี	50	10.00
31 – 40 ปี	165	33.00
41 – 50 ปี	160	32.00
51 – 60 ปี	68	13.60
61 ปีขึ้นไป	57	11.40
รวม	500	100

จากตาราง 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และมีอายุ 20-30 ปีเป็นจำนวนน้อยสุด 50 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตาราง 16 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	120	24.00
รับจ้างทั่วไป	119	23.80
นักเรียน/นักศึกษา	60	12.00
ประกอบอาชีพส่วนตัว	61	12.20
พนักงานบริษัท/พนักงานเอกชน	140	28.00
รวม	500	100

จากตาราง 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/พนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวนน้อยสุด 60 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่ท่านชอบ

ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่ท่านชอบ	$\bar{X}$	S.D.	ลำดับที่
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	3.91	0.72	8
การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา	4.02	0.68	5
การท่องเที่ยวแบบผจญภัย	4.07	0.92	4
การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	3.96	0.70	7
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	5.00	0.00	1
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์	3.85	0.86	9
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	4.99	0.74	2
การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท	3.69	0.87	10
การท่องเที่ยวเชิงศาสนา	3.43	0.79	13
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี	3.47	0.81	12
การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล	3.52	0.92	11
การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	3.97	0.78	6
การท่องเที่ยวเชิงประชุมสัมมนา	4.26	0.69	3

จากตาราง 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะนิยมลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากที่สุด อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) และการท่องเที่ยวเชิงศาสนาน้อยที่สุด อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 0.79)

ตาราง 18 สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ

ประเทศ/เพศ	ชาย	หญิง	รวม
ไต้หวัน	25	16	41
ญี่ปุ่น	20	40	60
อังกฤษ	22	49	71
เยอรมัน	15	33	48
สวิสเซอร์แลนด์	10	42	52
ฝรั่งเศส	49	79	128

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสมากที่สุด จำนวน 128 คนและนักท่องเที่ยวชาวไต้หวันน้อยที่สุด จำนวน 41 คน โดยคัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุด 6 ลำดับแรกของทั้งหมดและมีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 30 คนในแต่ละประเทศซึ่งเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและกระแสการเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวในอนาคต โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าหลักของประเทศไทย คือกลุ่มยุโรปและญี่ปุ่น

ตาราง 19 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศไทย

นักท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวน 41 คน									
เพศชาย 25 คน					เพศหญิง 16 คน				สนใจรับ ข้อมูล จากช่อง ทางใด
อายุ	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง/ วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง/ วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	
20-30	10	3	นักเรียน/ นักศึกษา	เพื่อน/ คนรู้จัก	5	5	นักเรียน/ นักศึกษา	เพื่อน/ คนรู้จัก	สื่อ สมัยใหม่ ได้แก่ internet / e-mail / website. และสื่อ บุคคล
31-40	10	5	ลูกจ้าง บริษัท/ พนักงาน เอกชน	เพื่อน/ คนรู้จัก	5	5	รับจ้าง ทั่วไป/ ส่วนตัว	เพื่อน/ คนรู้จัก	
41-50	5	7-10	รับจ้าง ทั่วไป	บริษัท ท่องเที่ยว	6	5-10	รับจ้าง ทั่วไป/ ส่วนตัว	บริษัท ท่องเที่ยว	
51-60	-	-	-	-	-	-	-	-	
61ปี ขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	

จากตาราง 19 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนมากจะอยู่ช่วงอายุ 20-40 ปี นิยมมาเที่ยวประเทศไทยและใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวประมาณ 3-10 วัน และนิยมมาพักผ่อนและเที่ยวทะเลกับชายหาดเป็นส่วนมาก นักท่องเที่ยวนิยมทำการจองผ่านบริษัททัวร์นำเที่ยวล่วงหน้าเป็นเดือนและโดยส่วนมากจะนิยมซื้อตั๋วเครื่องบินแบบรวมค่าโรงแรม นักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและหญิงจะใช้เวลาพักเฉลี่ย 5 วันต่อการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมใช้บริษัทท่องเที่ยวเพื่อนและคนรู้จักเป็นแหล่งข้อมูลหลักสำหรับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ตาราง 20 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น จำนวน 60 คน									
เพศชาย 20 คน					เพศหญิง 40 คน				สนใจรับ ข้อมูล จากช่อง ทางใด
อายุ	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง/ วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	จำนวน คน	ระยะ เวลา ในการ เดินทาง	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	
20-30	5	7	นักเรียน/ นักศึกษา	เดินทาง คนเดียว/ บริษัท ท่องเที่ยว	13	7	นักเรียน/ นักศึกษา	เพื่อน/ คนรู้จัก	สื่อ สมัยใหม่ ได้แก่ internet
31-40	-	-	-	-	27	7-15	ลูกจ้าง บริษัท/ พนักงาน เอกชน	เพื่อน/ คนรู้จัก/ บริษัท ท่องเที่ยว	/ e-mail / website. และสื่อ บุคคล
41-50	10	7-15	รับจ้าง ทั่วไป	เพื่อน/ คนรู้จัก/ บริษัท ท่องเที่ยว	-	-	-	-	
51-60	5	15	รับจ้าง ส่วนตัว	เพื่อน/ คนรู้จัก/ บริษัท ท่องเที่ยว	-	-	-	-	
61ปี ขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	

จากตาราง 20 พบว่านักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นส่วนมากถ้าเป็นกลุ่มธุรกิจจะมีช่วงอายุ 31 – 50 ปี จะนิยมมาเที่ยวประเทศไทยในทุกช่วงอายุตั้งแต่เด็ก – ผู้สูงอายุถ้าเป็นกลุ่มคนเกษียณอายุ หรือ 51- 61 ปีขึ้นไปจะนิยมมาอยู่เมืองไทยมากเพราะค่าเงินของเขาสูงกว่าเรามากและใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวค่อนข้างนานอยู่ในระหว่าง 7-15 วันและมาพักผ่อนเป็นส่วนมากนักท่องเที่ยวนิยมทำการจองผ่านบริษัททัวร์นำเที่ยวล่วงหน้าเป็นเดือนและโดยส่วนมากจะนิยมซื้อตั๋วเครื่องบินแบบรวมค่าโรงแรมนักท่องเที่ยวทั้งเพศชายและเพศหญิงจะใช้เวลาพำนักเฉลี่ย 7 วันต่อการเดินทางนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมใช้ตัวแทนท่องเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลหลักสำหรับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ตาราง 21 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศอังกฤษ

นักท่องเที่ยวประเทศอังกฤษ จำนวน 71 คน									
เพศชาย 22 คน					เพศหญิง 49 คน				สนใจรับ ข้อมูล จากช่อง ทางใด
อายุ	จำนวน คน	ระยะเว ลา ใน การ เดินท าง/วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง/ วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	
20-30	-	-	-	-	-	-	-	-	สื่อ สมัยใหม่ ได้แก่ internet / e-mail / website. และสื่อ บุคคล
31-40	15	7	ลูกจ้าง บริษัท/ พนักงาน เอกชน	เพื่อน/ คนรู้จัก/ บริษัท ท่องเที่ยว	16	5	ลูกจ้าง บริษัท/ พนักงาน เอกชน	เดินทาง คนเดียว/ เพื่อนคน รู้จัก/ -	
41-50	-	-	-	-	19	10-15	ประกอบ อาชีพ ส่วนตัว	/เพื่อน คนรู้จัก/ บริษัท ท่องเที่ยว	
51-60	7	10-15	ประกอบ อาชีพ ส่วนตัว	เพื่อน คนรู้จัก/ ครอบครัว ญาติ	-	-	-	-	
61ปี ขึ้นไป	-	-	-	-	14	10-15	รับ ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	เพื่อน คนรู้จัก/ บริษัท ท่องเที่ยว	

จากตาราง 21 พบว่านักท่องเที่ยวประเทศอังกฤษส่วนมากนิยมมาเที่ยวในทุกช่วงอายุและใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวประมาณ 7-15 วัน ส่วนใหญ่จะเดินทางไปต่างประเทศตลอดทั้งปี โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือนิยมมากับเพื่อนจะมีอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี จะใช้เวลาประมาณ 5 วันขึ้นไป สำหรับกลุ่มครอบครัวอายุประมาณ 41 – 61 ปีขึ้นไปจะใช้เวลาประมาณ 10 วันขึ้นไปเช่นกัน นักท่องเที่ยวนิยมทำการจองผ่านบริษัททัวร์นำเที่ยวล่วงหน้าเป็นเดือน นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ โดยเฉพาะเพศหญิงนิยมใช้บริการบริษัทท่องเที่ยวเพื่อนและคนรู้จักเป็นแหล่งข้อมูลหลักสำหรับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ตาราง 22 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศเยอรมัน

นักท่องเที่ยวประเทศเยอรมัน จำนวน 48 คน									
เพศชาย 15 คน					เพศหญิง 33 คน				สนใจรับ ข้อมูล จากช่อง ทางใด
อายุ	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง/ วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง/ วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	
20-30	-	-	-	-	7	7	นักเรียน/ นักศึกษา	เดินทาง คนเดียว/ เพื่อนคน รู้จัก	สื่อ สมัยใหม่ ได้แก่ internet
31-40	10	7	ลูกจ้าง บริษัท/ พนักงาน เอกชน	เดินทาง คนเดียว/ เพื่อนคน รู้จัก	21	7	ลูกจ้าง บริษัท/ พนักงาน เอกชน	ครอบครัว ญาติ/ เพื่อนคน รู้จัก	/ e-mail / website. และสื่อ บุคคล
41-50	5	7-14	ประกอบ อาชีพ ส่วนตัว	ครอบครัว ญาติ	5	7-15	รับจ้าง ทั่วไป	ครอบครัว ญาติ	
51-60	-	-	-	-	-	-	-	-	
61ปี ขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	

จากตาราง 22 พบว่านักท่องเที่ยวชาวเยอรมันไม่ค่อยนิยมซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์จะชอบไปทัวร์แบบส่วนตัว คือจัดโปรแกรมตามใจตัวเองนักท่องเที่ยวส่วนมากจะอยู่ในวัยกลางคนหรือวัยทำงานจะพำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นเวลาประมาณ 7 – 14 วันนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันนิยมเดินทางคนเดียวครอบครัวหรือญาติ เพื่อนและคนรู้จัก

ตาราง 23 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์

นักท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์ จำนวน 52 คน									
เพศชาย 10 คน					เพศหญิง 42 คน				สนใจรับ ข้อมูล จากช่อง ทางใด
อายุ	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง/ วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	
20-30	-	-	-	-	-	-	-	-	สื่อ
31-40	5	7	ลูกจ้าง บริษัท/ พนักงาน เอกชน	เดินทาง คนเดียว	10	5	ลูกจ้าง บริษัท/ พนักงาน เอกชน	บริษัท ท่องเที่ยว	สมัยใหม่ ได้แก่ internet / e-mail / website. และสื่อ บุคคล
41-50	-	-	-	-	12	5	รับจ้าง ทั่วไป	บริษัท ท่องเที่ยว	
51-60	5	5-14	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ครอบครัว ญาติ	10	5-15	ประกอบ อาชีพ ส่วนตัว	ครอบครัว ญาติ/ บริษัท ท่องเที่ยว	
61ปี ขึ้นไป	-	-	-	-	10	5-15	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ครอบครัว ญาติ/ บริษัท ท่องเที่ยว	

จากตาราง 23 พบว่านักท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์ส่วนมาก จะใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวประมาณ 5-15 วันส่วนใหญ่จะพบอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31 – 61 ปีขึ้นไป โดยแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ ในช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31 – 50 ปี จะใช้เวลาประมาณ 5 วัน สำหรับกลุ่มครอบครัวในช่วงอายุประมาณ 51 – 61 ปีขึ้นไปจะใช้เวลาประมาณ 5-15 วันและนิยมมาพักผ่อนและเที่ยวทะเลกับชายหาด เป็นส่วนมากนักท่องเที่ยวนิยมทำการจองผ่านบริษัททัวร์นำเที่ยวล่วงหน้าเป็นเดือนโดยเฉพาะเพศหญิงนิยมใช้บริการบริษัทท่องเที่ยวนิยมทำการจองผ่านบริษัททัวร์นำเที่ยวล่วงหน้าเป็นเดือน

ตาราง 24 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศฝรั่งเศส

นักท่องเที่ยวประเทศฝรั่งเศส จำนวน 128 คน									
เพศชาย 49 คน					เพศหญิง 79 คน				สนใจรับ ข้อมูล จากช่อง ทางใด
อายุ	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง /วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	จำนวน คน	ระยะเวลา ในการ เดินทาง /วัน	อาชีพ	ผู้ร่วม เดินทาง	
20-30	-	-	-		-	-	-		สื่อ สมัยใหม่ ได้แก่ internet / e-mail / website. และสื่อ บุคคล
31-40	19	5	ลูกจ้าง บริษัท/ พนักงาน เอกชน	เดินทาง คนเดียว	12	5	ลูกจ้างบริษัท/ พนักงาน เอกชน	เดินทาง คนเดียว	
41-50	20	5-14	รับจ้าง ทั่วไป	เพื่อนคน รู้จัก/บริษัท ท่องเที่ยว	26	14 - 30	รับจ้างทั่วไป/ ประกอบอาชีพ ส่วนตัว	เพื่อน/ คนรู้จัก	
51-60	5	7-14	รับราชการ/รัฐ วิสาหกิจ	เพื่อน/ คนรู้จัก	23	5-14	ลูกจ้างบริษัท/ พนักงาน เอกชน	บริษัท ท่องเที่ยว	
61ปี ขึ้นไป	5	7-30	รับราชการ/รัฐ วิสาหกิจ	เพื่อน/ คนรู้จัก	18	5-30	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	บริษัท ท่องเที่ยว	

จากตาราง 24 พบว่านักท่องเที่ยวประเทศฝรั่งเศส ส่วนใหญ่นิยมซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์ที่ขายอยู่แต่จะชอบไปทัวร์แบบส่วนตัว คือจัดโปรแกรมตามใจตัวเองส่วนนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางมาคนเดียวคือในช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี จะใช้เวลาประมาณ 5 วัน สำหรับกลุ่มเพื่อนหรือคนรู้จักในช่วงอายุประมาณ 41 – 50 ปีกับ 51-60 ปี จะใช้เวลาประมาณ 5-14 วันและในช่วงอายุอยู่ 61ปีขึ้นไป จะใช้เวลาประมาณ 5-30 วัน

ตาราง 25 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศไต้หวันเพศชาย

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยวประเทศไต้หวันเพศชาย (n=25)											
	(n=10) อายุ 20-30 ปี				(n=10) อายุ 31-40 ปี				(n=5) อายุ 41-50 ปี			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.36	0.39	มาก	6	4.47	0.69	มาก	6	4.56	0.58	มาก	4
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	4.73	0.72	มากที่สุด	4	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.46	0.79	มาก	5	4.88	0.37	มากที่สุด	2	4.50	0.56	มากที่สุด	5
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ	4.46	0.73	มาก	5	4.82	0.41	มากที่สุด	4	4.66	0.57	มากที่สุด	3
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน	4.93	0.26	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	4.80	0.72	มากที่สุด	3	4.84	0.37	มากที่สุด	3	4.83	0.51	มากที่สุด	2
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.26	0.72	มาก	7	4.11	0.50	มาก	7	4.33	0.64	มาก	6
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.26	0.49	มาก	7	4.57	0.69	มาก	5	4.50	0.47	มากที่สุด	5
รวม	4.58	0.53	มากที่สุด		4.74	0.33	มากที่สุด		4.70	0.37	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศไต้หวัน เพศชายทั้ง 3 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในกลุ่มการเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาจะเป็นการนวดเพื่อสุขภาพ และการบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน ซึ่งทั้ง 2 กิจกรรม อยู่ในความสนใจระดับมากที่สุด และอยู่ในช่วงอายุ 31-50 ปี และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจน้อยสุด สำหรับนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มนี้ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ แต่ผลค่าเฉลี่ยที่ได้ยังคงอยู่ในระดับมาก

ตาราง 26 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศไต้หวันเพศหญิง

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยวประเทศไต้หวันเพศหญิง (n=16)											
	(n=5) อายุ 20-30ปี				(n=5) อายุ 31-40 ปี				(n=6) อายุ 41-50 ปี			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.20	0.43	มาก	5	4.40	0.54	มาก	3	4.26	0.42	มาก	7
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	4.80	0.44	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.40	0.89	มาก	4	4.60	0.54	มากที่สุด	2	4.60	0.54	มากที่สุด	3
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ	4.60	0.54	มากที่สุด	3	4.20	0.42	มาก	4	4.48	0.44	มาก	4
5.การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่ และน้ำพุร้อน	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.60	0.54	มากที่สุด	2	4.80	0.44	มากที่สุด	2
6.การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
7.การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
8.การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.40	0.54	มาก	4	4.00	0.00	มาก	5	4.42	0.45	มาก	5
9.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.40	0.89	มาก	4	4.60	0.54	มากที่สุด	2	4.40	0.53	มาก	6
รวม	4.64	.41	มากที่สุด		4.60	0.28	มากที่สุด		4.66	0.31	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศไต้หวัน เพศชายทั้ง 3 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในกลุ่มการฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ และการเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาจะเป็นการนวดเพื่อสุขภาพซึ่งอยู่ในความสนใจระดับมากที่สุดเช่นกันแต่อยู่ในช่วงอายุ 31-50 ปี และกิจกรรมการบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน อยู่ในความสนใจระดับมากที่สุดและอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สนใจน้อยสุด สำหรับนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มนี้ คือ การอบและประคบสมุนไพรไทย กับการฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ แต่ผลค่าเฉลี่ยที่ได้ยังคงอยู่ในระดับมาก

ตาราง 27 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพศชาย

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพศชาย (n=20)											
	(n=5) อายุ 20-30 ปี				(n=10) อายุ 41-50 ปี				(n=5) อายุ 51-60 ปี			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.60	0.58	มากที่สุด	3	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.60	0.58	มากที่สุด	2
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.50	0.56	มากที่สุด	4	4.16	0.57	มาก	5	4.50	0.56	มากที่สุด	3
4. การบำบัดโดยการใช้ไอน้ำ	4.60	0.57	มาก	3	4.50	0.56	มากที่สุด	4	4.20	0.83	มาก	4
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และ น้ำพุร้อน	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.50	0.56	มาก	4	5.00	0.00	มากที่สุด	1
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	4.83	0.51	มากที่สุด	2	4.60	0.58	มากที่สุด	3	5.00	0.00	มากที่สุด	1
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.83	0.51	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มากที่สุด	1
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.33	0.64	มาก	5	4.33	0.64	มาก	6	4.00	0.00	มาก	5
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.50	0.47	มากที่สุด	4	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
รวม	4.70	.37	มากที่สุด		4.65	.38	มากที่สุด		4.70	.21	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพศชายทั้ง 3 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในกลุ่มการนวดเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาจะเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 31-50 ปี สำหรับกิจกรรมที่ได้คะแนนต่ำสุดทั้ง 3 กลุ่มอายุ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ แต่ยังคงอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตาราง 28 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพศหญิง

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยว (n=40)							
	(n=13) อายุ 20-30 ปี				(n=27) อายุ 31-40 ปี			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.45	0.52	มาก	4	4.58	0.68	มากที่สุด	7
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.63	0.67	มากที่สุด	3	4.41	0.62	มาก	8
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ	4.81	0.40	มาก	2	4.68	0.66	มาก	6
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.89	0.30	มากที่สุด	3
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.72	0.45	มากที่สุด	5
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	4.81	0.40	มากที่สุด	2	4.79	0.49	มากที่สุด	4
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.09	0.43	มาก	5	4.31	0.47	มาก	9
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.63	0.42	มากที่สุด	3	4.96	0.18	มากที่สุด	2
รวม	4.71	0.31	มากที่สุด		4.70	0.42	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นเพศหญิงทั้ง 2 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในกลุ่มการนวดเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาจะเป็นการบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อนกับการฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปี สำหรับกิจกรรมคะแนนต่ำสุดของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มอายุ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ แต่ยังคงอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตาราง 29 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศอังกฤษเพศชาย

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยว (n=22)							
	(n=15) อายุ 31-40 ปี				(n=7) อายุ 51-60 ปี			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.69	0.50	มากที่สุด	1	4.50	0.70	มากที่สุด	2
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	4.61	0.53	มากที่สุด	4	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.66	0.55	มากที่สุด	2	4.00	0.00	มาก	4
4. การบำบัดโดยการใช้ไอน้ำ	4.69	0.51	มากที่สุด	1	4.20	0.83	มาก	3
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน	4.66	0.65	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มากที่สุด	1
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	4.64	0.66	มากที่สุด	3	4.50	0.70	มากที่สุด	2
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	4.61	0.66	มากที่สุด	4	4.50	0.71	มาก	2
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.59	0.63	มากที่สุด	5	4.00	0.00	มาก	4
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.69	0.50	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
รวม	4.64	0.57	มากที่สุด		4.52	0.32	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศอังกฤษเพศชายทั้ง 2 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในกลุ่มการนวดเพื่อสุขภาพกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด อยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี และการอบและประคบสมุนไพรกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพไทย ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี สำหรับกิจกรรมที่ได้คะแนนต่ำสุดของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มอายุ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิและการบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม แต่ยังคงอยู่ในระดับมากเช่นกัน

ตาราง 30 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศอังกฤษเพศหญิง

	นักท่องเที่ยว (n=49)											
กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	(n=16) อายุ 31-40 ปี				(n=19) อายุ 41-50 ปี				(n=14) อายุ 61 ปีขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ ที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับ ที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.22	0.19	มาก	3	4.53	0.53	มากที่สุด	3	4.57	0.58	มากที่สุด	5
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.66	0.57	มากที่สุด	2	4.50	0.56	มากที่สุด	4	4.55	0.72	มากที่สุด	4
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.33	0.64	มาก	5	4.45	0.53	มาก	6
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน	4.66	0.56	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.88	0.33	มากที่สุด	2
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.83	0.51	มากที่สุด	2	4.55	0.53	มากที่สุด	4
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.21	0.60	มาก	7
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.00	0.00	มาก	4	4.16	0.57	มาก	6	4.11	0.60	มาก	8
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.00	0.00	มาก	4	4.50	0.47	มากที่สุด	4	4.66	0.50	มากที่สุด	3
รวม	4.59	0.12	มากที่สุด		4.65	0.50	มากที่สุด		4.54	0.48	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศอังกฤษเพศหญิงทั้ง 3 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในกลุ่มการนวดเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาให้ความสนใจในการเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพอยู่ในช่วงอายุ 31-50 ปี สำหรับกิจกรรมที่ได้คะแนนต่ำสุดของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มอายุ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิและส่วนรองลงมาเป็นการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพไทย ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี

ตาราง 31 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศเยอรมันเพศชาย

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยว (n=33)											
	(n=7) อายุ 20-30 ปี				(n=21) อายุ 31-40 ปี				(n=5) อายุ 41-50 ปี			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.61	0.66	มากที่สุด	4	4.83	0.46	มากที่สุด	6	4.28	0.38	มาก	5
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	4.69	0.50	มากที่สุด	1	4.98	0.44	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.66	0.55	มากที่สุด	2	4.71	0.46	มากที่สุด	7	4.28	0.50	มาก	5
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ	4.61	0.64	มากที่สุด	4	4.95	0.21	มากที่สุด	3	4.92	0.74	มากที่สุด	2
5.การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่ และน้ำพุร้อน	4.66	0.65	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.92	0.72	มากที่สุด	2
6.การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	4.69	0.50	มากที่สุด	1	4.90	0.30	มากที่สุด	4	4.68	0.79	มากที่สุด	3
7.การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	4.66	.063	มากที่สุด	2	4.85	0.36	มากที่สุด	5	4.64	0.72	มากที่สุด	4
8.การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.59	0.64	มากที่สุด	5	4.61	0.49	มากที่สุด	8	4.18	0.39	มาก	6
9.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.64	0.66	มากที่สุด	3	4.85	0.34	มากที่สุด	5	4.48	0.43	มาก	4
รวม	4.64	0.60	มากที่สุด		4.85	0.34	มากที่สุด		4.59	0.42	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศเยอรมันเพศหญิงทั้ง 3 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในหลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มอยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปีกับ 41-50 ปี จะให้ความสนใจในการนวดและการฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ ในขณะที่ถ้าเป็นกลุ่มอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จะให้ความสนใจในการบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน สำหรับกิจกรรมที่ได้คะแนนต่ำสุดของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มอายุ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ

ตาราง 32 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศเยอรมันเพศหญิง

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยว (n=15)							
	(n=10) อายุ 31-40 ปี				(n=5) อายุ 41-50 ปี			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.57	0.53	มากที่สุด	6	4.61	0.52	มากที่สุด	4
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	4.85	0.37	มากที่สุด	2	4.69	0.50	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.63	0.50	มากที่สุด	5	4.66	0.51	มากที่สุด	2
4. การบำบัดโดยการใช้ไอน้ำ	4.81	0.40	มากที่สุด	3	4.59	0.63	มากที่สุด	5
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.66	0.65	มากที่สุด	2
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.64	0.66	มากที่สุด	3
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.61	0.63	มากที่สุด	4
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.65	0.37	มากที่สุด	4	4.66	0.51	มากที่สุด	2
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.09	0.30	มาก	7	4.50	0.47	มากที่สุด	6
รวม	4.73	0.27	มากที่สุด		4.62	0.56	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศเยอรมันเพศชายทั้ง 2 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในหลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มอยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จะให้ความสนใจในการบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน กับการเล่นกีฬา เพื่อสุขภาพและการฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด และในช่วงอายุ 41-50 ปี จะให้ความสนใจในการนวดเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับกิจกรรมที่ได้คะแนนต่ำสุดของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มอายุ คือ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพไทย

ตาราง 33 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์เพศชาย

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยว (n=10)							
	(n=5) อายุ 31-40 ปี				(n=5) อายุ 51-60 ปี			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.59	0.40	มากที่สุด	7	5.00	0.00	มากที่สุด	1
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	4.89	0.52	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.49	0.51	มากที่สุด	8	4.50	0.51	มากที่สุด	2
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ	4.74	0.66	มากที่สุด	3	4.45	0.63	มาก	4
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน	4.76	0.65	มากที่สุด	2	4.48	0.65	มาก	3
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	4.64	0.60	มากที่สุด	6	5.00	0.00	มากที่สุด	1
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	4.68	0.50	มากที่สุด	5	4.50	0.63	มากที่สุด	2
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.46	0.63	มากที่สุด	9	4.00	0.00	มาก	5
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.69	0.52	มาก	4	5.00	0.00	มากที่สุด	1
รวม	4.66	0.55	มากที่สุด		4.65	0.29	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์เพศชายทั้ง 2 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในกลุ่มการนวดเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด แต่ในช่วงอายุ 51-60 ปี นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสนใจที่หลากหลายในกิจกรรม เช่น การอบและประคบสมุนไพรไทย การผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพไทย และการฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ สำหรับกิจกรรมที่ได้คะแนนต่ำสุดของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มอายุ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ

ตาราง 34 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์เพศหญิง

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยว															
	(n=10) อายุ 31-40 ปี				(n=12) อายุ 41-50 ปี				(n=10) อายุ 51-60 ปี				(n=10) อายุ 61 ปีขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.48	0.50	มาก	5	4.39	0.73	มาก	8	4.21	0.69	มาก	5	4.45	0.50	มาก	5
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	4.96	0.20	มากที่สุด	2	4.98	0.26	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.92	0.27	มากที่สุด	3	4.70	0.32	มากที่สุด	6	4.92	0.26	มากที่สุด	2	4.60	0.54	มากที่สุด	2
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ	4.96	0.18	มากที่สุด	2	4.92	0.29	มากที่สุด	2	4.92	0.28	มากที่สุด	2	4.60	0.52	มากที่สุด	2
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน	4.92	0.23	มากที่สุด	3	4.89	0.28	มากที่สุด	4	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.90	0.26	มากที่สุด	3	4.52	0.75	มากที่สุด	3	4.60	0.51	มากที่สุด	2
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	4.92	0.26	มากที่สุด	3	4.84	0.48	มากที่สุด	5	4.48	0.51	มากที่สุด	4	4.36	0.54	มากที่สุด	4
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.38	0.63	มาก	6	4.41	0.94	มาก	7	4.21	0.42	มาก	5	4.20	0.44	มาก	6
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.53	0.45	มากที่สุด	4	4.58	0.56	มากที่สุด	6	4.48	0.36	มากที่สุด	4	4.33	0.41	มากที่สุด	5
รวม	4.78	0.30	มากที่สุด		4.73	0.45	มากที่สุด		4.63	0.36	มากที่สุด		4.57	0.38	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์เพศหญิงทั้ง 4 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายในกิจกรรม เช่น การอบและประคบสมุนไพรไทย ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพไทยและในช่วงอายุ 31-40 ปี การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ ในช่วงอายุ 41-61 ปี ขึ้นไป จะสนใจในกิจกรรมการนวดเพื่อสุขภาพและการบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน ในกลุ่มช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้คะแนนต่ำสุดของนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่มอายุ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ

ตาราง 35 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศฝรั่งเศสเพศชาย

	นักท่องเที่ยว (n=49)															
กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	(n=19) อายุ 31-40 ปี				(n=20) อายุ 41-50 ปี				(n=5) อายุ 51-60 ปี				(n=5) อายุ 61 ปีขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	4.30	0.48	มาก	5	4.90	0.44	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มาก	1	4.80	0.44	มากที่สุด	2
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	4.80	0.42	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.80	0.51	มากที่สุด	2	4.80	0.42	มากที่สุด	2
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.50	0.52	มากที่สุด	4	4.20	0.83	มาก	5	4.50	0.71	มากที่สุด	4	4.82	0.41	มากที่สุด	2
4. การบำบัดโดยการใช้ไอน้ำ	4.30	0.48	มาก	5	4.40	0.88	มาก	4	4.20	0.83	มาก	5	4.40	0.54	มาก	5
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และ น้ำพุร้อน	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.40	0.54	มาก	4	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.50	0.71	มากที่สุด	3	4.50	0.70	มากที่สุด	4	5.00	0.00	มากที่สุด	1
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	4.60	0.66	มากที่สุด	3	4.40	0.87	มาก	4	4.60	0.89	มากที่สุด	3	4.60	0.51	มากที่สุด	3
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.20	0.63	มาก	6	4.00	0.00	มาก	6	4.00	0.00	มาก	6	4.00	0.00	มาก	6
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	4.60	0.69	มากที่สุด	3	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.50	0.70	มากที่สุด	4
รวม	4.58	0.43	มากที่สุด		4.53	0.47	มากที่สุด		4.62	0.40	มากที่สุด		4.65	0.33	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศฝรั่งเศสเพศชายทั้ง 4 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายในกิจกรรม เช่น การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน ในช่วงอายุ 31-40 ปี และในช่วงอายุ 51 - 61 ปีขึ้นไป การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ ในช่วงอายุ 31-40 ปี และ 61 ปี ขึ้นไป สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้คะแนนต่ำสุดของนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่มอายุ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ

ตาราง 36 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวประเทศฝรั่งเศสหญิง

กิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ	นักท่องเที่ยว (n=79)															
	(n=12)				(n=26)				(n=23)				(n=18)			
	อายุ 31-40 ปี				อายุ 41-50 ปี				อายุ 51-60 ปี				อายุ 61 ปีขึ้นไป			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1.การอบประคบสมุนไพรไทย	4.90	0.44	มากที่สุด	2	4.63	0.50	มากที่สุด	4	4.28	0.46	มาก	5	4.41	0.61	มาก	5
2. การนวดเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.88	0.33	มากที่สุด	3
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม	4.50	0.71	มากที่สุด	4	4.45	0.68	มาก	5	4.21	0.57	มาก	6	4.94	0.24	มากที่สุด	2
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ	4.40	0.89	มาก	5	4.81	0.40	มากที่สุด	3	4.64	0.49	มากที่สุด	4	4.94	0.22	มากที่สุด	2
5.การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่ และน้ำพุร้อน	4.40	0.54	มาก	5	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.92	0.25	มากที่สุด	2	5.00	0.00	มากที่สุด	1
6.การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ	4.88	0.33	มากที่สุด	3	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1
7.การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ	4.40	0.89	มาก	5	5.00	0.00	มากที่สุด	1	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.88	0.33	มากที่สุด	3
8.การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ	4.20	0.83	มาก	6	4.36	0.50	มากที่สุด	6	4.00	0.00	มาก	7	4.35	0.49	มาก	6
9.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ	5.00	0.00	มากที่สุด	1	4.90	0.30	มากที่สุด	2	4.71	0.46	มากที่สุด	3	4.82	0.39	มากที่สุด	4
รวม	4.63	0.51	มากที่สุด		4.79	0.26	มากที่สุด		4.64	0.24	มากที่สุด		4.80	0.29	มากที่สุด	

นักท่องเที่ยวประเทศสวิตเซอร์แลนด์เพศหญิงทั้ง 4 ช่วงอายุ มีความสนใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายในกิจกรรม เช่น ในช่วงอายุ 31-60 ปี จะสนใจในกิจกรรมการนวดเพื่อสุขภาพ และในช่วงอายุ 41-61 ปีขึ้นไป สนใจในกิจกรรมการฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้คะแนนต่ำสุดของนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กลุ่มอายุ คือ การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ

สรุปข้อค้นพบที่ผู้วิจัยได้จากการวิจัยครั้งนี้ ได้รูปแบบที่มาจากการสังเคราะห์ตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ แล้วพัฒนามาเป็นรูปแบบที่ เรียกว่า “STAR Model” ซึ่งรูปแบบนี้มีองค์ประกอบหลักคือ 10S ดังรายละเอียด

แนวคิดหลักการท่องเที่ยว 5A's ตามลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Dickman. 1996 ; Middleton:1997 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546; มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด. 2553: 3-1; ราณี อธิชัยกุล. 2554: 1-6-1-7) ซึ่งกล่าวถึงความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะ ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก และหากนักท่องเที่ยวสามารถปฏิบัติกิจกรรมการ ท่องเที่ยวได้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดก็จะนำมาซึ่ง ความพึงพอใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับองค์ประกอบในโมเดลและความสัมพันธ์ซึ่ง เกี่ยวเนื่องกันระหว่างองค์ประกอบและส่งผลต่อการตัดสินใจในระยะต่าง ๆ ทั้ง 5 ระยะ ตามแนวคิด ของ ไมค์ไทสันและวอลล์ (Mathieson and Wall: 1982) ซึ่งแบ่งองค์ประกอบเป็น 4 ส่วนใหญ่ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านคุณสมบัติต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว (Tourist Profile) ได้แก่ คุณสมบัติทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และด้านพฤติกรรม
2. องค์ประกอบด้านความรู้เกี่ยวกับการเดินทาง (Travel Awareness) ได้แก่ ความรู้ เกี่ยวกับโอกาสต่าง ๆ ที่บุคคลสามารถจะเดินทางท่องเที่ยวได้ เช่น ความรู้เกี่ยวกับภูมิศาสตร์และ การเข้าถึงประเทศต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวก และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ
3. องค์ประกอบด้านลักษณะของการเดินทาง (Trip Features) ได้แก่ ระยะทางในการ เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เวลาที่มีในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกในกลุ่ม และความเสี่ยงในแหล่งท่องเที่ยว
4. องค์ประกอบด้านทรัพยากรและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Resources and Characteristics) ได้แก่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ปริมาณและคุณภาพของการ บริการ สภาพของสิ่งแวดล้อม และคุณลักษณะของประชากรในพื้นที่ประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวนั้นประกอบด้วยหลักสำคัญ 5 องค์ประกอบ ซึ่ง องค์ประกอบเหล่านี้จำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนทั้งจากทางรัฐบาลและความร่วมมืออย่าง เข้มแข็งจากคนในชุมชน ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักสำคัญที่จะนำไปสู่องค์ประกอบด้าน 9.SUSX ความ ยั่งยืนสำหรับความสำคัญในทรัพยากรการท่องเที่ยว มีค่าอิทธิพลต่อความพึงพอใจของทุกฝ่ายที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเท่ากับ 0.61 ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแห่งนั้น ควรจะต้องมีองค์ประกอบ ของทรัพยากรการท่องเที่ยว เพราะองค์ประกอบนี้เป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญในการดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยว

สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้จากการทบทวนเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผู้วิจัยขอสรุปองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพไว้ 6 ประการ และเรียกว่า 6 A's ซึ่งมีความสอดคล้องกับ STAR MODEL ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สอดรับกับ 7.SIGX แหล่งท่องเที่ยว มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.89
2. ความสามารถในการเดินทางเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และการสร้างความประทับใจในทักษะการบริการ (Ancillary) สอดรับกับ 8.SERX การบริการในระบบสาธารณูปโภคมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.77
3. ด้านที่พักซึ่งจำเป็นและควรมีลักษณะเป็นรูปแบบเฉพาะเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Accommodation) สอดรับกับ 6.SPEX ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พักมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.86
4. กิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Activity) สอดรับกับ 5 กลุ่มกิจกรรมหลักในโมเดล 9 เอส ดังนี้
 1. SPAX สปาและนวด มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.88
 2. SPIX สมุนไพรไทย มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.76
 3. SPOX การกีฬา มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.74
 4. SPRX การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.73
 5. STEX การบำบัดด้วยระบบความร้อนและการใช้น้ำ มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.72

สำหรับผู้วิจัยขอสรุปประเด็นหัวใจหลักสำคัญที่ได้จาก STAR MODEL ของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และสิ่งที่จะมีในการท่องเที่ยวทุกประเภทคือ 9.SUSX ความยั่งยืนสู่ชุมชน มีค่าอิทธิพลเท่ากับ แม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นการพัฒนาเตรียมพร้อมเพื่อรองรับกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาแต่ถึงอย่างไรก็ควรจะนำไปสู่ 10.SATY หรือความพึงพอใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.61



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยที่เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเทศโดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางดำเนินการไว้ 3 ระยะตามลำดับขั้นตอนกระบวนการวิจัยซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ขั้นวิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย
2. ขั้นสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. ขั้นตรวจสอบยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแต่ละประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยไว้ 3 ระยะตามลำดับดังนี้

1. ขั้นวิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย

แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วย แบบสอบถามภาษาต่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยแปลเป็นภาษาอังกฤษ สรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 266 คน และเป็นเพศชาย 134 คน รวมทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี 257 คนและมีอายุ 51 ปีขึ้นไปเป็นจำนวนน้อยสุด 15 คน กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเรียงตามลำดับประเทศที่มีจำนวนมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดคือ ประเทศฝรั่งเศส มากที่สุดจำนวน 62 คน ไต้หวัน สวิสเซอร์แลนด์ ญี่ปุ่น เยอรมัน เกาหลี รัสเซีย อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ฮอลแลนด์ เดนมาร์ก สวีเดน สเปน ฟินแลนด์ และอิตาลีน้อยที่สุดจำนวน 5 คน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งเป็นลักษณะของแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

1. ผลการศึกษาองค์ประกอบของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยสรุปผลได้ดังนี้

1.1 แบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SIGX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ ลักษณะการเดินทางที่เข้าถึงได้ง่าย (SIG1) ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (SIG2) และลักษณะจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท (SIG3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.75, 0.74 และ 0.77 ตามลำดับ

1.2 แบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPAX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การนวดแบบอายุรเวท (SPA1) การนวดเท้า (SPA2) และการนวดแบบไทยแผนโบราณ (SPA3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.69, 0.82 และ 0.82 ตามลำดับ

1.3 แบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPEX มีองค์ประกอบ 2 ด้านได้แก่ ระดับราคาและความคุ้มค่าของเงิน (SPE1) และคุณภาพและระดับของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่พักผ่อน (SPE2) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.77 และ 0.80 ตามลำดับ

1.4 แบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SERX มีองค์ประกอบ 2 ด้านได้แก่ ความพร้อมของการให้บริการในระบบสาธารณูปโภค (SER 1) และการให้บริการของมัคคุเทศก์และการให้บริการในระหว่างการทำกิจกรรมท่องเที่ยว (SER 2) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.62 และ 0.85 ตามลำดับ

1.5 แบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPIX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การบำบัดความเครียดโดยใช้กลิ่นหอมของสมุนไพร (SPI1) การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงาม (SPI2) และการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ (SPI3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.76, 0.83 และ 0.86 ตามลำดับ

1.6 แบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPOX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การเล่นกีฬาทางน้ำเพื่อสุขภาพ (SPO1) การเล่นกีฬากลางแจ้งเพื่อสุขภาพ (SPO2) และการฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ (SPO3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.76, 0.77 และ 0.75 ตามลำดับ

1.7 แบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SPRX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ ความเชื่อทางจิตใจในการมาสักการะทำบุญ (SPR1) การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ (SPR2) การบำบัดจิตโดยใช้เสียง (การสวดมนต์) (SPR3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.80, 0.89 และ 0.86 ตามลำดับ

1.8 แบบจำลองมาตรวัดตัวแปร STEX มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การอบไอน้ำและการอบแห้ง (STE 1) วารีบำบัดในสถานที่พักแรม (STE 2) และการแช่น้ำแร่ในน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ (STE3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.55, 0.59 และ 0.78 ตามลำดับ

1.9 แบบจำลองมาตรวัดตัวแปร SUS มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การมีส่วนร่วมในการบำเพ็ญประโยชน์ให้กับชุมชน (SUS 1) คุณค่าที่ได้รับจากกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชน (SUS 2) และการรักษาสภาพแวดล้อมบรรยากาศภายในชุมชนสู่ความยั่งยืน (SUS 3) โดยมีค่าน้ำหนัก (factor loading) ซึ่งได้จากข้อมูลตัวแปรเชิงประจักษ์ มีค่าเท่ากับ 0.74, 0.73 และ 0.73 ตามลำดับ

1.10 ตัวแปร SATY มีองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (SAT1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (SAT2) และการกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ (SAT3)

2. ขั้นสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผลประเมินการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการนำผลการวิจัยที่ได้ในระบะที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อนำมาสร้างรูปแบบและตรวจสอบรูปแบบ โดยการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของรูปแบบด้วยการรับรองและนำเสนอรูปแบบในงานวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งมีขั้นตามลำดับดังนี้ ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทฤษฎีพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อนำผลที่ได้จากข้อคำถามมาสรุปองค์ประกอบเชิงยืนยันและจัดกลุ่มเชื่อมโยงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบหลักในแต่ละด้านการท่องเที่ยว หลังจากที่ได้ประชุมเพื่อทำความเข้าใจในการพานักศึกษาลงพื้นที่สัมภาษณ์และสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หากแบบสอบถามชุดใดที่นักท่องเที่ยวไม่สนใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผู้วิจัยจะคัดออกไป เนื่องจากในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการทราบพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติเฉพาะกลุ่มผู้สนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน เพื่อเป็นการยืนยันผลที่ได้ในการวิเคราะห์ไปสรุปเป็นองค์ประกอบแต่ละด้านโดยพัฒนามาจากหลักทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพบว่าผลที่ได้จากตารางค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR Model” ซึ่งผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน มีความเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณารายด้าน ด้านที่

สูงที่สุด คือ กระบวนการของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ มีขั้นตอนครบถ้วน เหมาะสม และสอดคล้องต่อเนื่องกัน ($\bar{X} = 4.88$, S.D. = 0.55) ส่วนลำดับต่ำสุด คือองค์ประกอบของรูปแบบในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์สอดคล้องส่งเสริมสอดรับซึ่งกันและกันกับขั้นตอนของรูปแบบมีความเหมาะสม สามารถทำให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ได้ ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.55)

จากตารางค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแสดงระดับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR Model” ในแต่ละรายองค์ประกอบ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบของรูปแบบในด้าน 1.SPAX =สปาและนวด 3.SPOX=การกีฬา และ 9.SUSX = ความยั่งยืน กับองค์ประกอบของ STAR Model ในด้าน T= Tourism การท่องเที่ยว A=Activity กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) และผลการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบในภาพรวม มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.39) ซึ่งรูปแบบดังกล่าวสามารถนำไปใช้ได้และในขั้นตอนนี้ผลที่ได้จากการวิจัยจึงตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยหรือเรียกว่า รูปแบบ “STAR Model” หมายถึง แบบจำลองที่สร้างขึ้นโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นหลักหรือเป็นแนวทางในการนำไปใช้ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 10 ข้อ ดังนี้

1.SPAX	(SPA)	สปาและนวด
2.SPIX	(SPICE)	สมุนไพรไทย
3.SPOX	(SPORT)	การกีฬา
4.SPRX	(SPIRIT)	การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ
5.STEX	(STEAM)	การบำบัดด้วยระบบความร้อนและการใช้น้ำ
6.SPEX	(SPECIAL)	ระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พัก
7.SIGX	(SIGHTSEEING)	แหล่งท่องเที่ยว
8.SERX	(SERVICE)	ทักษะการให้บริการ
9.SUSX	(SUSTAINABLE)	ความยั่งยืนในชุมชน
10.SATY	(SATISFACTION)	ความพึงพอใจ

จากหลักทฤษฎี 6A ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบ STAR MODEL สามารถแบ่งแต่ละด้านขององค์ประกอบหลักได้ดังนี้ ข้อ 1-9 ซึ่งครอบคลุมประเด็นหลักขององค์ประกอบการท่องเที่ยวในแต่ละด้าน โดยเฉพาะในด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวข้อ 1-5 ด้านที่พักซึ่งเน้นแต่เฉพาะที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับรูปแบบของสปาในข้อ 6 ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในกลุ่มเชิงสุขภาพในข้อ 7 ด้านการบริการซึ่งเป็นทักษะสำคัญของการท่องเที่ยวเพราะมีแรงงานคนที่จะต้องใช้อาศัยสื่อสารเป็นหลักในการ

ดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในข้อ 8 และสุดท้ายบนพื้นฐานของความสำเร็จไม่ว่าต้นน้ำจะมาจากที่ใดแต่ปลายน้ำที่สำคัญ คือ คนในชุมชนท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ ควรที่จะยังคงอยู่ได้อย่างยั่งยืนเช่นกันดังในข้อ 9 ซึ่งจะนำมาสู่ข้อ 10.SATY ความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว

จากทั้งหมดที่กล่าวมาอยู่บนเงื่อนไขเฉพาะบริบทในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยขอสรุปเป็นชื่อรูปแบบ “ STAR Model” ซึ่งถอดรหัสได้ว่า

S = Success การประสบความสำเร็จ

T= Tourism การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

A=Activity กิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพ

R=Return การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

1. ขั้นตอนตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 16 ประเทศ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 500 คน เป็นเพศชาย 197 คน และเพศหญิง 303 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 165 คน และมีอายุ 20-30 ปีน้อยสุด จำนวน 50 คน ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทหรือพนักงานเอกชนมากที่สุด จำนวน 140 คน เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวนน้อยสุด 60 คน และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส มากที่สุด จำนวน 128 คนและนักท่องเที่ยวชาวไต้หวันน้อยที่สุด จำนวน 41 คนโดยเรียงลำดับมากไปหาน้อยจาก 6 อันดับแรกของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจากทั้งหมด 16 ประเทศได้ดังนี้ ไต้หวัน ญี่ปุ่น อังกฤษ เยอรมัน สวิสเซอร์แลนด์และฝรั่งเศส พบว่าผลที่ได้จากการตรวจสอบยืนยันความเหมาะสมและสอดคล้องของรูปแบบสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละประเทศที่มาท่องเที่ยว ในประเทศไทยนั้น มีความสอดคล้องเหมาะสมและสามารถนำไปปรับใช้ได้กับรูปแบบ STAR MODEL หมายถึง รูปภาพที่พัฒนาขึ้นมาจากแบบจำลองที่สร้างขึ้นโดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นทฤษฎีหลักในการนำไปวิเคราะห์โดยใช้สถิติการหาค่าองค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อหาค่าความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ในองค์ประกอบแต่ละด้านตามหลักการท่องเที่ยวแล้วจึงนำเสนอรูปแบบนี้สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้รหัสอักษรภาษาอังกฤษกำกับบนรูปภาพในการสื่อความหมาย เพื่อให้ง่ายในการทำความเข้าใจและการจำด้วยการเปรียบเทียบกับร่างกายมนุษย์ในคำอธิบาย เพื่อเชื่อมโยงไปสู่หลักการท่องเที่ยวและนำไปสู่ข้อค้นพบใหม่คือหลักทฤษฎี 6A ขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบ STAR MODEL

อภิปรายผล

1. ขั้ววิเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากยุโรปมีลักษณะการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เรื่องความปลอดภัยของเมืองที่ท่องเที่ยว ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีความสนใจในระดับมาก จะเน้นความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำให้มีการเรียนรู้ในเชิงส่งเสริมสุขภาพ วิถีชีวิต/ประเพณีและวัฒนธรรมเป็นหลัก มากกว่าการให้บริการและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวซึ่ง McIntosh and Goeldner (1986: 124-125) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งโดยปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่นั้น จะมีแรงจูงใจซึ่ง Pearce and Others (1998) ได้นำเสนอแนวโน้มของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน แรงจูงใจที่จะได้พักผ่อนในสภาพแวดล้อมที่น่าสบายนอกจากการไปเที่ยวชายทะเลที่มีหาดทรายกับแสงแดดแล้วเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนในสิ่งแวดล้อมที่น่าสบาย เช่น การดำน้ำไปชมปะการัง การเดินป่าดูนกสอดคล้องกับแรงจูงใจในการเดินทางที่แตกต่างกัน Goeldner and Richie (2006: 254) ได้กล่าวถึงบทบาทของแรงจูงใจภายในและภายนอก จะต้องยึดหลักที่ว่า นักท่องเที่ยวถูกกระตุ้นจากแรงจูงใจที่หลากหลาย และในหลายโอกาสนักท่องเที่ยวถูกกระตุ้นด้วยปัจจัยภายนอก Hudson (2008 41-52) ราณี อธิษชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2554: 23-25) คือ แรงจูงใจซึ่งเป็นแรงขับของบุคคลที่กระทำหรือแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองการเข้าใจในแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากเกิดความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวต้องการอะไรซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ทฤษฎีการจูงใจความต้องการของมนุษย์มีจุดหลักอยู่ที่ความต้องการภายในที่ทำให้เกิดแรงผลักดันในการแสดงพฤติกรรม สอดคล้องกับปกาศิต พันธุ์เพ็ง (2553) ที่พบว่า องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรอยู่ในระดับมากทุกด้านเช่นกัน สอดคล้องกับ Pizam and Mansfeld. (2000: 23) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบด้านลักษณะของการเดินทาง ได้แก่ ระยะทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวระยะเวลาในการท่องเที่ยว เวลาที่มีในการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านทรัพยากรและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ปริมาณและคุณภาพของการบริการ สภาพของสิ่งแวดล้อมองค์ประกอบต่างๆที่จำแนกเป็นส่วนต่างๆในโมเดลและความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องระหว่างแต่ละองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในระยะต่างๆ จุดอ่อนที่ควรปรับปรุงของการท่องเที่ยว ได้แก่ บางแห่งป้ายบอกทางไม่ชัดเจนจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไป ทำให้ได้รับการบริการไม่ทั่วถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่พร้อม (Jang and Wu. 2006 Zimmer, Brayley and Searle. 1995 Hong.1999) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อาทิ พระธาตุ ราชวัง วัด โบราณสถานต่างๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน เช่น อุทยานแห่งชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น งานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย เป็นต้น ตามแนวคิดหลักการ 5A's ของลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Dickman. 1996 ; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546; มหาวิทยาลัยนานาชาติแสดมฟอร์ด. 2553: 3-1; ราณี อธิชัยกุล. 2554: 1-6-1-7) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ ในระดับใกล้เคียงกัน

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีจุดประสงค์เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติ แตกต่างกัน สอดคล้องกับ เลิศพร ภาละสกุล. 2555: 122-123) ที่กล่าวถึง อุปสงค์ที่แท้จริง ได้แก่ ผู้คนทั้งหลายที่มีการเดินทางท่องเที่ยวจริงๆ หรือแสดงพฤติกรรมที่บ่งบอกให้เห็นถึงการท่องเที่ยว ซึ่งก็คือจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มีการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศใดประเภทหนึ่ง ก็คือตัวเลขที่แสดงให้เห็นถึงอุปสงค์ที่แท้จริง และนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงอายุมีจุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวคล้ายคลึงกันคือ เพื่อพักผ่อน

ด้านการให้บริการและกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ควรมีการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความสนใจของนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดหลักการ 5A's ของลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว (Dickman. 1996; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546; มหาวิทยาลัยนานาชาติแสดมฟอร์ด. 2553: 3-1; ราณี อธิชัยกุล. 2554: 1-6-1-7) ที่สอดคล้องกันว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินและดีต่อสุขภาพ เช่น การเที่ยวชมสถานที่ การสัมผัสหรือชื่นชมธรรมชาติ วัฒนธรรม การเดินป่า การปีนเขา การล่องแก่ง และการดำน้ำ เป็นต้น สอดคล้องกับราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2554) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบไร้ความเร่งรีบ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เนิบช้า นักท่องเที่ยวจัดรายการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมตามความต้องการ แต่ไม่มากจนเกินไปในแต่ละวัน ใช้เวลากับกิจกรรมเพื่อให้เกิดการซึมซับประสบการณ์ในขณะท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาหรือคนในท้องถิ่น หรือวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องใช้กำลังมาก เดินทางด้วยพาหนะที่ไม่รีบเร่ง ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่นเป็นการท่องเที่ยวหลายมิติที่เกิดจากสัมผัสทั้ง 5 หรือนักท่องเที่ยวอาจให้บริษัทนำเที่ยวจัดให้ มีรายการนำเที่ยวที่เน้นคุณภาพให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเน้นแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ และสอดคล้องกับ Romsa and Blenman (1989) พบว่า ผู้สูงอายุนิยมให้ความสำคัญกับประเภทของพาหนะ และการจัดกิจกรรมที่สนุกสนาน หรือไม่ต้องออกแรงในการทำกิจกรรมมากเกินไป

ในเรื่องเพศและประเพณีของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยที่ได้ไม่แตกต่างกัน Hudson (2008 : 41-52 ;ราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2554: 23-25) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนแบ่งการตลาดในแบบดั้งเดิมจะใช้อายุเป็นหลัก ซึ่งในปัจจุบันบริษัทยานยนต์หลายแห่งเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เนื่องจากกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นกลุ่มตลาดที่มีฐานะมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจเพราะเป็นตลาดที่ไม่ต้องเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นเวลานานเพราะมีเวลามากการที่นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายมากหรือน้อย ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่องระดับรายได้ (Hong. Morrison and Cai.1996) และสอดคล้องกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้แก่ ปัจจัยเรื่องเพศ อายุ ภูมิสำเนาและฐานะทางเศรษฐกิจ (Romsa and Blenman. 1989. Zimmer,et al., 1995)

การให้บริการที่เป็นมิตรและเป็นกันเอง การเรียนรู้วิถีชุมชน การเข้าร่วมกิจกรรมที่น่าประทับใจ คนในชุมชนมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจมาก สิ่งอำนวยความสะดวกความปลอดภัย และการจัดราคาที่มีความเหมาะสม สิ่งเหล่านี้คือดัชนีสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาแล้วอยากมาอีกซึ่งสอดคล้องกับ Dickman (1996) .การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546). มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด (2553 : 3-1). และราณี อธิชัยกุล (2554: 1-6-1-7) ได้กล่าวถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ คือ 1) ความดึงดูดใจ คือ สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้นๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ที่แสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ความสวยงามทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น 2) ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเข้าชม เดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้เข้า-ออกแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ 3) บริการอำนวยความสะดวก คือ หน่วยงานและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการบริการต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่ การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น และการมีส่วนร่วมด้านการพัฒนาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งผู้นำและสมาชิกในชุมชนแหล่งท่องเที่ยว การวางแผน การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ เป็นต้น 4) ความประทับใจ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น งานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย เป็นต้น 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว แบบทัวร์ธรรมชาติ ออเนชั่น เป็นต้น

บุคลากรทางการท่องเที่ยวนั้นถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว เนื่องจากมีคุณลักษณะเป็นส่วนหนึ่งของผู้ขับเคลื่อนให้ธุรกิจท่องเที่ยว สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงควรต้องให้ความสำคัญในการจัดเตรียมบุคลากรทางการท่องเที่ยว โดยต้องให้ความสำคัญตั้งแต่กระบวนการสรรหาการรับสมัคร การคัดเลือก การพัฒนา การฝึกอบรมรวมไปถึงการกระตุ้นบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ บุคลากรทางการท่องเที่ยวควรต้องสามารถสร้างงานบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่เนื่องจากส่วนมากมีข้อควรปรับปรุงเรื่องขาดทักษะด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ เพราะไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างเต็มที่ ดังนั้นภาครัฐบาลจึงควรร่วมมือกับธุรกิจภาคเอกชนในการให้บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brunner (1989) พบว่า การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีความถูกต้องสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างเข้าใจตลอดจนการสร้างงานบริการที่มีคุณภาพให้กับนักท่องเที่ยวจะมีผลให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจและต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน

ด้านความยั่งยืนสู่ชุมชน ควรเน้นการให้การศึกษาและการสร้างจิตสำนึกให้กับคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ พบว่า ในบางพื้นที่คนในชุมชนบางกลุ่มยังมีความตระหนักรู้ในระดับน้อย ดังนั้นจึงควรมีการฝึกอบรม จัดนิทรรศการ การประชาสัมพันธ์เชิญชวนผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้บุคคลเหล่านี้เกิดความรักและหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติให้มากขึ้น ควรสื่อสารสร้างแนวคิดใหม่ให้คนในท้องถิ่นรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและผลประโยชน์นั้นมากที่สุด การมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์จะนำไปสู่การก่อให้เกิดความยั่งยืนได้ สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและควรมีป้ายสัญลักษณ์ที่เป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศที่สำคัญ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาฝรั่งเศส ภาษาญี่ปุ่น โดยพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ใช้ภาษาที่ง่ายต่อการจดจำและการทำความเข้าใจ โดยเฉพาะในเรื่องกฎระเบียบในการเข้าใช้บริการการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการควบคุมการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามความเหมาะสมและเกิดความยั่งยืนในทรัพยากรท่องเที่ยวต่อไป สอดคล้องกับแนวคิดของมิลล์ (Mill.1990: 201-201) ซึ่งกล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ 2) สิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือบริการอื่น 3) ปัจจัยพื้นฐาน และ 4) การต้อนรับอย่างมิตรไมตรีต่อนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ในประเด็นการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพราะผลกระทบจากการทำลายสิ่งแวดล้อม ทำให้โลกได้รับผลกระทบและเป็นต้นเหตุของภัยพิบัติที่เพิ่มมากขึ้น หลายประเทศจึงให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังและต่อเนื่องจึงก่อให้เกิดแนวปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวที่ควรต้องให้ความสำคัญกับการ

ท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกให้ความตระหนักในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560: 15)

2. ขั้นสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมและสอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อการใช้โมเดล พบว่า รูปแบบ หรือ “โมเดล” (English and English, 1985: 326 อ้างอิงจาก ศิริชัย กาญจนวสี. 2545: 40-41) 1) แบบจำลองของจริง 2) ตัวแบบที่ใช้เป็นแบบอย่าง 3) รูปแบบที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล สัญลักษณ์ และหลักการของระบบ และ 4) แบบแผนตัวอย่างของการดำเนินงานที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนต่างๆ ในระบบจึงเป็นการศึกษารูปแบบที่ใช้อธิบายด้วยภาษาที่เป็นแนวความคิด และประกอบกันเป็นรูปแบบเชิงระบบที่มีโครงสร้างแบบองค์การ Getzels-Guba. (1957) ได้เสนอหลักที่สำคัญของรูปแบบ คือ รูปแบบจะต้องเป็นที่รวมของแนวคิด และแสดงถึงความสัมพันธ์ต่างๆ ของแนวคิดซึ่งไม่เพียงแต่จะสามารถตอบปัญหาที่เคยมีมาก่อนเท่านั้น แต่จะต้องสามารถแก้ปัญหาที่จะเกิดตามมาได้อีกด้วยซึ่งเป็นรูปแบบที่อธิบายความหมายหรือให้ความหมายคือเป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาในการบรรยายลักษณะของรูปแบบรูปแบบชนิดนี้จะช่วยใช้วิธีการอุปมาในการพิจารณาด้วยภาษามากกว่าที่จะใช้วิธีอุปมาในการพิจารณาด้วยโครงสร้างกายภาพ ซึ่งองค์ประกอบในด้านความยั่งยืนของคนในชุมชน สอดคล้องกับ (Keeves.1988: 47) การส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยองค์ประกอบที่สำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาก็คือการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของราณี อิลิชัยกุล (2552) ได้เสนอผลการวิจัยนำไปสู่นโยบายและมาตรการที่ภาครัฐและภาคเอกชนควรเร่งดำเนินการได้แก่นโยบายส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวยุโรปอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง การส่งเสริมนักท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว การส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การปรับปรุงด้านการเดินทางเข้า-ออกและภายในประเทศ การส่งเสริมและสนับสนุนด้านที่พักและแหล่งท่องเที่ยว

จากรูปแบบของสิริกิร โมเดล พบว่าสอดคล้องกับในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่รับรู้และสัมผัสจุดแข็งที่โดดเด่นของประเทศไทย ได้แก่ ความหลากหลายด้านอาหารการกิน สภาพแวดล้อมธรรมชาติที่งดงามตามแบบ 3S ได้แก่ Sea, Sun and Sand ซึ่งหมายถึง ท้องทะเลสีครามหรือทะเลสีมรกตในภาคใต้ แสงแดดและหาดทรายขาวละเอียดซึ่งมีมากมายหลายแห่งในประเทศไทย ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และจะช่วยส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถทำความเข้าใจและจดจำรูปแบบสิริกิร โมเดลได้ง่ายขึ้น ตามลักษณะแนวคิดของ ศิริชัย กาญจนวสี (2545) ซึ่งแบ่งประเภทของรูปแบบจากวิธีการนำเสนอแนวคิดซึ่งสิริกิร โมเดลมีครบทั้ง 3 ลักษณะ ได้แก่ 1.รูปแบบเชิงบรรยาย เป็นการนำเสนอโดยใช้การบรรยายระบุถึงตัวแปรซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักในแต่ด้านที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ 2. รูปแบบเชิงรูปภาพ เป็นการนำเสนอโดยใช้รูปภาพจำลองแสดงถึงแนวคิดหลักการการท่องเที่ยว และลากเส้นโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 3. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ เป็นการนำเสนอโดยใช้สัญลักษณ์ฟังก์ชันคณิตศาสตร์เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด หลักการ ตัวแปรซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยที่นำเสนอว่ามี S3 ซึ่งเป็นเอกลักษณ์พิเศษของไทย คือ Spa, Service และ Shopping ที่สามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการตลาดได้ในประเด็นของ สปาไทย (Spa) การบริการ (Service) ที่ต้องการสื่อถึงอรรถาธิบายมิติอันดีด้วยการได้สัมผัสแบบไทย (Thai Touch) นำมาซึ่งการสร้างประทับใจแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรต้องมีรูปแบบการนำเสนอการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นกระบวนการให้บริการที่สะดวก เข้าใจง่าย และรวดเร็วในการดำเนินการ ควรมีการจัดทำเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวในรูปแบบภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะที่เป็นภาษาหลักที่ใช้กันเป็นสากลและควรมีช่องในการติดต่อซื้อขายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ได้ เพื่อสร้างความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้มียอดขายการท่องเที่ยวสูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Brunner. (1989) พบว่า การให้คำแนะนำเกี่ยวกับท่องเที่ยวของบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่มีความถูกต้องสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้อย่างเข้าใจตลอดจนการสร้างงานบริการที่มีคุณภาพให้กับนักท่องเที่ยวจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจและต้องการที่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกสอดคล้องกับสมมติ หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2548:26) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีโอกาสด้านการตลาดสูงมาก เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพื่อบำบัดสุขภาพ ขยายตัวสูงขึ้น และส่วนมากจะเป็นบริษัทนำเที่ยวหรือผู้ประกอบการอื่นๆ จัดทำเพื่อขายโปรแกรมทัวร์ท่องเที่ยว

สรุปผลที่ได้จากองค์ประกอบที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากให้ความสำคัญกับสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและควรมีพื้นที่ให้ทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทุกประเทศให้ความสำคัญกับเรื่องความคุ้มค่าในการใช้จ่ายเงินทางท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค ของลูตอนและบิททา (Loudon and Bitta.1993: 322) กล่าวว่าแรงจูงใจหมายถึงสภาวะที่อยู่ภายในตัวที่แรงผลักดันภายในไม่สามารถสังเกตเห็นได้ ส่งผลให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหวไปในทิศทางที่มีเป้าหมายและบังคับให้บุคคลแสดงพฤติกรรมตอบสนอง โดยมีพื้นฐานมาจากความต้องการและการหาทางตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้านั้นโดยเกิดจากแรงจูงใจตามแนวคิดของฮันนาและวอซนิเยค (Hanna and Wozniak. 2001: 217-219) ที่ว่าแรงจูงใจที่มีเหตุผลหมายถึงปัจจัยที่เกิดขึ้นและถูกใช้เป็นข้อพิจารณา ก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อซึ่งมักจะมีการพิจารณาในเชิงเปรียบเทียบในด้านคุณภาพ ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ความสะอาดและปลอดภัยในการเข้ารับบริการ เป็นต้นและรองลงมาคือเน้นที่ความน่าสนใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาและการนวดเพื่อสุขภาพ ซึ่งอยู่ในระดับมาก ควบคู่มากับการให้ความสนใจเรื่องของอาหารและเครื่องดื่ม

สมุนไพรเพื่อสุขภาพ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยกลุ่มตัวอย่างเน้นให้ความสำคัญมากที่สุดเหมือนกันในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวควรสะอาดและมีจำนวนเพียงพอกับนักท่องเที่ยว และในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการให้บริการระบบการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ

ด้านการเดินทางเข้าถึงทั้งในแหล่งท่องเที่ยวและที่พักมีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาจากข้อเสนอแนะพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในเรื่องการจองโรงแรมหรือที่พัก ที่มีความสะดวกสามารถจองได้หลากหลายช่องทาง เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศเป็นระยะเวลา 6-12 เดือน และนิยมที่จะจองผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยตนเอง โดยเฉพาะในช่วงโปรโมชั่นของโรงแรมระดับ 4-5 ดาวและจะพิจารณาเลือกโรงแรมที่พักที่สะดวกในการเดินทางหลากหลายรูปแบบ มีเส้นทางถนนที่มีความสะดวกสบายมีป้ายบอกทางชัดเจนและควรมีแสงสว่างตลอดการเดินทาง นักท่องเที่ยวบางส่วนจะนิยมเดินทางมาเป็นกลุ่มคณะถ้ามาครั้งแรก โดยมีหัวหน้าทัวร์และบริษัททัวร์เป็นผู้จัดการวางแผนทั้งในเรื่องโปรแกรมการเดินทาง การจองตั๋วเครื่องบินและที่พักให้เรียบร้อยตามงบประมาณที่นักท่องเที่ยวต้องการ ในเรื่องความสามารถในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล รายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว ควรมีให้บริการได้หลากหลายช่องทางตามความสะดวกของนักท่องเที่ยว เพราะพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยปกติทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีการศึกษาเตรียมพร้อมในเรื่องข้อมูลก่อนการเดินทางท่องเที่ยว

ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่เน้นที่ต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดเป็นอันดับ 1 และถ้าเป็นแรงจูงใจในด้านกายภาพจะต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นอันดับ 2 โดยต้องการได้รับความสนุกสนานระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวและได้ร่วมทำกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพที่ดี ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555: 142-148) กล่าวถึง การศึกษาถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับหรือการให้บริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งการเดินทางเข้าถึงที่ง่ายและสะดวกมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่น เส้นทางถนนที่สะดวกและปลอดภัย มีให้เลือกหลากหลายเส้นทางในการใช้บริการเดินทางท่องเที่ยว จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เช่น กำหนดเป็นกิจกรรมประจำปีระบุไว้ในปฏิทินการท่องเที่ยวเพื่อนำมาซึ่งอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่

Pearce (1998) เปรียบเทียบความต้องการท่องเที่ยวกับความต้องการก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งแต่ละคนเริ่มที่มีความต้องการในระดับที่แตกต่างกันไปและเปลี่ยนแปลงไปตาม วงจรชีวิต ซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับอิทธิพลจากเงิน สุขภาพและคนอื่น ๆ ซึ่งความต้องการทางด้านการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการนี้ จะสามารถพัฒนาและช่วยออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมักจะมีความต้องการหลายด้านในขณะเดียวกัน ถ้าผู้ประกอบการสามารถให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการในหลายด้านพร้อมๆกันได้ ย่อมจะประสบความสำเร็จ ดังที่ Pearce กล่าวว่า “ ไม่ใช่เพียงคุณลักษณะสำคัญและแหล่งท่องเที่ยวของเมืองจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่เป็นความสามารถของเมืองปลายทางในการตอบสนองความต้องการทางกายภาพของนักท่องเที่ยวได้ ” ยังสอดคล้องกับแนวคิดของSwarbroke and Horner (2007:54) ในการพัฒนารูปแบบของแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจหลายมิติ ในการท่องเที่ยวดังนี้ 1) แรงจูงใจทางกายภาพ 2) แรงจูงใจด้านอารมณ์ 3) แรงจูงใจส่วนบุคคล 4) แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง และ 5) แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดและบทความของ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2554) ด้วยว่า สำหรับการเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริงและมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูดใจให้คนอยากเดินทางมากขึ้น ได้แก่ 1) แรงจูงใจด้านกายภาพและจิตวิทยา 2) แรงจูงใจด้านวัฒนธรรมและการศึกษา 3) แรงจูงใจด้านสังคม 4) แรงจูงใจด้านการทำงานและธุรกิจ 5) แรงจูงใจในการบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน และ 6) แรงจูงใจด้านศาสนา

นักท่องเที่ยวกับความสำคัญขององค์ประกอบในแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพพบว่ามีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญและภาคีผู้เกี่ยวข้องต่างประเทศในการพิจารณาความพร้อมและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในบริเวณที่ไม่ไกลจากที่พักหรือโรงแรมที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกร่วมกันเพื่อความเหมาะสมและสอดคล้องกับรูปแบบการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2555: 10-12) คือ แหล่งท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลักที่รวมเอาสินค้าและบริการหลากหลาย จะพิจารณาจากองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 อย่าง คือ 1) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ให้ความรู้หรือความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่ม 2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย และ 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นควรสร้างความประทับใจเพื่อทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะอยู่นานวันมากขึ้นหรือกลับมาเที่ยวซ้ำ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านและในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวและที่พักหรือโรงแรมเป็นอย่างมากซึ่งมีผลต่อรูปแบบกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวด้านความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมาคือชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เกิดความประทับใจได้เป็นอย่างมากในเบื้องต้น อีกทั้งยังควรเป็นสถานที่ที่ให้ความรู้หรือความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพด้วยสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละที่ย่อมมีความแตกต่างกันไปตามเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละกลุ่ม สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวและที่พักโรงแรม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะให้ความสนใจในป้ายคำเตือนภัยอันตรายในแหล่งท่องเที่ยวแต่ส่วนมากจะมีปัญหาคือภาษาต่างประเทศที่ใช้ในการเขียนสื่อสารเพื่ออธิบายที่ยังต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มากันแบบส่วนตัวไม่มีมัคคุเทศก์นำทางมาด้วยซึ่งในประเด็นนี้เรื่องการให้ความสำคัญกับความยั่งยืนในการช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือการทำประโยชน์ให้กับสังคม รองลงมาเป็นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวควรมีความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สินการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและที่พัก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญในเรื่องของระยะทางและเวลาที่ใช้ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวก รวดเร็วและความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ซึ่งสอดคล้องกับ (กรวรรณ สังขร. 2555) ในเรื่องลักษณะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นนักท่องเที่ยวในวัยเกษียณหรือกลุ่มสูงอายุ แต่เนื่องจากในปัจจุบันกระแสการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติและสมุนไพรกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก จึงทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายขนาดกว้างมากขึ้น ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่รักสุขภาพทั้งที่เป็นกลุ่มครอบครัว คู่รัก และวัยหนุ่มสาวจากลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุอยู่ระหว่าง 20-30 ปี สอดคล้องกับการวิจัยของ ปวรรณา อัจฉริยบุตร (2547) พบว่า บริการสปาที่ผู้ใช้บริการนิยมใช้ คือ การนวดตัวด้วยน้ำมันหอมระเหย รองลงมาเป็นการนวดไทย และจากผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า การนวดตัวจะเป็นบริการที่เป็นตัวเลือกหลัก ส่วนการทำทรีตเมนต์เพื่อความงาม การนวดเท้า การออกกำลังกาย การเรียนโยคะ และการนั่งสมาธิ การเข้าโปรแกรมเพื่อสุขภาพ การล้างพิษในตัวออกจากร่างกายเป็นทางเลือกอันดับสองรองลงมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธีราภรณ์ อันติมานนท์ (2553) ในเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการให้บริการสปาที่ควรจะมีทางเลือกให้ลูกค้าในการเข้าใช้บริการ เช่นเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทางและกระบวนการการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อในรูปแบบต่างๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ ชูชัย สมิทธิไกร (2553) ได้กล่าวว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งบุคคลมีการเลือก จัดระเบียบและแปลความหมายของสิ่งเร้าให้กลายเป็นสิ่งที่มีความหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธีราภรณ์ อันติมานนท์ (2553) พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในด้านสถานที่เพราะมีพื้นที่ในการให้บริการเพียงพอ ท่าเลที่ตั้งสปาสามารถเดินทางไปใช้บริการได้อย่างสะดวกซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) ที่

กล่าวว่า การใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดที่สอดคล้องกับโอกาสก็จะช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้าได้และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา พยุงสิน (2553) พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการโดยส่วนมากจะมีความพึงพอใจในระยะเวลาที่ได้รับการบริการที่มีความเหมาะสมกับความต้องการของแต่ละคนที่แตกต่างกัน

เหตุจูงใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวส่วนมากมาจากความเมื่อยล้าและต้องการคลายเครียดจากการทำงาน ซึ่งถือเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาในรูปแบบของแรงจูงใจสอดคล้องกับแนวคิด ชูชัย สมิทธิไกร (2553) กล่าวว่า บุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องและมีบทบาทกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ สามารถแบ่งได้ 5 กลุ่ม คือ ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้ โดยในกลุ่มนักศึกษาจัดอยู่ในกลุ่มผู้ริเริ่มและผู้ใช้ ในขณะที่เพื่อนหรือญาติจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ การใช้สื่อในการรับบริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้วยวิธีการจองนั้น มักเกิดขึ้นในกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพที่เป็นเจ้าของกิจการ ส่วนกลุ่มอาชีพลูกจ้างหรือพนักงานหรือข้าราชการ และกลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ จะนิยมการจองผ่านโทรศัพท์เพื่อเข้าใช้บริการสุขภาพ แต่ในกลุ่มของนักเรียนหรือนักศึกษา นิยมการสื่อสารแบบออนไลน์ซึ่งได้กลายเป็นส่วนหนึ่งในการดำรงชีวิตประจำวัน จึงส่งผลต่อวิธีการจองผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่าวิธีอื่น สอดคล้องกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ในประเด็นชีวิตดิจิทัลเพราะนักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการผ่านโทรศัพท์ ที่ในปัจจุบันไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร แต่ยังสามารถให้บริการข้อมูลในระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกและรวดเร็วทำให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวและสามารถทำการจองตามความต้องการและความสนใจได้ทันที ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงควรให้ความสำคัญกับสื่อประเภทนี้ (ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560: 13)

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น จัดได้ว่าเป็นการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่ทางแหล่งท่องเที่ยว จะต้องมีการจัดหาไว้เพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น อย่างสูงสุด สิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ควรประกอบด้วย ห้องสุขา ร้านค้า ร้านอาหาร รถโดยสารสาธารณะ โทรศัพท์สาธารณะ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยว ลานจอดรถ การจัดทำทางเดินเท้าเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินชมแหล่งท่องเที่ยว การจัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เป็นต้น และคนในชุมชน ตลอดจนองค์กรท้องถิ่น ควรให้การดูแลสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนอย่างต่อเนื่อง มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้ยั่งยืน มีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือของชุมชนให้เข้มแข็ง มีการจัดอบรมภาษาให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่น มีการจัดหลักสูตรฝึกอบรมการนำเที่ยวในชุมชนให้นักเรียน นักศึกษาและสถาบันการศึกษาหรือโรงเรียนในชุมชน

สรุปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อ

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย (Star Model)

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 5 ท่าน

1. According to the Star Model comprised with 9 components : SPAX SERX SIGX SPIX STEX SPRX SUSX SPOX and SPEX as described in the paper, in your opinion, how are they influent to the tourists or your satisfaction ?

(แปลไทย) จากรูปแบบ Star Model ที่มี 9 องค์ประกอบหลัก ซึ่งมีค่าตัวแปรดังนี้ : SPAX SERX SIGX SPIX STEX SPRX SUSX SPOX and SPEX ตามรายละเอียดในเอกสารแนบในความเห็นของท่าน องค์ประกอบเหล่านี้ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของท่านหรือนักท่องเที่ยวอย่างไร

2. Can you please give any suggestions for Star Model to those whom involve in the health promotion tourism business ?

(แปลไทย) กรุณาให้คำแนะนำสำหรับสตาร์โมเดลกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ?

คำตอบของนักท่องเที่ยวท่านที่ 1 : Sarah Deluchat

Conformément aux questions d'entrevue profondes de la part de Mademoiselle Sarah Deluchat (d'origine française) sur les facteurs du Star Model concernant l'attraction de promotion de la santé du tourisme, disait-elle avec une grande confiance et satisfaction que ce Star Model est unique et authentique concept pour l'industrie du tourisme durable de la Thaïlande. et également pensait-elle que chaque facteur a le plus grand signifiant rôle du Star Model dont il dépend aux réponses de préférence de Mademoiselle Sarah Deluchat comme suivant : SPX, SPIX, SPOX, SIGX and SUSX sont très préférés car elle adorait de faire de la plongée dans la mer et il faut surtout sauvegarder les environnements et les paysages bien propre pour que le sport tourisme soit durable. SPRX et SPEX sont médiocres de préférence. Par conséquent du Star Model, elle reviendra certainement pour utiliser ces prestations fournies si le Star Model sera bien lancé et suggérait-elle que le FITNESS avait besoin d'être également fait une grande publicité pour la promotion de la santé du tourisme :

จากการสัมภาษณ์ คุณซาร่าห์ เดอ ซู ซาท์ นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส ซึ่งเคยเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว ได้ให้ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบในแต่ละด้านของ สตาร์ โมเดล ซึ่งทำให้มีแรงดึงดูดเกิดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สิ่งที่คุณอยากจะเสนอแนะต่อ สตาร์ โมเดลนี้ คือการให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ที่แท้จริง

ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะนำมาสู่ความยั่งยืน เช่น การนวดและสปา สมุนไพรที่ใช้เพื่อสุขภาพและการบริโภค กิจกรรมที่เกี่ยวกับกีฬา แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน การให้บริการที่ดี การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมเพื่อนำสู่ความยั่งยืน และความพึงพอใจจากกิจกรรมในแต่ละข้อของ สตาร์ โมเดล มีผลให้ซาร่าห์แนะนำเพื่อนๆ และกลับมาใช้บริการท่องเที่ยวนี้อีกแน่นอน เธอเสนอแนะให้ส่งเสริม ในเรื่องของพิตเนสแบบครบวงจรเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในด้านกีฬาเป็นพิเศษเช่นเดียวกับเธอ และควรประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

คำตอบของนักท่องเที่ยวท่านที่ 2 : Cindy Yong

Conformément aux questions d'entrevue profondes de la part de Mademoiselle Cindy Yong (d'origine française) sur les facteurs du Star Model concernant l'attraction de promotion de la santé du tourisme, disait-elle avec une grande conviction que ce Star Model reflète définitivement pour l'industrie du tourisme durable et elle avait trouvé également que chaque facteur joue un rôle très important du Star Model dont il dépend aux réponses de préférence de Mademoiselle Cindy Yong comme suivant : Par conséquent du Star Model, disait-elle avec une grande satisfaction qu'elle reviendra sans doute pour continuer de pratiquer ces prestations fournies quand Le Star Model sera mise en œuvre et elle suggérait que les dons et les visites à l'orphelinat devrait être inclus dans la promotion de la santé du tourisme. Pour certains touristes occidentaux, ils préfèrent d'aller faire de bonnes actions dans les endroits pauvres ou les endroits des enfants atteints par le SIDA et il faudrait donc faire une grande publicité pour ces pauvres enfants.

จากการสัมภาษณ์ คุณซินดี้ ยอง นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส ซึ่งเคยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว ได้ให้ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบในแต่ละด้านของ สตาร์ โมเดล เข้าใจและเห็นด้วยเกี่ยวกับองค์ประกอบในแต่ละด้านของ สตาร์โมเดล ซึ่งมีผลทำให้เกิดความน่าดึงดูดและน่าสนใจสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพได้ เธอแนะนำว่า ในขณะที่ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ นั้น สำหรับเธอ SPRX ในเรื่องสมาธิ ศาสนาและการทำบุญนั้น เธอจะชอบไปเยี่ยมบ้านเด็กกำพร้า ช่วยเหลือเด็กที่ปัญหาเช่น เด็กติดเอดส์ เป็นต้น ควรจะประชาสัมพันธ์สถานที่ที่ในลักษณะนี้ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้วย

คำตอบของนักท่องเที่ยวท่านที่ 3 : Mr. Richard J. O'Neil

According to the deeply interview questions from Mr. Richard J. O'Neil (English man) on the factors of Star Model for health promotion tourism attraction, he said with a great confidence and satisfaction that this Star Model is a unique and authentic concept for Thailand's sustainable Tourism industry and he also thought that each factor has a very significant role in Star Model of which it concerns to Mr. Richard J. O'Neil's responses depending on his levels of preference as follows: SPAX Thai Traditional Massage SERX SIGX SPIX STEX SPRX SUSX and SPOX is much preferred but SPEX are moderated. He said that accommodation for Health Tourism price and value of should have special rate for long stays tourists.

As the result from Star Model, if is used, Mr. Richard will definitely come back again to use the services provided and he suggested that Bangkok needs more open spaces with sports facilities that one easily accessible, Spa and Massage points in BTS station too due to the majority of European travelers frequently take the sky train as transportation.

จากการสัมภาษณ์ คุณริชาร์ด เจ โอ นีล นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ซึ่งเคยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วและได้ให้ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบในแต่ละด้านของ สตาร์ โมเดล มีความน่าสนใจและเห็นด้วยกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เขาได้เสนอว่าองค์ประกอบประกอบในแต่ละด้านของสตาร์โมเดลนี้เป็นมีความเกี่ยวข้องกัน ทั้งในเรื่องสปาและการนวดแบบไทยซึ่งผมชอบมากที่สุด ในด้านการให้บริการแหล่งท่องเที่ยว สมุนไพร การบำบัดต่างๆ โดยใช้น้ำ จะเสนอในเรื่องกีฬา เพราะชอบด้านนี้มากเป็นพิเศษ ส่วนในเรื่องของที่พักรบกวนจากที่พักที่อยู่มืองไทยนานๆ จึงไม่เน้นมากเพราะเกี่ยวกับเรื่องราคาค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ผมจะกลับมาใช้บริการนี้อย่างแน่นอน และขอแนะนำว่า กรุงเทพฯ มีความจำเป็นต้องมีบริเวณพื้นที่กว้าง และมีสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านกีฬาไว้รองรับนักท่องเที่ยวที่พำนักรยะยาวให้พร้อมมากกว่านี้ และควรมีจุดบริการสปาและการนวดในแบบต่างๆ ไว้รองรับนักท่องเที่ยวบนสถานีรถไฟฟ้า BTS ด้วยเช่นกันเพราะ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้บริการรถไฟฟ้าและรถไฟใต้ดินเพื่อความสะดวกในการเดินทางภายในกรุงเทพฯ

คำตอบของนักท่องเที่ยวท่านที่ 4 : Mr. Patrick Lalou

Conformément aux questions d'entrevue profondes de la part de Mr. Patrick Lalou (d'origine française) sur les facteurs du Star Model concernant l'attraction de promotion de la santé du tourisme, disait-il avec une grande confiance que ce Star Model reflète effectivement pour l'industrie du tourisme durable et il avait trouvé également que chaque

facteur joue un rôle très important du Star Model dont il dépend aux réponses de préférence de Mr. Patrick Lalou comme suivant : SPIX et SPOX sont les plus préférés : Par conséquent du Star Model, disait-il avec une grande joie qu'il reviendra sans faute pour profiter ces prestations fournies quand Le Star Model sera opérationnel et il suggérait qu'il faudrait notamment passer une très grande annonce pour la gastronomie Thaïe aux touristes car dans la cuisine Thaïe est très bonne pour la santé et surtout tous les plats sont basés sur les herbes, plantes et les racines médicinales. Et au dernier mot, il faut avoir une salle de boxe incorporée dans les établissements et également lancer la boxe Thaïe non seulement pour le combat mais pour pratiquer du sport :

จากการสัมภาษณ์ คุณแพททริก นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส ซึ่งเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว ได้ให้ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบในแต่ละด้านของ สตาร์ โมเดล ซึ่งทำให้มีแรงดึงดูดเกิดความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สิ่งที่ยากจะเสนอแนะต่อ สตาร์ โมเดลนี้ คือการให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ที่มาจากอาหารไทยและการใช้สมุนไพรเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารและเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับกีฬาโดยศิลปะมวยไทย ส่วนในองค์ประกอบผมก็เห็นด้วยและควรให้ความสำคัญในการส่งเสริม เพราะนำซึ่งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากการได้ทำกิจกรรมในแต่ละข้อของ สตาร์ โมเดล มีผลให้ผมและเพื่อนๆ กลับมาใช้บริการท่องเที่ยวนี้อีกแน่นอน

คำตอบของนักท่องเที่ยวท่านที่ 5 : Mr. Mc Arthur John

According to the deeply interview questions from Mr. Mc Arthur John (Switzerland -English) on the factors of Star Model for health promotion tourism attractions, he said that this Star model is the core concept for Thailand's sustainable Tourism industry, and he also founded that each factor has a specific role in Star Model of which it concerns to Mr. Mc Arthur John's responses depending on his levels of preference as follows :

As a positive result from Star Model, when the Star Model is launched, I will certainly come back here again to explore these services provided and he said that Thailand has really a great potential in Health Promotion Tourism and needs to be more competitive in the world market by giving more international information for tourists and commercialize in advertisement. As Thailand has an enormous diversity of its stunning nature, scenery, world class standard of Resorts Spa and Massage, very hospitality people and what else you need. You can find anything and every taste you like for a reasonable price. This is amazing Thailand. .

จากการสัมภาษณ์ คุณอาเธอร์ จอห์น นักท่องเที่ยวชาวสวิส-อังกฤษ ซึ่งเคยเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว ได้ให้ความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบในแต่ละด้านของ สตาร์ โมเดล ซึ่งมีผลทำให้เกิดความน่าสนใจและกลับมาประเทศไทยอีก เห็นด้วยว่าองค์ประกอบในแต่ละด้านสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพได้ แต่ขอแนะนำเพิ่มเติมว่า ควรจะประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การบริการพร้อมที่พักที่มีระดับในรูปแบบของรีสอร์ท และสปาและจัดเตรียมการนวดในรูปแบบต่างๆ ไว้รองรับเพื่อบริการนักท่องเที่ยวและเน้นบริการในลักษณะการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี เป็นเพื่อนที่ดี ยินดีที่จะให้บริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพต่อไป

บทสรุปการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้ง 5 ท่านโดยรวม ดังนี้

สรุปผลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในรูปแบบที่นำเสนอและเห็นด้วยเกี่ยวกับองค์ประกอบหลักในแต่ละด้านของสตาร์โมเดลว่ามีผลทำให้เกิดความพึงพอใจต่อการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและความพึงพอใจนี้มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกอย่างแน่นอน เพราะนักท่องเที่ยวทุกคนที่ได้สัมภาษณ์พูดเหมือนกันว่ามาเมืองไทยนานแล้ว มาหลายครั้งแล้วด้วยและจะพยายามหาเวลามาเที่ยวเมืองไทยให้อยู่ได้นานหลายวัน พอกลับไปเล่าให้เพื่อนๆ ฟัง คนอื่นก็อยากมาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเช่นกัน ในเรื่องราคาดังนั้นจะเป็นไปตามช่วงโอกาสที่มาในแต่ละครั้ง ถ้าเป็นกรณีพิเศษถึงจะราคาสูงแต่ถ้าได้รับบริการที่คุ้มค่าสมกับราคาก็ยินดีที่จะจ่ายไม่ได้มีปัญหาอะไร

3. ขั้วตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพกับพฤติกรรมความต้องการสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป จะให้ความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและการใช้บริการแพทย์แผนไทยซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนจากรายการค่าใช้จ่ายในการใช้บริการของผู้ที่มีประกันสุขภาพ เพราะสำนักงานประกันสุขภาพจะเป็นผู้ออกให้ทั้งหมด นักท่องเที่ยวชอบที่จะใช้บริการในลักษณะทัวร์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะจะได้พักผ่อนครบวงจรทั้งจากการท่องเที่ยวและการใช้บริการด้านสุขภาพ ในมุมมองของนักท่องเที่ยวการเลือกเดินทางท่องเที่ยวหากมีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ตนเองสนใจช่วยให้เกิดพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว เช่นรูปแบบกิจกรรมการบริการอาบน้ำแร่และไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก เช่น จังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับ ปาสีร์ตันการดีและคณะกล่าวไว้ในรายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (สปา) โดยส่วนมากนักท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพค่อนข้างมีความคิดสร้างสรรค์ดังนั้นในการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่พักรวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพสำหรับปัญหาการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อความหมายของมัคคุเทศก์ พบว่ามีความสอดคล้องกับการจัดทำ

แผนการจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน เช่น แผนการสื่อความหมาย เพราะหมายถึง การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและมีใจความสำคัญที่สามารถเชื่อมโยงกับผู้ฟังได้อย่างผลิตเฟลินโดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเข้าใจในคุณค่าของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่นั้น และได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเดินทางเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวได้ต่อไป

ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Mathieson and Wall (1982) องค์ประกอบ ด้านลักษณะของการเดินทาง ได้แก่ ระยะทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เวลาที่มีในการท่องเที่ยว และจำนวนสมาชิกในกลุ่ม พบว่า ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว มากกว่า 5 วันและเป็นสัปดาห์ รองลงมา วิธีการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นิยมมาคนเดียว มากับครอบครัว มากับญาติ มาเพื่อน ๆ และบริษัททัวร์ เป็นต้น และสอดคล้องกับ Romsa and Blenman (1989) พบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวมากับเพื่อน ๆ รองลงมา มากับครอบครัว ระยะเวลาและประเภทการให้บริการบำบัดสุขภาพที่ใช้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นิยมใช้บริการนวดตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีปัญหาปวดเมื่อย เช่น ชาวสวิสเซอร์แลนด์และเยอรมันจะ นิยม อบตัวด้วยหญ้าแห้งหรือฟางข้าวก่อนนวดเพื่อคลายความเจ็บปวด นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน จะนิยมนวดในตอนเช้าของวัน เพื่อให้มีจิตใจปลอดโปร่ง เบาสบาย ลดความกังวล นอกจากนี้ ในบาง รายจะเดินทางพักผ่อนก่อนด้วยการไปอาบน้ำแร่หรือน้ำอุ่น พร้อมการบำบัดด้วยกลิ่นหอม เพื่อทำ ให้ร่างกายสดชื่น ตรงข้ามกับกลุ่มผู้สูงอายุจะใช้บริการสปาระยะยาวหรือต่อเนื่อง จะใช้โปรแกรม สปา วายน้ำในอ่างน้ำวน ทานอาหารสุขภาพ ทำสมาธิและสวดมนต์ ขี่จักรยาน เป็นต้น

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่จุดให้บริการท่องเที่ยวโดยเฉพาะตามแหล่งท่องเที่ยวการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องการ อนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความปลอดภัยความเหมาะสมคัมค่ากับราคาค่าบริการ การ ดูแลนักท่องเที่ยว บ้ายบอกทาง บ้ายสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะในบริเวณพื้นที่ที่ เสี่ยงอันตราย สอดคล้องกับสุวีร์ณัฐย์ โสภณศิริ. 2554: 31-32) ซึ่งได้วิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรม นักท่องเที่ยวและการปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยวที่มีความหวังใยในสุขภาพมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเลือกใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านสุขภาพ ได้มากที่สุดด้วย (Hudson.2008 : Raza.2004) เช่น ร้านอาหารที่มีบริการอาหารที่ดีต่อสุขภาพ โรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีห้องออกกำลังกาย ควรมีโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพนำเสนอ ด้วย บ้ายบอกทางการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ต่อยอดกิจกรรมในเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่าง ต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Mathieson and Wall (1982)ได้เสนอโมเดลที่แสดงถึงกระบวนการที่นำไปสู่ การตัดสินใจที่จะซื้อการท่องเที่ยวหรือการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว คือการที่บุคคลมีความต้องการที่ จะท่องเที่ยว ในขั้นความต้องการที่จะท่องเที่ยว นั้น บุคคลจะรู้สึกถึงความต้องการที่จะท่องเที่ยวและ จะมีการเปรียบเทียบผลที่ได้จากการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะมีความต้องการบริการที่มีรูปแบบเฉพาะบุคคล นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน ธุรกิจท่องเที่ยวจึงจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนการบริการให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด (Hudson: 2008) สอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล (2552) ซึ่งกล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ได้แก่ เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด เพื่อท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ๆ ตามลำดับ แต่ถ้าเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุต้ององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวม พบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ที่ตั้งของที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

จากการสัมภาษณ์ภาคคุเทศก์ พบว่า ผู้ให้บริการต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ โดยไม่เพียงภาคคุเทศก์ต่างประเทศเท่านั้นที่ไม่เอารัดเอาเปรียบ หลอกลวง นอโกงนักนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่หมายถึงผู้ให้บริการในทุกรูปแบบ เช่น รถตุ๊กๆ รถแท็กซี่ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกหรือแม้แต่ร้านนวดเพื่อสุขภาพขนาดเล็ก ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการฝ่ายใดก็ตามที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงานที่ดีต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในด้านความปลอดภัยตามบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกและง่ายในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวซึ่งควรจัดทำป้ายบอกทาง เส้นทางท่องเที่ยว และมีแผนที่ริมทางทั้งที่เป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่สำคัญ ด้านการให้บริการนำเที่ยวและภาคคุเทศก์ควรมีการจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศ ซึ่งไม่เพียงแต่ใช้เพื่อสื่อสารเท่านั้นแต่ควรเน้นการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมาย สื่อสารให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสามารถอธิบายและแนะนำนักท่องเที่ยวให้เที่ยวได้อย่างเข้าใจถูกต้องและตรงกัน

การให้บริการข้อมูลข่าวสารเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ได้อย่างสะดวกสบายมากขึ้น ด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค ซึ่งควรให้ความสำคัญดูแลและเอาใจใส่ให้มากขึ้นมีบำรุงรักษาปรับปรุงถนนให้ทั่วถึงทุกพื้นที่แม้แต่ในชุมชนที่สามารถจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ แม้ว่าจะ ด้านที่พัก พนักงานที่ให้บริการด้านที่พักควรใช้ภาษาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดีและไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว โดยจัดระดับราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพบริการ สอดคล้องกับมธุรส ปรานไพรี,มลทิชา แจ่มจันทร์ และณัฐฉิ สุวรรณช่าง (2550) กล่าวว่า ภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพดึงดูดใจ ควรให้ความสำคัญต่อการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ หรือการท่องเที่ยวทางเลือกร่วมกับเส้นทางท่องเที่ยวปัจจุบัน โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นและสร้างเครือข่ายการวิจัยร่วมกับภาคเอกชนและประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้สอดคล้องกับ ราณี อธิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2554) กล่าวว่า บริษัทอาจจัดนำเที่ยวตลอดรายการหรือบางส่วน เช่นที่พัก การเดินทางและกิจกรรมบางประเภท เพื่อให้นักท่องเที่ยวขยายวันพักเรียนรู้ตามความสนใจเฉพาะเรื่อง ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวในงานวิจัยที่ศึกษา ได้แก่ มรดกทางประวัติศาสตร์ เทศกาลงานประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่

ควรมีการจัดประชาสัมพันธ์เผยแพร่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกได้เห็นและเป็นการกระตุ้นความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์แล้ว หน่วยงานภาครัฐบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางป้ายบิลบอร์ด บนถนนเส้นทางสายหลักที่นักท่องเที่ยวใช้สัญจร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ในรูปแบบสารคดีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การตีพิมพ์ลงในสื่อนิตยสารการท่องเที่ยวผ่าน สื่อวิทยุ ป้ายบิลบอร์ด และแผ่นพับ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ngamsom B.(2001) พบว่า แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้บุคคลที่สนใจได้เกิดการรับรู้และเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกจะนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติบำบัดตามวิถีตะวันออก ดังนั้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนเพื่อประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น เราควรเน้นคุณค่าและส่งเสริมกระบวนการรักษาตัวเองด้วยวิถีธรรมชาติบำบัดซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น การจัดโปรแกรมการกินอาหารปลอดสารพิษ เพื่อรักษาระบบภายในร่างกายหลังจากการรับประทานอาหารออกจากร่างกาย การใช้พลังงานหรือวารีบำบัดในการรักษาโรค การประคบร้อน-ประคบเย็น การนวดเพื่อการบำบัด หรือคลายความตึงเครียด การดูแลสุขภาพเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียังรวมถึงการปรับนิสัยในการบริโภคอาหารให้เหมาะสมกับสภาพร่างกายของตนเองและการดูแลสุขภาพด้วยแนวทางตามภูมิปัญญาดั้งเดิม ที่มักนำมาใช้ผสมผสานกับการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่น ชี่กง โยคะ และการทำสมาธิตามวิถีพุทธ เพื่อการบำบัดรักษาจิตใจ คลายเครียด ซึ่งมีส่วนช่วยป้องกันความเจ็บป่วยทางร่างกาย

วิธีการบำบัดสุขภาพที่นิยมใช้ในรัฐแคลิฟอร์เนีย วิธีฝังเข็ม ใช้สมุนไพร/สมุนไพร นวด ผีกลสมาธิ และการออกกำลังกายหรือรักษาตามแนวทางของประเทศตะวันออก มากกว่า 99% ค้นเคยกับวิธีบำบัดรักษาแบบแผนโบราณ/ตามธรรมชาติข้างต้น รองลงมาใช้การนวดบำบัด การรักษาด้วยสมุนไพร การฝังเข็ม การทำสมาธิ หรือการออกกำลังกาย การบำบัดรักษาตามแบบตะวันออกพบว่า ส่วนมากจะตระหนักถึงคุณประโยชน์ของการบำบัดรักษาแผนโบราณแบบธรรมชาติ และมีความรู้สึกที่ดีต่อการนวดบำบัดมากที่สุด ตามด้วยการใช้สมุนไพร การฝึกสมาธิ การบำบัดรักษาแบบตะวันออกและในขณะเดียวกันมีแนวโน้มใช้บริการรักษาตามธรรมชาติมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของบริการบำบัดสุขภาพยังมีอุปสรรคหลายประการ เนื่องจากยังไม่ชัดเจนในการส่งเสริมการใช้บริการ ตลอดจนมีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการบำบัดรักษาสุขภาพด้วยสมุนไพรหรือวิถีธรรมชาติยังไม่ต่อเนื่อง ประกอบกับผู้ใช้บริการจำนวนมากไม่สามารถสละเวลาเพียงพอต่อการบำบัดรักษา ส่วนใหญ่นิยมใช้บริการทุกประเภทในเวลาเดียวกันในช่วงวันสุดสัปดาห์ ซึ่งอาจทำให้เหนื่อยล้าในการใช้บริการมากกว่า

ความมีชื่อเสียงและความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีผลในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเลือกใช้บริการ Bang-ornrat Rojwannasin (1982) เรื่อง ปัจจัยกำหนดการเดินทางเข้ามาสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยแบ่งนักท่องเที่ยวเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น อาเซียน ตะวันออกกลางและอื่นๆ พบว่า เมื่อรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้น จะเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย ระดับราคาสินค้าและบริการเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญ อัตราแลกเปลี่ยนเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และญี่ปุ่น ราคาน้ำมันซึ่งเป็นต้นทุนค่าขนส่ง เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการดำเนินมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ (ปวารณา อัจฉริยบุตร, 2547) พบว่า ปัญหาบุคลากรที่ขาดการพัฒนาฝีมือภาครัฐควรส่งเสริมผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพในการนวดให้ได้มาตรฐาน เพื่อเป็นการพัฒนาบุคลากรสาขาอาชีพนี้สู่อาเซียน

ข้อแตกต่างในการใช้บริการทางสุขภาพระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีอำนาจในการซื้อมากกว่านักท่องเที่ยวคนไทยจึงไม่มีปัญหาในเรื่องราคาการให้บริการ ซึ่งตรงข้ามกับนักท่องเที่ยวคนไทยโดยทั่วไปที่จะพิจารณาในเรื่องราคาค่าบริการเป็นประการสำคัญมากกว่าเรื่องของคุณภาพที่ได้รับจากการบริการที่ได้มาตรฐาน สอดรับกับจุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน พบว่ามีราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับการบริการหรือการรักษา สำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะนิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่บำบัดรักษาโรคโดยใช้น้ำที่มีแร่ธาตุสามารถรักษาหรือฟื้นฟูหรือป้องกันสุขภาพหรืออาจจะเป็นการบำบัดเพื่อผ่อนคลายความเครียด ซึ่งจะคล้ายกับนักท่องเที่ยวชาวนิวซีแลนด์ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นน้ำพุร้อนนักท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียจะนิยมใช้บริการตามโรงแรมและรีสอร์ทมากกว่าถ้าเป็นการทำกิจกรรมเชิงสุขภาพ เช่น การนวดหรือกิจกรรมเสริมความงามเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะการใช้โคลนและการใช้น้ำมันหอมระเหย สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาและแคนาดา ที่กล่าวว่า นิยมการนวดเป็นที่สุดและจะชอบมากถ้าเข้าใช้บริการในโรงแรมหรือรีสอร์ทที่ค่อนข้างจะทันสมัย เราจึงควรยกระดับการให้บริการนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพและยกระดับมาตรฐานให้สูงขึ้น เพราะเป็นเทคนิคการรักษาสุขภาพที่ให้ประสิทธิผลสูง สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ พบว่า บริการสปาที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นให้ความสนใจเป็นการนวดเพื่อผ่อนคลายความตึงของกล้ามเนื้อ โดยเฉพาะการนวดแผนไทยโบราณ และมีเหตุจูงใจที่สำคัญมาจากความเครียด จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสปา ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในการใช้บริการสปา เพราะต้องการคลายเครียด ซึ่งยังสอดคล้องกับรายงานฉบับสมบูรณ์โอกาสทางการตลาดการท่องเที่ยวกอล์ฟและสุขภาพในประเทศไทย กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรปและอเมริกา (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545) พบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์สำคัญและเลือกใช้บริการบำบัดสุขภาพโดยใช้บริการสปาประจำวัน ส่วน

ผู้ใช้สปาในโรงแรมและรีสอร์ทตามเส้นทางการท่องเที่ยวหรือเรือสำราญเลือกใช้บริการเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

สรุปการดูแลสุขภาพสภาพด้วยการดำรงชีวิตให้มีสุขภาพดีทั้งทางกายและใจมีหลายมิติ เช่นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการดูแลสุขภาพนั้น ในช่วงเวลาที่กำลังเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางจะปราศจากความตึงเครียด นักท่องเที่ยวจะรู้สึกผ่อนคลายและรู้สึกดีที่ได้เดินทางออกจากสภาพแวดล้อมเดิม นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพส่วนมากเป็นผู้ที่รู้จักตนเอง และความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะแตกต่างออกไปในแต่ละช่วงเวลาของชีวิต ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงให้ความสำคัญแก่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะทำในระหว่างการเดินทาง มากกว่าจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว โดยถือว่า "Wellness Is a Journey, Not a Destination." (Smith and Kelly.2006)

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ผลที่ได้จากงานวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับทุกองค์ประกอบว่ามีผลต่อความพึงพอใจและมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลับมาใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยอีก ถ้าเราสามารถตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับความคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับในแต่ละระดับ หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวจึงควรเน้นการให้ความสำคัญของเงินที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในลักษณะที่สมกับระดับราคาที่นักท่องเที่ยวได้รับมากกว่าจะเน้นในด้านราคาถูกไม่ใช้การนำเสนอราคาต่ำแต่นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ไม่คุ้มค่าหรือราคาสูงแต่กลับได้รับบริการไม่สมราคาเพราะถ้าเราสามารถตอบสนองความคุ้มค่าให้กับนักท่องเที่ยวที่ความสามารถในการจ่ายได้สูง ก็จะนำมาซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรนำข้อมูลที่ได้ในงานวิจัยไปประยุกต์ใช้วางแผนกลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างการรับรู้ความพึงพอใจ การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องตามนโยบายการท่องเที่ยว 4.0 ของรัฐบาล เช่น

บริษัททัวร์ท่องเที่ยว สามารถนำไปใช้วางแผนทางการตลาดเพื่อนำเสนอขายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

โรงแรมจะได้นำไปใช้ประกอบการวางแผนจัดเตรียมพื้นที่บริการภายในโรงแรมที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของโรงแรมนั้น ตามลำดับความสำคัญเพื่อลดความเสี่ยงและคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายในการลงทุน

หากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พำนักในระยะยาว ไม่เพียงแต่เป็นการเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรมแต่จะเป็นการนำไปสู่การกระจายรายได้สู่ชุมชนคนในพื้นที่ใกล้เคียงและผู้ประกอบการธุรกิจ

ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เช่น การจัดฝึกอบรมทักษะทางวิชาชีพทั้งในด้านการบริการ การนวดแบบต่างๆ การเป็นมัคคุเทศก์น้อยหรือการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น

จากผลการวิจัยสื่อที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดในระดับกลุ่ม คือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะการใช้งานการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวค่อนข้างสูงเนื่องจากมีความสะดวกและรวดเร็วรัฐบาลจึงควรให้การส่งเสริมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทนี้อย่างต่อเนื่องในวิธีการที่หลากหลายรูปแบบเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง เช่น ควรจัดการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเพื่อนำเสนอองค์ประกอบทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยใช้รูปแบบ STAR MODEL by SIRIKORN ในหัวข้องาน

สยามเมืองยิ้ม SIAM : LAND OF SMILE “STAR MODEL by SIRIKORN”

.....FOREIGNER....COMING SOON TO THAILAND...

FOR HEALTHY BY YOURSELF FROM YOUR HEART

สร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น เส้นทางงานเทศกาลในภูมิภาคต่างๆ ในแต่ละจังหวัด โดยมีเงื่อนไขว่าต้องมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองในการนำเสนอและต้องจัดเป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่องเพื่อจัดทำเป็นปฏิทินนำเสนอทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทย โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติควรระบุเวลาในการจัดงานที่แน่นอนเนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนมากจะวางแผนท่องเที่ยวในระยะยาวส่วนนักท่องเที่ยวไทยควรมีให้เลือกที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มตามสะดวกทั้งในช่วงวันหยุดวันธรรมดาและวันหยุดพิเศษ

ควรมีการวิจัยในลักษณะการส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสู่ระดับสากลในแต่ละประเภทให้เหมาะสมเพราะในบางแห่งที่เหมาะสมแต่ยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ควรสามารถตอบสนองได้ทุกกลุ่ม เช่น คนพิการ รวมถึงป้ายบอกทางในเส้นทางหลักและเส้นทางรองตลอดการเดินทางโดยเฉพาะภายในชุมชน ซึ่งควรใช้ภาษาต่างประเทศในแหล่งท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมการสื่อสารและได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ควรสนับสนุนให้มีการจัดทำสื่อในรูปแบบ Website และ Application แบบสองภาษา โดยเฉพาะภาษาที่สามตามความนิยมของแต่ละพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อความสะดวกและช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมาเที่ยวและพำนักอยู่นานวันมากขึ้น

ควรวิจัยสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งในระดับอาเซียนและระดับสากลที่มีต่อการจัดทำหลักสูตรอบรมด้านการใช้ภาษาต่างประเทศในงานบริการ สำหรับผู้ประกอบการหรือในงานมัคคุเทศก์สำหรับคนในท้องถิ่นอย่างจริงจังและต่อเนื่องตามความเหมาะสมของแต่ละในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากแนวโน้มการเติบโตของภูมิภาคอาเซียนจะทำให้ประเทศไทยมีโอกาสที่จะใช้ประโยชน์จากตลาดที่ใหญ่ขึ้นเป็นความร่วมมือในระดับภูมิภาคเพราะปริมาณนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้น จึงควรมีการทำวิจัยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มอาเซียนกับชาวไทย ในลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวทั้งในเชิงส่งเสริมสุขภาพและเชิงบำบัดรักษาสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีผลต่อการท่องเที่ยวเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวหรือไม่

หลังจากได้ผลการวิจัยในเชิงสำรวจแล้ว ควรมีการวิเคราะห์แบ่งย่อยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยให้สอดคล้องกับกลุ่มการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษและสอดคล้องกับความต้องการของรัฐบาล เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการที่จะเรียนรู้และรับประสบการณ์ที่แตกต่างกันในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งควรศึกษาโดยเน้นที่จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นหลักและเปรียบเทียบให้เห็นความต้องการในรูปแบบที่แตกต่างกัน ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบความต้องการเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางการสร้างจุดขายได้ชัดเจนและสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

ในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบที่พักเพื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากองค์ประกอบที่ได้จาก STAR MODEL by SIRIKORN สามารถเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว และการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุหรือที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและกระแสที่เปลี่ยนแปลงของการท่องเที่ยวที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าหลักของประเทศไทยคือกลุ่มยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และประเทศไทยซึ่งกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยในปี 2030 และหากเพิ่มศักยภาพในองค์ประกอบแต่ละด้านของการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มนี้ได้ จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นที่จะพำนักรับรองนักท่องเที่ยวในประเทศไทยได้นานวันมากขึ้น



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560.
กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2557). รายงานประจำปี 2557 *Statistics report 2012*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2556). รายงานประจำปี 2556 *Statistics report 2011*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2552). รายงานประจำปี 2552 *Statistics report 2007*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2553). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2552). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. (2546). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กวิน วงศ์ลีดี. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวต่างชาติในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- กวรรณ สังขกร, สุรีย์ บุญญาพงศ์, กฤษณา พุ่มเล็ก และกาญจนา จีรัตน์. (2555). รายงานการวิจัยการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ *Slow Tourism* ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ และเสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ. (2547). ความต้องการและความพึงพอใจของชาวต่างชาติในการพำนักระยะยาว ในจังหวัดเชียงใหม่. สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2554). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชูชัย สมितिไกร. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : บริษัทวีพริ้นท์ จำกัด.
- ทิตนา แคมมณี. (2551). ศาสตร์การสอนองค์ความรู้เพื่อการจดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเลิศ จิตตังวัฒนา (2555). การจัดการด้านการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : หจก.เฟิร์นข้าหลวง พรินตติ้งปับลิชชิ่ง.

- _____. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พิมพ์ครั้งที่ 1 บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ปกาศิต พันธุ์เพ็ง. (2553). แรงจูงใจที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักรของนักท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประภาพร พนมไพบ, วาสนา ทิพย์ศรี และราชนนทร์ ชูศรี. (2549). รายงานการวิจัย ทศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ปวารณา อัจฉริยบุตร; จิราพร ประสารการและชนินฐา ธนาวิรัตนานิจ. (2547).โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่.สำนักงานประสานงานการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- ปาลิรัตน์ การดี, พียะดา มะลาและศรีศักดิ์ สุนทรไชย. (2547). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- พาษกล ชัยวิศิษฐ์. (2549). บทบาทของธุรกิจสปา เพื่อสุขภาพในการส่งเสริมเชียงใหม่ให้เป็นศูนย์กลางการบริการสุขภาพ.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลริสเรล สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มธุรส ปราบไพร,มลทิดา แจ่มจันทร์ และณัฐภูมิ สุวรรณช่าง. (2550). การปรับปรุงโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย : กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2545). รายงานการวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวอายุ 50 ปี ขึ้นไปที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด. (2553). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำฐานข้อมูลท่องเที่ยวและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ปี พ.ศ. 2553-2555. เพชรบุรี: องค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. บทที่ 1-15. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. (2554). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มีงสรรพ ขาวสะอาด และ นภัตสร สุวรรณประกร.(2548). อุตสาหกรรมสปาในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- มยุรี ทองสงฆ์. (2548). *สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย. กลุ่มพัฒนามาตรฐานบริการท่องเที่ยว สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา*
- มัทนา พานานิรามย์. (2546). *ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ต่อความเป็นอยู่ที่ดีและความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นไทย. สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ราณี อธิชัยกุล. (2554). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว. ชุมวิชาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.*
- _____. (2552). *รายงานการวิจัยการส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุจากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย ในชุดโครงการวาระแห่งชาติเพื่อการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวสู่การพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.*
- _____. และชัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2554). *รายงานการวิจัยการท่องเที่ยวที่ไร้ความเร่งรีบเพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านการสื่อความหมายสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวยุโรป. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.*
- _____. (2552). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาร่วมกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.*
- เลิศพร ภาระสกุล. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2545). *ทฤษฎีการประเมิน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- วรรณ วะษ์วานิช. (2546). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- วิลาวัลย์ เฝ้าเสถียรพันธ์. (2552). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสนใจของการท่องเที่ยวสปาในจังหวัดภูเก็ต. สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์. (2548). *โอกาสและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ยุโรป และอเมริกา. วารสารบริหารธุรกิจ. (มกราคม-มีนาคม). 28(105). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- สรินหทัย ศักดิ์กุลพิทักษ์. (2550). *ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจสปาที่ลูกค้าต้องการ.*
- สุกัญญา พยุงสิน. (2553). *กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจสปาในประเทศไทย.*

- สุภมาส อังศุโชติ. (2552). สถิติวิเคราะห์การวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เจริญดีมีนคองการพิมพ์.
- สุธีราภรณ์ อันติมานนท์. (2553). ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการใช้บริการของภูเก็ตพารานา ราสปาจังหวัดภูเก็ต
- สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อินทนิล.
- สุพรรณิการ์ ขวัญเมืองและเบญจวรรณ โมกมล. (2550). ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปา จังหวัดเชียงราย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุรพล ศรีวิทยาและคณะ. (2546). โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวม เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ
- อารัญ บุญชัย และจินนา ตันตราวิพุธ. (2546). ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจุดขายใหม่ของการท่องเที่ยวไทย. วารสารเศรษฐกิจและสังคม. (พฤศจิกายน-ธันวาคม).40(4): 22-23.
- อุทุมพร จามรมาน. (2541). โมเดลคืออะไร. วารสารวิชาการ 1 (มีนาคม 2541) : 22
- Aday,L.A.; & Anderson,R. (1975). *Development of induce of access to medical care*.Michigan: Ann arbor Health Adminstration Press.
- Allen,T.J. (1998). *Roman healing spas in Italy : a case study in design and function*.
- Bang-Ornat Rojwannasin. (1982). *Determinants of international tourist flows to Thailand*. Economics. Thammasat University,
- Barrows,ClaytonW. & Powers,T.(2009).*Introduction to management in the hospitality industry*. 9th ed.New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Best,J. & Kahn,J.V. (1998). *Research in education*. 6th New Jersey : Prentice-Hall.
- . (2006). *Research in education*. 10th Boston : Pearson Education Inc.
- Browne, M.,W., & Cudeck, R. (1993). *Alternative ways of assessing model fit in*.
- Bruce, K., Darren, M. S., Jamie, E.L.S., Kanaroglou, P., Páez, A. (2005). *Travel behavior within Canada's older population: a cohort analysis*. Journal of Transport Geography. Volume 13, Issue 4, December 2005 : 340–351.
- Bruner.E.M. (1989).*Tourism creativity and authenticity studies in symbolic interaction*. 10:109-114.
- Cohen.E. (1974). *Who is a tourist? A conceptual clarification*. The Sociological Review, Vol. 22(4) ; 527-555.
- Cooper C.F. and Others. (2005). *Tourism principles and practice*. 3rd ed. Harlow : Pearson Education Limited.
- Deleo, C. A. (1983). *Interrelationships between job satisfaction and leisure satisfaction for municipal recreation director in New England*. Dissertation Abstracts International. 43 (12): 3638A.

- Dickman, C.R. (1996). *Overview of the impacts of feral cats on Australian native fauna*. Australian Nature Conservation Agency, Canberra.
- Ernest, J., Ilgen, R., & Daniel. (2003). *The safety of massage therapy industrial psychology*. Englewood Cliff, N.J. : Prentice-Hall.
- Eiturt, Patricia J. (2011). *An assessment of the role of natural hot and mineral springs in health, wellness and recreational tourism*. James Cook University National Library of Australia.
- Goeldner, Charles R.; & Ritchie, Brent. (2009). *Tourism: principles, practices and philosophies*. 11th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- _____. (2006). *Tourism principles, practice and philosophies*. 10th ed. New Jersey: John Wiley & Sons, inc.
- Getzels, J.W., Guba E. G. (1957). *Social behavior and the administrative process*: School Review.
- Good, C.V. (1973). *Dictionary of education*. New York : McGraw-Hill.
- Hallab, Z.A.A. (1999). *An exploratory study of the relationship between healthy living and travel behavior*. Diss. Virginia Polytechnic Institute and State University, Print.
- Hanna, N.; & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior an applied approach*. Englewood-Cliff, N.J.: Prentice-Hall.
- Hausser, D.L. (1980). *Comparison of different models for organizational analysis*. New York: John Wiley and Son.
- Hemphill, J. K. and Westie, C. M. (1950). *The measurement of group dimensions*. Journal of Psychology, 29 (April 1950), : 325-342.
- Hendee, J. C. and Others. (1984). *Wilderness users in the Pacific Northwest: their characteristics, values and management preferences*. Washington, D.C.: USDA Forest Service Research Paper PNW-61. : 60-64.
- Heung, V. C. S., and Chu, R. (2000). *Important factors affecting Hong Kong consumers in choice of a travel agency for all-inclusive package tour*. 39, 52-59.
- Hong, G.-S., Morrison, A. M., & Cai, L. A. (1996). *Household expenditure patterns for tourism products and services*. Journal of Travel & Tourism Marketing, 4(4) : 15-40.
- Hong, G.-S., Kim, S. Y., & Lee, J. (1999). *Travel expenditure patterns of elderly households in the US*. Tourism Recreation Research, 24(1) : 43-52.
- Hudson, S. (2008). *Tourism and hospitality marketing : a global perspective*. London : SAGE Publication.

- Husen, Torsten and Postlethwaite. (1994). *The international encyclopedia of education*. 2nd ed. Vol.10 Great Britain: Pergamon Press.
- Jang, S., & Wu, C.-M. E. (2006). *Seniors' travel motivation and the influential factors: an examination of Taiwanese seniors*. *Tourism Management*, 27(2) : 306-316.
- Javalgi, R. G., Thomas, E. G., & Rao, S. R. (1992). *Consumer behavior in the U.S. pleasure travel market place: an analysis of senior and nonsenior travelers*. *Journal of Travel Research*, 31(2) : 14-19.
- Joreskog, K.G., & Sorbom, D. (1996). *Lisrel 8 : User's reference guide*. Chicago : Scientific Software International, Inc.
- Keeves, P. J. (1988). *Educational research and methodology and measurement*. An International Handbook. Oxford : Pergamon Press.
- Likert, R. (1931). *A technique for the measurement of attitudes*. *Archives of Psychology*. New York : Columbia University Press.
- Leiper N. (1979). *The framework of tourism : towards a definition of tourism tourists and the tourist industry*. *Annals of Tourism Research*. Vol. VI(4) : 390-407.
- Longman Dictionary of Contemporary English. (2003). *Dictionary of contemporary English, the living dictionary*. NEW – Updated Edition of the Longman Dictionary of Contemporary English 4th edition.
- Longman Dictionary of Contemporary English. (1985). *Dictionary of contemporary English, the living dictionary*. NEW – Updated Edition of the Longman Dictionary of Contemporary English 4th edition.
- Loudon, L.D.; & Bitta, A. J. D. (1993). *Consumer behavior: concepts and applications*. 4th ed. New York: Mc Graw – Hill.
- Mathieson, A.; & Wall, G. (1982). *Tourism : economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.
- Madaus, G.F., Stufflebeam, D. (Eds). (1986). *Educational evaluation : Classic Works of Ralph W. Tyler*. Boston : Kluwer Academic.
- Mc Intoch, R.W. (1977). *Tourism : principle, practices and philosophies*. Ohio: Grid Inc.
- Mc Intoch, R.W. & Goeldner, Charles R. (1986). *Tourism: principles, practices and philosophies*. 5th ed. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Middleton, Victor T.C. 1997. *Marketing in travel and tourism*. 2nd ed. Oxford : Butterworth-Heinemann.
- Mill. (1990). *Tourism the international business*. New Jersey: Prentice Hall.

- Ogilvie, Frederick Wolff. (1933). *The tourist movement: an economic study*. London: P.S.King & Son, Ltd.
- Parker, A., L. (1999). *Tourism behavior of youth in younger*. Dissertation Abstracts International. 85(12) : 1118-1119A.
- Pond, Kathleen Lingle. (1993). *The professional guide: dynamics of tour guiding*. New York: Van Nostra and Reinhold.
- Pizam, Abraham.; & Mansfeld, Yoel. (2000). *Consumer behavior in travel and tourism*. Oxford: The Haworth Hospitality Press.
- Pearce, Philip .L.; Morrison, A.M.; & Rutledge, J.L.(1998). *Tourism bridges accross continents*. Australia: The McGraw-Hill.
- Pearce, Philip L. (1980). *Perceived changes in holiday destination*. Annals of Tourism Research 9 (1) : 145 – 164.
- Pearce, Philip L. (1980a). *Favorability – satisfaction model of tourists' evaluations*. Joqrnal of Travel Research 14 (1) : 13 – 17
- Raza, Ivo.(2004). *Heads in beds: hospitality and tourism marketing*. New Jersey: Upper Saddle River.
- Ritchie, B. J. R., and Zins, M. (1978). *Culture as determinant of the attractiveness of a tourism region*. Annals of Tourism Research 5 (2) : 252 – 267.
- Ritchie, B. J. R., and Crouch, G.I. (2003). *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*. Tourism Managemant. 21 (1), 1-7.
- Romsa, G., & Blenman, M. (1989). *Vacation patterns of the elderly German*. [doi: DOI: 10.1016/0160-7383(89)90066-2]. Annals of Tourism Research, 16(2), 178-188.
- Ngamsom B. (2001). *The impacts of a bundle of travel determinants on repeat visitation : An exploratory study of tourism in Thailand*. Oklahoma State University Oklahoma.
- Scardina, S.A. (1994). *Servqual. a tool for evaluating patient satisfaction with nursing care*. Journal of Nursing Care Quality, 8.(5): 38-46
- Smith , P.L., et al. (1980). *Instructional design*. 2nd ed. New Jersey : Prentice-Hall.
- Smith M., Kelly, C. (2006). *Holistic tourism : journeys of the self ?* Tourism Recreation Research. 31(1), 15-24.
- Smith and Puczko. (2009). *Instructional design*. 2nd ed. New Jersey : Prentice-Hall.
- Stevens, Laurence. (1985). *Guide to staring and operating a successful travel agency*. Wheaton:
- Stoner, J. and Wankel. (1986). *C Management*. 3rd ed. Englewood Cliffs : Prentice-Hall.

- Swarbrooke, John.; & Horner, Susan. (2007). *Consumer behaviour in tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Um, S.; & Crompton, J. L. (1990). *Development of pleasure travel attitude dimensions*. *Annals of Tourism Research* 18: 374-378.
- Vandewatere, M. (2008). *Introducing a methodological framework for the validation of construction and theories in research on call*. Interdisciplinary Research on Technology, Education and Communication University of Leuven Belgium.
- Wahab, Crampon and Rothfield. (1999). *Cross-cultural tourist behavior*.
- Willer, D. (1986). *Scientific Sociology: Theory and Method*. Englewood Clift, NJ : Prentice-Hall.
- Woodside, A.; & Lysonski, S. (1989). *A general model of traveler destination choice*. *Journal of Travel Research*. 27 (4): 8-14.
- World Tourism Organization. (1981). *Technical handbook on the collection and presentation of domestic and international tourism statistics*.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. Tokyo: Harper and Row International Edition.
- Young, R.A. and Flowers, M.L. (1982). *Uses of patterns satisfaction and recommendations*. Forest Research Report. University of Illinois.
- Zimmer, Z., Brayley, R., & Searle, M. (1995). *Whether to go and where to go: identification of important influences on seniors' decisions to travel*. *Journal of Travel Research*, 33(3)

ภาคผนวก





ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในระยะที่ 1 ของการวิจัย

1. Professor. Dr. Ping Kun Chiu

CEO National Sports Training Center. In Taiwan.

ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ การกีฬาและสุขภาพ

2. Mrs. Chantal Yong Wai Man né Ha Sum

Professeur d'anglais, diplômée de l'Université de Paris VII, Sorbonne,
Paris, France

Collège de Sainte-Marie et Collège Adrien Cadet aux Avirons Jean d'Esme

ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาต่างประเทศ

3. ผศ.ดร.บริบูรณ์ ศรีมาชัย

คณบดีคณะวิทยาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ผู้เชี่ยวชาญด้านคณิตศาสตร์ สถิติและการใช้สมการโครงสร้าง SEM

4. ผศ.ดร.สุดาร์ตน์ มานะ

อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยว

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

5. Mrs. Punisa Phasuktham

Managing Director Smile Excursions Deale Ltd .,

ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในระยที่ 2 ของการวิจัย

1. รศ.ดร.ปิยะนาถ บุญมีพิพิธ

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมิน หลักสูตรและการวิจัย

2. ผศ.ดร.นิลมณี ศรีบุญ

ที่ปรึกษาคณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ศูนย์รังสิต
ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ การกีฬาและสุขภาพ

3. ผศ.ดร.ไอยเรศ ลิบลับ

ประธานหลักสูตรสาขาวิชาการท่องเที่ยว
สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว

4. ผศ.ดร.อนันตกุล อินทรผดุง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมิน ออกแบบและการวิจัย

5. ผศ.ดร.ปัญญา วีระวิทยเลิศ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมิน หลักสูตรและการวิจัย

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย



แบบสอบถามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น มาจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนผลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมกาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อกิจกรรมและพฤติกรรมกาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีข้อคำถามจำนวน 10 ข้อ

โปรดอ่านข้อความในแบบสอบถามแต่ละข้อและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดตามเกณฑ์พิจารณาดังนี้

- | | |
|-----------|--|
| 5 หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 4 หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก |
| 3 หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง |
| 2 หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย |
| 1 หมายถึง | มีความคิดเห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ขอความอนุเคราะห์จากท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อคำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไป

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

สิริกร เลิศลัคนาธาร

นักศึกษาปริญญาเอก

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรกรุงเทพฯ

แบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

คำชี้แจงโปรดทำเครื่องหมาย✓ ลงให้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. อายุ ปี
3. อาชีพ ☐ 1) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ 2) รับจ้างทั่วไป
☐ 3) นักเรียน/นักศึกษา ☐ 4) ประกอบอาชีพส่วนตัว
☐ 5) ลูกจ้างบริษัท/พนักงานเอกชน ☐ 6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. ภูมิลำเนาจากประเทศ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

5. ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวที่ท่านชอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ | ☐ 2) ท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา |
| ☐ 3) ท่องเที่ยวแบบผจญภัย | ☐ 4) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร |
| ☐ 5) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | ☐ 6) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ |
| ☐ 7) ท่องเที่ยวเชิงกีฬา | ☐ 8) ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม |
| ☐ 9) ท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท | ☐ 10) ท่องเที่ยวเชิงศาสนา |
| ☐ 11) ท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี | ☐ 12) ท่องเที่ยวแบบให้รางวัล |
| ☐ 13) ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ | ☐ 14) ท่องเที่ยวเชิงประชุม สัมมนา |
| ☐ 15) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

6. บุคคลผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับท่านคือใคร

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) เดินทางคนเดียว | ☐ 2) ครอบครัว / ญาติ |
| ☐ 3) เพื่อน/คนรู้จัก | ☐ 4) กรุ๊ปทัวร์บริษัทท่องเที่ยว |
| ☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

7. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง.....วัน

8. ท่านสนใจรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | |
|--|
| ☐ 1) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ |
| ☐ 2) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ ภาพถ่าย |
| ☐ 3) สื่อบุคคล ☐ 4) สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ internet / e-mail / website. |
| ☐ 5) อื่นๆ (ระบุ)..... |

ตอนที่ 3 ความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพกรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับความสนใจของท่านในกิจกรรมต่อไปนี้

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ 2. การนวดเพื่อสุขภาพ				
2. การนวดเพื่อสุขภาพ					
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม					
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ					
5. การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน					
6. การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ					
7. การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ					
8. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ					
9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ					
10.....					

ตอนที่ 4 กิจกรรมที่สนใจเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

**Research Project on Development Health Tourism for
Patterns of Health Promotion Tourism among foreign visitors to Thailand :
A Promotion Model.**

Dear Sir/Madam:

We are a research team from the Faculty of Hotel and Tourism, Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand, We are making a survey in order to find out for Foreign visitors' opinion and interest on Patterns of Health Promotion Tourism among foreign visitors to Thailand :

A Promotion Model. The purpose of this research is to develop a good understanding on how Thailand could provide facilities and services about accommodation and attraction to satisfy our visitors.

We will be much appreciated if you could help us by answering the following questionnaire.

The response to this questionnaire will be strictly hold in confidence

Please return the completed questionnaire to our researchers.

Thank you for your kind cooperation.

Please feel free to make your appropriate selection by using a checkmark ✓ in the ☐, or fill the answer in the blank. Please kindly give the fact information to the following inquiries

Part 1. Personal Information

1. Gender ☐ 1) Male ☐ 2) Female
2. Age.....years
3. Occupation

☐ 1) Government/Enterprise Officer	☐ 2) Hiring
☐ 3) Private Business	☐ 4) Pupil/Student
☐ 5) Company/Private Staff	☐ 6) Other (specify).....
4. Country.....

Part 2. Information of traveling

5. What type of tourism do you prefer ? (Answer more than 1)

☐ 1) eco tourism	☐ 2) geo tourism
☐ 3) adventure travel	☐ 4) agro tourism
☐ 5) health tourism	☐ 6) historical tourism
☐ 7) sports tourism	☐ 8) cultural tourism
☐ 9) rural / village tourism	☐ 10) meditation tourism
☐ 11) traditional tourism	☐ 12) incentive travel
☐ 13) business tourism	☐ 14) convention tourism
☐ 15) Other (specify).....	
6. With whom do you travel ?

☐ 1) alone	☐ 2) family / cousin.
☐ 3) friend	☐ 4) group tour
☐ 5) Other (specify).....	
7. How long do you travel for each trip days.

Thank you for your cooperation.

Soyez à l'aise de donner votre sélection appropriée en marquant la marque de contrôle✓ dans le petit dessein carré□, ou compléter votre réponse dans l'espace vide. Prier de bien vouloir donner les informations exactes aux demandes des renseignements suivants.

Partie 1 : Information privée

1.Genre

☐ 1) Masculin

☐ 2) Féminin

2. Age.....ans

3. Occupation

☐ 1)Fonctionnaire du gouvernement ☐ 2)Embauche

☐ 3)Affaire privée ☐ 4) Elève/Etudiant

☐ 5) Entreprise ☐ 6) Autre (spécifier)

4.Pays.....

Partie 2 : Information de voyage

5.Quel titre de voyage préférez-vous ? (Avec réponses au moins 1)

☐ 1)Eco Tourisme

☐ 2)Géo Tourisme

☐ 3) Voyage d'aventure

☐ 4) Agri Tourisme

☐ 5) Tourisme de Santé

☐ 6)Tourismehistorique

☐ 7)Tourismesportif

☐ 8)Tourisme culturel

☐ 9)Tourisme rural

☐ 10)Tourisme de méditation

☐ 11)Tourisme traditionnel

☐ 12) Voyage d'incitation

☐ 13)Tourisme d'affaires

☐ 14)Tourisme de congrès

☐ 15)Autre (spécifier)

6. Avec qui voyagez-vous ?

☐ 1) seul

☐ 2)famille / cousin.

☐ 3)ami

☐ 4)groupe

☐ 5) autre (spécifier)

7. Combien de jours prenez-vous pour chaque voyage jours

8. Comment recevez-vous les informations touristiques ?

- ☐ 1) les médias imprimés
 ☐ 2) les médias électroniques
☐ 3) la communication interpersonnelle
 ☐ 4) les médias modernes
☐ 5) autre (spécifier)

Part 3. Que préférez-vous concernant la promotion de la santé du tourisme ?

Article	Niveau de préférence				
	Très bien	Bien	Moyen	Peu	Très peu
la promotion de la santé du tourisme	5	4	3	2	1
1. Flux à base de plantes médicinales thaïes					
2. Massage thaï					
3. Aromathérapie					
4. Spa & Bien-être					
5. Hydrothérapie					
6. Aérobie / Yoga					
7. Sport					
8. Méditation					
9. Produit à base de plantes médicinales thaïes					
10.....					

Partie 4. Prière de donner votre suggestion concernant la promotion de la santé du tourisme, s'il vous plaît?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Merci

BequemseindurchMarkierenSiedasHäkchen✓ in demkleinenquadratischen Design

☐ IhreentsprechendeAuswahlzugeben, oderergänzenSielhreAntwort in den Rohling.

BetenbittegebenSiegenaueInformationenzu den Anforderungen der folgendenAuskünfte.

Teil 1

1. Geschlecht

☐ 1) Männlich

☐ 2) Weiblich

2. Alter.....Jahre

3. Beruf

☐ 1) Regierungsbeamter

☐ 2) Verleih

☐ 3) Privatgesellschaft

☐ 4) Schüler/Student

☐ 5) Gesellschaft/Privatpersonal

☐ 6) Andere (spezifizieren).....

4. Land.....

Teil 2 Reiseinformation

5. Welche TitelvontourismusbevorzugenSie ? (Antwortmehr 1)

☐ 1) ÖkoTourismus

☐ 2) GeoTourismus

☐ 3) Abenteuerreisen

☐ 4) AgrarTourismus

☐ 5) Gesundheitstourismus

☐ 6) HistorischeTourismus

☐ 7) Sporttourismus

☐ 8) KulturelleTourismus

☐ 9) LändlichenTourismus /Dorf

☐ 10) MeditationTourismus

☐ 11) TraditionellenTourismus

☐ 12) IncentiveReisen

☐ 13) Geschäftstourismus

☐ 14) Kongresstourismus

☐ 15) Andere (spezifizieren).....

6. MitwhemreisenSie ?

☐ 1) Allein

☐ 2) Familie/Vetter

☐ 3) Freund

☐ 4) Gruppe

☐ 5) Andere (spezifizieren).....

7. Wieviele Tage nehmen Sie für jede Reise? Tage.

8. Wie bekommen Sie die Touristische Informationen ?

☐ 1) Printmedien

☐ 2) Elektronische Medien

☐ 3) interpersonale Kommunikation

☐ 4) modernen Medien

☐ 5) Andere (spezifizieren).....

Teil 3. Welche bevozugen Sie in Bezug auf die Förderung des Gesundheitstourismus ?

Artikel	Ebene vorzugsweise				
	Sehr viele	Viele	Durchschnitt	Wenig	Sehr wenig
Die Förderung des Gesundheitstourismus	5	4	3	2	1
1. Fließt Grundmedizinische Thai Pflanzen					
2. Thai. Massage					
3. Aroma therapie					
4. Wellness-Spa					
5. Hydrotherapie					
6. Aërobic / Yoka					
7. Sport					
8. Meditation					
9. Produktmedizinische Thai Pflanzen					
10. Andere (spezifizieren).....					

Teil 4. Bitte geben Sie Ihren Vorschlag in Bezug auf die Förderung des Gesundheitstourismus.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....*

Danke

答えはこのマーク✓を□に書いてください。
ご協力をお願いいたします。

① 個人情報

1. 性別 ☐ 1) 男性 ☐ 2) 女性
2. 年齢.....歳
3. 職業
- | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|
| ☐ 1) 公務員 | ☐ 2) 従業員 |
| ☐ 3) オナービジネス | ☐ 4) 生徒 |
| ☐ 5) サラリーマン | ☐ 6) その他 |
4. 国.....

② 旅行について

5. 旅行の目的は
- ☐ 1) エコツーリズム（自然）
- ☐ 2) ジオツーリズム（知識と理解の獲得を目指す観光である）
- ☐ 3) 冒険
- ☐ 4) アグロツーリズム（農業的）
- ☐ 5) ヘルジー ツーリズム
- ☐ 6) 歴史 ツーリズム
- ☐ 7) スポーツ ツーリズム
- ☐ 8) 文化 ツーリズム
- ☐ 9) 農村 ツーリズム
- ☐ 10) 禅定 ツーリズム ☐ 11) 行事ツーリズム
- ☐ 12) 動機付け ツーリズム
- ☐ 13) ビジネスツーリズム
- ☐ 14) 協議ツーリズム ☐ 15) その他.....

6.誰と一緒に旅行する？

☐ 1) 一人

☐ 2) 家族

☐ 3) 友達

☐ 4) グループツアー

☐ 5) その他.....

7.旅行に1回どのくらい行きますか？.....日

8.どっやって観光地の情報を知りますか？

☐ 1) プリントメディア

☐ 2) 電子媒体

☐ 3) 人の言伝

☐ 4) モダンメディア

☐ 5) その他.....

③ヘルジー プロモーション ツーリズムについてですが、
どれがお気に入りですか？

ツーリズムについてですが、 どれがお気に入りですか	5	4	3	2	1
1.タイ ハーブ スチーム					
2.タイ マッサージ					
3.アロマー セラピー					
4.スパ/エステー					
5. ウォーター セラピー					
6.エアロビクス/スポーツ					
7.ゴルフ					
8.静座					
9.タイ ハーブ 製品					
10.その他.....					

④ヘルジー ツーリズムについてですが、あなたはどのように思いますか。

.....
.....

ご協力ありがとうございました

แบบสังเกตพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ

คำชี้แจงโปรดให้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับความป็นจริง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1. เพศ ปี
2. อายุ
 - 2.1) ต่ำสุด..... ปี
 - 2.2) มากสุด..... ปี
 - 2.3) โดยส่วนมาก..... ปี
3. กลุ่มนักท่องเที่ยวของท่านมาจากประเทศใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ประเทศ)
.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

5. กิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวของท่านชอบ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ 1) ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ | ☐ 2) ท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา |
| ☐ 3) ท่องเที่ยวแบบผจญภัย | ☐ 4) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร |
| ☐ 5) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | ☐ 6) ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ |
| ☐ 7) ท่องเที่ยวเชิงกีฬา | ☐ 8) ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม |
| ☐ 9) ท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท | ☐ 10) ท่องเที่ยวเชิงศาสนา |
| ☐ 11) ท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี | ☐ 12) ท่องเที่ยวแบบให้รางวัล |
| ☐ 13) ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ | ☐ 14) ท่องเที่ยวเชิงประชุม สัมมนา |
| ☐ 15) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

6. บุคคลผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวของท่านคือใคร

- | | |
|---|--|
| ☐ 1) เดินทางคนเดียว | ☐ 2) ครอบครัว / ญาติ |
| ☐ 3) เพื่อน/คนรู้จัก | ☐ 4) กรุ๊ปทัวร์บริษัทท่องเที่ยว |
| ☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

7. ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวของท่านใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง.....วัน

8. นักท่องเที่ยวของท่านสนใจรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

- ☐2) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ ภาพถ่าย
- ☐3) สื่อบุคคล
- ☐4) สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ internet/ e-mail / website.
- ☐5) อื่นๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 3 ความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับระดับความสนใจของท่านในกิจกรรมต่อไปนี้

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยว				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. การอบและประคบสมุนไพรไทย					
2. การนวดเพื่อสุขภาพ					
3. การบำบัดโดยใช้กลิ่นหอม					
4. การบำบัดโดยการใช้น้ำ					
5.การบำบัดด้วยการอาบน้ำแร่และน้ำพุร้อน					
6.การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ					
7.การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ					
8.การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ					
9.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ					
10.....					

ตอนที่ 4 กิจกรรมที่สนใจเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อรับรองรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ผู้วิจัยได้พัฒนามาจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนผลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีข้อคำถามในแบบสอบถามจำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR Model” ในแต่ละรายองค์ประกอบ

โปรดศึกษารูปแบบที่แนบมานี้ พร้อมอ่านข้อความในแบบสอบถามแต่ละข้อและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดตามเกณฑ์พิจารณาดังนี้

- | | |
|-----------|---|
| 5 หมายถึง | มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด |
| 4 หมายถึง | มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก |
| 3 หมายถึง | มีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง |
| 2 หมายถึง | มีความเหมาะสมอยู่ในระดับอยู่ในระดับน้อย |
| 1 หมายถึง | มีความเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR Model” ในแต่ละรายองค์ประกอบ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ขอความอนุเคราะห์จากท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อคำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อไป

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

สิริกร เลิศลักษณ์ธาร

นักศึกษาปริญญาเอก

ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรกรุงเทพฯ
2. ปัจจุบันอายุ ☐ 21-30 ปี ☐ 31-40 ปี ☐ 41-50 ปี ☐ 51-60 ปี
3. ระยะเวลาในการทำงาน ☐ 1-5 ปี ☐ 6-10 ปี ☐ 11-15 ปี ☐ มากกว่า 15 ปี
4. การศึกษา ☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก ☐ อื่นๆ.....
5. ตำแหน่งงานปัจจุบัน
6. ตำแหน่งทางวิชาการ ☐ อาจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR Model” ซึ่งประกอบด้วยดังนี้

ประเด็นการรับรองรูปแบบ	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.การกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบ					
1.1 องค์ประกอบของรูปแบบมีความเหมาะสมและครอบคลุมความต้องการตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ					
1.2 องค์ประกอบของรูปแบบในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์สอดคล้องส่งเสริมสอดรับซึ่งกันและกัน					
2. องค์ประกอบของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย					
2.1. หลักการของรูปแบบมีความเหมาะสมสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพื้นฐาน สามารถใช้เป็นกรอบในการกำหนดรูปแบบได้					
2.2 วัตถุประสงค์มีความเหมาะสมชัดเจนสามารถแสดงถึงสิ่งที่มุ่งหวังให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ					

2.3 หลักการและวัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกัน					
2.4 กระบวนของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีขั้นตอนครบถ้วน เหมาะสมและสอดคล้องต่อเนื่องกัน					
2.5 ขั้นตอนของรูปแบบมีความเหมาะสม สามารถทำให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ได้					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามรูปแบบ “STAR Model” ในแต่ละรายองค์ประกอบ

ประเด็นการรับรองรูปแบบ	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. The STAR Model comprises of 9 factors 3.1.SPAXการบำบัดด้วยสปาและนวด 3.2.SPIXการบำบัดด้วยสมุนไพรไทย 3.3 SPOXการบำบัดโดยการกีฬา 3.4.SPRX การบำบัดโดยใช้จิตวิญญาณและสมาธิ 3.5.STEXการบำบัดด้วยระบบความร้อนและการใช้น้ำ 3.6.SPEXระดับความพร้อมของโรงแรมและที่พักในรูปแบบของสปา 3.7.SIGXประเภทและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว 3.8.SERXทักษะการให้บริการ 3.9.SUSXความยั่งยืนในชุมชน 3.10.SATYความพึงพอใจ Comprises of the STAR Model 3.11 S = Success การประสบความสำเร็จ 3.12 T= Tourism การท่องเที่ยว 3.13 A = Activity กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ 3.14 R= Return การกลับมาซ้ำของนักท่องเที่ยว					

ตอนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ไทย.....

“ด้วยความขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาในการทำแบบประเมิน”

Please feel free to make your appropriate selection by using a checkmark ✓ in the ☐, or fill the answer in the blank. Please kindly give the fact information to the following inquiries

Part 1. Personal Information

1. Gender ☐ 1) Male ☐ 2) Female
 2. Country.....
 3. Age.....years.

Part2. Factor of traveling health promotion tourism.

Item	Levels of prefer				
	Very Much	Much	Moderate	Little	Very Little
Health promotion tourism	5	4	3	2	1
1.การเล่นกีฬาทางน้ำเพื่อสุขภาพ(Water Sport)					
2.การฝึกกายบริหารเพื่อสุขภาพ (Aerobic/Gymnastic/Yoka / Fitness)					
3. การเล่นกีฬากลางแจ้งเพื่อสุขภาพ(Sport)					
4. การนวดแบบไทยแผนโบราณ (Thai Traditional Massage)					
5. การนวดแบบอายุเวท (Ayurvedic Massage)					
6. การนวดเท้า (Reflexology/ Foot Massage)					
7. การแช่น้ำแร่ในน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ (Hot spring)					
8. วารีบำบัดในสถานที่พักผ่อน (Hydro Therapy)					
9.การอบไอน้ำและการอบแห้ง (Steam & Sauna)					
10.ความพร้อมของการให้บริการในระบบสาธารณสุขโมด (Ancillary)					
11.การให้บริการของมัคคุเทศก์และการให้บริการในระหว่าง					

การทำกิจกรรมท่องเที่ยว(Hospitality & Tourists Guides)					
12.ลักษณะจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท (Destination Resources and Characteristics)					
13. ลักษณะการเดินทางที่เข้าถึงได้ง่าย (Easy Accessibility)					
14. ภาพลักษณ์ของสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Attraction Image of Health Tourism)					
Item	Levels of prefer				
	Very Much	Much	Moderate	Little	Very Little
Health promotion tourism	5	4	3	2	1
15. การบำบัดความเครียดโดยใช้กลิ่นหอมของสมุนไพร (Aroma Therapy)					
16. การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อความงาม (Herbal Beauty)					
17. การบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ (Herbal Healthy Food & Drinks)					
18. การฝึกจิตปฏิบัติสมาธิ (Meditation)					
19.การบำบัดโดยใช้เสียง (Music Therapy)					
20.ความเชื่อทางจิตใจในการมาสักการะทำบุญ (Make Merit)					
21.คุณภาพและระดับของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่พักแรม เชิงสุขภาพ(Accommodation for Health Tourism)					
22.ระดับราคาและความคุ้มค่าของเงิน (Price & Value)					
23.การประสบความสำเร็จของผู้ให้บริการ (Service Mind)					
24.การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism)					
25.การกลับมาของนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการ(Comeback Again)					

Part 3. Please give your suggestions about health promotion tourism.

.....

.....

.....

.....

Thank you for your cooperation.

- ☐ 13) 商口出行 ☐ 14) 会口、座口会出行
☐ 15) 其他 (口指出)

6. 您的出行伴口

- ☐ 1) 口独出行 ☐ 2) 家人/口戚
☐ 3) 朋友/熟人 ☐ 4) 旅行口
☐ 5) 其他, 口指出

7. 您的出行口口, 平均每次.....天

8. 您从什么渠道口取出行信息 (多口)

- ☐ 1) 口子口媒: 广播、口口、口影
☐ 2) 印刷口媒: 口口、口志、口本、照片
☐ 3) 个人媒体
☐ 4) 新口媒: 互口网/口件/网站
☐ 5) 其他, 口指出

第三部分: 根据口口养生旅游活口有需要的游客, 口在下面活口用符号/口出您的需求, 5口最口意程度, 5至1依次下来。

养生旅游活动		5	4	3	2	1
1	, 泰国草药桑拿按摩					
2	, 养生按摩					
3	, 芳香疗法					
4	, 水疗					
5	, 矿物质温泉养疗					
6	, 提供健康锻炼					
7	运动强身健体					
8	心理训练(精神冥想训练)					

,	9	, 养生草药产品					
---	---	----------	--	--	--	--	--

第四部分：其他感兴趣的活动以及建议。

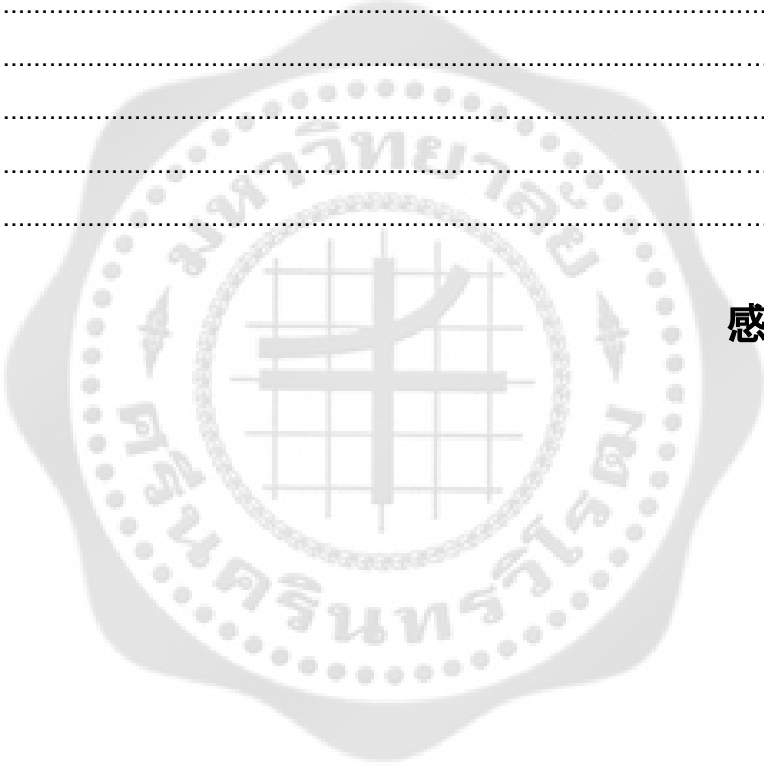
.....

.....

.....

.....

.....



感谢您的参与



ภาคผนวก ค

ข้อคำถามในการสัมภาษณ์นักทอ้งเที่ยวจำนวน 5 ท่านเพื่อรับรองรูปแบบรูปแบบ
การทอ้งเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย (STAR MODEL)

**ข้อคำถามในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 5 ท่านเพื่อรับรองรูปแบบรูปแบบการ
ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย (STAR MODEL)**

ข้อที่ 1. According to the Star Model comprised with 9 components : SPAX SERX SIGX
SPIX STEX SPRX SUSX SPOX and SPEX as described in the paper, in your opinion, how are
they influent to the tourists or your satisfaction ?

(แปลไทย) จากรูปแบบ Star Model ที่มี 9 องค์ประกอบหลัก ซึ่งมีค่าตัวแปรดังนี้ : SPAX SERX
SIGX SPIX STEX SPRX SUSX SPOX and SPEX ตามรายละเอียดในเอกสารแนบในความเห็น
ของท่าน องค์ประกอบเหล่านี้ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของท่านหรือนักท่องเที่ยวอย่างไร

ข้อที่ 2 Can you please give any suggestions for Star Model to those whom involve in the
health promotion tourism business ?

(แปลไทย) กรุณาให้คำแนะนำสำหรับสตาร์โมเดลกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม
สุขภาพ ?

ประวัติย่อผู้วิจัย



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวสิริกร เลิศลักษณ์ธาร
สถานที่เกิด	จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ที่อยู่ปัจจุบัน	42/1 รามคำแหง หัวหมาก กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์พนักงานมหาวิทยาลัย สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	39/1 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ถนนรัชดาภิเษก แขวงจันทรเกษม เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2545	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการสื่อสาร จาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2546	ประกาศนียบัตรสาขาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2549	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวางแผนและ การจัดการท่องเที่ยว จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2559	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร กรุงเทพมหานคร