

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

นางสาวอรุณี มุลละ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR) are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

THE MOTIVATION OF INTERNATIONAL TOURISTS FOR HEALTH TOURISM IN
BANGKOK METROPOLIS

Miss Onsuthee Moolla

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Sciences Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2012

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยว
	เชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร
โดย	นางสาวอรุณี มุลละ
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทราภรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.กำโชค เผือกสุวรรณ)

อรรถิธิ์ มุลละ: แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน
กรุงเทพมหานคร. (THE MOTIVATION OF INTERNATIONAL TOURISTS FOR
HEALTH TOURISM IN BANGKOK METROPOLIS) อ. ที่ปริิษาวิทยานิพนธ์หลัก:
ศ.ดร. สมบัติ กาญจนกิจ, 124 หน้า.

การศึกษาคั้งนี้มืวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ในกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวนานาชาติใน
กรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ อายุ และถิ่นพำนัก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยเชิงสุขภาพ
นานาชาติ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหา
ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง
เดียว ด้วยการทดสอบค่าเอฟ (F-test) กรณีพบความแตกต่างเป็นรายคู่ จะใช้การวิเคราะห์รายคู่ด้วยวิธี แอล เอส ดี
(LSD-Least Significant Different)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 20-35 ปี มีถิ่นพำนักในทวีปเอเชีย มีสถานภาพสมรส
มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพลูกจ้าง
2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เดินทางมาประเทศไทย
ครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 – 3 สัปดาห์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาประเทศไทยด้วย
ตนเอง เดินทางมากรุงเทพฯเพราะสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงโด่งดัง สนใจมาใช้บริการนวดแผนไทย มีแผนใช้เงิน
ในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 50,000 บาท และมีจุดมุ่งหมายที่จะอยู่ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ
3. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็น
รายด้าน พบว่า ด้านแรงจูงใจทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.59$) และด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.48$) มีแรงจูงใจอยู่
ในระดับมาก ส่วนด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล ($\bar{X} = 3.12$) และด้านแรงจูงใจทางสถานภาพและชื่อเสียง
($\bar{X} = 3.25$) มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง
4. เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร
ระหว่างเพศ และอายุ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร
ระหว่างถิ่นพำนัก พบว่า ด้านสถานภาพและชื่อเสียงแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สาขาวิชา _____ วิทยาศาสตร์การกีฬา _____ ลายมือชื่อนิติศ _____

ปีการศึกษา _____ 2555 _____ อ. ที่ปริิษาวิทยานิพนธ์หลัก _____

5478415539 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS : MOTIVATION / INTERNATIONAL TOURISTS / HEALTH TOURISM

ONSUTHEE MOOLLA : THE MOTIVATION OF INTERNATIONAL TOURISTS
FOR HEALTH TOURISM IN BANGKOK METROPOLIS. THESIS ADVISOR :
PROF. SOMBAT KARNJANAKIT, Ph.D., 124 pp.

The purposes of this research were to study and to compare gender, sex and country of residence in terms of the tourism motivation towards health tourism in Bangkok Metropolis and its perimeters in Physical Motivation, Cultural Motivation, Interpersonal Motivation, as well as Status and Prestige Motivation. The samples were 400 international health tourists responded to a survey tool. Data were analyzed statistically in term of frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and one-way analysis of variance, and if differences were found, the differences in pair were later analyzed by LSD method.

The results were as follows:

1. This research found out the most tourists using service were male, aged between 20-35 years old, most were Asian tourists, having marital status of being married, education level Bachelor’s degree and occupations were employees.

2. Most tourists have never traveled to Thailand; Bangkok was the convalescence place after service which tourists wanted most. Their main purposes of visiting were to relax or for leisure. Most tourists used the service of Thai Massage. Expense for health tourism was about less than 50,000 Baht and the period of staying in Thailand was about 1-3 weeks.

3. The health tourism motivation was at high level of two aspects namely Physical Motivation ($\bar{X} = 3.59$) and Cultural Motivation ($\bar{X} = 3.48$). In addition, the health tourism motivation in Bangkok Metropolis was at medium level of two aspects namely Interpersonal Motivation ($\bar{X} = 3.12$) and Status and Prestige Motivation ($\bar{X} = 3.25$).

4. Comparison motivation of international tourists by gender and age interval, there were significant difference at .05 levels.

5. Comparison motivation of international tourists by country of residence, there were significant difference at .05 levels in status and prestige motivation.

Field of Study : Sports Science Student’s Signature _____

Academic Year : 2012 Advisor’s Signature _____

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของการวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย ประธานกรรมการ สอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรอง ศาสตราจารย์ ดร.กำโชค เผือกสุวรรณ กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัยในการสอบวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ที่กรุณาให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เฉลิม ชัยวัชรภรณ์ รองศาสตราจารย์ ดร.สุรางค์ เมรานนท์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา ความคุ้นเคย ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุนิดา ศิวปฐมชัย อาจารย์ภัทรารุช เจริญรูป อาจารย์เบญญา วงษ์สวรรค์ อาจารย์ Robert Williamson และ อาจารย์ William Baker ที่ได้กรุณาเป็นผู้ตรวจสอบเครื่องมือ ภาษาอังกฤษในการวิจัยครั้งนี้ และผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่าน บุคลากรทุกท่าน พี่ๆ และเพื่อนๆ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการทำวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวยุคทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบ แบบสอบถาม

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มอบทุนอุดหนุน วิทยานิพนธ์สำหรับนิตินในการทำวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ของผู้วิจัย อาจารย์ที่ได้ให้ความรู้ ขอบคุณคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว ที่ได้ให้วิชาความรู้ซึ่งก่อให้เกิด วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขึ้น

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
คำสำคัญ.....	4
สมมุติฐานของการวิจัย.....	4
คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	42
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	43

	การรวบรวมข้อมูล.....	47
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	49
	ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	57
	แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพฯ.....	68
	ทดสอบสมมุติฐาน.....	77
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	86
	สรุปผลการวิจัย.....	86
	อภิปรายผลการวิจัย.....	91
	ข้อเสนอแนะ.....	95
	รายการอ้างอิง.....	97
	ภาคผนวก.....	103
	ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจเครื่องมือการวิจัย.....	104
	ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์.....	106
	ภาคผนวก ค เครื่องมือในการทำวิจัย.....	112
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	124

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	50
2	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ.....	51
3	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถิ่นพำนัก.....	52
4	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการ สมรส.....	53
5	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	54
6	จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	55
7	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทย.....	57
8	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	58
9	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทย.....	59
10	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้จัดการในการเดินทางมาประเทศไทย.....	61
11	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลที่เลือกเดินทางมากรุงเทพฯ.....	62
12	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่มาใช้บริการ.....	64
13	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของ ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....	66
14	จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางต่อไป.....	67
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร.....	68

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงกราฟจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ.....	50
2	แสดงกราฟจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ.....	51
3	แสดงกราฟจำนวนและร้อยละ จำแนกตามถิ่นพำนัก.....	52
4	แสดงกราฟจำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	53
5	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	54
6	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามอาชีพ.....	56
7	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทย	57
8	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทย....	58
9	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา ประเทศไทย.....	60
10	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามผู้จัดการในการเดินทางมาประเทศ ไทย.....	61
11	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามเหตุผลที่เลือกเดินทางมากรุงเทพฯ.....	63
12	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่มาใช้บริการ.....	65
13	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว.....	66
14	แสดงกราฟจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามจุดหมายที่จะเดินทางต่อไป.....	67

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 กล่าวว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศการจ้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพในเรื่องของการบริการทางการแพทย์ ทั้งในด้านบุคลากรและเทคโนโลยีที่ทันสมัย ตลอดจนเรื่องค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นๆ แต่สิ่งสำคัญอีกประการที่นับเป็นข้อได้เปรียบในแง่การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพของประเทศไทย ก็คือ ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวหลัก โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ป่าไม้ ภูเขา ศิลปวัฒนธรรม อาหาร สถานบันเทิง และแหล่งช้อปปิ้ง ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการทางการแพทย์ได้เป็นอย่างดี สิ่งนี้เองที่ทำให้ชาวต่างชาติเดินทางมารับการรักษาพยาบาลและท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก จนสร้างรายได้เข้าประเทศมากมายในแต่ละปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555 : ออนไลน์)

จากการที่รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Medical Hub of Asia) ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจบริการรักษาพยาบาล ธุรกิจส่งเสริมสุขภาพ และธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทยนั้น ธุรกิจบริการรักษาพยาบาล ถือเป็นธุรกิจหลักที่สำคัญ โดยมีผู้ประกอบการหลัก คือ โรงพยาบาลเอกชน ซึ่งปัจจุบันมีผู้ประกอบการถึง 256 ราย โดยเป็นโรงพยาบาลเอกชนที่มีศักยภาพในการรองรับผู้ใช้บริการชาวต่างประเทศมากกว่า 100 แห่ง ทั้งนี้ จากการรวบรวมสถิติชาวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการรักษาพยาบาลในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมา พบว่ามีชาวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการรักษาพยาบาลเป็นจำนวนมาก

และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2550 มีชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการรักษาพยาบาลในประเทศไทยถึง 1.42 ล้านราย และสร้างรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่าถึง 37,300 ล้านบาท (ระบบข้อมูลภูมิสารสนเทศเพื่อการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยว, 2555 : ออนไลน์) นอกจากนี้ธุรกิจบริการรักษาพยาบาลยังเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ให้กับธุรกิจบริการด้านอื่นๆ รวมถึงอุตสาหกรรมต่อเนื่องด้วย อาทิ ธุรกิจยา ธุรกิจอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร ฯลฯ รวมทั้งเกิดการสร้างอาชีพกระจายรายได้ และการจ้างงานในสาขาวิชาชีพต่างๆ เนื่องจากเป็นธุรกิจบริการที่ส่วนใหญ่ต้องใช้กำลังคนดำเนินการทั้งสิ้น

จากข้อมูลในการศึกษาเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ศูนย์ข่าวการศึกษาไทย, 2555 : ออนไลน์) พิจารณาเฉพาะชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพจากโรงพยาบาลเอกชนในไทย ซึ่งได้ประมาณการว่า ในปี 2555 ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 1,740,000 ล้านบาท (58,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยภูมิภาคเอเชียใต้ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ครองส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 15 ของมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก หรือคิดเป็นมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชียใต้และตะวันออกเฉียงใต้ มีประเทศผู้ให้บริการด้านสุขภาพที่สำคัญ คือ สิงคโปร์ ไทย อินเดีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ โดยสิงคโปร์มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด โดยมีสัดส่วนร้อยละ 33 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 90,000 ล้านบาท รองลงมา คือ ไทย สัดส่วนร้อยละ 26 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 70,000 ล้านบาท และอินเดียสัดส่วนร้อยละ 19 คิดเป็นมูลค่าประมาณกว่า 50,000 ล้านบาท ตามลำดับ

ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยปี 2555



ที่มา: บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (ออนไลน์) ประมาณการว่า ในปี 2555 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สร้างรายได้สะพัดสู่โรงพยาบาลเอกชน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 70,000 ล้านบาท นอกจากนี้ ยังมีการใช้จ่ายในด้านอื่นๆของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และผู้ติดตามผู้ป่วยต่างชาติ ที่สะพัดสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องด้านการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจด้านที่พัก อาหารสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น คิดเป็นมูลค่าประมาณ 50,000 ล้านบาท รวมทั้งยังมีการใช้จ่ายในบริการแพทย์ทางเลือก อาทิ นวดแผนไทย และสปา จากสถานบริการนอกโรงพยาบาล ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วไปของไทย คิดเป็นมูลค่าประมาณ 20,000 ล้านบาท ดังนั้นในปี 2555 บริการด้านสุขภาพทั้งบริการด้านการแพทย์ และบริการด้านแพทย์ทางเลือก รวมทั้งบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องด้านการท่องเที่ยวของไทย สร้างรายได้โดยรวมเข้าประเทศคิดเป็นมูลค่าไม่ต่ำกว่า 1.4 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

อย่างไรก็ตาม การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีแนวโน้มจะยิ่งเพิ่มระดับความรุนแรงของการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการด้านสุขภาพในภูมิภาคอาเซียน โดยนักลงทุนจากประเทศกลุ่มสมาชิกอาเซียนจะขยายการลงทุนเข้ามาในประเทศไทยมากขึ้น (ศิริรัตน์ อ่อนดี, 2555) โดยเฉพาะในธุรกิจบริการด้านการแพทย์ทางเลือก ที่มุ่งเน้นด้านการส่งเสริมสุขภาพ อาทิ ธุรกิจนวดแผนไทย และธุรกิจสปา และธุรกิจบริการด้านการแพทย์ ซึ่งมุ่งเน้นทั้งด้านการส่งเสริมสุขภาพ การบำบัดรักษา และการฟื้นฟูสุขภาพ รวมทั้งการเสริมความงาม อาทิ โรงพยาบาล และสถานให้บริการด้านการแพทย์ รวมถึงธุรกิจด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น ธุรกิจด้านที่พัก อาทิ โรงแรม เซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ เป็นต้น

การศึกษาเกี่ยวกับการแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้านอุปสงค์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวสุขภาพนานาชาติให้เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากการศึกษาที่ผ่านมพบว่าส่วนใหญ่เป็นการศึกษาแค่ผลของความพึงพอใจจากการบริโภคสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้จะสามารถนำไปช่วยในการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจได้มากยิ่งขึ้นให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความสนใจ และตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย เพื่อจะมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาในอนาคตอีกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวนานาชาติในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ อายุ และถิ่นพำนัก

คำสำคัญ

แรงจูงใจ นักท่องเที่ยวนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สมมุติฐานของการวิจัย

นักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีเพศ อายุ และถิ่นพำนัก ต่างกัน จะมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง ซึ่งมีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย แรงจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivation) แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation)

นักท่องเที่ยวนานาชาติ หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2555 ถึงเดือนมกราคม พ.ศ.2556 และมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้

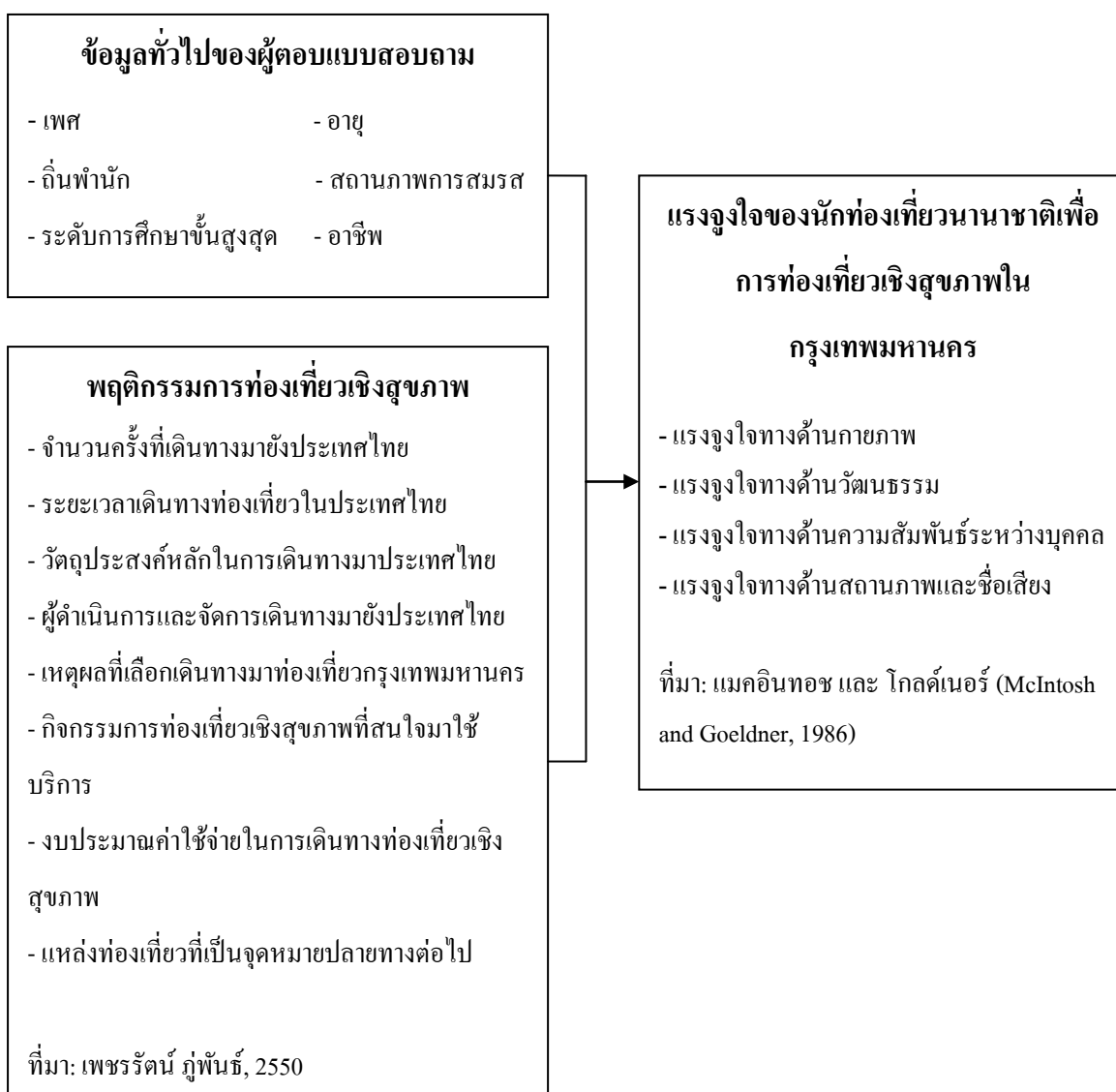
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน ในเรื่องของการเดินทางท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และมีกิจกรรมเพื่อการบำบัดรักษา หรือเพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยถือกิจกรรมสำคัญหลักของการท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

2. ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวนานาชาติในกรุงเทพมหานคร
3. ได้แนวทางสำหรับผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจทั่วไป สามารถนำมาใช้ประกอบการกำหนดมาตรการในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวนานาชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครมากขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
 - ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค
 - พฤติกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่
2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
 - ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว
 - ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
 - การศึกษาแรงจูงใจจากประวัติการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย
 - สถานการณ์ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ชงชัย สันติวงษ์ (2524) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนแล้ว และมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ชูดา จิตพิทักษ์ (2525) กล่าวว่า พฤติกรรม หรือการกระทำของบุคคลนั้น ไม่รวมเฉพาะสิ่งที่แสดงปรากฏออกมาข้างนอกเท่านั้น แต่ยังรวมถึง สิ่งที่อยู่ภายในใจของบุคคล ซึ่งคนภายนอกไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรง เช่น คุณค่า ที่เขายังถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่าง ๆ ที่สนใจ

หรือเจตคติที่เขามีต่อสิ่งต่าง ๆ ความคิดเห็น ความเชื่อ รสนิยม และสภาพจิตใจปัจจัยต่าง ๆ นี้เป็นเหตุกำหนดพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคล

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2527) พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประการที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542) ได้สรุปถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคนักท่องเที่ยวและกระบวนการตัดสินใจซื้อดังนี้ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการ ความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภคนั้น ๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจสูงสุด

อศุขย์ จาตุรงค์กุล (2543) อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิบัติการของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ ใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดกรียาต่าง ๆ เหล่านี้

ชัยพุกษ์ บุญเลิศ (2553) กล่าวว่าพฤติกรรม หมายถึง การกระทำของบุคคลทั้งที่แสดงออกมาภายนอกและสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจ โดยอาจจะแสดงออกมาทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ ซึ่งบุคคลอื่นอาจจะสังเกตเห็นได้ หรือสามารถใช้เครื่องมือในการตรวจสอบพฤติกรรมนั้นได้หรือไม่ก็ได้ และพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกระทำดังกล่าว หรือมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำ เพื่อตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาด และพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อรจนา จันทรประยูร (2555) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง ลักษณะหรือรูปแบบของการประพฤติปฏิบัติและการแสดงออกต่างๆ ส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นคำพูด การกระทำสีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ้ายุโรปปรับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกนั้น อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคนที่จะแตกต่างกัน หรือแตกต่างกัน หรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อมและ หรือประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอของนักท่องเที่ยว ซึ่งดำเนินไปภายใต้ผลสะท้อนที่เกิดจากสภาวะแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

สำหรับการแบ่งประเภทนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้ 6 ประเภท ตามการแบ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือบุคคลที่มีวีซ่าที่พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย
2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน คือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทย แต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน
3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน คือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน
4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือบุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา การประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น
5. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน คือนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน
6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน คือนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีที่พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

โคเฮน (Cohen, 1972) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionsary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลิ้มความจำเอนในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

สวาร์บรูค และ ออร์เนอร์ (Swarbrooke and Horner, 1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ 7 แบบ คือ

1. นักท่องเที่ยวแบบหลงใหลทะเล เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวในทะเล
2. นักท่องเที่ยวแบบชอบผูกมิตร เป็นนักท่องเที่ยวที่มีจิตใจชอบติดต่อกับปะกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น
3. นักท่องเที่ยวแบบชอบชมธรรมชาติ เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวแบบแสวงหาการพักผ่อน เป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้เวลากับการนอนหลับพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ
5. นักท่องเที่ยวแบบนักค้นหา เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัย และชอบแสวงหามิตรใหม่

6. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวไปเป็นครอบครัว

7. นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัย และไม่เสี่ยง

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเป็นนานาชาติโดยธรรมชาติในตัวของตัวเอง สืบเนื่องมาจากการเกี่ยวข้องกับการเดินทางระหว่างประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวนานาชาติมีความแตกต่างทั้งทางวัฒนธรรม และการใช้ชีวิต การเข้าใจความแตกต่างนี้มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง เพราะการให้บริการเป็นเรื่องที่ต้องออกแบบบนพื้นฐานของความเข้าใจในวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างออกไป เพื่อที่ผู้ให้บริการมีความเข้าใจถึงความแตกต่างของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศถึงวัฒนธรรม หลีกเลียงความเข้าใจผิด รวมถึงความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นในธุรกิจการบริการการท่องเที่ยว โดยมีการศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย อรจนา จันทระประยูร (2555) ได้สรุปพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 8 ภูมิภาคไว้ ดังนี้

1. กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ตะวันออกกลาง) นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชาย มีการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนอย่างแท้จริง มาเพื่อหลีกหนีจากกฎเกณฑ์อันเคร่งครัดของประเทศมุสลิม เช่น ไม่สามารถไปเที่ยวในบาร์ในดัลลัส ดื่มเหล้าได้เมื่อมาถึงประเทศไทย กลุ่มนี้จะพักผ่อนอย่างสนุกสนาน มีสภาพการใช้จ่ายคล่อง เพราะเป็นกลุ่มประเทศที่ถือว่าประชาชนมีเศรษฐกิจดีที่สุดแห่งหนึ่งของโลก พฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นไปในรูปแบบของการสนุกสนานเพลิดเพลินกับแสงสียามค่ำคืน ไม่สนใจวัฒนธรรมศิลปะที่มีอยู่ในประเทศไทยมากนัก สิ่งที่นักท่องเที่ยวหวังว่าจะได้รับ คือ การให้บริการที่ดีของโรงแรมและสถานประกอบการต่างๆ ผู้ที่มาจากตะวันออกกลาง เป็นผู้มีวัฒนธรรมประเพณีมุสลิมอย่างเคร่งครัด แต่เมื่อมาถึงประเทศไทยจะไขว่คว้าหาความสุขทางใจและทางกายให้มากที่สุด นักท่องเที่ยวเหล่านี้ไม่มีปัญหาทางเศรษฐกิจ แต่อาจมีปัญหาในเรื่อง ความไม่สงบจากการสงครามการแบ่งแยกดินแดนภายในประเทศบ่อยๆ เช่น การเกิดกรณีพิพาทและเกิดสงครามระหว่างอิรักกับคูเวต การก่อการร้ายที่ตึกเวิลด์เทรดในอเมริกา การตามล่าตัวผู้บงการในประเทศแถบนี้ทำให้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้มองว่า จุดมุ่งหมายหลักในการเที่ยวไปยังสหรัฐอเมริกา และยุโรปเริ่มไม่ปลอดภัยสำหรับคนอาหรับ ตลอดจนข่าวคราวที่ออกมาในแง่ลบเกี่ยวกับการก่อการร้าย ด้วยการระเบิดพลีชีพเป็นระยะๆ ปัญหาความรุนแรงระหว่างอิสราเอลกับปาเลสไตน์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัญหาระหว่าง

สหรัฐอเมริกาบอริก ทำให้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ลดความสำคัญของการท่องเที่ยว หรือถ้าจะมีการท่องเที่ยวก็จะให้ความสนใจที่ใกล้ๆ แถบเอเชียมากกว่า

2. กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออก เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดหลักอันดับ 1 ของประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ ฮ่องกง กลุ่มประเทศเหล่านี้หลายประเทศมีสังคมพื้นฐานทางวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับประเทศไทย เข้ามาเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมประเทศเพื่อนบ้านในทวีปให้ดีที่สุด ประเทศญี่ปุ่นและจีน มีวัฒนธรรมอันยาวนาน เป็นชาติที่มีความอดทนอดกลั้น เป็นต้นกำเนิดของชนชาติอื่นๆ เช่น เกาหลี ใต้หวัน ฮ่องกง แม้กระทั่งไทย ฉะนั้นสภาพสังคมจึงไม่ค่อยจะแตกต่างกันนัก ในญี่ปุ่นได้มีการพัฒนาประเทศมากขึ้นจนเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง ทำให้ผู้คนเริ่มต้องการพักผ่อนจากการเหน็ดเหนื่อยในการสร้างประเทศ สังคมญี่ปุ่นชอบเดินทางไปต่างแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบัน ค่าเงินเยนซึ่งเป็นเงินสกุลใหญ่ก็ยังสามารถไปจับจ่ายใช้สอยในต่างประเทศทำให้คนญี่ปุ่นมีความสามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างดี คนญี่ปุ่นจะไม่วิพากษ์วิจารณ์อะไรมากมาย เห็นทุกสิ่งเป็นเรื่องแปลกใหม่ไปหมด สำหรับนักท่องเที่ยวจีนมักมาเป็นกลุ่มหมู่คณะ ส่วนหนึ่งจะมาจากจีนฮ่องกงและจีนใต้หวัน สำหรับคนจีนใต้หวันมาเมืองไทยเพื่อติดต่อธุรกิจร่วมกับการท่องเที่ยว แต่คนจีนฮ่องกงนั้นมาท่องเที่ยวพักผ่อนมากกว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนจะชอบจู้จู้จุกจิก ขี้วอยวาย พูดจาเสียงดัง โดยเฉพาะคนสูงอายุอารมณ์ค่อนข้างรุนแรง จะสนใจทุกเรื่องที่แตกต่างกันกับในประเทศจีน มีความเชื่อในลัทธิศาสนาที่มั่งคั่งชื่นชมในระบบการปกครองของไทย และเนื่องจากสังคมในจีน ฮ่องกง หรือใต้หวัน จะมีความเป็นอยู่ค่อนข้างแออัดมีประชากรมากที่สุดในโลก มีความเก็บกดจากระบบการปกครองชีวิตความเป็นอยู่ คนจีนเหล่านี้จึงชอบความเป็นอิสระในเมืองไทย ดังจะเห็นได้จากในสมัยโบราณที่คนจีนนิยมเดินทางออกนอกประเทศเพื่อตั้งถิ่นฐานหาที่ทำกินใหม่ คนจีนเป็นคนที่มีความกระตือรือร้นในการทำงานสูง รู้คุณค่าของเงิน แต่ก็ชอบซื้อปิ้งเป็นชีวิตจิตใจ ต้องการของดีมีคุณภาพ ราคาถูก เราจึงมักจะเห็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้จ่ายอย่างประหยัดมากกว่าคนญี่ปุ่น ทั้งนี้เนื่องมาจากเศรษฐกิจและสังคมในประเทศเขานั้นเอง ซึ่งแนวโน้มที่ประเทศไทยจะได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นและจีนและนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้จะมีมากขึ้นทุกปี

3. กลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์จะเดินทางเข้าประเทศไทยเป็นอันดับแรกเนื่องจากมีชายแดนติดต่อกัน มีการคมนาคมที่สะดวกและเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อย การที่มีสังคมวัฒนธรรมคล้ายกันอาจเนื่องมาจากปัจจัยหลายๆอย่าง ได้แก่ ประเพณีศาสนา สิ่งแวดล้อม ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ภาษา การใช้ชีวิตประจำวัน การรับประทานอาหาร เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนนี้ต้องการมาเพียงเพื่อพักผ่อนหรือซื้อของ

มากกว่าการมาท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ไม่ต้องมีการปรับตัวอะไรมากมาย ซึ่งพฤติกรรมนี้จะคล้ายกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง และเนื่องจากมีเศรษฐกิจที่มั่งคั่ง การเมืองในประเทศไม่มีอะไรรุนแรง นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้โดยเฉพาะคนมาเลเซียและสิงคโปร์จึงชอบเข้ามาเที่ยวเมืองไทย โดยเฉพาะเพศชาย นอกจากนี้ 2 ประเทศนี้แล้ว นักท่องเที่ยวอีกส่วนจะมาจากฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย แต่จะมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับมาเลเซีย และสิงคโปร์เพราะอิทธิพลทางเศรษฐกิจในฟิลิปปินส์ที่ยังไม่รุ่งหน้า การเมืองของอินโดนีเซียที่ยังรุนแรงมีปัญหาภายในเกี่ยวกับการแบ่งแยกดินแดนของชนกลุ่มน้อย ตลอดจนการก่อการร้ายที่ออกปฏิบัติการเป็นระยะๆ อย่างเช่นเหตุลอบวางระเบิดที่เกาะบาหลิเมื่อปลายปีพ.ศ. 2545 ทำให้ภาพของการเดินทางท่องเที่ยวในอินโดนีเซียดูไม่ปลอดภัย เป็นประเทศมุสลิมมีเคร่งครัด และมีกฎเรื่องการเดินทางออกนอกประเทศมาก ภาพรวมของนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้น มักมองประเทศไทยว่ามีทรัพยากรท่องเที่ยวคล้ายกับประเทศของตนเอง พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะไม่มีอะไรที่น่าสนใจนัก นอกจากมาท่องเที่ยวระยะสั้นๆ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวตามตะเข็บชายแดนทางภาคใต้

4. กลุ่มประเทศเอเชียใต้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวในอัตราที่ค่อนข้างดีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากอินเดีย และบังกลาเทศ ส่วนประเทศอื่นยังมีไม่มากนัก เนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ หรือปัญหาภายในประเทศ อย่างไรก็ตามก็คิสถานการณั่ท่องเที่ยวเอเชียใต้น่าจะปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้นจากแรงเสริมของตลาดอินเดียเป็นตลาดหลัก โดยมากนักท่องเที่ยวมักเป็นเพศชายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวตลาดบน และมักเป็นกลุ่มที่เดินทางมาซ้ำ เดินทางเข้ามาประเทศไทยเพื่อการพักผ่อน เพื่อการค้าธุรกิจเป็นหลัก และใช้จ่ายใช้สอยเป็นเหตุผลรองลงมา

5. นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป ทวีปตั้งอยู่ในซีกโลกเหนือ แม้จะมีขนาดเล็กแต่มีความสำคัญในหลายด้าน โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว ทวีปยุโรปเป็นจุดเริ่มความเจริญของโลก เป็นศูนย์กลางของสรรพวิทยาการสมัยใหม่ รัฐมีสวัสดิการที่ดีมีฐานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและมีความได้เปรียบทางด้านค่าของเงิน ทวีปยุโรปมีรูปแบบของการเมืองและเศรษฐกิจหลากหลายรูปแบบ ทั้งระบบกษัตริย์ระบบเผด็จการและระบบประชาธิปไตย ส่วนในด้านการเดินทางท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นผู้ริเริ่มการเดินทางท่องเที่ยว และชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยมากเป็นอันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันตก ได้แก่ ประเทศเยอรมัน สหราชอาณาจักร และฝรั่งเศส พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความชื่นชมต่อสินค้าที่ระลึกจากประเทศไทยเพราะไม่สามารถซื้อหาได้ง่ายในประเทศของเขา นักท่องเที่ยวจากยุโรปสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทุกด้านไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรม สังคม ธรรมชาติเพราะทุกสิ่งจะแตกต่างจากความเป็นอยู่ของพวกเขา ส่วนใหญ่แล้วชาวยุโรปจะเดินทางมาเมืองไทยเพื่อหลีกเลี่ยงจากอากาศหนาวเย็น เพื่อเข้ามารับไออุ่นจากแสงแดดซึ่ง

เขาไม่ค่อยได้พบเห็นในซีกโลกด้านตะวันตกนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะมีระเบียบในการเดินทางมีการเตรียมความพร้อมสำหรับการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ชาวยุโรปมักจะมองชาวเอเชียว่าเป็นประเทศที่กำลังพัฒนา แต่มีความสมบูรณ์ในเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีชีวิตที่ไม่เร่งรีบและเขามีความคิดว่าการใช้จ่ายในประเทศไทยและประเทศแถบนี้จะถูกกว่ามากชาวยุโรปจะมีความรู้สึกว่าเขาได้พบกับความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงจากการได้ท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะแตกต่างกันบ้าง ในด้านของการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น ชาวฝรั่งเศสชอบความหรูหรา ชาวสวิสชอบความเรียบง่าย ชาวเยอรมันชอบท่องเที่ยวและพักผ่อนอย่างแท้จริงเป็นต้น ทั้งนี้เนื่องมาจากอิทธิพลจากสังคมวัฒนธรรมที่เขาได้รับถ่ายทอดมา โดยสรุปแล้วนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปมีพฤติกรรมที่แตกต่างกับชาติอื่นตรงที่ เป็นนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง การเดินทางจะให้ความเคารพต่อกฎเกณฑ์ที่เคร่งครัดต่อวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ ที่เดินทางไปเที่ยวให้ความสำคัญต่อการพักผ่อน รับประทานอาหารและซื้อของที่ระลึก เป็นคนตรงต่อเวลาและเนื่องจากเศรษฐกิจในทวีปยุโรปถือว่าอยู่ในขั้นดีการได้มาเที่ยวประเทศแถบเอเชียจึงถือว่าได้มาพักผ่อน และใช้จ่ายอย่างสะดวกสบายคุ้มค่ากว่า

6. กลุ่มโอเชียเนีย ได้แก่ 2 ประเทศหลักๆ คือ ออสเตรเลีย กับนิวซีแลนด์การเปลี่ยนจุดแวะพัก ของสายการบินแควนตัส และบริติชแอร์เวย์ ในเส้นทางจากออสเตรเลียสู่ยุโรป โดยย้ายจุดแวะพักจากประเทศไทยไปยังสิงคโปร์ส่งผลให้เที่ยวบินที่เข้าสู่ประเทศไทยลดลง รวมทั้งรัฐบาลออสเตรเลียส่งเสริมให้คนในประเทศเที่ยวในประเทศมากขึ้น ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เติบโตในทิศทางลดลง แม้ว่าตลาดนิวซีแลนด์ยังคงมีการเติบโตที่ดีอยู่ แต่ด้วยขนาดที่เล็กกว่าตลาดออสเตรเลียมากสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้จึงไม่ค่อยคึกคัก ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ก็ไม่ต่างอะไรจากชาวยุโรปมากนัก เนื่องจากโดยพื้นฐานแล้วนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ก็คือนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่ไปตั้งถิ่นฐานในออสเตรเลียนั่นเองคือชอบความอิสระ มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง ชอบท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เป็นนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

7. ทวีปอเมริกาเหนือ เป็นทวีปขนาดใหญ่อยู่บริเวณซีกโลกเหนือ ประชากรทั้งหมดเป็นผู้ที่มีเชื้อสายชาวยุโรป อินเดียแดง และนิโกร ประเทศที่ใหญ่ที่สุดคือประเทศแคนาดา รองลงมาคือประเทศสหรัฐอเมริกา นอกนั้นเป็นประเทศทางตอนใต้เช่น เม็กซิโก ฮอนดูรัส ปานามา เป็นต้น ซึ่งอาจเรียกว่าอเมริกากลางก็ได้ ลักษณะนิสัยของชาวอเมริกาและชาวแคนาดาจะคล้ายคลึงกัน เพราะได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมยุโรปเหมือนกัน มีระบบเศรษฐกิจการเมื่อเป็นแบบอิสระเสรีชาวแคนาดานั้นจะมีลักษณะเป็นชาวยุโรปมากกว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเหนือในภาพรวมนั้น เป็นไปในรูปแบบของการพักผ่อนท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ใช้เวลาใน

การท่องเที่ยวมาเป็นสัปดาห์หรือมากกว่านั้น ปัจจุบันชาวอเมริกันถือว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เพราะผลของเศรษฐกิจที่ดีมาก ทำให้ประชาชนมีกำลังที่จะใช้จ่ายเงินจำนวนหนึ่งสำหรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะลักษณะการท่องเที่ยวแบบท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive tour) และแบบท่องเที่ยวอิสระ (F.I.T.) และเนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดาเป็นศูนย์กลางการค้า ธุรกิจ การศึกษาของโลก องค์กรต่างๆ ในประเทศ แต่จะนิยมจัดการประชุมในต่างประเทศ เนื่องมาจากปัญหาต่างๆ โดยเฉพาะค่าครองชีพในประเทศของตนเองสูง ทำให้กลุ่มประเทศอาเซียนได้รับความนิยมสูงจากนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ชาวอเมริกันนิยมเดินทางมายังซีกโลกตะวันออก เพราะพวกเขาสามารถใช้จ่ายได้ง่ายสะดวกสบาย โดยค่าครองชีพจะถูกกว่าในทวีปอเมริกามากที่สุดนอกจากนั้นนักท่องเที่ยวที่สนใจทางการเมือง มีความต้องการจะศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับซีกโลกด้านนี้ก็ไม่ผิดหวัง เนื่องจากคนอเมริกันเป็นผู้ที่ชอบศึกษาหาความรู้และมีวัฒนธรรมที่สืบเนื่องกันมาว่าในบั้นปลายชีวิตหลังการทำงาน เขาจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ชีวิต ซึ่งวัฒนธรรมนี้ได้รับจากยุโรปในสมัยแรกๆ ที่ค้นพบทวีปอเมริกานั่นเองโดยรวมนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้จะมีความสนใจต่อวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์อันยาวนาน หาดทราย ทะเล และธรรมชาติที่สวยงาม จะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจากอเมริกาเหนือชื่นชอบมากที่สุด เพราะอะไรก็ตามแต่ที่สามารถเปลี่ยนชีวิตความเป็นอยู่จากชีวิตประจำวันนั้นได้ถือว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจพวกเขาให้ความสำคัญ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากกว่าสนใจไปหาด้วยตนเอง ชาวอเมริกาเหนือชอบปรึกษาหารือด้วยกันก่อนที่จะตัดสินใจทำอะไร จึงเห็นได้ว่าสำนักงานของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นิยมจัดงานประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักประเทศไทยในหลายรูปแบบ ตามรัฐต่างๆ ของสหรัฐอเมริกาและแคนาดาอยู่เสมอ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมีพฤติกรรมที่หลากหลาย แบ่งเป็นหลายกลุ่มตามฐานะเศรษฐกิจทางการเงินของแต่ละกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับกลางนิยมเดินทางด้วย Package ของบริษัททัวร์ที่จัดการทุกอย่างให้ในขณะที่นักท่องเที่ยวในระดับสูง หรือคนรวยชอบที่จะเดินทางด้วยตนเอง เลือกสถานที่ท่องเที่ยวเองแต่นักท่องเที่ยวกลุ่มประหยัด จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างจากสองกลุ่มแรกมาก โดยจะพักอยู่โรงแรมที่มีราคาถูกเดินทางไปมาด้วยการคมนาคมภายในประเทศที่ประหยัด เช่น รถเมล์เป็นต้น และจากอิทธิพลทางสังคมสิ่งแวดล้อมดังกล่าว จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเหนือ เป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมน่าสนใจ ซึ่งเราสามารถเข้าใจในนักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้โดยไม่ยาก เพราะเขามีความเป็นกันเอง รู้จักสถานภาพของตัวเองในการเดินทาง และมองกลุ่มประเทศทางเอเชียเป็นเสมือนมิตรประเทศของเขา

8. ทวีปอเมริกาใต้นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาใต้จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนน้อยมากเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางไกล

รวมถึงปัญหาในด้านภาษาที่แตกต่าง ชาวอเมริกาใต้ครึ่งหนึ่งของทวีปพูดภาษาโปรตุเกส ส่วนที่เหลือจะใช้ภาษาสเปน ขาดการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทย นักเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาจากประเทศไทยนั้นเป็นนักธุรกิจ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวจริงๆ นั้นมีมาไม่มากนัก เพราะจากเหตุผลของสังคม สิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจในประเทศ รวมไปถึงการคมนาคมที่ห่างไกลทำให้มีความรู้สึกที่ไกลมากเกินกว่าจะไปถึง ตลอดจนสภาพอากาศแบบร้อนชื้นคล้ายกับประเทศไทย อีกทั้งยังมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้เดินทางมาประเทศไทยสักเท่าไร และในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประชากรอเมริกาใต้จะชอบเดินทางไปยังประเทศใกล้เคียง คือ ไปทวีปอเมริกาเหนือมากกว่าจะเดินทางไกลมายังทวีปเอเชีย ทั้งนี้พฤติกรรมการเดินทางนอกเหนือจากความชื่นชมชื่นชอบในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแล้ว สิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบคนไทยคือความมีอัธยาศัยมิตรไมตรีของคนไทย การมีค่าครองชีพที่ถูก สิ่งเหล่านี้จะเป็นที่ถูกละใจประทับใจชาวต่างชาติประเทศมาก แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวก็อาจจะหยุดชะงักได้ด้วยปัจจัยหลายประการที่สำคัญๆ เช่น เหตุสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิรัก เหตุลอบวางระเบิดที่เกาะบาหลีหรือเหตุโรคระบาดไข้หวัดซาร์ส (SARS) หรือเหตุการณ์เมืองความไม่สงบเรียบร้อยในประเทศต่างๆ เป็นต้น

พฤติกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

เลิศพร ภาระสกุล (2555) กล่าวว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวแบบมหาชน ที่แพร่หลายในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 จนถึงปลายศตวรรษ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวจากการซื้อทัวร์เหมา หรือแพ็คเกจทัวร์ไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแพ็คเกจมาตรฐานที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวตามตารางเวลาเป็นการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมนี้เป็นผลมาจากการพัฒนาทางด้านระบบการติดต่อสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นผลมาจากการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ทำให้คนในโลกได้ใกล้ชิดกันมากขึ้น ผู้คนในศตวรรษที่ 21 ได้เกิดการพัฒนาแนวคิดใหม่ๆ และมีการรับค่านิยมใหม่ๆ จากวัฒนธรรมอื่น ผู้คนในปัจจุบันเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันต้องพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นอย่างมาก

อัคพินาร์ (Akpınar, 2003) กล่าวว่าผู้บริโภคในปัจจุบันเป็นผู้บริโภคที่พอใจกับการพึ่งพาตัวเอง มีความเป็นปัจเจกบุคคลมากขึ้น ต้องการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นตามความต้องการเฉพาะของตัวเอง หรือกลุ่มของตัวเองมากขึ้น ต้องการตัวเลือกมากขึ้น เน้นที่คุณภาพมาก

ขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ต้องการผลิตภัณฑ์ที่คุ้มค่าเงิน เช่นการเดินทางด้วยต้นทุนต่ำ และต้องการความยืดหยุ่นในโปรแกรมการเดินทาง

เรซิงเจอร์ (Reisinger, 2009) กล่าวว่าผู้บริโภคในปัจจุบันได้หันมาทบทวนพฤติกรรมกรรมการบริโภคของตัวเอง เช่น การใช้เวลาอย่างคุ้มค่า และให้ความสำคัญกับครอบครัวและการพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น กับการทำงาน ผู้บริโภคในปัจจุบันมีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการรอกอยจนถึงนาทีสุดท้ายก่อนที่จะตัดสินใจซื้อการท่องเที่ยวหรือจองตั๋วเครื่องบิน การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวประเภทแสวงหาประสบการณ์ ซึ่งต้องการสิ่งที่เป็นของแท้หรือชีวิตจริงในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวมากขึ้น

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า เมื่อทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่แล้ว ผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวจึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างความโดดเด่น หรือความเป็นเอกลักษณ์ให้กับแหล่งมากขึ้น นอกเหนือจากความสวยงามของธรรมชาติ หรืองานเทศกาล เพราะนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีค่านิยมที่ให้คุณค่ากับการเรียนรู้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และเน้นที่คุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยวมากกว่าเพียงแค่การสนองความต้องการทางด้านร่างกายด้วยการพักผ่อนหย่อนใจแต่เพียงอย่างเดียว

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ความหมายของแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2538) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นสิ่งดึงดูดใจเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวมีประสาทสัมผัสที่ดีเยี่ยมเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับในปัจจุบันมีความเจริญทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ได้พัฒนาให้เกิดความก้าวหน้าทางการขนส่ง การสื่อสาร สื่อมวลชนและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และต้องการท่องเที่ยวมากขึ้น

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า หมายถึง พลังกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ

สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2545) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า หมายถึง สิ่งกระตุ้นที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2546) กล่าวว่า หมายความว่า แรงจูงใจ หมายถึง การผสมผสานของแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางด้านร่างกาย จิตใจ และวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของบุคคลอย่างต่อเนื่องจนสามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความ

ต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้นั้นได้ แรงจูงใจเหล่านี้ทำให้รูปแบบพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน

สมกมล พวงพรหม (2546) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า หมายถึง การที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากปัจจัยภายในและภายนอก เพื่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมบางอย่างที่ต้องการ

วัชรเวคิน จิราวรรณชยาภูกุล (2553) สรุปความหมายของ แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวว่า หมายถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นแนวคิดทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยา พลังทางด้านจิตวิทยา คือ ความต้องการทำสิ่งต่างๆ ของนักท่องเที่ยว อาทิเช่น อยากว่ายน้ำ อยากปีนเขา พลังทางด้านสังคมวิทยา คือ ความอยากมีหน้ามีตาในสังคม อยากทันสมัย อยากดูมีระดับ

จึงอาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นบางอย่างของแต่ละบุคคลทางการท่องเที่ยว พฤติกรรมที่มีเป้าหมายนี้จะมีแรงจูงใจเป็นตัวผลักดันรวมอยู่ด้วย จึงส่งเสริมเร้าให้บุคคลเดินทางมากขึ้น และยังมีอิทธิพลที่ทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันทั้งในด้านพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและการบริการทางการท่องเที่ยว

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

แรงจูงใจที่ทำให้คนต้องการท่องเที่ยว นั้น เป็นปัจจัยที่มีมากมาย และไม่มี การสรุปออกมาอย่างชัดเจนว่ามีอะไรบ้าง ปัจจัยแต่ละปัจจัยจะเป็นตัวขับให้เกิดความต้องการ แต่ปัจจัยหลายๆ ปัจจัยมารวมกันก็ทำให้เกิดความต้องการขึ้นมาได้เช่นกัน มากไปกว่านั้นคือ การรวมตัวกันของปัจจัยดังกล่าวสามารถเป็นได้หลายๆ รูปแบบ ดังที่จะยกมามากล่าวดังต่อไปนี้

แมคคินโทช และ โกลด์เนอร์ (McIntosh and Goeldner, 1986) กล่าวว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (tourism motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวสนองความต้องการของตนเอง โดยแบ่งประเภทของสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. สิ่งกระตุ้นทางด้านกายภาพ อันได้แก่ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางด้านร่างกาย และจิตใจ รวมถึงการไปพักผ่อนร่างกาย การไปตากอากาศที่ชายทะเล หรือไปท่องเที่ยวตามคำแนะนำของแพทย์หรือเพื่อ ไปให้พ้นจากภาวะ การดำเนินชีวิตที่เคร่งเครียด

2. สิ่งกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม หมายถึงมูลเหตุจูงใจในสิ่งที่ยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับประเทศต่างๆ เช่น ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางค์ศิลป์ การวาดภาพ ฯลฯ

3. สิ่งกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งหมายรวมถึงการไปพบปะกับบุคคลอื่นๆ เช่น เยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพที่จำเจในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

จากครอบครัว จากเพื่อนบ้าน จากเพื่อนร่วมงาน และใช้ประโยชน์จากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปแสวงหาเพื่อนใหม่

4. สิ่งกระตุ้นทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง หมายถึง ความต้องการที่จะยกฐานะของตนให้สูงขึ้น มีเกียรติภูมิสูงขึ้น เช่น การไปทำธุรกิจ在不同ประเทศ การไปร่วมประชุม การเดินทางเพื่อการศึกษา ฯลฯ การได้ทำกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป็นคนที่มีเกียรติและมีสังคมที่ดีขึ้น

สุริรัตน์ เตชะทวิวรรณ (2545) กล่าวว่าแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการคือ

1. สิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งจูงใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาที่จะใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเที่ยวได้

2. สิ่งกีดขวางความต้องการ คือ สิ่งต่างๆ ที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลง เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา

3. สิ่งกระทบ หมายถึง ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อมจากแหล่งข้อมูล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมการขายซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมทางการเรียนรู้ ทักษะคิดและมองภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป

4. บทบาทของนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานภาพของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในสถานการณ์หรือช่วงเวลาที่แตกต่างกันและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป

สิริวดี วงษ์วัชรดำรง (2552) กล่าวว่าแรงจูงใจของมนุษย์มีมากมายหลายอย่าง เราถูกจูงใจให้มีการกระทำหรือพฤติกรรมหลายรูปแบบ เพื่อหาหน้าและอาหารมาดื่มกิน สนองความต้องการทางกาย แต่ยังมีความต้องการมากกว่านั้นเช่น ต้องการความสำเร็จ ต้องการเงิน คำชมเชย อำนาจ และในฐานะที่เป็นสัตว์สังคม คนยังต้องการมีอารมณ์ผูกพันและอยู่รวมกลุ่มกับผู้อื่น แรงจูงใจ จึงเกิดขึ้นได้จากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motives) แรงจูงใจภายในเป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคล ซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่างๆ ดังกล่าวมาเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก่อนข้างถาวร เช่น คนงานที่เห็นคุณค่าของงาน มองว่าองค์กรคือ สถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัว เขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์กร กระทำการต่างๆ ให้องค์กรเจริญก้าวหน้า หรือในกรณีที่บ้านเมืองประสบปัญหาเศรษฐกิจ ในช่วงเวลาของเศรษฐกิจขาลง องค์กรจำนวนมากอยู่ในภาวะขาดทุน ไม่มีเงินจ่ายค่าตอบแทน แต่ด้วยความผูกพัน เห็นใจกันและกัน ทั้งเจ้าของกิจการ และพนักงานต่างร่วมกันค้าขายอาหารเล็กๆ น้อยๆ

ทั้งประเภทแซนวิช ก๊วยเตี้ยว ฯลฯ เพียงเพื่อให้มีรายได้ ประทังกันไปทั้งผู้บริหารและลูกน้อง และในภาวะดังกล่าวนี้จะเห็นว่า พนักงานหลายรายที่ไม่ทิ้งเจ้านาย ทั้งเต็มใจไปทำงานวันหยุดโดยไม่มีค่าตอบแทน ถ้าการกระทำดังกล่าวเป็นไปได้ เนื่องจากความรู้สึก หรือเจตคติที่ดีต่อเจ้าของกิจการ หรือด้วยความรับผิดชอบในฐานะสมาชิกคนหนึ่งขององค์กร มิใช่เพราะ เกรงจะถูกไล่ออกหรือไม่มีที่ไป ก็กล่าวได้ว่า เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจภายใน

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motives) แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศ ชื่อเสียง คำชม การได้รับการยอมรับยกย่อง ฯลฯ แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวรต่อพฤติกรรม บุคคลจะแสดงพฤติกรรม เพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าว เฉพาะในกรณีที่ต้องการรางวัลต้องการเกียรติ ชื่อเสียง คำชม การยกย่อง การได้รับ การยอมรับ ฯลฯ ตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เช่น การที่คนงานทำงานเพียง เพื่อแลกกับค่าตอบแทนหรือเงินเดือน การแสดงความขยันตั้งใจทำงานเพียง เพื่อให้หัวหน้างานมองเห็นแล้ว ได้รับความดีความชอบ เป็นต้น

แสวงเดือน รตินธร (2555) กล่าวว่าแรงจูงใจหรือสิ่งกระตุ้นให้คนเดินทางเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวว่าเดินทางเพื่ออะไร และคาดหวังที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใด เมื่อนำทฤษฎีทางจิตวิทยาและสังคมวิทยามาประยุกต์กับการท่องเที่ยว แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางอาจจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

ปัจจัยดึง (Pull factor) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริม หรือดึงดูดให้คนเดินทางไปต่างๆ ได้แก่

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประเทศใดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่คึกคักเอื้ออำนวยให้คนในประเทศมีอำนาจทางการเงินสูง และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ได้มาก

2. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศที่แตกต่างไปจากประเทศของตน สามารถดึงดูดให้คนเดินทางได้ และข้อคิดดังกล่าวอาจนำมาประยุกต์ใช้กับแนวความคิดทางปัจจัยภูมิศาสตร์ได้ว่า นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างไปจากของตน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป หรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มี ลักษณะทางภูมิศาสตร์จึงเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ที่มีลักษณะแตกต่างจากประเทศหรือท้องถิ่นของตน

3. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม รูปแบบวัฒนธรรมบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่ง กำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้น ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี งานเทศกาลประเพณีสามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้

4. ปัจจัยทางการเมือง ประเทศใดที่มีสภาวะการณ์ทางการเมืองมั่นคงย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศตนได้ และในขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐบาลอาจกั้น หรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน

5. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารคมนาคม โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็น สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้

6. สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยม และการตัดสินใจของคนเนื่องจากสื่อมวลชนจะ ถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชน และสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ ถ้าข่าวสารหรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดีก็สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ในทางตรงกันข้ามถ้าข้อมูลปรากฏในเชิงลบ ก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน

ปัจจัยผลักดัน (Push factor) หมายถึงความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล และ กระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึง เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะผ่อนคลายความเครียด และได้รับความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการทางกาย

2. นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและ สะอาด ผู้บริการที่จริงใจข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง

3. นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทาย หรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของ ตนอยู่เสมอ และคาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตนได้อย่างถูกต้อง เพราะ แสดงถึงการเป็นที่ยกย่องยอมรับนับถึงในสังคมนั้นๆ

4. นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสม ประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตน

5. นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่างๆ ด้วยตนเอง โดยไม่สนใจว่า ท้องถิ่นนั้นจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเรียนรู้หรือ พยายามทำความรู้จักเข้าใจวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และมักจดจำหรือ บันทึกสิ่งที่ตน ได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน นักท่องเที่ยวแต่

ละคนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมือนกันและนักท่องเที่ยวคนหนึ่งๆ ก็อาจมีพฤติกรรมที่หลากหลายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของแต่ละบุคคล

จากทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่กล่าวมานั้น สรุปได้ว่าการจะศึกษาถึงแรงจูงใจที่ทำให้คนต้องการท่องเที่ยว นั้น ต้องศึกษาจากสิ่งที่มีผลต่อความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว โดยแรงจูงใจของการเดินทางท่องเที่ยวถือเป็นส่วนหนึ่งของแรงจูงใจของมนุษย์ การที่จะสามารถอธิบายเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนี้ต้องศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เยี่ยมเพื่อน หรือญาติ ทำธุรกิจ ฯลฯ การทราบถึงแรงจูงใจในการเดินทางจะทำให้เราเข้าใจความคาดหวังของนักท่องเที่ยว สามารถที่จะตอบสนองได้อย่างเหมาะสม และช่วยให้เกิดการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ทฤษฎีที่อธิบายแรงจูงใจนั้น ถือเป็นพื้นฐานของการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การตัดสินใจ และการตลาดอยู่ที่โต๊ะ อาจกระตุ้นแรงจูงใจต่างๆ นั้น และทำให้เรารู้สึกอยากเดินทางท่องเที่ยวขึ้นมาได้ แต่ก่อนที่เราจะตัดสินใจไปเที่ยวที่ใดที่หนึ่งนั้น อาจมีปัจจัยอย่างอื่นเป็นสิ่งที่มีผลในการตัดสินใจ ซึ่งอาจเป็นสภาพอากาศที่เจอทุกวัน คนที่เจอกับอากาศหนาวเย็น อาจอยากเจอแสงแดดกับสภาพอากาศที่อบอุ่นสบาย อยากออกกำลังกาย ไปท่องเที่ยวที่ได้มีการใช้กำลังงานซึ่งแตกต่างจากการนั่งโต๊ะทำงานทุกวัน ไม่ค่อยได้มีกิจกรรมในการออกกำลังเท่าที่ควร สิ่งที่น่าสนใจอยากทำ หรืออยากลองอยากเห็น ไม่ว่าจะเป็นการเล่นกระดานโต้คลื่น วาดรูป รับประทานอาหารที่ตนชอบ อาจเป็นอาหารอีสาน หรืออาหารประจำภาคอื่นๆ หรืออาหารในภูมิภาคอื่นของโลก หาเพื่อน หรือแม้กระทั่งหาคู่ใหม่ อยากไปวัดหรือไปคูพิพิธภัณฑ์ อยากพักผ่อน ทั้งหมดอาจเป็นความต้องการ หรือเหตุผลในการท่องเที่ยวในการเดินทางครั้งเดียว จะเห็นได้ว่าปัจจัยต่างๆ จะเข้ามามีบทบาทเมื่อถึงเวลาที่จะเลือกว่าจะเดินทางไปไหน นี่เป็นลักษณะของนักท่องเที่ยวส่วนมาก การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวนั้นก็มักจะถูกอิทธิพลจากปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการทั้งหมดได้ไม่มากนัก

การศึกษาแรงจูงใจจากประวัติการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์แรงจูงใจจากประวัติการท่องเที่ยว การศึกษาประวัติการท่องเที่ยวเป็นอีกทางหนึ่งที่ทำให้ข้อมูลซึ่งนำมาวิเคราะห์หาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้ โดยการท่องเที่ยวในยุคแรกของโรมัน สะท้อนแรงจูงใจด้านความต้องการพักผ่อน หนีร้อน และความสงสัยใคร่รู้ของมนุษย์ ในขณะที่การท่องเที่ยวแบบจาริกแสวงบุญในช่วงต้นของยุคกลางบ่งบอกความเชื่อ ความศรัทธาในศาสนา ส่วนในยุคแกรนด์ทัวร์ ช่วงศตวรรษที่ 17-18 ชายหนุ่มชนชั้นสูงในอังกฤษท่องเที่ยวด้วยความต้องการเผชิญโลกภายนอก และศึกษาเรียนรู้ไปในเวลาเดียวกัน การศึกษาพัฒนาและปรับปรุง

ตนเองน่าจะเป็นลักษณะของแรงจูงใจในการเดินทางยุคแกรนด์ทัวร์ โดยหลังจากนั้นในศตวรรษที่ 19 สุขภาพเป็นสิ่งที่เข้ามาอยู่ในความสนใจและดูเหมือนจะเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวสปา และภูเขาในยุคนั้น

ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 เริ่มมีเรือเดินสมุทร รถไฟ โรงแรมขนาดใหญ่ และสถานที่พักตากอากาศมากขึ้น การท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวเริ่มเป็นส่วนหนึ่งในการบ่งบอกฐานะทางสังคมเช่นเดียวกับทรัพย์สินสมบัติ ดังนั้นการท่องเที่ยวบางประเภทเป็นเครื่องหมายบอกชนชั้น โดยมีแรงจูงใจทางสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง ส่วนในยุคครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 ทางเลือกในการเดินทางและแหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลาย เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการในการหลบหนีสุขภาพ การศึกษา พัฒนาความสามารถ ทักษะ พัฒนาจิต หรือการให้รางวัลตนเอง โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวยุคหลังมีความสัมพันธ์กับสถานภาพ และความสำเร็จของบุคคลอย่างมากรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป โดยแรงจูงใจนี้สามารถตอบสนองได้โดยกิจกรรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2547)

จากประวัติย่อของการท่องเที่ยวตั้งแต่อดีตจนถึงศตวรรษที่ 20 จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยหลายประการที่ส่งเสริมให้เกิดการเดินทาง อาจจะแบ่งปัจจัยเหล่านี้ออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเดินทาง และปัจจัยดึงดูดให้คนเดินทาง (เลิศพร ภาวะสกุล, 2555) คนเราจะเดินทางได้นั้นจำเป็นต้องมีเวลามากพอและมีเงินที่จะใช้เพื่อการเดินทางและตลอดทุกยุคทุกสมัยปัจจัยทั้งสองนี้เอื้อให้คนในสังคมเพียงบางกลุ่มเท่านั้นที่จะเดินทางได้ คนส่วนใหญ่จะมีเวลาที่จำกัดในอดีตก่อนศตวรรษที่ 20 การหยุดงานโดยได้รับค่าจ้างก็ยังไม่เป็นที่รู้จักกัน สิ่งที่สำคัญเท่าๆ กับเวลาและเงินก็คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางความก้าวหน้าของพาหนะในการเดินทางและความเจริญทางด้านการศึกษาที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวถึงปัจจัยหรือเงื่อนไขที่ส่งเสริมให้มีการขยายตัวของการเดินทางท่องเที่ยว และก่อนที่จะเกิดการเดินทาง มีอยู่สองประการ คือ สภาพเอื้อต่อการท่องเที่ยว (Enable Condition หรือ Travel Facilitator) และแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Motivation)

1. สถานภาพเอื้อเพื่อการท่องเที่ยว เป็นเงื่อนไขที่จะทำให้ผู้คนสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ ซึ่งได้แก่เวลา (Time) และรายได้ (Income) สำหรับเรื่องปัจจัยเวลานั้น สามารถจะอธิบายได้โดยง่ายว่า คนเราจะเดินทางท่องเที่ยวได้ จำเป็นต้องมีเวลาว่างพอเสียก่อน สำหรับเรื่องรายได้นั้นเป็นปัจจัยสำคัญมาก เพราะถ้าขาดรายได้ก็ไม่สามารถจะเดินทางได้ แต่คำว่ารายได้นั้นน่าจะหมายถึงรายได้หลังหักจ่ายที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เช่น ที่อยู่อาศัย อาหาร เสื้อผ้า หรือค่าใช้จ่ายที่จ่ายเพราะความเจ็บไข้ได้ป่วยเสียก่อน เหลือเท่าใดแล้วจึงเป็นรายได้หลักหักค่าใช้จ่ายแล้ว (Disposable Income) สรุปได้ว่าทั้งเวลาและรายได้จะเป็นมูลเหตุปัจจัยให้เกิดการท่องเที่ยวได้

2. แรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Motivation) แรงกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมต่างๆ (Travel Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การขนส่ง ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวแบบแยกกัน ไม่ออก นักเดินทางต้องการการขนส่งที่รวดเร็ว ปลอดภัย มีความสุขสบาย และราคาพอที่จะทำให้สามารถใช้บริการได้ ถ้าราคาแพงเกินไปแรงกระตุ้นก็จะน้อยลง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญเท่าเทียมกับการขนส่งก็คือที่พัก (Accommodation) เมื่อมีระบบขนส่งรถม้าและรถขนส่งไปรษณีย์แล้วจึงมีแรงผลักดันให้เกิดการสร้างที่พักอาศัยตามสถานที่ปลายทางต่างๆ มากมาย สรุป แรงจูงใจท่องเที่ยวในสมัยก่อนมีปัจจัยอยู่ที่ระบบการขนส่ง การคมนาคมและการพัฒนาการเรื่องที่พักอาศัย

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่จะก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งสองปัจจัย มีลักษณะแตกต่างกัน กล่าวคือ ปัจจัยเอื้อการเดินทางท่องเที่ยว (Enable Condition) ที่มีปัจจัยเวลาและรายได้เป็นตัวเร่งให้การเดินทางเติบโตเร่งเร้านักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอยู่แล้วให้ออกเดินทางนั้นเป็นการเร่งเร้าจากภายนอก และปัจจัยแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยว (Travel Motivation) อันได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม ความปลอดภัย สุขอนามัย จะมีอิทธิพลมากกว่า เพราะเป็นแรงผลักดันจากภายในอันก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเดินทางท่องเที่ยวว่าจะสะดวกหรือไม่ ปลอดภัยหรือไม่ หรือเสี่ยงต่อโรคร้ายไข้เจ็บหรือไม่ ถ้าผู้คนมีทัศนคติดังกล่าวในทางที่ดีและแน่ใจในปัจจัยเร่งเร้าแล้ว ก็จะผลักดันให้เกิดความต้องการในการเดินทาง นอกจากแรงกระตุ้นดังกล่าวจะผลักดันจากภายในแล้ว สิ่งที่จะส่งเสริมให้เกิดแรงกระตุ้นที่ดีมากอย่างหนึ่งก็คือการเตือนให้นักเดินทางตระหนักถึงสุขอนามัย การให้การศึกษาในการเดินทาง และการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในถิ่นหรือประเทศอื่น ปัจจัยทั้งสองตัวที่เป็นปัจจัยภายนอกและภายในดังกล่าว จะเป็นตัวเพิ่มโอกาสให้เกิดการเดินทาง และสร้างความต้องการในการเดินทางในที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ว่าหมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ / หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจน การตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่นๆ โดย

เป็นการท่องเที่ยว ที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไป การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) จึงมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ จากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) อาจแบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลักดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พัก แรม หรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การบริการสูดกลิ่นบำบัด (Aroma Therapy) และวารีบำบัด (Water Therapy)

การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหาร และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และอื่นๆ โดยทั่วไป จึงมักนิยมการเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มี แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม โดยจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วย และเลือกพักแรมในสถานที่พักตากอากาศประเภทโรงแรม หรือรีสอร์ทที่มีศูนย์ สุขภาพหรือศูนย์กีฬาให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่มีมาตรฐานคุณภาพอย่างแท้จริง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักแรมนั้นๆ จัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการให้บริการดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการนิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก และมีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพแลพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไปในตัวอีกด้วย

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพการรักษา พยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาล ที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริงเช่นการตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟันและการรักษา

สุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่นๆ เป็นต้น โดยทั่วไปจึงมักมี การ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บรรจุโปรแกรมการเข้ารับบริการบำบัดรักษาโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพต่างๆที่หลากหลาย เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่ง ประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพ นักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

จุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวทั้ง 2 ประเภทนี้ คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกาย และสุขภาพจิต การบำบัดรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้ แลกเปลี่ยนประสบการณ์และสังสรรค์ทางสังคมเพื่อการ สร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่าง การท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทักษะคิด และค่านิยมในการส่งเสริมและ รักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น การสร้างเสริมสุขภาพด้วยตนเองนั้นสามารถ แสดงออกมาในรูปแบบของการออกกำลังกาย และการเล่นกีฬา การควบคุมน้ำหนักตัว การนิยม เลือกรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การทำจิตใจให้สงบด้วยการฝึกปฏิบัติสมาธิตามแนวพุทธศาสนา และการใช้ยารักษาโรคจากสมุนไพรที่มีผลกระทบบ้างเล็กน้อย

ในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Promotion Tourism) มีรูปแบบการจัด โปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างหลากหลาย

1. ทัวร์แพทย์แผนไทย เยี่ยมชมวัดโพธิ์ที่มีประวัติ ความเป็นมาที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ซึ่งได้รับ ยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย รับฟังการบรรยายสรุปและชมการสาธิต การนวดไทยแผนโบราณเพื่อการรักษาโรคและการ ส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนเรียนรู้และฝึกปฏิบัติ วิธีการนวดไทยแผนโบราณจากผู้ที่มีความสามารถ เปรียบเทียบวิธีการนวดแผนโบราณของประเทศไทยกับการนวดของประเทศอื่นๆของโลก

2. ทัวร์อาหารสมุนไพร เยี่ยมชมศูนย์เกษตรสมุนไพร สวนพฤกษศาสตร์สมุนไพร และ ศึกษาเรียนรู้ความมหัศจรรย์แห่งภูมิปัญญาไทยที่สร้างสรรค์โรงวัฒนธรรม ทางด้านอาหาร สมุนไพร ไร่พืชที่มีแคลอรีต่ำและเครื่องดื่มสมุนไพรที่มี ประโยชน์ต่อสุขภาพ การนวดแพทย์แผน ไทยและอบสมุนไพรเพื่อบำบัดรักษาโรคและบำรุงรักษาสุขภาพ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิแนว พุทธศาสนา ฝึกโยคะ/ ฝึกกายบริหารท่าฤๅษีตัดตน และชมการสาธิตกระบวนการผลิต อาหารและ เครื่องดื่มสมุนไพร

3. ทัวร์สมุนไพรชนบท เยี่ยมชมทัศนศึกษาการปฏิบัติงานของกลุ่ม ชมรม สมาคม และ ผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัดที่ยัง อนุรักษ์ภูมิปัญญา ท้องถิ่นและหมอพื้นบ้านโดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพร ในสถานที่จริงและรับฟังการ

บรรยายสรรพคุณ รวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหมอพื้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่ม ชมรมหรือสมาคมสมุนไพร

4. ทัวร์เกษตรธรรมชาติ เยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริและการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ ด้วยการฝึกฝนวิธีการปลูกผักพื้นบ้านสำหรับบริโภคได้เอง การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่ ไร้ปุ๋ย ไร้ยาฆ่าแมลง โดยมีการทัศนศึกษาและพบปะสนทนาและพูดคุย กับนักวิชาการพื้นบ้านเกษตรกรรมไทย

5. ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมทัศนศึกษาแหล่ง น้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ ที่มีอยู่ในหลายจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย และพักใน โรงแรมและรีสอร์ทที่ที่ตั้ง อยู่ในหรือใกล้สถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่ เพื่อบำบัดสุขภาพ โดยมีการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงาม ในจังหวัดอันเป็นที่ตั้งของน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่นั้น

6. ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา เยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติอันสวยงามและสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธศาสนา เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่ร่มรื่นงดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ใน วัดป่าธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการคลายเครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออก

7. ทัวร์แหล่งธรรมชาติ เยี่ยม ชมแหล่งธรรมชาติและเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพที่สวยงาม โดยการเดินป่าสมุนไพรหรือจักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพในอุทยานแห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างหลากหลาย ในสถานที่พักแรมประเภท โรงแรมและ รีสอร์ทที่มีสถานบริการส่งเสริมสุขภาพแบบสปา ให้เลือกใช้บริการได้

รูปแบบบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในประเทศไทยได้มีการจัดรูปแบบกิจกรรมการให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่าง หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) ที่บริษัทนำเที่ยวเสนอขายให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้แก่ การนวดแผนไทย ถือเป็นวิธีบำบัดรักษาโรคของไทยที่มีมาแต่ดั้งเดิม เริ่มต้นมาจากความพยายามในการบรรเทาอาการปวดเมื่อย ฟกช้ำ ด้วยการสัมผัสจับต้อง หรือกดบริเวณที่เจ็บเพื่อช่วยเหลือตนเองและส่งเสริมประสบการณ์มาเป็นการนวด เริ่มจาก การนวดตนเอง นวดเพื่อช่วยเหลือบุคคลในครอบครัวและกระจายกว้างขวางออกไปในชุมชน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

ชญวดี ศรีสุโข (2555) กล่าวว่าปัจจุบันประเทศไทยได้กลายเป็นประเทศชั้นนำในเรื่องการแพทย์เชิงท่องเที่ยวของเอเชีย ขยับเกี่ยวกับประเทศอินเดียและสิงคโปร์ แม้การแพทย์เชิงท่องเที่ยวของประเทศไทยจะมีข้อเสียบ้าง เช่น คนต่างชาติที่มาใช้บริการแล้วกลับไปประเทศเกิดพบว่ามีอาการผิดปกติ การรักษาที่ประเทศตนเองอาจแตกต่างจากประเทศไทย การฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายกับโรงพยาบาลในประเทศไทยก็มักจะไม่ได้ผลแต่ก็เป็นส่วนน้อย ซึ่งเหตุผลของความนิยมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีหลายประการ ดังนี้

1. ระบบการรักษาพยาบาลด้วยการแพทย์แผนตะวันตกของประเทศไทย เจริญก้าวหน้าทัดเทียมหรือเจริญยิ่งกว่าประเทศทางแถบตะวันตกมีเครื่องมือเครื่องมือที่ทันสมัย แพทย์จำนวนมากจบมาจากเมืองนอก มีความรู้ความสามารถ มีประสิทธิภาพในการรักษา ทั้งมีการแพทย์เชิงวัฒนธรรมที่เลื่องชื่อไปทั่วโลก เช่น การนวดแผนโบราณ สปา การอบ การประคบ แพทย์แผนไทยสมุนไพรไทย ฯลฯ

2. ไม่ต้องรอคิวนาน และราคาไม่แพง ถ้าเทียบกับการแพทย์ของประเทศแถบตะวันตก

3. โรงพยาบาลที่รับคนไข้การแพทย์เชิงท่องเที่ยว หลายโรงพยาบาลได้รับการรับรองคุณภาพระดับโลก มีการเตรียมรับคนไข้เป็นอย่างดี เช่น มีแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ที่พูดภาษาเดียวกับคนไข้ มีศูนย์ประสานงานที่ช่วยจัดการเรื่องต่างๆ ให้คนไข้ เช่น ที่กินที่พัก ที่พักผ่อน การเดินทาง การจองตั๋ว วิชา ฯลฯ โรงพยาบาลมีการปรับปรุงรูปแบบให้สวยงามคล้ายโรงแรม แบ่งส่วนหย่อนใจคล้ายเรียกดออกจากส่วนที่รักษาพยาบาล มีร้านอาหาร ร้านค้า ในโรงพยาบาล มีการดูแลคนไข้พิเศษโดยเฉพาะ เช่นคนไข้นับถือศาสนาอิสลาม มีอาหารฮาลาล มีสถานที่ที่ทำละหมาด เป็นต้น

4. ที่ตั้งของประเทศไทย เดินทางโดยเครื่องบินได้สะดวก มีสายการบินอำนวยความสะดวกเดินทางได้ทั่วโลก โดยค่าเครื่องบินไม่แพงมากนัก

5. มีชื่อเสียงระดับโลก ในด้านศัลยกรรมเสริมสวย การแปลงเพศ การจัดฟัน ทำฟัน ศัลยกรรมกระดูก หรือการแพทย์ที่ต้องใช้เทคโนโลยีระดับสูง ซึ่งบางประเทศมีราคาแพง รอคิวนาน และไม่มีสวัสดิการการรักษา ขณะที่บางประเทศ ก็ขาดแคลนแพทย์ที่ชำนาญ

6. วิกฤติผู้ก่อการร้ายโจมตีอาคารเวิร์ลเทรดเซ็นเตอร์ในมหานครนิวยอร์ก เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2544 ทำให้ประชาชนชาวตะวันตกออกกลางคันมาหาการแพทย์เชิงท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียมากขึ้น สถานที่หนึ่งซึ่งเป็นที่นิยมคือประเทศไทย

7. มีการส่งเสริมสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางของการแพทย์เชิงท่องเที่ยว (Medical hub) จากภาครัฐ การรณรงค์ อะเมซิ่งไทยแลนด์ ก็สามารถชักชวนชาวต่างประเทศให้อยากมาประเทศไทยมากขึ้น
8. มีการขยายการแพทย์เชิงท่องเที่ยว ไปในกลุ่มคนที่ไม่ได้ป่วยให้มาตรวจเช็คร่างกาย ซึ่งมีตั้งแต่โปรแกรมธรรมดา หรือโปรแกรมพิเศษ ใช้เทคโนโลยีระดับสูง
9. ประเทศไทยมีชื่อเสียงในการใช้เซลล์ต้นแบบ หรือสเต็มเซลล์ (Stem cell) รักษาโรคที่รักษาไม่ได้ ในขณะที่ประเทศทางตะวันตกมีการห้ามใช้ การรักษาได้ผลในบางรายสร้างชื่อเสียงอย่างมากให้ประเทศไทย
10. มีความก้าวหน้าในการติดต่อกับรัฐบาลหรือหน่วยงานประกันสุขภาพในบางประเทศ ให้ส่งคนไปใช้การแพทย์เชิงท่องเที่ยว มารักษาในโรงพยาบาลในประเทศไทย
11. มีการขยายโรงพยาบาลรับคนไปใช้การแพทย์เชิงท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน สำหรับโรงพยาบาลเอกชนข้อมูลจากสมาคมโรงพยาบาลเอกชน พบว่ามีโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 33 แห่งที่รับคนไปใช้การแพทย์เชิงท่องเที่ยว ในจำนวนโรงพยาบาลเอกชนที่เป็นสมาชิกของสมาคมทั้งหมด 218 โรงพยาบาล บางโรงพยาบาลยังมีความก้าวหน้า ขยายคลินิกคนไปใช้การแพทย์เชิงท่องเที่ยว โดยตั้งในสถานที่ที่สะดวกในการติดต่อ เช่น สนามบิน สนามกอล์ฟ และสถานท่องเที่ยว ฯลฯ
12. ประเทศไทยมีการบริการชั้นหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหาร คนไทยใจดี ยิ้มเก่ง เป็นมิตร มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ทิวทัศน์ สวยงาม อาหารการกิน ผลไม้ มีชื่อเสียงติดอันดับโลก

สถานการณ์ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก

ศิณีย์ สังข์ศรี (2554) กล่าวว่าสถานการณ์และมูลค่าทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยรวมและภูมิภาคเอเชียที่นำมาจากการรวบรวมข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับตลาดการท่องเที่ยวเชิงรักษาสุขภาพของประเทศต่างๆ การเก็บข้อมูลต่างๆ จากผู้ให้บริการทางสุขภาพที่สำคัญของเอเชีย พบว่าในปี 2549 ได้มีการคาดการณ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกจะมีการเติบโตขึ้นที่อัตราการเติบโตรวม (Compound Annual Growth Rate - CAGR) ที่ประมาณไว้ที่ 20% โดยมีมูลค่าตลาดรวมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกอยู่ที่ประมาณ 20,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และมีคาดการณ์ไว้ว่า จะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 58,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2555 สำหรับการคาดการณ์ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภูมิภาคเอเชียก็มีการเติบโตเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศผู้ให้บริการทางสุขภาพที่สำคัญของภูมิภาคนี้ที่อยู่ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียใต้ ซึ่งได้แก่ ประเทศไทย สิงคโปร์ อินเดีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ โดย

ในปี 2549 มูลค่าตลาดรวมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งมีอยู่ที่ประมาณ 20,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ พบว่าตลาดรวมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศผู้ให้บริการทางสุขภาพที่สำคัญในภูมิภาคดังกล่าวนี้มีส่วนแบ่งอยู่ที่ 10% ของตลาดรวมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือมีมูลค่าการตลาดอยู่ที่ประมาณ 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่การคาดการณ์มูลค่าตลาดโลกจะมีทิศทางที่จะเติบโตรวมต่อปีอยู่ที่ประมาณ 20% แต่สำหรับการคาดการณ์การเติบโตรวมต่อปีของเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะสูงกว่าโดยประมาณ 28% และจะมีมูลค่าตลาดถึง 9,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจะเป็นการแบ่งส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ 15% ของมูลค่าตลาดโลกในปี 2555

อีกทั้งข้อมูลจากสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงวอชิงตัน ได้กล่าวถึงแนวโน้มของธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์ในทวีปเอเชียและโอกาสของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ว่า ทวีปเอเชียเป็นตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีศักยภาพเนื่องจากสร้างรายได้ เป็นมูลค่า 3.4 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2550 โดยคิดเป็นร้อยละ 12.7 ของส่วนแบ่งตลาดโลก ปัจจุบันส่งเสริมการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในทวีป เอเชียมาจากการที่จำนวนประชากรสูงอายุในประเทศพัฒนาแล้วมีจำนวนมากขึ้นอย่าง รวดเร็วบวกกับการให้บริการทางการแพทย์ที่มีอย่างจำกัด และการที่นายจ้างกับบริษัทประกันสุขภาพเริ่มหันมาพึ่งการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์โดยมีจุดประสงค์ในการลดค่าใช้จ่ายทางสวัสดิการทางการแพทย์และค่าใช้จ่ายในการรักษาเพิ่มสูงขึ้น โดยสรุป การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในทวีป เอเชียถูก ประมาณการไว้ที่ร้อยละ 17.6 ในช่วงระหว่างปี 2550 ถึงปี 2555 ในทวีปเอเชียมีประเทศที่สามารถให้บริการรองรับความต้องการของประชากรสูงอายุใน ประเทศพัฒนาแล้วคือประเทศ อินเดีย สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และประเทศไทย รัฐบาลอินเดียได้ประมาณการรายได้ในปี 2555 ไว้ที่ 1 ถึง 2 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยที่มีบริษัทเอกชนในประเทศอินเดียร่วมลงทุนสนับสนุนทางด้านเครื่องมือทางการแพทย์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่างๆ อินเดียจะ ได้เปรียบในเรื่องของค่าใช้จ่ายทางการแพทย์ที่ต่ำแต่ผู้ใช้บริการ จากประเทศพัฒนาแล้วยังคงตั้งคำถามในเรื่องของความสะอาด ประเทศสิงคโปร์ได้ตั้งเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในปี 2555 ไว้ที่ 3 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งจะมาจากการประมาณจำนวนนักท่องเที่ยวผู้ มาใช้บริการที่ 1 ล้านคน ปัจจุบันสิงคโปร์มีการให้บริการทางการแพทย์แบบครบวงจรมีชื่อว่า SingHealth ซึ่งเป็นการร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลและโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องแต่อุปสรรคที่ ประเทศ สิงคโปร์ต้องเผชิญคือค่าใช้จ่ายด้านการแพทย์ที่สูงเทียบเท่าประเทศทาง ตะวันตก มาเลเซียและ ฟิลิปปินส์ได้กลายเป็นประเทศที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมนี้และคาด ว่าจะเติบโตอย่างรวดเร็วใน ระยะเวลา 5 ปี ข้างหน้า ในส่วนของไทย โอกาสทางการก้าวหน้าในส่วนของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์นั้นขึ้น อยู่กับการพัฒนาของวงการการแพทย์และธุรกิจการดูแลสุขภาพใน

ประเทศเป็นหลัก ทั้งนี้ ความเอาใจใส่นักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญเนื่องจาก ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้รับกลับไปจะเป็นตัวตัดสินใจว่าจะ กลับมาใช้บริการทางการแพทย์ที่ประเทศไทยในครั้งต่อไปหรือไม่ การดูแลต้องครอบคลุมไปถึงญาติและคนใกล้ชิดของ นักท่องเที่ยวผู้มาใช้บริการ เช่นกันเพราะเป็นผู้มีกำลังซื้อในระดับสูงที่จะใช้จ่ายซื้อบริการในส่วน ของ ที่พัก อาหาร สปา และร้านค้าต่างๆ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

ปาลีรัตน์ การดี และคณะ (2547) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีดังนี้ 1. กลุ่มผู้บริหารภาครัฐและเอกชน สถานบริการสปาควรผ่านมาตรฐานทั้งทางด้านความปลอดภัยและ สิ่งแวดล้อม มีการแข่งขันกันทั้งด้านรูปแบบและการให้บริการ รูปแบบการให้บริการได้มาตรฐาน สะอาด สะดวก และปลอดภัย การให้บริการมีความหลากหลาย เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น มีเอกลักษณ์ ความเป็นไทยแต่มีมาตรฐานระดับสากล การตลาดเพิ่มมากขึ้น มีการแข่งขันกันอย่างเสรี พัฒนาการ ตลาดเชิงรุกและเจาะกลุ่มเป้าหมาย มีศูนย์บริการครบถ้วนเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เน้น การประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศโดยการจัดแสดงและมีการออกงาน ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ ในวงกว้างให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าและ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ บุคลากรทุก ตำแหน่งในสถานบริการสปาควรได้รับการอบรมและผ่านการสอบที่ได้มาตรฐานของกระทรวง สาธารณสุข 2.กลุ่มบริษัทนำเที่ยว แนวโน้มของสปาในอนาคตจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยและ ต่างชาติเข้ามาใช้บริการสปาเพิ่มมากขึ้นและจะมีบทบาทสูงมากในอนาคต แต่ควรดำเนินการให้ สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น มีการนำภูมิปัญญาไทยมาใช้ในสปา ได้แก่ การตกแต่ง สถาปัตยกรรม ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ และวิธีการนวดที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยและของท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาควรเป็นของธรรมชาติปราศจากมลภาวะ 3.กลุ่มผู้ประกอบการสปา สปาควรมีคุณภาพและมาตรฐานด้านสถานที่ ด้านการบริการ และด้านบุคลากร รูปแบบการให้บริการใน อนาคตควรเป็นสถานบริการสปาแบบครบวงจรที่หลากหลายทั้งชีวิตและฟิตเนส ให้การบริการ แบบไทยๆ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยเฉพาะตามท้องถิ่น ใช้ผลิตภัณฑ์ของไทย มีบริการด้าน สุขภาพกายและจิตควบคู่กัน อัตราค่าบริการควรมีมาตรฐานราคากลาง ตามความเหมาะสมกับ คุณภาพของการบริการ อยู่ในระหว่าง 500-5,000 บาท อัตราค่าบริการอาจสูงขึ้นตามมาตรฐานและ คุณภาพ และราคายุติธรรมต่อลูกค้า 4.กลุ่มนักท่องเที่ยว สปาที่มีคุณภาพและมาตรฐานด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และด้านการบริการรูปแบบการให้บริการในอนาคตควรมีบริการแบบครบวงจร และมี

บริการหลากหลายให้เลือก ทั้งอาหารและที่พักเพื่อสุขภาพ มีบริการ โยคะและฟิตเนส และเปิดบริการตลอดวัน ควรพัฒนารูปแบบการให้บริการอยู่ตลอดเวลา เพิ่มความแปลกใหม่ในแต่ละทริตเมนต์ มีเครื่องมือทันสมัย มีผู้เชี่ยวชาญการนวด พนักงานเป็นมืออาชีพ เพิ่มลีลาการนวดมากขึ้น มีความสะดวก สบาย สะอาด และปลอดภัย เน้นความเป็นไทย มีผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้บริการ ให้บริการด้วยวัฒนธรรมชาติมากกว่าสารเคมี อัตราค่าบริการควรมีความเหมาะสม และเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ควรแสดงอัตราค่าบริการในแต่ละรายการที่มีราคารมาตรฐานทั้งคนไทยและต่างชาติ และควรอยู่ในระหว่าง 500-4,000 บาท

มนรัตน์ ใจเอื้อ (2549) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการแพทย์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กรณีศึกษา: กรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผลการประเมินทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการแพทย์ในกรุงเทพมหานครเป็นดังนี้ กรุงเทพมหานครมีทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการแพทย์ที่สำคัญ คือมีจำนวน โรงพยาบาลเอกชน/คลินิก/สถานพยาบาลที่เพียงพอและมีคุณภาพ มีเทคโนโลยีและอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการให้บริการ และคำรักษาพยาบาลที่มีความเหมาะสม ทั้งนี้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ดังนี้ จุดแข็งในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ คือคำรักษาพยาบาลถูกเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลต่างประเทศ จุดอ่อนคือใช้เงินลงทุนที่สูงด้านเทคโนโลยีการแพทย์ โอกาสคือการเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ ซึ่งช่วยให้เกิดการลงทุนบริการ และการท่องเที่ยวให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น และอุปสรรคคือเกิดการแข่งขันสูงในเรื่องการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน นอกจากนี้ผลจากการวิเคราะห์วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการ เพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการแพทย์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครพบว่า วิสัยทัศน์ที่สำคัญคือกรุงเทพมหานครจะพัฒนาให้โรงพยาบาลเอกชน/คลินิก/สถานพยาบาล มีบริการการรักษาและบริการเพื่อสุขภาพที่มีคุณภาพ มาตรฐานระดับสากล ยุทธศาสตร์ที่สำคัญ คือ ยุทธศาสตร์ทางการเรียนรู้และการเติบโตของโรงพยาบาล และบุคลากร กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม โครงการที่สำคัญ คือ โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ และภาษาของกลุ่มประเทศเป้าหมายให้กับบุคลากร เพื่อเพิ่มทักษะในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคลากรและผู้ป่วยชาวต่างชาติ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการแพทย์ในกรุงเทพมหานคร ภาครัฐ โรงพยาบาลเอกชน และสมาคมผู้ประกอบการ ควรมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการบริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด

เพชรรัตน์ ภูพันธ์ (2550) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง โดยมีอายุระหว่าง 31-41 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง 2. นักท่องเที่ยวมีประการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรู้จักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากนิตยสาร/วารสาร มากที่สุด ส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นการนวด/อบ/ประคบสมุนไพร มากที่สุด โดยเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเดือนละ 1 ครั้ง ทั้งนี้พบว่ามักไปคนเดียว หรือไปกับเพื่อนฝูง และรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คาดหวังที่นักท่องเที่ยวคาดหวังมากที่สุดคือ ทัวร์นวดแผนไทย 3. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานครในด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือ และอุปกรณ์ และด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก 4. นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ในด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พรพฐ รูปจำลอง (2552) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง กรอบนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งจากการศึกษาพบว่ารัฐบาลกำหนดนโยบายตามการผลักดันของเอกชนผู้ประกอบการ โรงพยาบาลซึ่งมุ่งดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติให้เดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลในประเทศไทย ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการบริการส่งเสริมสุขภาพโดยเน้นสปาซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีส่วนส่งเสริมการพัฒนาสปาไทยให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นด้วยการนวดไทยและการนำสมุนไพรไทยมาใช้ เอกชนรายใหญ่มีศักยภาพในการริเริ่มและแข่งขันในธุรกิจ แต่ผู้ประกอบการรายย่อยยังขาดเครือข่ายการตลาด ขาดการพัฒนาองค์กรเพื่อการเรียนรู้และขาดบุคลากรที่มีทักษะ ภาครัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายและมีบทบาทเป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุน ผู้อำนวยการความสะดวกและผู้กำกับดูแล แต่ภาครัฐขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจริงจัง เพราะเปลี่ยนรัฐบาลบ่อยและรัฐบาลไม่ได้แต่งตั้งหน่วยงานหลักเพื่อให้มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการนำนโยบายไปปฏิบัติและนโยบายขาดแผนเชิงกลยุทธ์ การดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงไม่ประสบความสำเร็จ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ 1) ทบทวนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในมิติที่หลากหลายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งอาจพัฒนาได้ในชุมชนชนบท 2) พัฒนาแผนเชิงกลยุทธ์และส่งเสริมนวัตกรรมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยให้ภาครัฐทำงานร่วมกับภาคเอกชนในฐานะ

หุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ 3) แต่งตั้งหน่วยงานหลักที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวให้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อกระจายโอกาสไปสู่ชนบทโดยดำเนินงานตามหลักจริยธรรมและธรรมาภิบาลโดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4) ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในการศึกษาวิจัยต่อจากนี้ ผู้เขียนขอเสนอแนะให้ศึกษาเพื่อกำหนด 1) กรอบนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนเชิงสร้างสรรค์ (Creative Community-Based Wellness Tourism) ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) กรอบนโยบายเพื่อการพัฒนาบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของภาครัฐและภาคเอกชนในฐานะหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของเอกชนรายย่อย 3) กรอบนโยบายในการพัฒนาฝึกฝนอบรมบุคลากรภาครัฐในการส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน

พิมพา หิรัญกิตติ (2552) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้บริหาร โดยมีรายได้เฉลี่ย 2,000-4,000 เหรียญสหรัฐต่อเดือน มีสถานภาพสมรสแล้ว และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย ซึ่งกรุงเทพมหานครเป็นสถานที่พักฟื้นภายหลังใช้บริการที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด รองลงมาคือ เชียงใหม่ และภูเก็ต ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาใช้บริการทันตกรรม รองลงมาคือ ตรวจสอบสุขภาพประจำปี ศัลยกรรมพลาสติก เลสิก และการเปลี่ยนตะโพกหรือข้อเข่า ตามลำดับ โดยมีค่าใช้จ่ายในการรักษาประมาณ 1,300 เหรียญสหรัฐ และมีระยะเวลาการพำนักในประเทศไทยประมาณ 18 วัน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์เพราะต้องการพักผ่อนในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายในการรักษาราคาถูกกว่าการใช้บริการในประเทศของตน แพทย์และโรงพยาบาลในประเทศไทยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมาใช้บริการเพราะโรงพยาบาลในประเทศไทยมีการบริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานระดับโลกซึ่งนักท่องเที่ยวได้เห็นจากผู้ที่เคยมารักษาหรือมาใช้บริการ โดยนักท่องเที่ยวบางส่วนมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยเพราะแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในประเทศตนไม่มี และต้องรอคิวนานกว่าจะได้รับบริการ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการมีความเห็นว่าคุณภาพการรักษาของโรงพยาบาลในประเทศไทยอยู่ในระดับดี รองลงมา คือ ความรู้ของแพทย์ที่ทำการรักษา ระบบการรักษาความปลอดภัย ความพร้อมในการให้บริการของพยาบาล การดูแลเอาใจใส่ที่ดีของแพทย์ พยาบาล และพนักงานของ

โรงพยาบาล การหาข้อมูลก่อนมาใช้บริการทำได้ง่าย ค่ารักษาพยาบาลไม่แพง โรงพยาบาลมีแพทย์ที่พร้อมให้การรักษาได้ทันที การดำเนินการภายหลังเสร็จสิ้นการรักษาทำให้รวดเร็ว การรายงานค่าใช้จ่ายในการรักษาถูกต้อง และการเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย สะดวกสบาย ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ประทับใจในการให้บริการทางการแพทย์ของโรงพยาบาลที่ตนมาใช้บริการ และคาดว่าจะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคตแม้ว่าค่าบริการทางการแพทย์จะสูงขึ้น รวมทั้งจะแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการด้วยเช่นกัน

สิริวิศิ วงษ์วัชรดำรง (2552) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง การพัฒนาสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 56-60 ปี มีสถานภาพสมรสอยู่ด้วยกัน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง และเจ้าหน้าที่รัฐวิสาหกิจเป็นอันดับสอง มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001-35,000 บาท มีโรคประจำตัวสูงกว่าไม่มีโรคประจำตัว จากผลการวิเคราะห์พบว่าการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ ถือเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศครั้งแรก และมีการรับทราบข้อมูลศูนย์ส่งเสริมฯ ผ่านหน่วยงานต้นสังกัดสูงกว่าการรับทราบผ่านการสื่อสารจากช่องทางอื่นๆ ผลการศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ และศักยภาพของศูนย์ฯ ต่อผู้ใช้บริการ ด้านแรงจูงใจของประชากรที่ใช้ในการศึกษา จากปัจจัยความต้องการทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า (1) แรงจูงใจต่อความต้องการทางด้านร่างกายคือ ต้องการรู้วิธีการดูแลสุขภาพที่ถูกต้อง เพื่อให้มีอายุยืนยาวมีความสำคัญมากที่สุด (2) แรงจูงใจต่อความต้องการทางด้านจิตใจคือ เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจมีความสำคัญมากที่สุด (3) แรงจูงใจต่อความต้องการทางด้านสังคมคือ คนในครอบครัว หรือ หน่วยงานส่งเสริมให้เข้าร่วมโปรแกรม เพื่อที่จะได้มีสุขภาพแข็งแรงมีความสำคัญมากที่สุด ปัจจัยด้านศักยภาพของศูนย์ฯ ด้านสถานที่มีผลต่อแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก(ดี) ได้แก่ปัจจัยทำเลที่ตั้งของศูนย์ฯ สะดวกต่อการเดินทางไปกลับ สภาพของถนนเส้นหลักและถนนสาทรองเข้าสู่ที่ตั้งของศูนย์ฯ ความสะอาดของห้องสัมมนา ความสะอาดของห้องอาหาร ความสะอาดของสระว่ายน้ำ ความสะอาดของห้องพัก เครื่องอำนวยความสะดวก อุณหภูมิในห้องพัก ระบบไฟฟ้า ความสว่างของสถานที่ทั้งกลางวัน กลางคืน และอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย เมื่อพิจารณาปัจจัยที่อยู่ในระดับน้อย (ควรปรับปรุง) พบว่า หัวข้อดังต่อไปนี้ควรได้รับการปรับปรุง ป้ายบอกทางไปยังทำเลที่ตั้งของศูนย์ฯ บนถนนสายมิตรภาพ ควรสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย การรบกวนของแมลงในห้องพัก กลิ่นในห้องพัก ห้องน้ำ อุปกรณ์ในห้องน้ำ ระบบไฟฟ้า แสงสว่าง ทีวี ตู้เย็น ด้านการบริหารโปรแกรม และการบริการที่มีผลต่อแรงจูงใจโดย

รวมอยู่ในระดับมาก(ดี) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของแรงจูงใจด้านการบริหาร โปรแกรมพบว่า ปัจจัย หัวข้อ "รายการสถานที่ท่องเที่ยวที่ศูนย์ฯ พาไป มีความสอดคล้องกับกลุ่มผู้สูงอายุ" มีผลต่อแรงจูงใจต่อกลุ่มประชากรตัวอย่างสูงกว่าปัจจัยหัวข้อ "ความหลากหลายของโปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพที่มีให้เลือก เช่น โรคนาหวาน" ส่วนแรงจูงใจด้านการบริการพบว่าปัจจัยหัวข้อ "พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส" มีผลต่อแรงจูงใจต่อกลุ่มประชากรตัวอย่างสูงกว่าปัจจัยหัวข้ออื่นๆ ด้านสภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ดี) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยหัวข้อ "อากาศบริสุทธิ์ ไม่มีกลิ่นรบกวน" อยู่ในระดับดี สูงกว่าหัวข้ออื่นๆ

ทัศนาวรินทร์ วุฒิสารวารากรณ์ (2553) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านประเภทของการบริการสุขภาพและสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสัญชาติ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดันมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่านิยมในการดำเนินชีวิตมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการรับรู้ข่าวสารมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นพพลุต สมิตานนท์ (2553) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเมื่อเปรียบเทียบความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการมาใช้บริการในระดับน้อยกว่าความคาดหวังก่อนใช้บริการ จากการสัมภาษณ์พบว่า ควรเพิ่มการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตลอดจนพัฒนาและประเมินทักษะความรู้บุคลากรบริการอย่างต่อเนื่อง และจากการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ได้แนวทางกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดคือ 1.การตลาดเชิงรุกโดยเพิ่มการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทยเพราะเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว และขยายสาขาเข้าไปในโครงการบ้านจัดสรร ตลอดจนเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์บนสื่ออินเทอร์เน็ต 2.การตลาดเชิงรับปรับปรุงแบบและเปลี่ยนบรรยากาศการบริการ โดยจัดโปรแกรมท่องเที่ยวนอกสถานที่ ตลอดจนกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนเพื่อนำไปกำหนดราคาและแผนการตลาด 3.การตลาดเชิงป้องกันส่งเสริมการเรียนรู้ พัฒนาทักษะพนักงานบริการสม่ำเสมอ

4.จัดรายการส่งเสริมการขายเป็นรายเดือนหรือบ่อยกว่า และสร้างแรงจูงใจที่หลากหลายในการทำงาน และ 5.การตลาดเชิงรักษาผู้ประกอบการและภาครัฐร่วมกันสอดคล้องดูแลสถานประกอบให้อยู่ดำเนินงานอย่างมีจรรยาบรรณและให้ نقدท่องเที่ยวเป็นผู้ประเมินการบริการ

นิถุมน คำเอี่ยม (2553) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาพบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี มีสถานะภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท 2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพด้าน ก่อนข้างมีความคิดสร้างสรรค์ รองลงมา ก่อนข้างเป็นคนสนุกสนาน ก่อนข้างเป็นคนทันสมัย ก่อนข้างชอบเดินทางในสถานที่แปลกใหม่ ก่อนข้างชอบค้นหาผจญภัย ก่อนข้างชอบลองของใหม่ ก่อนข้างชอบท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ก่อนข้างชอบความหรูหรา และก่อนข้างชอบเข้าสังคม 3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่ในระดับมาก 4. ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยรวมคือไม่แน่ใจว่าจะไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 5. ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 5.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่างกัน 5.2 ลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 5.3 ความสนใจรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสัมพันธ์กับแนวโน้ม พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

อิสวัต อยู่วิวัฒน์ (2553) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาพบว่าด้านผลิตภัณฑ์ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์ไม่ต่างกัน ส่วนสถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์ต่างกัน โดยกลุ่มที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง ด้านราคา เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านราคาไม่ต่างกัน ส่วนสถานภาพ รายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านราคาต่างกัน โดยกลุ่มที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านราคามากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส และกลุ่มที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านราคาน้อย

กว่ากลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ด้านช่องทางให้บริการ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสถานที่ให้บริการไม่ต่างกัน ส่วนสถานภาพ และการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสถานที่ให้บริการต่างกัน โดยกลุ่มที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสถานที่ให้บริการมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพสมรส และหม้าย/หย่าร้าง และ กลุ่มที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือปวช. ให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสถานที่ให้บริการน้อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ด้านการส่งเสริมการตลาด เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านการส่งเสริมการตลาดไม่ต่างกัน ส่วนการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านการส่งเสริมการตลาดต่างกัน โดยกลุ่มที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ด้านพนักงานผู้ให้บริการ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านพนักงานผู้ให้บริการไม่ต่างกัน ส่วนสถานภาพ การศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านพนักงานผู้ให้บริการต่างกัน โดยกลุ่มที่มีสถานภาพโสดให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านพนักงานผู้ให้บริการมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง และกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านพนักงานผู้ให้บริการน้อยกว่ากลุ่มที่มีการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. และปริญญาตรี ด้านกระบวนการให้บริการ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านกระบวนการให้บริการไม่ต่างกัน ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อการให้ความสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพไม่ต่างกัน

ศิณีษฐ์ สังข์ศรี และมีคณะ (2554) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยสู่ตลาดโลก ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สถานการณ์การตลาด นับตั้งแต่ปี 2540 ประเทศไทย ประสบปัญหาทางด้านวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้ในขณะนั้นค่าเงินบาทอ่อนตัวลงเป็นอย่างมากและส่งผลให้ค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเมื่อมีการคิดเป็นสกุลเงินต่างประเทศแล้วลดต่ำลง จึงทำให้ชาวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเพิ่มขึ้น โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งได้ลูกค้าจากประเทศที่มี

กำลังซื้อสูง เช่น ญี่ปุ่น ยุโรป และตะวันออกกลาง เป็นต้น จึงทำให้ชาวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามา รักษาพยาบาลในโรงพยาบาลในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ประเทศไทยได้เริ่มมีการเปิดตัวธุรกิจสปาตามโรงแรมหรูขึ้นนับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา ช่วงบุนราวปี พ.ศ. 2544 จวบจนปัจจุบันเป็นที่แพร่หลายในวงกว้าง ในด้านศักยภาพอุปสงค์และอุปทาน ด้านอุปสงค์ต้องการได้รับบริการที่มาตรฐานสากล การคุ้มค่าเงิน การบริการที่มาตรฐานปลอดภัย ต้องการได้รับความมั่นคงและความปลอดภัยขณะพำนักในประเทศไทย ต้องการได้รับบริการที่เป็นเลิศ ต้องการได้รับการดูแลรักษาจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ต้องการได้รับการสนองความต้องการของผู้ป่วย ต้องการได้รับความเข้าใจ เห็นใจและเอาใจใส่ ด้านอุปทานศักยภาพการให้บริการด้านสุขภาพ ความสามารถในการรองรับและให้บริการที่มาตรฐาน แหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิประเทศธรรมชาติที่สมบูรณ์ การบริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียวกัน (ONE - STOP SERVICE) การอำนวยความสะดวก พฤติกรรมการใช้บริการ ส่วนใหญ่ใช้บริการทางสุขภาพรักษาโรคหัวใจ ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง คุณลักษณะโรงพยาบาล คือ ความทันสมัย เทคโนโลยีทางการแพทย์ เหตุผลสำคัญในการเลือกโรงพยาบาล คือ ความเชี่ยวชาญของแพทย์ การใช้บริการสปาให้ความสำคัญแก่สปาในการวางแผนท่องเที่ยว ชอบที่จะพักสถานที่ที่มีสปา ใช้บริการช่วงพักผ่อน/วันนักชดถุกษ์ นิยมใช้รีสอร์ทสปา ชอบบรรยากาศแบบธรรมชาติ ใช้ผลิตภัณฑ์ของสถานบริการสปา ชอบนวดตัว เลือกใช้บริการสปาตามคุณภาพและมาตรฐาน การใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการสปาและสภาพแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร การรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากคุณภาพบริการ ที่มีอิทธิพลรองลงมาคือความดึงดูดใจและการจัดการของภาครัฐ ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านอุปสงค์ กลยุทธ์ด้านอุปทาน กลยุทธ์ในกรอบแนวความคิดของการวิจัย ตลอดจนกลยุทธ์ของการบริการและความพึงพอใจ กลยุทธ์ของจุดแข็ง กลยุทธ์การแก้ไขจุดอ่อน ส่วนปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ ปัญหาการขาดการประสานงานและขาดการประสานงาน ขาดการวางแผนล่วงหน้าและการทำกลยุทธ์เชิงรุก ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ การพัฒนาเป็นแบบกระจัดกระจายไม่มีความเชื่อมโยงเท่าที่ควร ตลอดจนการขาดแคลนบุคลากร ฯลฯ ข้อเสนอแนะในการพัฒนาสุขภาพของประเทศไทย ควรนำไปสู่ความสำเร็จและประโยชน์ของประเทศร่วมกัน (WIN-WIN SITUATION) ควรจัดตั้งหน่วยงานกลางส่งเสริมแบบครบวงจร การพัฒนาบุคลากรให้ได้มาตรฐาน ควรผลักดันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นนโยบายระดับชาติ ควรทำการวิจัยทางด้านตลาด ควรมีสวนย์การเรียนรู้ภาษาภาษาต่างประเทศ

สุวรรณทร์ อัสวโรจน์กุล (2554) ศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง ทักษะคนดี แรงจูงใจ พฤติกรรม ความต้องการและความตั้งใจของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ 20,001 - 40,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี สมรสแล้ว มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้ \$3,000-5,000 ต่อเดือน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดทัศนคติและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพรวมถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพคือราคาที่คุ้มค่า และการบริการที่ดี

งานวิจัยต่างประเทศ

กอนซาเลส และคณะ (Gonzales and other, 2001) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการบริการที่เกี่ยวข้อง: การพัฒนาชายฝั่งทะเลแคริบเบียน และการค้าระหว่างประเทศ การศึกษามุ่งไปที่โอกาสในการพัฒนาการค้า ในบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป้าหมาย และกลยุทธ์ ในการเจรจาต่อรองทางการค้า โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่อยู่ภายใต้การตรวจสอบที่ได้รับการฟื้นฟู ได้แก่ โปรแกรมเพื่อสุขภาพ ตัวอย่าง เช่น การใช้ประโยชน์จากสปา ฯลฯ โปรแกรมการฟิสิกส์บำบัดและแอลกอฮอล์ ตัวอย่าง เช่น การใช้บริการสุขภาพในท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยว ศัลยกรรมความงาม และการแพทย์ทางไกล เป็นต้น

มุลเลอร์ และคอฟแมน (Mueller and Kaufmann, 2001) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ: วิเคราะห์ตลาดในส่วนของนักท่องเที่ยวสุขภาพพิเศษ และความสัมพันธ์กับธุรกิจโรงแรม โดยศึกษาถึงอุปสงค์ของโปรแกรมเพื่อสุขภาพ ขอบเขตคุณภาพของบริการเพื่อสุขภาพนั้นเพิ่มขึ้น กลายเป็นปัจจัยแข่งขันที่แน่นอน สำหรับเหตุผลนี้ การจัดการคุณภาพแสดงถึงบทบาทที่สำคัญ การวิจัยการตลาดแสดงให้เห็นว่า โรงแรมที่มีค่าเฉลี่ย 3-5 ดาว ได้จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้อย่างเหมาะสม เพราะฉะนั้น โรงแรมเพื่อสุขภาพ ควรมีความเชี่ยวชาญในเรื่องของข้อมูลเพื่อสุขภาพ เอาใจใส่แต่ละบุคคล และมีขอบเขตทางวัฒนธรรมที่กว้าง และมีโปรแกรมการผ่อนคลาย ถึงแม้ว่าโรงแรมที่เหมือนกัน จะสามารถเป็นทั้งเจ้าบ้านในการดูแลรักษา และเป็นแขกที่มีสุขภาพที่ดี ในเวลาเดียวกัน แต่ 2 สิ่งนี้ต้องมีการพิจารณาเป็นรายส่วนอย่างละเอียดถี่ถ้วน เมื่อตัดสินใจจะวางกลยุทธ์การตลาด เพราะฉะนั้นเราควรยอมรับว่า การมีสุขภาพที่ดีเป็นการติดตามด้วยตนเองของคนที่มี “สุขภาพที่ดี” จุดมุ่งหมายที่สำคัญที่สุดคือการป้องกันตนเองอยู่เสมอ เพราะแขกที่มารักษาโดยปกติ นั้น ก็เพื่อมุ่งไปที่การรักษาอาการเจ็บป่วยนั่นเอง

คอนเนล (Connell, 2005) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเพื่อการรักษา: ทะเล แสงอาทิตย์ ทราย และสัลยกรรม โดยศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการรักษา ในที่ซึ่งคนไข้จากต่างประเทศ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาทำศัลยกรรม ซึ่งมีความเติบโตอย่างรวดเร็วในรอบ 10 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือการทำศัลยกรรมความงาม ด้วยค่าใช้จ่ายที่สูง และการลงชื่อเพื่อรอการรักษาที่ใช้เวลานานนั้น จึงมีเทคโนโลยีใหม่ สำหรับประเทศจุดหมายปลายทาง โดยมีค่าใช้จ่ายในการคมนาคมขนส่งลดลง และการตลาดผ่านทางอินเทอร์เน็ต ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ ในหลายๆ ประเทศในเอเชีย แต่ประเทศส่วนใหญ่ ได้มีการแสวงหาทางเข้ามาสู่ตลาด การท่องเที่ยวในรูปแบบการประชุมเชิงวิชาการ ซึ่งเป็นผลพลอยได้ของการเติบโตทางธุรกิจดังกล่าว ถึงอย่างไรนักท่องเที่ยวแบบแพ็คเกจทัวร์ ถ้าไร ทั้งหมดเป็นของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งยังคงมีความสำคัญการเติบโตของการท่องเที่ยวเพื่อการรักษา เน้นความเป็นเอกชนในการดูแลสุขภาพ ความไว้วางใจที่เพิ่มขึ้นในเทคโนโลยี ซึ่งทำให้แพร่หลายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็วทั้งการดูแลสุขภาพกับการท่องเที่ยว

เชน และคณะ (Chen and other, 2008) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การกำหนดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นรูปแบบการค้นคว้าใหม่ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อสุขภาพ เนื่องจากยังไม่มียานวิจัยที่ทำการค้นคว้าถึงปรากฏการณ์ดังกล่าวการศึกษาครั้งนี้จึงเป็นครั้งแรกในการสำรวจปัจจัยสำคัญที่สร้างแรงจูงใจพื้นฐานในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้วิธีการทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ นักวิจัยใช้วิธีการเชิงคุณภาพในการหาคุณลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ในขณะที่วิธีการเชิงปริมาณใช้สำหรับการจัดอันดับความสำคัญของแรงจูงใจที่ได้จากการค้นคว้า การศึกษาพบว่า การได้พักผ่อน คลาย การได้ทำกิจกรรมที่หลากหลาย การเข้าร่วมการนันทนาการ และการได้เพลิดเพลินกับธรรมชาติ เป็น 4 แรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากผลการจัดอันดับความสำคัญที่กล่าวไปนั้นการวิจัยได้แสดงตัวชี้วัดชั้นนำที่มีผลกระทบตลาดที่เกี่ยวข้องและสามารถเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตต่อไป

มุซ่า และคณะ (Musa and other, 2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวขาเข้าของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในกัวลาลัมเปอร์ การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษารายละเอียดแรงจูงใจของกลุ่มประชากรเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และพฤติกรรมการใช้จ่ายในกัวลาลัมเปอร์ หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการการสุ่มตัวอย่างมีผสมทั้งแบบเจาะจงและแบบบังเอิญรวม 138 คน และนำแบบสอบถามที่เสร็จสมบูรณ์กลับมาทำการวิเคราะห์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัยกลางคน เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนร่วมทางอีกสองคน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาวอินโดนีเซีย แรงจูงใจหลักที่เป็นปัจจัยของการเดินทางประกอบด้วยเรื่อง ค่าเงิน บริการทางการแพทย์ที่ดีเยี่ยม บริการที่สนับสนุนความต้องการ การคล้อยคลึงกันทางวัฒนธรรม และปัจจัยทาง

ศาสนา เป็นแรงจูงใจสำคัญในลำดับต่อๆ มา ผู้ตอบแบบสอบถามยังให้ความสนใจบริการทางสุขภาพเรียงลำดับดังต่อไปนี้ การรักษาพยาบาล กระบวนการเสริมความงาม การผ่าตัด และการตรวจสุขภาพ ค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยู่ที่ MYR 26,844.19 ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น แต่นักท่องเที่ยวจากอาเซียนยังคงเป็นกลุ่มหลักและให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในด้าน ความคล้อยคลึงกันทางวัฒนธรรม มากที่สุด เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวภูมิภาคอื่น ๆ งานวิจัยนี้ยังได้แสดงหลักฐานว่าการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เข้าประเทศ สามารถส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจให้มีศักยภาพ และช่วยในการบริหารจัดการผลกระทบบางในแง่ของการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ซิงห์ (Singh, 2012) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกา โดยศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (เรียกว่า การเดินทางทางการแพทย์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ หรือ การดูแลสุขภาพระดับโลก) เป็นคำที่ถูกบัญญัติครั้งแรกโดยหน่วยงานทางการท่องเที่ยว และสื่อมวลชนเพื่ออธิบายถึงการปฏิบัติที่เติบโตอย่างรวดเร็วของการเดินทางข้ามพรมแดนระหว่างประเทศที่จะได้รับการดูแลสุขภาพ ในทศวรรษที่ผ่านมาความพยายามที่จะทำให้สุขภาพให้ดีขึ้นในระหว่างวันหยุดพักผ่อน ผ่านการออกกำลังกาย หรือการเข้าสปา ประเทศกำลังพัฒนาเป็นสถานที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และได้เติบโตขึ้นอย่างมากในปีที่ผ่านมา สาเหตุหลักมาจากค่าใช้จ่ายของการรักษาที่สูงในประเทศที่พัฒนาแล้ว การรอคิวการรักษาที่นาน ราคาที่สามารถจ่ายได้ของการเดินทางทางอากาศระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจที่ดี และคุณสมบัติความพร้อมที่เหมาะสมของแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ จากการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมนี้ การศึกษาจึงได้ดำเนินการเพื่อจัดแสดงความสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกันที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาเพื่อไปยังปลายทางต่างประเทศ

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ทราบถึงแรงจูงใจในด้านต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวนานาชาติมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้

โดยมีการกำหนดแนวทางและขั้นตอนการดำเนินงานการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ประมาณ 22,303,065 คน (จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2012 ของกรมการท่องเที่ยว)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2555 ถึงเดือนมกราคม 2556 และเมื่อคำนวณหากลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ยามานะ (Yamane, T., 1967) โดยเลือกใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งมีสูตรที่ใช้ในการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e^2 = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ .05

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$n = \frac{22,303,065}{1 + 22,303,065 (0.05)^2}$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลเท่ากับ 399.99 คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling Method) จากนักท่องเที่ยวนานาชาติซึ่งมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครเพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้จากการศึกษาแนวคิด เอกสารข้อมูล งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามประกอบด้วย ข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวนานาชาติ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ประกอบด้วย

1. เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. ถิ่นพำนัก เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

4. สถานภาพการสมรสเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

5. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

6. อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

1. จำนวนครั้งที่เดินทางมายังประเทศไทย
2. ระยะเวลาเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย
4. ผู้ดำเนินการและจัดการเดินทางมายังประเทศไทย
5. เหตุผลที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สนใจมาใช้บริการ
7. งบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
8. แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางต่อไป

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบให้เลือกรับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ที่บอกระดับแรงจูงใจ มากน้อย 5 ระดับ (Likert scale) ทั้งนี้แบบสอบถามตอนนี้ได้สอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4 ประเภท ดังนี้

1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation)
2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivation)
3. แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation)
4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation)

โดยแบบสอบถามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครในตอนที่ 3 ของแบบสอบถามชุดนี้ ผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการกำหนดน้ำหนักคะแนนของข้อคำถามแบบมาตราประมาณค่าระดับความคิดเห็นมากน้อย 5 ระดับ (Likert scale) โดยกำหนดค่าคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนน	แรงจูงใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

สำหรับหลักเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ย โดยที่กำหนดความสำคัญของคะแนน ใช้หลักการแบ่งช่วงการแปลผล ตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในแต่ละระดับชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ค่าเฉลี่ย	เกณฑ์การแปลความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง	เป็นแรงจูงใจที่มีอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง	เป็นแรงจูงใจที่มีอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง	เป็นแรงจูงใจที่มีอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง	เป็นแรงจูงใจที่มีอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง	เป็นแรงจูงใจที่มีอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีวิธีการสร้างเครื่องมือและหาค่าคุณภาพเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถามเพื่อให้มีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้เนื้อหาครอบคลุมถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้
 1. แรงจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation)
 2. แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivation)

3. แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation)
 4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation)
3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และเนื้อหา (IOC, Index of Item Objective Congruence) เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขความถูกต้อง ความชัดเจน และความเหมาะสมในเนื้อหา โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.6 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.978 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้
4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามโดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบราค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งเป็นค่าที่ใช้วัดความเชื่อถือได้ หรือความสอดคล้องภายใน โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา 0.7 ขึ้นไป เพราะถือว่าค่าที่ได้เพียงพอ และเป็นที่ยอมรับทางสถิติ

$$\alpha = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k-1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

โดยที่ α	แทน สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
k	แทน จำนวนคำถาม
Covariance	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
Variance	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

โดยที่ $\alpha =$ ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.9452

5. นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อให้เหมาะสม และจึงใช้แบบสอบถามนี้ในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ทำตามขั้นตอน และรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. วางแผนการดำเนินงานเก็บข้อมูล และกำหนดวันเดินทาง
2. ทำการเก็บข้อมูลโดยเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยแจกแบบสอบถามแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านและตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง และผู้วิจัยจะเก็บแบบสอบถามหลังจากผู้ตอบแบบสอบถามได้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว
3. ช่วงระยะเวลาเก็บข้อมูลระหว่างเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ถึงเดือน มกราคม พ.ศ. 2556
4. การเก็บข้อมูลเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเลือกเฉลี่ยระหว่างเพศชายและเพศหญิง
5. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามลงรหัสข้อมูล และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ถิ่นพำนัก สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด อาชีพ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
3. ข้อมูลด้านแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง
4. เปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ ใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยค่าที (t-test) และจำแนกตามอายุ ถิ่นพำนัก วิเคราะห์ความ

แปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of variance: ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบค่าความแตกต่าง ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ด้วยวิธีวิธี แอล เอส ดี (LSD-Least Significant Different) โดยในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แล้วทำการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมประมวลผลทางสถิติ จากนั้นจึงทำการแปลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสามารถจำแนกได้ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ทดสอบสมมุติฐาน

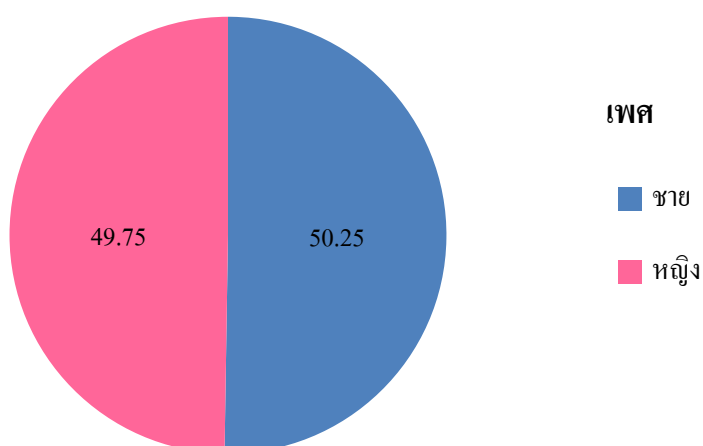
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอผลการวิเคราะห์ แสดงดังตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 6

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	201	50.25
หญิง	199	49.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.25 ที่เหลือได้แก่ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 49.75 ดังกราฟที่ 1

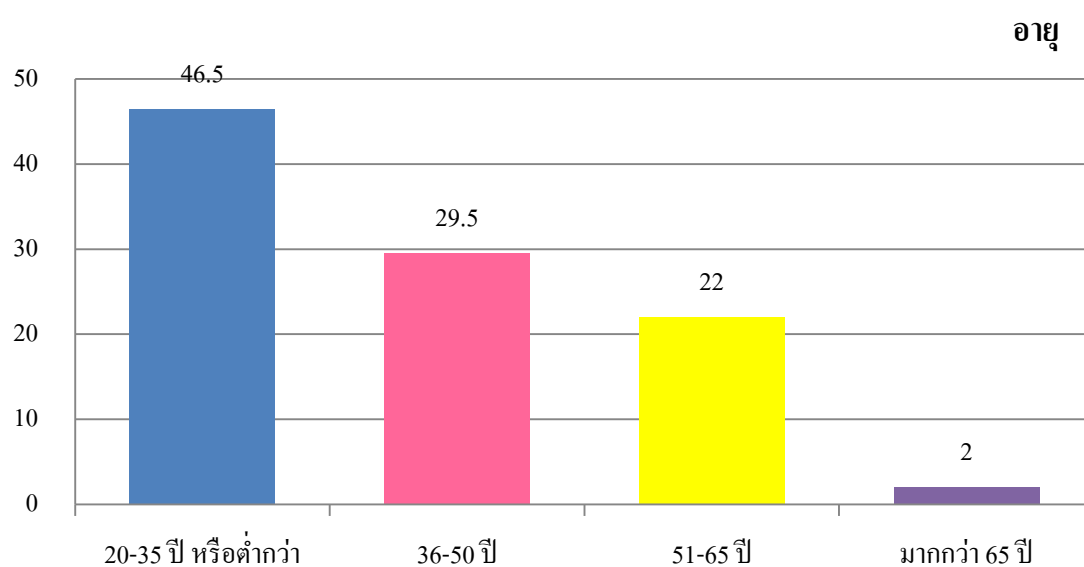


กราฟที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 - 35 ปี	186	46.50
36 - 50 ปี	118	29.50
51 - 65 ปี	88	22.00
มากกว่า 65 ปี	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ อายุ 20-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมา ได้แก่ อายุ 36 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.50 อายุ 51- 65 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 และอายุมากกว่า 65 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 2

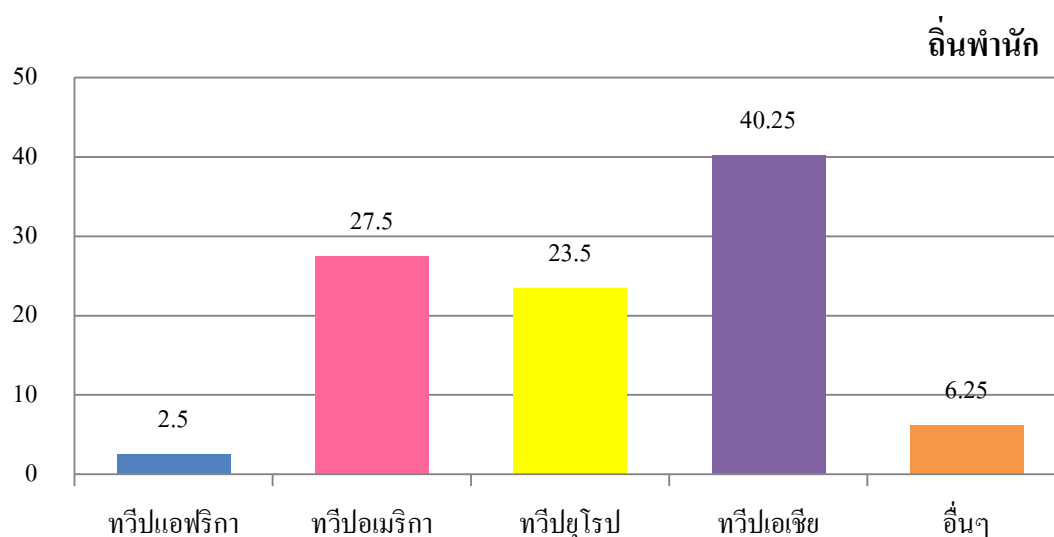


กราฟที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถิ่นพำนัก

ถิ่นพำนัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทวีปแอฟริกา	10	2.50
ทวีปอเมริกา	110	27.50
ทวีปยุโรป	94	23.50
ทวีปเอเชีย	161	40.25
อื่นๆ	25	6.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ถิ่นพำนักของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ทวีปเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมา ได้แก่ ทวีปอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 27.50 ทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 23.50 ทวีปอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.25 และทวีปแอฟริกา คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 3

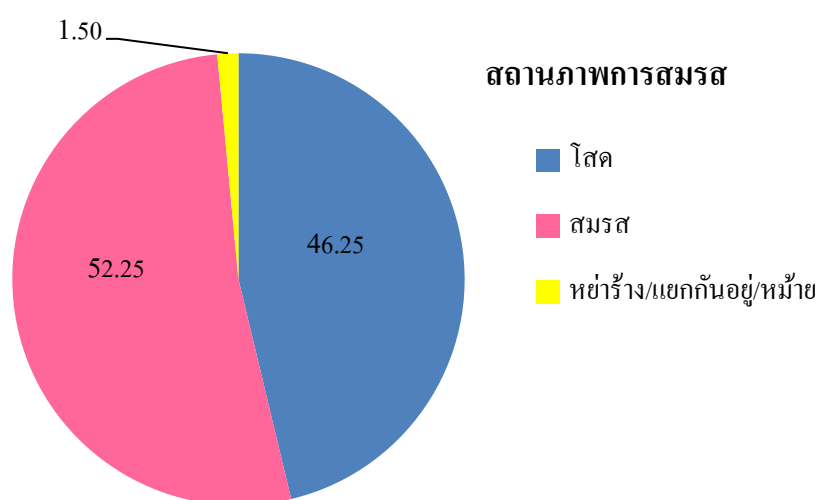


กราฟที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามถิ่นพำนัก

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	185	46.25
สมรส	209	52.25
หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย	6	1.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า สถานภาพการสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมา ได้แก่ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 46.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ สถานภาพหย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย คิดเป็นร้อยละ 1.50 ดังกราฟที่ 4

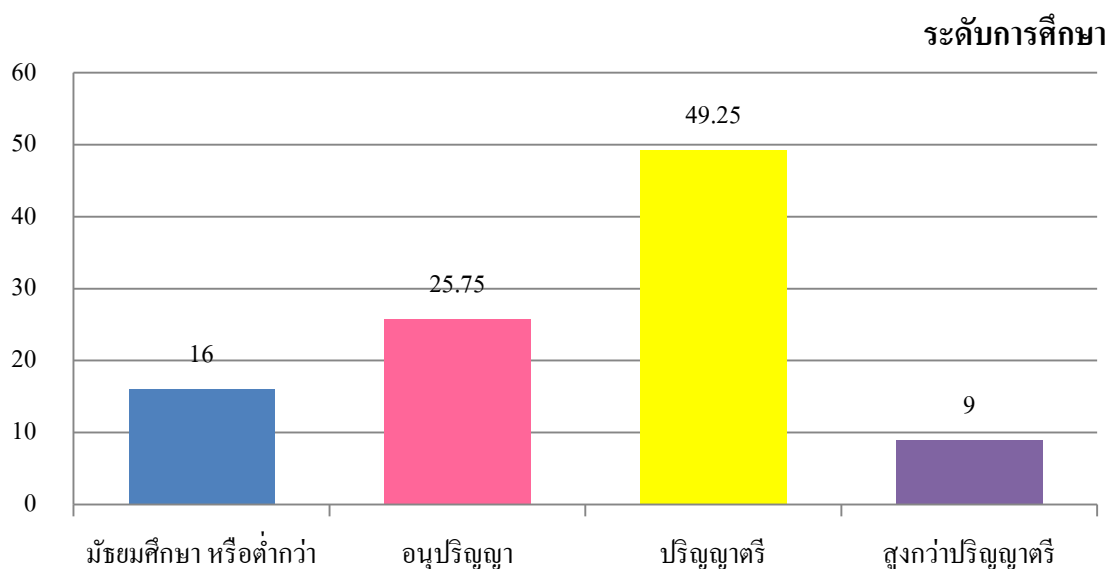


กราฟที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า	64	16.00
อนุปริญญา	103	25.75
ปริญญาตรี	197	49.25
สูงกว่าปริญญาตรี	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.25 รองลงมา ได้แก่ ระดับอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 25.75 ระดับมัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 16.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 5



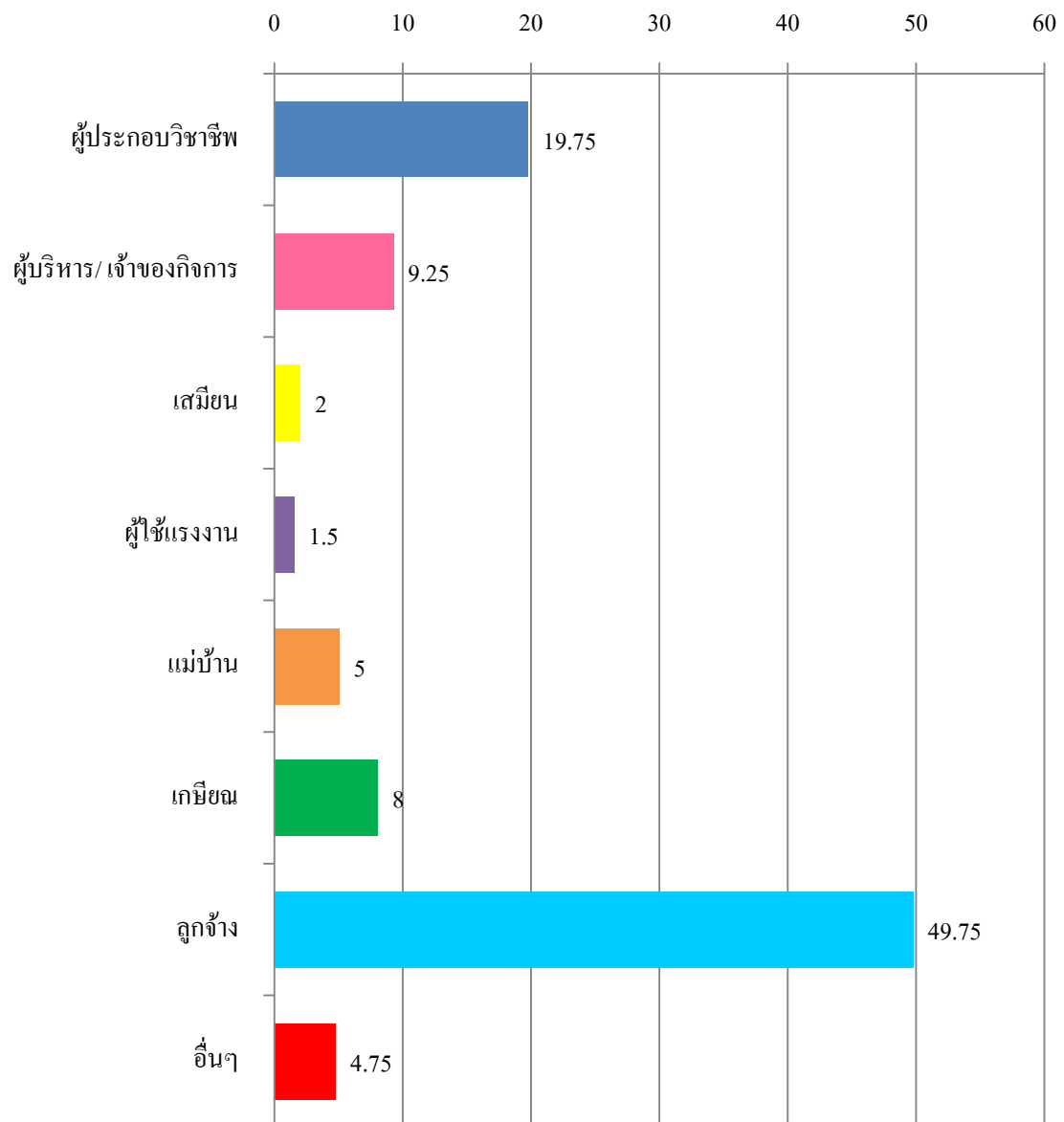
กราฟที่ 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้ประกอบการวิชาชีพ	79	19.75
ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการ	37	9.25
เสมียน	8	2.00
ผู้ใช้แรงงาน	6	1.50
แม่บ้าน	20	5.00
เกษียณ	32	8.00
ลูกจ้าง	199	49.75
อื่นๆ	19	4.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ อาชีพลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 49.75 รองลงมา ได้แก่ อาชีพผู้ประกอบการวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 19.75 อาชีพผู้บริหาร/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 9.25 เกษียณ คิดเป็นร้อยละ 8.00 อาชีพแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 5.00 อาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 4.75 อาชีพเสมียน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และอาชีพผู้ใช้แรงงาน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 6

อาชีพ



กราฟที่ 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามอาชีพ

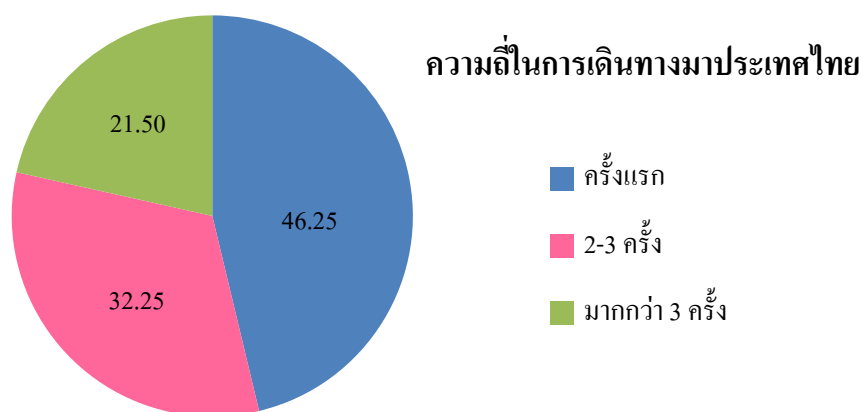
ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบความถี่และข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอผลการวิเคราะห์ แสดงดังตารางที่ 7 ถึงตารางที่ 14

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทย

ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครั้งแรก	185	46.25
2-3 ครั้ง	129	32.25
มากกว่า 3 ครั้ง	86	21.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เดินทางมาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมา ได้แก่ เดินทางมา 2-3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.25 และน้อยที่สุด ได้แก่ เดินทางมามากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.50 ดังกราฟที่ 7

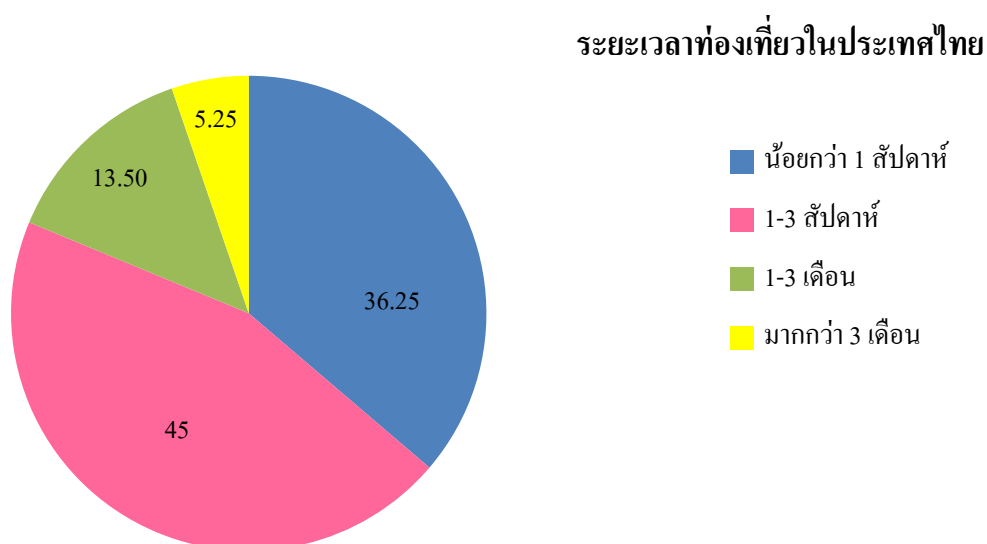


กราฟที่ 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทย

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ระยะเวลาท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	145	36.25
1 – 3 สัปดาห์	180	45.00
1 – 3 เดือน	54	13.50
มากกว่า 3 เดือน	21	5.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ระยะเวลาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ระยะเวลา 1 – 3 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 45.00 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลา น้อยกว่า 1 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 36.25 ระยะเวลา 1-3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และระยะเวลามากกว่า 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 5.25 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 8



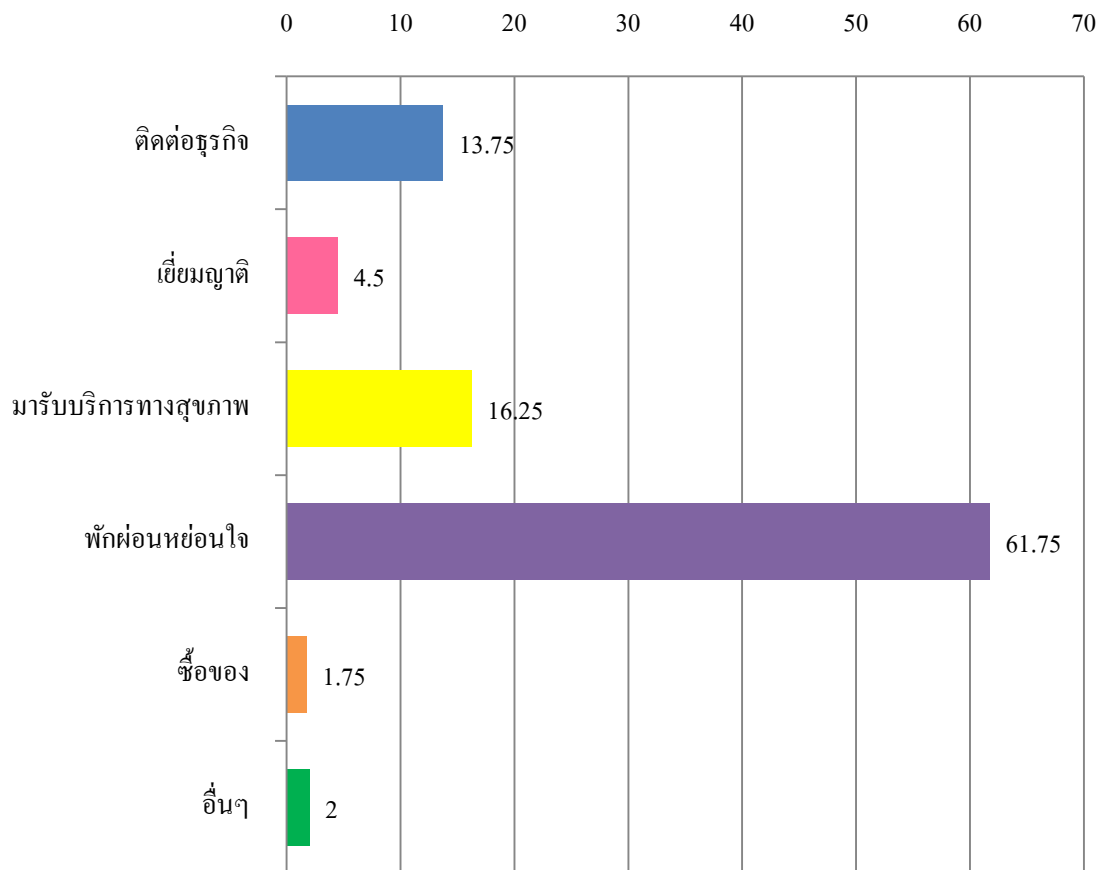
กราฟที่ 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามระยะเวลาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทย

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ติดต่อธุรกิจ	55	13.75
เยี่ยมญาติ	18	4.50
มารับบริการทางสุขภาพ	65	16.25
พักผ่อนหย่อนใจ	247	61.75
ซื้อของ	7	1.75
อื่นๆ	8	2.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 61.75 รองลงมา ได้แก่ เพื่อมารับบริการทางสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 16.25 เพื่อติดต่อธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.75 เพื่อเยี่ยมญาติ คิดเป็นร้อยละ 4.50 เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.00 และเพื่อซื้อของ คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 9

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง

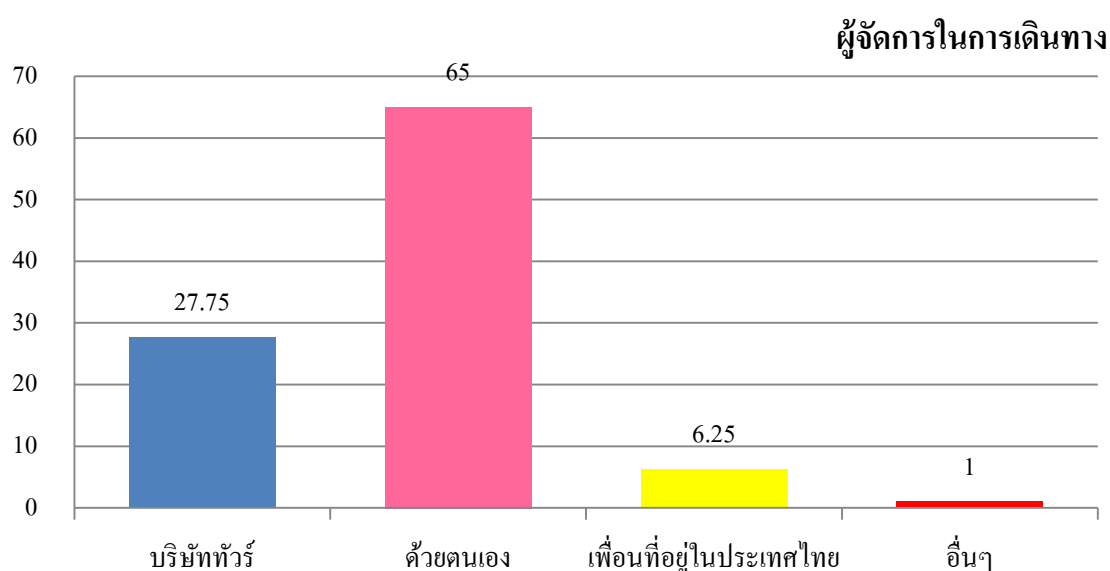


กราฟที่ 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาประเทศไทย

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้จัดการในการเดินทางมาประเทศไทย

ผู้จัดการเดินทางในการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริษัททัวร์	111	27.75
ด้วยตนเอง	260	65.00
เพื่อนที่อยู่ในประเทศไทย	25	6.25
อื่นๆ	4	1.00
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้จัดการเดินทางในการเดินทางของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ ดำเนินการด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมา ได้แก่ ดำเนินการโดยบริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 27.75 ดำเนินการโดยเพื่อนที่อยู่ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 6.25 และโดยวิธีอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 10



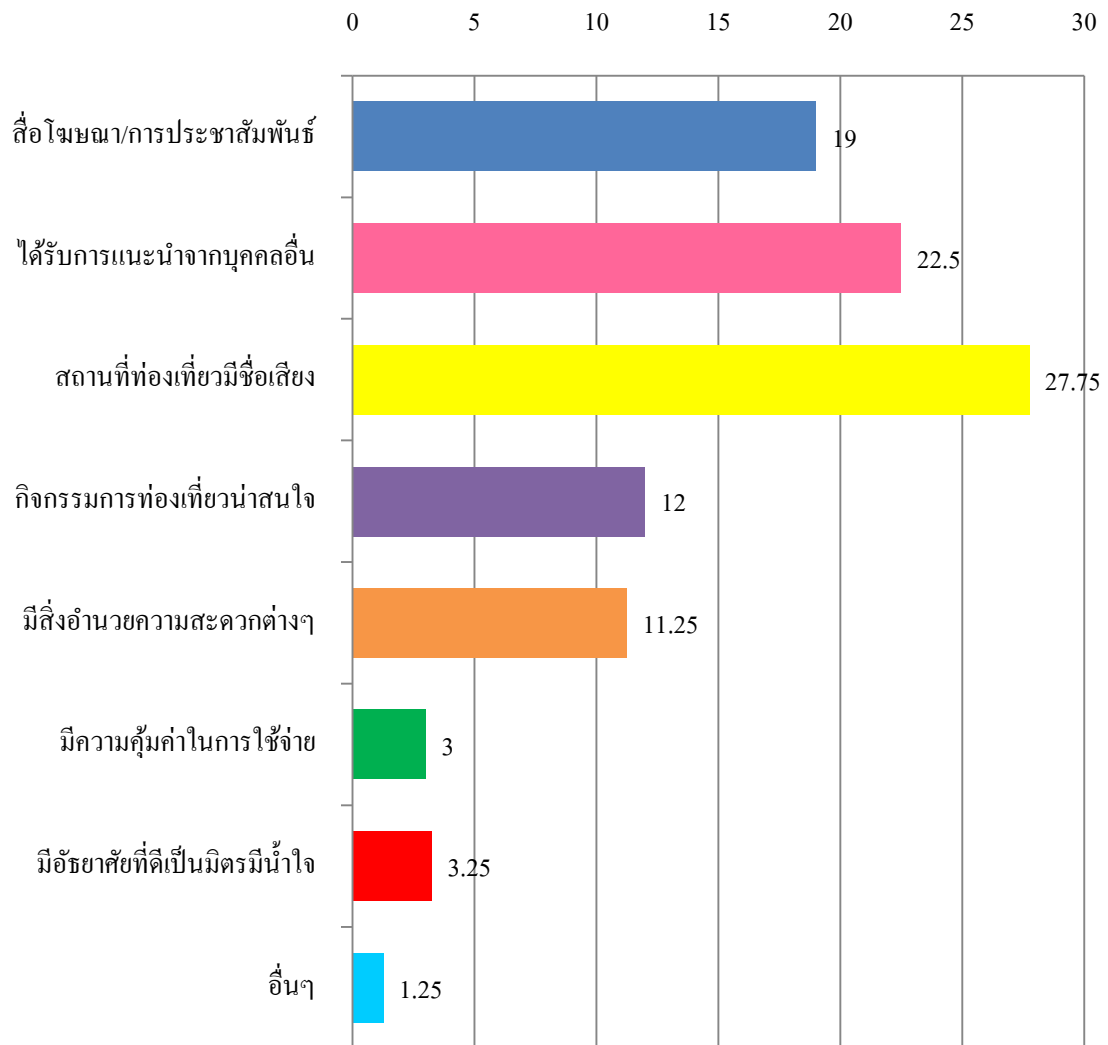
กราฟที่ 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามผู้จัดการในการเดินทางมาประเทศไทย

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกเดินทางมากรุงเทพฯ

เหตุผลที่เลือกเดินทางมากรุงเทพฯ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อโฆษณา/การประชาสัมพันธ์	76	19.00
ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น	90	22.50
สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงโด่งดัง	111	27.75
มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	48	12.00
ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	45	11.25
มีความคุ้มค่าในการใช้จ่าย	12	3.00
คนไทยมีอัธยาศัยที่ดีเป็นมิตรมีน้ำใจ	13	3.25
อื่นๆ	5	1.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า เหตุผลที่เลือกเดินทางมากรุงเทพฯ ของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงโด่งดัง คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมา ได้แก่ ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น คิดเป็นร้อยละ 22.50 สื่อโฆษณา/การประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 19.00 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 12.00 ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 11.25 คนไทยมีอัธยาศัยที่ดีเป็นมิตรมีน้ำใจ คิดเป็นร้อยละ 3.25 มีความคุ้มค่าในการใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 3.00 และเหตุผลอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 11

เหตุผลที่เลือกเดินทางมากรุงเทพฯ



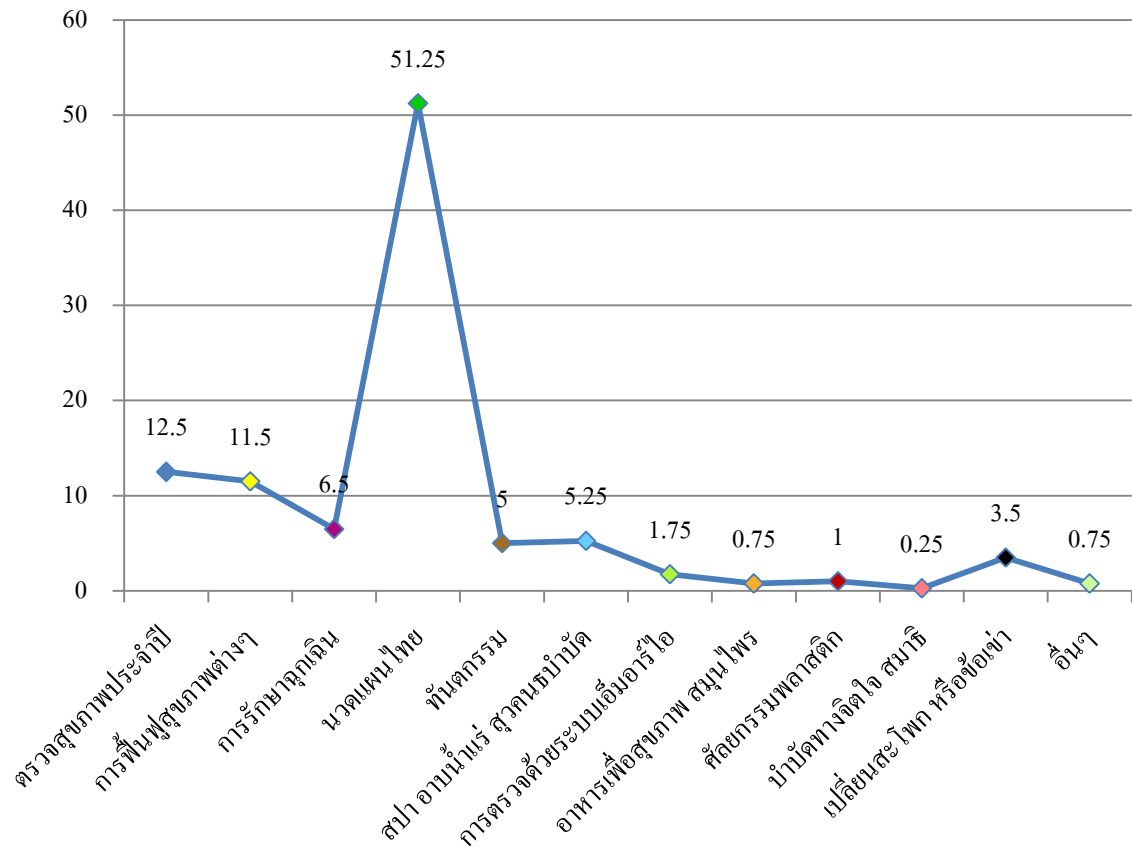
กราฟที่ 11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามเหตุผลที่เลือกเดินทางมากรุงเทพฯ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกิจกรรมที่มาใช้บริการ

กิจกรรมที่มาใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตรวจสอบสุขภาพประจำปี	50	12.50
การฟื้นฟูสุขภาพต่างๆ	46	11.50
การรักษาฉุกเฉิน	26	6.50
นวดแผนไทย	205	51.25
ทันตกรรม	20	5.00
สปา ออบน้ำแร่ สุวคนธ์บำบัด	21	5.25
การตรวจด้วยระบบเอ็มอาร์ไอ	7	1.75
อาหารเพื่อสุขภาพ สมุนไพร	3	0.75
ศัลยกรรมพลาสติก	4	1.00
บำบัดทางจิตใจ สมาธิ	1	0.25
เปลี่ยนสะโพก หรือข้อเข่า	14	3.50
อื่นๆ	3	0.75
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมที่มาใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ นวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 51.25 รองลงมา ได้แก่ ตรวจสอบสุขภาพประจำปี คิดเป็นร้อยละ 12.50 การฟื้นฟูสุขภาพต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 11.50 การรักษาฉุกเฉิน คิดเป็นร้อยละ 6.50 สปา ออบน้ำแร่ สุวคนธ์บำบัด คิดเป็นร้อยละ 5.25 ทันตกรรม คิดเป็นร้อยละ 5.00 เปลี่ยนสะโพก หรือข้อเข่า คิดเป็นร้อยละ 3.50 การตรวจด้วยระบบเอ็มอาร์ไอ คิดเป็นร้อยละ 1.75 ศัลยกรรมพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 1.00 กิจกรรมเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ สมุนไพร รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.75 และกิจกรรมบำบัดทางจิตใจ สมาธิ คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 12

กิจกรรมที่มาใช้บริการ

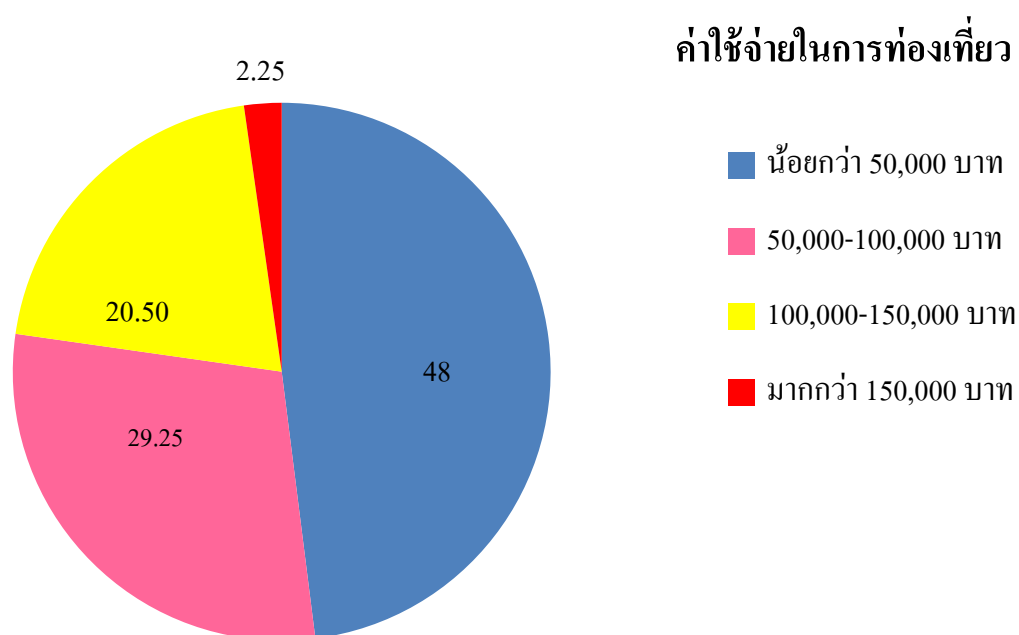


กราฟที่ 12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามกิจกรรมที่มาใช้บริการ

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 50,000 บาท	192	48.00
50,000 – 100,000 บาท	117	29.25
100,000 – 150,000 บาท	82	20.50
มากกว่า 150,000 บาท	9	2.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ น้อยกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาได้แก่ 50,000 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.25 100,000 – 150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.50 และมากกว่า 150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.25 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 13

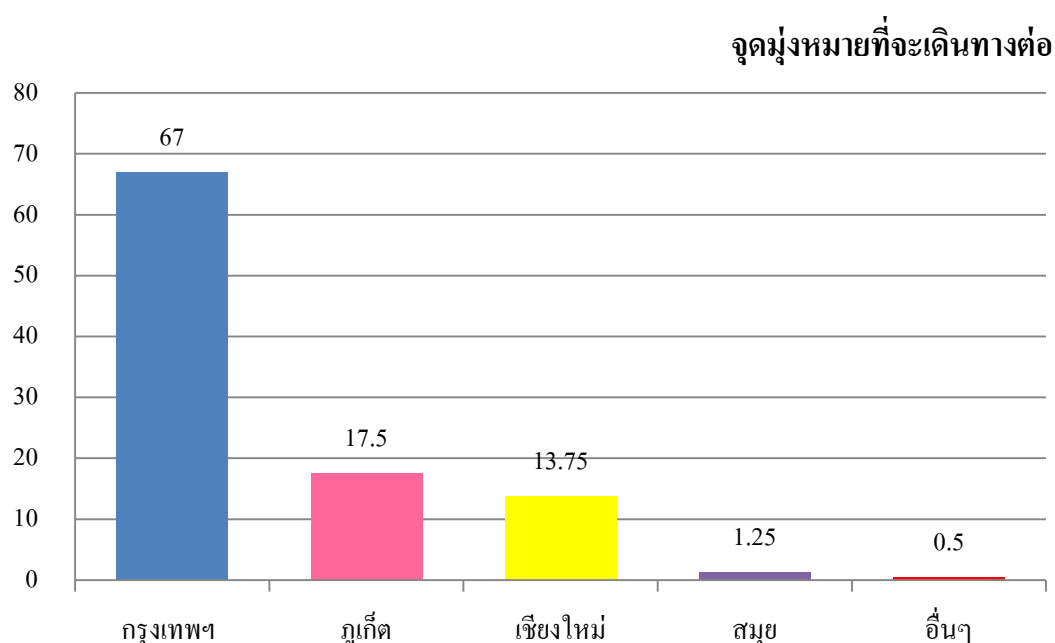


กราฟที่ 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางต่อไป

จุดหมายที่จะเดินทางต่อไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพฯ	268	67.00
ภูเก็ต	70	17.50
เชียงใหม่	55	13.75
สมุย	5	1.25
อื่นๆ	2	0.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า จุดหมายปลายทางที่จะเดินทางต่อไปของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพฯ คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมา ได้แก่ ภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 17.50 เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 13.75 สมุย คิดเป็นร้อยละ 1.25 และจุดหมายปลายทางอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ดังกราฟที่ 14



กราฟที่ 14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางต่อไป

ตอนที่ 3 แรงงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์แรงงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แสดงดังตารางที่ 15 ถึงตารางที่ 19

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแรงงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

แรงงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงงใจทางการท่องเที่ยว
1 แรงงใจทางด้านกายภาพ	3.59	0.74	มาก
2 แรงงใจทางด้านวัฒนธรรม	3.48	0.66	มาก
3 แรงงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.12	0.82	ปานกลาง
4 แรงงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	3.25	0.87	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า แรงงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ แรงงใจทางด้านกายภาพ ($\bar{X} = 3.59$) และแรงงใจทางด้านวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.48$) มีแรงงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ส่วนแรงงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\bar{X} = 3.12$) และแรงงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.25$) มีแรงงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแรงจูงใจทางด้านกายภาพของนักท่องเที่ยว
นานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางด้านกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ ทางการท่องเที่ยว
1 มีบริการทางสุขภาพที่หลากหลายให้เลือกตรงกับความต้องการ	3.64	0.83	มาก
2 สถานประกอบการทางสุขภาพมีการรับรองมาตรฐานสากล	3.49	0.92	มาก
3 อุปกรณ์ให้บริการทางสุขภาพมีมาตรฐานอยู่ในระดับสูง	3.58	0.92	มาก
4 พนักงานให้บริการทางสุขภาพมีความเชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับ	3.47	0.95	มาก
5 สถานประกอบการมีความสะอาดและบรรยากาศที่ดูสุขอนามัย	3.70	0.98	มาก
6 มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการทางสุขภาพอย่างดีเยี่ยม	3.71	1.00	มาก
7 อัตราค่าบริการทางสุขภาพมีราคาที่เหมาะสม	3.52	1.03	มาก
8 มีความสะดวกสบายในการชำระค่าบริการ	3.42	1.00	มาก
9 กระบวนการผ่านตรวจคนเข้าเมืองที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน	3.67	0.91	มาก
10 มีระบบขนส่งและดูแลการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างดีเยี่ยม	3.72	0.91	มาก
รวม	3.59	0.74	มาก

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ โดยรวมมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) และเมื่อพิจารณาในรายการย่อยต่างๆ แล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกรายการย่อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว รายการย่อย มีระบบขนส่งและดูแลการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างดีเยี่ยมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมา คือ มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการทางสุขภาพอย่างดีเยี่ยม ($\bar{X} = 3.71$) น้อยที่สุดคือ มีความสะดวกสบายในการชำระค่าบริการ ($\bar{X} = 3.42$)

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว นานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ ทางการท่องเที่ยว
1 ผู้ใช้บริการทางสุขภาพมีโอกาสได้ท่องเที่ยวชม วัฒนธรรมควบคู่กับการดูแลสุขภาพ	3.27	1.06	ปานกลาง
2 มีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมในการ ผ่อนคลายหรือพักผ่อนทางสุขภาพ	3.31	1.04	ปานกลาง
3 สถานที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวทางสุขภาพมี เอกลักษณ์ชื่อเสียงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว	3.51	0.90	มาก
4 มีสถานที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวทางสุขภาพ ให้เลือกหลากหลายตรงกับความต้องการ	3.69	0.89	มาก
5 ผู้ใช้บริการทางสุขภาพมีโอกาสได้สัมผัสประสบการณ์ วัฒนธรรมที่แปลกใหม่รวมถึงวิถีชีวิตที่แตกต่าง	3.75	0.89	มาก
6 แฝกเกทสถานที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวทาง สุขภาพมีข้อเสนอที่น่าสนใจสำหรับผู้ใช้บริการ	3.54	0.99	มาก
7 คนไทยมีวิชาชีพที่ดี มีความเป็นมิตรพร้อมช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว	3.69	0.94	มาก
8 ไม่มีอุปสรรคทางด้านภาษาสำหรับนักท่องเที่ยวในการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร	3.43	0.91	มาก
9 มีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเชิง สุขภาพทุกศาสนา	3.08	1.05	ปานกลาง
10 นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีโอกาสรับประทานอาหารที่ หลากหลาย หรืออาหารที่ตรงกับหลักความเชื่อทาง ศาสนา	3.51	0.99	มาก
รวม	3.48	0.66	มาก

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม โดยรวมมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$) และเมื่อพิจารณาในรายการย่อยต่างๆ แล้วมีข้อแตกต่าง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในรายการย่อย ผู้ใช้บริการทางสุขภาพมีโอกาสดำเนินการได้สัมพัทธ์ประสบความสำเร็จ วัฒนธรรมที่แปลกใหม่รวมถึงวิถีชีวิตที่แตกต่างมากที่สุด ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือมีสถานที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวทางสุขภาพให้เลือกหลากหลายตรงกับความต้องการ และคนไทยมีทัศนคติที่ดี มีความเป็นมิตรพร้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.69$) น้อยที่สุดคือ มีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทุกศาสนา ($\bar{X} = 3.08$)

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของ
นักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ ทางการท่องเที่ยว
1 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีเพื่อนหรือญาติอยู่ในประเทศไทย	2.80	1.21	ปานกลาง
2 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว	2.90	1.13	ปานกลาง
3 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการใช้เวลาท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน	3.32	1.05	ปานกลาง
4 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการใช้เวลาท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว	3.19	1.10	ปานกลาง
5 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการกระชับมิตรภาพความสัมพันธ์	3.18	1.13	ปานกลาง
6 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการพบปะ ทำความรู้จักกับผู้คนใหม่ๆ	3.26	1.11	ปานกลาง
7 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความปรารถนาที่จะแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับเพื่อนและครอบครัว	2.99	1.04	ปานกลาง
8 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการพบปะกับผู้อื่นที่มีความสนใจด้านสุขภาพเหมือนๆ กัน	3.12	1.01	ปานกลาง
9 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพได้รับการแนะนำเชิงบวกจากผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครมาก่อน	3.17	1.03	ปานกลาง
10 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพได้รับการต้อนรับในการท่องเที่ยวอย่างดีเยี่ยม	3.25	1.07	ปานกลาง
รวม	3.12	0.82	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยรวมมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$) และเมื่อพิจารณาในรายการย่อยต่างๆ แล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกรายการย่อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว รายการย่อย นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการใช้เวลาท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อนมากที่สุด ($\bar{X} = 3.32$) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการพบปะ ทำความรู้จักกับผู้คนใหม่ๆ ($\bar{X} = 3.26$) น้อยที่สุด คือ นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีเพื่อนหรือญาติอยู่ในประเทศไทย ($\bar{X} = 2.80$)

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงของ
นักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ ทางการท่องเที่ยว
1 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาได้รับประสบการณ์ ทางสุขภาพที่หรูหรา	3.07	1.11	ปานกลาง
2 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาถูกมองว่าเป็นผู้นำ ทางด้านการศึกษาสุขภาพ	2.88	1.10	ปานกลาง
3 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาที่จะส่งเสริม รูปลักษณ์ของตนเองให้ดียิ่งขึ้น	2.96	1.14	ปานกลาง
4 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาที่จะส่งเสริมร่างกาย ของตนให้เป็นที่ดึงดูดมากยิ่งขึ้น	3.11	1.12	ปานกลาง
5 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาที่จะพัฒนาสุขภาพ โดยรวมของตนเองให้ดียิ่งขึ้น	3.35	1.16	ปานกลาง
6 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาที่จะปลดปล่อย ผ่อน คลาย พักผ่อนหย่อนใจ	3.47	1.09	มาก
7 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาให้รางวัลตนเองจาก การทำงานอย่างหนัก	3.55	1.08	มาก
8 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาโอกาสในการออก กำลังกาย และบริหารร่างกาย	3.40	1.09	ปานกลาง
9 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาเสริมสร้างคุณภาพ ชีวิตของตนเองให้ดียิ่งขึ้น	3.48	1.05	มาก
10 นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาได้รับโอกาสเพิ่มพูน ความรู้ทางด้านสุขภาพให้แก่ตนเอง	3.21	1.12	ปานกลาง
รวม	3.25	0.87	ปานกลาง

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและชื่อเสียง โดยรวมมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) และเมื่อพิจารณาในรายการย่อยต่างๆ แล้วมีข้อแตกต่าง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในรายการย่อย นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาให้รางวัลตนเองจากการทำงานอย่างหนักมากที่สุด ($\bar{X} = 3.55$) รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของตนเองให้ดียิ่งขึ้น ($\bar{X} = 3.48$) น้อยที่สุดคือนักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาถูกมองว่าเป็นผู้นำทางด้านการศึกษาสุขภาพ ($\bar{X} = 2.88$)

ตอนที่ 4 ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน กรุงเทพมหานคร เพศชาย และเพศหญิง แตกต่างกัน

H_0 : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร เพศชาย และเพศหญิง ไม่แตกต่างกัน

H_1 : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร เพศชาย และเพศหญิง แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบระหว่างเพศ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1 แรงจูงใจทางด้านกายภาพ	3.64	0.74	3.54	0.74	1.36	0.17
2 แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม	3.55	0.65	3.40	0.66	2.37	0.02*
3 แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.19	0.78	3.04	0.85	1.78	0.08
4 แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	3.31	0.81	3.18	0.91	1.58	0.12
รวม	3.42	0.63	3.30	0.70	2.01	0.04*

$p < .05$ ($t_{\infty} = \pm 1.96$)

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่เพศชาย ($\bar{X} = 3.42$) ให้ความเห็นว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มากกว่า เพศหญิง ($\bar{X} = 3.30$) และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการ คือ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม โดยเพศชาย ($\bar{X} = 3.55$) ให้ความเห็นว่า แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มากกว่า เพศหญิง ($\bar{X} = 3.40$)

สมมุติฐานที่ 2 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว
นานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกัน มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบระหว่างอายุ

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน กรุงเทพมหานคร		อายุ (N = 400)								F-test	Sig.
		20 – 35 ปี		36 – 50 ปี		51 – 65 ปี		65 ปีขึ้นไป			
		\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1	แรงจูงใจทางด้านกายภาพ	3.46	0.75	3.50	0.80	3.96	0.45	3.89	0.61	10.99	0.00*
2	แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม	3.33	0.67	3.44	0.64	3.79	0.56	3.81	0.62	11.08	0.00*
3	แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	2.92	0.83	3.07	0.79	3.54	0.65	3.85	0.38	15.38	0.00*
4	แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	3.03	0.89	3.24	0.82	3.65	0.73	3.85	0.57	12.57	0.00*
รวม		3.19	0.67	3.31	0.67	3.73	0.49	3.85	0.51	16.77	0.00*

*P < 0.05 ($F_{3, 399}=2.627$)

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านกายภาพ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ดังนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 22-25

ตารางที่ 22 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แรงจูงใจทางด้านกายภาพ

อายุ	\bar{x}	20 – 35 ปี	36 – 50 ปี	51 – 65 ปี	65 ปีขึ้นไป
20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า	3.46	-	-0.03	-0.50*	-0.42
36 – 50 ปี	3.50	-	-	-0.46*	-0.39
51 – 65 ปี	3.96	-	-	-	0.07
65 ปีขึ้นไป	3.89	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 65 ปี ($\bar{X} = 3.96$) มีแรงจูงใจทางด้านกายภาพของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า ($\bar{X} = 3.46$) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 50 ปี ($\bar{X} = 3.50$)

ตารางที่ 23 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม

อายุ	\bar{x}	20 – 35 ปี	36 – 50 ปี	51 – 65 ปี	65 ปีขึ้นไป
20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า	3.33	-	-0.11	-0.46*	-0.48*
36 – 50 ปี	3.44	-	-	-0.34*	-0.37
51 – 65 ปี	3.79	-	-	-	-0.02
65 ปีขึ้นไป	3.81	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 65 ปี ($\bar{X} = 3.79$) มีแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า ($\bar{X} = 3.33$) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 50 ปี ($\bar{X} = 3.44$)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.81$) มีแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า ($\bar{X} = 3.33$)

ตารางที่ 24 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

อายุ	\bar{x}	20 – 35 ปี	36 – 50 ปี	51 – 65 ปี	65 ปีขึ้นไป
20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า	2.92	-	-0.16	-0.62*	-0.93*
36 – 50 ปี	3.07	-	-	-0.47*	-0.78*
51 – 65 ปี	3.54	-	-	-	-0.31
65 ปีขึ้นไป	3.85	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 65 ปี ($\bar{X} = 3.54$) มีแรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า ($\bar{X} = 2.92$) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 50 ปี ($\bar{X} = 3.07$)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.85$) มีแรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า ($\bar{X} = 2.92$) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 50 ปี ($\bar{X} = 3.07$)

ตารางที่ 25 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง

อายุ	\bar{X}	20 – 35 ปี	36 – 50 ปี	51 – 65 ปี	65 ปีขึ้นไป
20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า	3.03	-	-0.21*	-0.62*	-0.82*
36 – 50 ปี	3.24	-	-	-0.41*	-0.61*
51 – 65 ปี	3.65	-	-	-	-0.20
65 ปีขึ้นไป	3.85	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 35 ปีหรือต่ำกว่า ($\bar{X} = 3.03$) มีแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 50 ปี ($\bar{X} = 3.24$) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 65 ปี ($\bar{X} = 3.65$) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.85$)

และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 50 ปี ($\bar{X} = 3.24$) มีแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 – 65 ปี ($\bar{X} = 3.65$) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 3.85$)

สมมุติฐานที่ 3 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักแตกต่างกัน มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักแตกต่างกัน มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักแตกต่างกัน มีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบระหว่าง
ถิ่นพำนัก

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน กรุงเทพมหานคร	ถิ่นพำนัก (N = 400)										F-test	Sig.
	แอฟริกา		อเมริกา		ยุโรป		เอเชีย		อื่นๆ			
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1 แรงจูงใจทางด้านกายภาพ	3.32	0.56	3.58	0.65	3.50	0.86	3.64	0.72	3.76	0.71	1.21	0.31
2 แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม	3.31	0.57	3.53	0.61	3.52	0.69	3.42	0.70	3.52	0.52	0.74	0.56
3 แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.09	0.93	3.20	0.69	3.19	0.79	2.99	0.89	3.30	0.87	1.74	0.14
4 แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง	3.37	0.76	3.33	0.69	3.31	0.78	3.09	1.03	3.58	0.60	2.67	0.03*
รวม	3.27	0.59	3.41	0.57	3.38	0.70	3.29	0.73	3.54	0.61	1.16	0.33

*P < 0.05 ($F_{4, 399}=2.394$)

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถิ่นพำนัก ในภาพรวมพบว่า มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ดังนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง

ถิ่นพำนัก	\bar{X}	แอฟริกา	อเมริกา	ยุโรป	เอเชีย	อื่นๆ
แอฟริกา	3.37	-	0.04	0.06	0.28	-0.21
อเมริกา	3.33	-	-	0.02	0.24*	-0.25
ยุโรป	3.31	-	-	-	0.22*	-0.26
เอเชีย	3.09	-	-	-	-	-0.48*
อื่นๆ	3.58	-	-	-	-	-

*P < 0.05

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักในทวีปเอเชีย ($\bar{X} = 3.09$) มีแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร น้อยกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักในทวีปอเมริกา ($\bar{X} = 3.33$) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักในทวีปยุโรป ($\bar{X} = 3.65$) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักในทวีปอื่นๆ ($\bar{X} = 3.58$)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร และเพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวนานาชาติในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ และถิ่นพำนัก กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า “ที” การทดสอบค่า “เอฟ” ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี แอล เอส ดี (LSD-Least Significant Different) ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีอายุ 20-35 ปีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 46.50 มีถิ่นพำนักในทวีปเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 40.25 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 52.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.25 มีอาชีพลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 49.75

2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เดินทางมาประเทศไทยครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 46.25 ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 – 3 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 61.75 เดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 65.00 เดินทางมากรุงเทพฯ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงโด่งดัง คิดเป็นร้อยละ 27.75 มาใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 51.25 ใช้เงินในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.00 มีจุดมุ่งหมายที่จะอยู่กรุงเทพฯ จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00

3. ข้อมูลแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน กรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครของผู้ตอบแบบสอบถาม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านกายภาพ ($\bar{X} = 3.59$) และแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.48$) มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ส่วนแรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\bar{X} = 3.12$) และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.25$) มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

3.1 แรงจูงใจทางด้านกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ด้านกายภาพ โดยรวมมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) และเมื่อพิจารณาในรายการย่อยต่างๆ แล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกรายการย่อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว รายการย่อย มีระบบขนส่งและดูแลการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างดีที่สุดเยี่ยมมาก ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมา คือ มีระบบการดูแลสุขภาพความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการทางสุขภาพอย่างดีที่สุดเยี่ยม ($\bar{X} = 3.71$) น้อยที่สุดคือ มีความสะดวกสบายในการชำระค่าบริการ ($\bar{X} = 3.42$)

3.2 แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ด้านวัฒนธรรม โดยรวมมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$) และเมื่อพิจารณาในรายการย่อยต่างๆ แล้วมีข้อแตกต่าง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในรายการย่อย ผู้ใช้บริการทางสุขภาพมีโอกาสได้สัมผัสประสบการณ์วัฒนธรรมที่แปลกใหม่รวมถึงวิถีชีวิตที่แตกต่างมากที่สุด ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมา คือ มีสถานที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวทางสุขภาพให้เลือกหลากหลายตรงกับความต้องการ และคนไทยมีทัศนคติที่ดี มีความเป็นมิตรพร้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.69$) น้อยที่สุดคือ มีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทุกศาสนา ($\bar{X} = 3.08$)

3.3 แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยรวมมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$) และเมื่อพิจารณาในรายการย่อยต่างๆ แล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกรายการย่อย โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว รายการย่อย นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการใช้เวลาท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อนมากที่สุด ($\bar{X} = 3.32$) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการพบปะ ทำความรู้จักกับผู้คนใหม่ๆ ($\bar{X} = 3.26$) น้อยที่สุด คือ นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีเพื่อนหรือญาติอยู่ในประเทศไทย ($\bar{X} = 2.80$)

3.4 แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานภาพและชื่อเสียง โดยรวมมีระดับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$) และเมื่อพิจารณาในรายการย่อยต่างๆ แล้วมีข้อแตกต่าง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในรายการย่อย นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาให้รางวัลตนเองจากการทำงานอย่างหนักมากที่สุด ($\bar{X} = 3.55$) รองลงมาคือนักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของตนเองให้ดียิ่งขึ้น ($\bar{X} = 3.48$) น้อยที่สุดคือ นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาถูกมองว่าเป็นผู้นำทางด้านการศึกษาสุขภาพ ($\bar{X} = 2.88$)

4. ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ อายุ และถิ่นพำนัก

4.1. การเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่เพศชาย ($\bar{X} = 3.42$) ให้ความเห็นว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มากกว่า เพศหญิง ($\bar{X} = 3.30$) และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการ คือ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม โดยเพศชาย ($\bar{X} = 3.55$) ให้ความเห็นว่า แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มากกว่า เพศหญิง ($\bar{X} = 3.40$)

4.2. การเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ในภาพรวมพบว่า มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านกายภาพ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง

4.3. การเปรียบเทียบแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามถิ่นพำนัก ในภาพรวมพบว่า มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาในรายด้าน พบว่า มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่น่าสนใจต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 20-35 ปีหรือต่ำกว่า มีถิ่นพำนักในทวีปเอเชีย มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพลูกจ้าง อาจเนื่องมาจากเพศชายมีสรีระที่แข็งแรงกว่าผู้หญิง รักการผจญภัย ชอบความท้าทาย ค้นหาสิ่งแปลกใหม่ให้กับชีวิต และมีความเป็นผู้นำ สามารถตัดสินใจได้เด็ดขาด และรวดเร็วกว่าเพศหญิง และด้วยอายุระหว่าง 20-35 ปีหรือต่ำกว่า ถือเป็นวัยที่มีกำลังและเวลาในการทำสิ่งต่างๆ ที่ตัวเองต้องการ การจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีซึ่งเป็นข้อได้เปรียบเพราะมีความรู้ หรือทัศนคติที่กว้างขวาง จึงต้องการที่จะเดินทางเพื่อค้นคว้าหาความจริงให้กับตนเอง จากสิ่งที่ได้ศึกษา หรือได้รับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์ชนก ดาบสมเด็จ (2552) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด เนื่องจากเมื่อบุคคลมีการศึกษาที่สูงขึ้น มักจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ และเปิดโลกทัศน์มากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาลีรัตน์ การดี และคณะ (2547) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องจากช่วงอายุดังกล่าวอยู่ในวัยทำงาน อาจมีความดีใจเครียด และความเมื่อยล้า จึงมีความต้องการเข้ารับบริการเชิงสุขภาพเพื่อการผ่อนคลายทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554) ที่กล่าวไว้ว่า ประเทศไทยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มาจากภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ มาเลเซีย จีน และญี่ปุ่น

2. ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า เดินทางมาประเทศไทยครั้งแรก ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 1 – 3 สัปดาห์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมาประเทศไทยด้วยตนเอง เดินทางมากรุงเทพฯ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงโด่งดัง มาใช้บริการนวดแผนไทย ใช้เงินในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 50,000 บาท มีจุดมุ่งหมายที่จะอยู่กรุงเทพฯ จำนวน 268 คน อาจเนื่องมาจากประเทศไทยเริ่มมีชื่อเสียงโด่งดังมากขึ้นในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และด้วยประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการนวดแผนไทย จึงเป็นที่รู้จักและขยายวงกว้างมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพ และเกิดการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็น

ครั้งแรก เพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพชรรัตน์ ภูพันธ์ (2550) พบว่า ประเภทของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นการ นวด / อบ / ประคบสมุนไพร ซึ่งถือเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ที่เกิดจากความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้า จากการทำงาน หรือกิจวัตรประจำวัน นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ จึงเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ โกลด์เนอร์ และ ริชชี (Goeldner and Ritchie, 2006) ที่ได้กล่าวไว้ว่า หากแหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่น จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวอันเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และสอดคล้องกับ แม็คเคอร์เซอร์ และ หว่อง (Mc Kercher and Wong, 2004) ที่ได้กล่าวไว้ว่า มีปัจจัย 2 ประการที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยว คือ 1. ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งแรกและครั้งต่อมา ซึ่งช่วยให้เข้าใจถึงความแตกต่างของด้านพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จึงเกิดการเดินทางซ้ำ 2. สถานที่ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเป็นครั้งแรกและครั้งต่อมา ซึ่งช่วยให้เข้าใจถึงความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ภูมิสำเนา และลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ คำเนินนอก (2533) ที่ได้กล่าวไว้ว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูด โน้มน้าวใจ ทำให้เกิดความต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งสิ่งดึงดูดใจจะมีหนึ่งจุดหรือหลายจุดสนใจก็ได้ ถ้ามีหลายจุดจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวอันมากขึ้น สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

3. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

3.1 แรงจูงใจทางด้านกายภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่อง มีระบบขนส่งและดูแลการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างดีเยี่ยม อาจเนื่องจากการคมนาคมขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังช่วยอำนวยความสะดวก และลดระยะเวลาในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ซึ่งสอดคล้องกับสเตอร์ริง (Stering, 1963) ที่กล่าวว่า การคมนาคมขนส่งเป็นตัวเชื่อมระหว่างกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ เช่น การเดินทางของผู้โดยสาร การบริการเคลื่อนที่ทางด้านต่างๆ การกระจายสินค้า ที่เกิดจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งถ้าปราศจากเส้นทางการคมนาคมขนส่งแล้ว ก็จะไม่เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ส่งผลกระทบต่อการพัฒนา สอดคล้องกับ ม.ล.ศุข ชุมสายและฉุยพันธ์ (2527) ที่กล่าวว่า การคมนาคมทางบกมีความสำคัญที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีถนนและทางหลวงซึ่งมีโครงข่ายติดต่อกว้างขวาง

รถยนต์เป็นพาหนะที่สามารถบรรทุกผู้โดยสารไปไหนต่อไหนได้ทั่วสะดวก ค่าใช้จ่ายถูก และสอดคล้องกับประเพณี วิถีรัฐ (2530) ที่กล่าวไว้ว่าการคมนาคมและการเข้าถึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว การคมนาคมที่ดีสามารถไปสู่แหล่งท่องเที่ยวได้รวดเร็วปลอดภัย และค่าใช้จ่ายในการเดินทางก็เป็นอีกประการหนึ่งที่เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

3.2 แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่อง ผู้ใช้บริการทางสุขภาพมีโอกาสได้สัมผัสประสบการณ์วัฒนธรรมที่แปลกใหม่รวมถึงวิถีชีวิตที่แตกต่าง อาจเนื่องจากด้วยสังคมในปัจจุบันเปิดกว้างมากขึ้น เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น และอยากสัมผัสประสบการณ์ใหม่ให้กับชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับ จลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2550) ได้กล่าวไว้ว่า สมัยก่อนผู้คนเดินทางเนื่องจากเสาะแสวงหาที่อยู่อาศัย อาหาร น้ำดื่ม และเป็นกรขยายอาณาเขตและดินแดน แต่ในปัจจุบันเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง และหลีกเลี่ยงวิถีชีวิตที่จำเจ เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ รวมไปถึงการไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน

3.3 แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่อง นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการใช้เวลาท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน อาจเนื่องมาจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นช่วงเวลาที่ได้พักผ่อน ผ่อนคลายความตึงเครียดจากทำงาน จึงมีความต้องการใช้เวลาว่างในช่วงนี้ได้พูดคุย หรือพบปะสังสรรค์กับเพื่อนเก่า และเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ แคน (Dann, 1977) ได้กล่าวไว้ว่า การที่ได้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้ผู้เดินทางท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นที่ชื่นชมและได้รับการยอมรับจากสังคม และมีโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ หรือเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนเก่าด้วย

3.4 แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่อง นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาที่จะปลดปล่อย ผ่อนคลาย พักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาให้รางวัลตนเองจากการทำงานอย่างหนัก และนักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของตนเองให้ดียิ่งขึ้น อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบางคนไม่ได้ต้องการเพียงแค่การพักผ่อน หรือผ่อนคลายจากการทำงานหนัก แต่มีจุดประสงค์หลักคือ ต้องการให้ร่างกายแข็งแรง มีสุขภาพสมบูรณ์ และถือเป็นการให้รางวัลแก่

ร่างกายที่ต้องใช้ในการทุ่มเทกับการทำงานหนัก ซึ่งสอดคล้องกับ ยูซาล และเฮแกน (Uysal and Hagan, 1993; อ้างใน แสงเดือน รตินทร, 2553) ได้กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยบทบาทสำคัญ คือ ปัจจัยผลักดัน และปัจจัยดึงดูด โดยปัจจัยผลักดันนั้นทำหน้าที่เป็นเหมือน โครงสร้างทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวซึ่งมีผลในการช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยว ในขณะที่ปัจจัยดึงดูดนั้น เป็นปัจจัยที่จุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวมีอำนาจในการดึงดูด นักท่องเที่ยวได้อย่างไร โดยปัจจัยผลักดันนั้นจะมีลักษณะสำคัญอยู่ที่ความปรารถนาที่จะหลีกเลี่ยง ชีวิตประจำวันไปพักผ่อน หรืออาจจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของชื่อเสียง สุขภาพของบุคคลนั้นๆ หรือ แม้กระทั่งความต้องการผจญภัย หรือการเข้าไปมีส่วนร่วมในสังคมอื่นๆ ที่แตกต่างไปจากสังคม ปกติของตนอีกด้วย

4. การเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน กรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ อายุ และถิ่นพำนัก

4.1 การเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ระหว่างเพศ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย กับ เพศหญิงมีแรงจูงใจของ นักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม อาจเนื่องมาจากเพศชายถูกปลูกฝัง ให้มีลักษณะมีความเป็นผู้นำ และด้วยร่างกายที่แข็งแรง ส่งผลให้มีความอดทนมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงจะมีลักษณะเป็นผู้ตาม เป็นเพศที่อ่อนแอ ต้องการการดูแลและปกป้อง จึง ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทาง ซึ่งสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว บางแห่งยังมีข้อจำกัดที่ส่งผลต่อการเดินทาง ทำให้ไม่สะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่ง ท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เลิศพร ภาระสกุล (2540) พบว่า เพศชายจะเป็นคนคิด หรือวางแผนในการที่จะเดินทางท่องเที่ยว เป็นเพราะเพศชายมีลักษณะทางสรีระที่แข็งแรง คล่องตัว มีความเป็นผู้นำ จึงเป็นผู้ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งกว่าเพศหญิง

4.2 การเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ระหว่างอายุ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจของ นักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในแรงจูงใจทางด้านกายภาพ แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม แรงจูงใจ ทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง อาจเนื่องมาจาก

ผู้ที่มีอายุมากได้พบเจอสิ่งต่างๆ มีประสบการณ์ อาจเป็นส่วนทำให้ไม่มีความรู้สึกหรือต้องการที่จะผจญภัย หาสิ่งแปลกใหม่ให้กับชีวิต และด้วยร่างกายที่ไม่แข็งแรง หรือสุขภาพที่แย่ลง จึงให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อยที่ยังคงมีร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์ จึงแสวงหาการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน หรือเดินทางเพื่อรักษาสุขภาพมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย ซึ่งสอดคล้องกับ เบิร์ค และ เรสมิค (Burke and Resmick, 1991) ที่กล่าวไว้ว่า วัยหนุ่มสาว เป็นวัยที่มีความต้องการ อยากรู้อยากเห็น ชอบที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ หรือหาประสบการณ์ให้กับตนเอง ซึ่งต่างจากกลุ่มผู้สูงอายุที่จะมองหาสิ่งอำนวยความสะดวก หรือต้องการการพักผ่อนจากการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

4.3 การเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ระหว่างถิ่นพำนัก

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักแตกต่างกันมีแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อพิจารณาในรายด้านพบความแตกต่างอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในแรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียง อาจเนื่องมาจากผู้ที่มีถิ่นพำนักต่างกันจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ด้วยวัฒนธรรม สังคม ทัศนคติของแต่ละประเทศย่อมแตกต่างกันออกไป และที่สำคัญคือรายได้หรืออำนาจในการใช้จ่ายเพื่อสุขภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1. ควรจัดอบรมบุคลากรทุกปี รวมถึงจัดสถานที่ให้บริการต่างๆ ให้ได้มาตรฐานในระดับเดียวกันทุกที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเข้ารับบริการ และเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการในครั้งต่อไป

2. ควรมีการจัดสถานที่ หรือแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกถึงความผ่อนคลายหรือได้พักผ่อนทางสุขภาพ และด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ควรเดินทางไปท่องเที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการจัดทำข้อมูลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเกิดความเชื่อมั่นและประทับใจในการมาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรสนับสนุน ส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ ให้แก่นักท่องเที่ยวนานาชาติ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางมายังประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ของประเทศ และเป็นการสร้างงานให้แก่ประชาชน

2. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ควรจัดสรรงบประมาณ เพื่อนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และขยายแหล่งเงินทุนนอกจากงบประมาณที่ได้รับจากภาครัฐเพื่อให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง

3. กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ควรให้ความสำคัญกับตลาดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยส่งเสริมให้มีการปรับปรุงคุณภาพ การบริการ มีการตรวจสอบความปลอดภัยในสถานให้บริการเชิงสุขภาพสม่ำเสมอ หรือทุกปี ควรกำหนดมาตรฐาน โครงสร้างของสถานบริการเชิงสุขภาพให้มีลักษณะเป็นสากล และจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในต่างจังหวัด ต่างภูมิภาค เพื่อที่จะได้นำมาเป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุงให้มีคุณภาพ และมีมาตรฐานในระดับเดียวกัน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กานต์ชนก ดาบสมเด็จ. **ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อตำรวจท่องเที่ยว กรณีศึกษาตำรวจท่องเที่ยว 5 มาตรฐาน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552.
- การท่องเที่ยวและกีฬากระทรวง, **ฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงการตลาด**. [ออนไลน์]. 2554. แหล่งที่มา : <http://marketingdb.tat.or.th/marketingdatabase/index.php> [7 กรกฎาคม 2555]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ**. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา : <http://thai.tourismthailand.org> [7 กรกฎาคม 2555]
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. **การวางแผนและพัฒนากการตลาดการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.
- ชัยวุฒิ ศรีสุขโข. **อุตสาหกรรมการแพทย์เชิงท่องเที่ยว**. *อุตสาหกรรมสาร* 54 (พ.ย.-ธ.ค. 2555): 32-33.
- ชัยพฤกษ์ บุญเลิศ. **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการจองห้องพักออนไลน์**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553.
- ซุดา จิตพิทักษ์. **พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท สารมวลชน จำกัด, 2525.
- สุทธิศรี ชูชาติ. **องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว**. *จุลสารการท่องเที่ยว*. 14,2 (2538) : 7.
- ดำเนินนอก (นามแฝง). **องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยว**. *จุลสารธุรกิจท่องเที่ยว*. 2 (มีนาคม 2533) : 3-4.
- ดุษฎี ชุมสาย, ม.ล. และญิบพัน พรหมโยธี. **จิตวิทยาแห่งการจัดการตลาดเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2527.
- ทัศนารินทร์ วุฒิสารวารกรณ์. **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ค่านิยมในการดำเนินชีวิต การรับรู้ข่าวสาร และการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเมืองพัทยา**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2553.
- ธงชัย สันติวงษ์. **พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2524.

- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: บิสนิตเนสตาร์แอนดส์, 2553.
- นพพลู สมิตานนท์. กลยุทธ์สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.
- นิถมน คำเยี่ยม. แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี : สำนักพิมพ์เฟิร์นข้าหลวง, 2555.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. พฤติกรรมการกินของคนไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.
- ประเสริฐ วิทยารัฐ. ภูมิศาสตร์ปักษ์ใต้. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2535.
- ปราโมชน์ รอดจรัส. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547.
- ปราโมชน์ รอดจรัส. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553.
- ปาลีรัตน์ การดี, ศรีศักดิ์ สุนทรไชย, นภัสวรรณ เพชรคอน และปิยะดา มะลา. การวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2547.
- พรพฐู รูปจำลอง. กรอบนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2552.
- พันธุ์มดี เกตะวันดี และศันชยา กิตติโกวิท. กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพสำหรับธุรกิจโรงแรม. กรุงเทพฯ : คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.
- พิมพ์ หิรัญกิตติ, ปณิศา มีจินดา, สมชาย หิรัญกิตติ, สุวิมล แม่นจริง และอุดม สายะพันธุ์. การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2552.

เพชรรัตน์ ภูพันธ์. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

มนรัตน์ ใจเอื้อ. การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการแพทย์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กรณีศึกษา: กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2549.

ระบบข้อมูลภูมิสารสนเทศเพื่อการลงทุนทางการท่องเที่ยว. รายงานสรุปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา : <http://www.tourisminvest.tat.or.th/index.php?lang=th> [7 กรกฎาคม 2555]

เลิศพร ภาระสกุล. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555.

เลิศพร ภาระสกุล. เอกสารประกอบการสอนวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2540.

วัชรเวดิน จิรวารชยากุล. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา : <http://tourismindustryphu04kench.blogspot.com/2010/08/my-lecture-3.html> [17 กุมภาพันธ์ 2555]

ศิณีย์ สังข์ศรี และคณะ. กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยสู่ตลาดโลก. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2554

ศิริรัตน์ อ่อนดี. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา : http://region4.prd.go.th/ewt_news.php?nid=25659 [10 มกราคม 2556]

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 8. ขอนแก่น : โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา, 2555.

ศูนย์การวิจัยกสิกรไทย. โรงพยาบาลเอกชนไทย : ขยายฐานสู่ภูมิภาค...เพิ่มศักยภาพการแข่งขัน. [ออนไลน์]. 2550. แหล่งที่มา : <http://www.kasikornresearch.com/th/K-EconAnalysis/ViewSummary.aspx?docid=9997> [17 กุมภาพันธ์ 2555]

ศูนย์ข่าวการศึกษาไทย. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอาเซียนปี 55. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา : <http://enn.co.th/5626> [17 กุมภาพันธ์ 2555]

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงวอชิงตัน. การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา : <http://journalcorpus.wordpress.com/2012/08/30/medical-tourism/> [27 ตุลาคม 2555]

- สมกมล พวงพรหม. **ปัจจัยจูงใจที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพฯ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.
- สมบัติ กาญจนกิจ. **นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- สร้อยพัชร คล่องดี. **การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์และภาวะการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- ศิริวิดี วงษ์วัชรดำรง. **การพัฒนาสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ กรณีศึกษา : ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพมิชชั่น อำเภอแม่เหล็ก จังหวัดสระบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต, 2552.
- สุริรัตน์ เตชาทวิวรรณ. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2545.
- เสรี วงษ์มณฑา. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพมหานคร : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด 2542.
- แสงเดือน รตินธร. **ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย**. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย 8 (พฤษภาคม 2555) : 84-104.
- อรจนา จันทร์ประยูร. **ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว**. เอกสารประกอบการสอน คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2555.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- อิสวัต อยู่วิวัฒน์. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2553.

ภาษาอังกฤษ

- Burke, F.J., and Resnick, B.P. **Marketing and Travel Product**. Cincinnati : South Western, 1991.
- Chen, J.S., Prebensen, N, & Huan T.C. Determining the motivation of wellness travelers. **ANATOLIA: An International Journal of Hospitality and Tourism Research**, 19(1) : 103-115.
- Crompton, J., and McKay, S. Motives of Visitors attending festival events. **Annals of Tourism Research** 24 (October 1997) : 425-439.
- Cronbach, L.J. **Essential of Psychological Testing (3.rd. ed.)**. New York : Harper and Row Publisher, 1972.
- Cohen, J. B. **Behavioral Science of Consumer Behavior**. New York : Free Press.
- Connell, J. Medical tourism: Sea, sun, sand and ... surgery. **Australia: Tourism Management** 29 (November 2005) : 1093-1100.
- Dann, G. Anomie, ego-enhancement and tourism. **Annals of tourism Research** 4 (January 1977) : 184-194.
- Goeldner, R. and Ritchie, J.R.B. **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**. 10th ed. Hoboken, N.J.: John Wiley and Sons, Inc, 2006.
- Gonzales, A and others. Health Tourism and Related Services: Caribbean Development and International Trade. **The final report submitted to the Regional Negotiating Machinery**, 2001.
- Kotler, P. **Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control**. 8 Ed. Englewood Cliffs : Prentice – Hall Inc, 1994.
- Maslow, A. H. **Motivation and Personality**. New York : Harper and Row, 1977.
- McIntosh, R. W. & Goelder, C. R. & Goelder, C. R. **Tourism principles, practices, philosophies**. 5th ed. New York: John Wiley & Sons, 1986.
- McKercher, B., and Wong, D. Understanding Tourism Behaviour: Examining the Combined Impacts of Prior Visitation History and Destination Status. **Journal of Travel Research** 43 (January 2004) : 171-179.

- Mueller, H. and Kaufmann, E, L. Wellness Tourism: Market Analysis of a Special Health Tourism Segment and Implications for the Hotel Industry. **Journal of Vacation Marketing. Switzerland** 7(2001), p. 1-13.
- Musa, G., Thirumoorthi, T., & Doshi, D. Travel behaviour among inbound medical tourists in Kuala Lumpur. **Current Issues in Tourism** 15 (2011) : 525-543.
- Robert W. McIntosh, Charles R. Goeldner. **Tourism : principles, practices, philosophies**. 5th ed. New York : Wiley, 1986.
- Stering Group. **Traffic in Town**. London : Waterion and son, 1963.
- Swarbrooke, J., and Horner, S. **Consumer Behavior in Tourism**. New Delhi : Butterworth Heinemann, 1999.
- Singh, N. Exploring the factors influencing the travel motivations of US medical tourists. **Current Issues in Tourism** (2012) : 1-19.
- Yamane, T. **Statistics: An introductory analysis**. New York : Harper and Row, 1967.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

- | | |
|---|--|
| 1. รองศาสตราจารย์เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย | รองคณบดี คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เฉลิม ชัยวัชรภรณ์ | ประธานแขนงวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะ
วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร. กำโชค เผือกสุวรรณ | รองคณบดี คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร. สุรางค์ เมรานนท์ | อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เจษฎา ความคั่นเคย | คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
ราชภัฏวไลยอลงกรณ์ |

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐
 ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔(วช)/๕๗๒ วันที่ ๑๙ กันยายน ๒๕๕๕
 เรื่อง ขอรเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุลธวัชวิชัย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วยนางสาวอรุณี มุลละ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการ
 ท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง
 "แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร (THE MOTIVATION
 OF INTERNATIONAL TOURISTS FOR HEALTH TOURISM IN BANGKOK METROPOLIS)" ซึ่งเป็น
 ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การ
 ควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการ
 บริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา
 เครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จัก
 เป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)

ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา โทร. ๘๑๐๔๐
 ที่ ศร ๐๕๑๒.๒๔(วช)/๕๙๒ วันที่ ๑๙ กันยายน ๒๕๕๕
 เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิม ชัยวัชรภรณ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
 ๒. แบบสอบถาม

ด้วยนางสาวอรุณี มุลละ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร (THE MOTIVATION OF INTERNATIONAL TOURISTS FOR HEALTH TOURISM IN BANGKOK METROPOLIS)” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ในกรณีนี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณึงสุขเกษม)
 ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต



ที่ ศษ ๐๕๑๒.๒๔/๐๑๓๕๑

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒๑ กันยายน ๒๕๕๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.สุรางค์ เมธานนท์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วยนางสาวอรุณี มูลละ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร (THE MOTIVATION OF INTERNATIONAL TOURISTS FOR HEALTH TOURISM IN BANGKOK METROPOLIS)” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้อง และความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกาณ์นี้ คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิฑิต คณิ่งสุขเกษม)

คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย

โทร.๐-๒๒๑๕-๑๐๔๐

โทรสาร ๐-๒๒๑๕-๑๐๔๐



ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๙๓๖๗

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๒ ตุลาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.กำโชค เมื่อกสุวรรณ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วยนางสาวอรุณี มูลละ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แห่งวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร (THE MOTIVATION OF INTERNATIONAL TOURISTS FOR HEALTH TOURISM IN BANGKOK METROPOLIS)" ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณี คณะกรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ขอขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัยดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรินทร์ชัย อินทிரารณ)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ที่ ศธ ๐๕๑๒.๒๔/๐๙๕๓๖



คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถนนพระราม ๑ ปทุมวัน กทม. ๑๐๓๓๐

๓๐ ตุลาคม ๒๕๕๕

เรื่อง ขอร้องเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจษฎา ความคุ้นเคย

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. โครงร่างวิทยานิพนธ์
๒. แบบสอบถาม

ด้วย นางสาวอรุณี มุลละ นิสิตระดับมหาบัณฑิต ชั้นปีที่ ๒ แผนกวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้รับอนุมัติโครงร่างวิทยานิพนธ์ เรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร (THE MOTIVATION OF INTERNATIONAL TOURISTS FOR HEALTH TOURISM IN BANGKOK METROPOLIS)” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดูงาน หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา ภายใต้การควบคุมของ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

เพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความถูกต้องและความสมบูรณ์ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ในกรณี คณะกรรมการบริหาร หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต ใคร่ขอความอนุเคราะห์เรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัย ดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัยด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐ์ชัย อินทிரากรณ์)
คณบดี

หน่วยจัดการศึกษา งานวิชาการและวิจัย
โทร.๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐
โทรสาร ๐-๒๒๑๘-๑๐๔๐

ภาคผนวก ค
เครื่องมือในการทำวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง

ผู้วิจัยเป็นนิสิตระดับบัณฑิตศึกษา แขนงวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร”

ในการนี้ใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ได้กรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านซึ่งข้อมูลดังกล่าวถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิจัย และขอรับรองว่าข้อมูลเหล่านี้จะไม่ทำให้เกิดความเสียหายใดๆ แก่ท่านทั้งสิ้น

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

นิยามความหมายในแบบสอบถาม

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ/หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย และการรักษาพยาบาลในกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถาม

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 20 – 35 ปี 36 – 50 ปี
 51 – 65 ปี 65 ปีขึ้นไป
3. ถิ่นพำนัก.....
4. สถานภาพสมรส โสด สมรส หย่าร้าง/แยกกันอยู่/หม้าย
5. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด มัธยมศึกษา หรือต่ำกว่า อนุปริญญา
ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
6. อาชีพ ผู้ประกอบวิชาชีพ (ทนาย, แพทย์ เป็นต้น) ผู้บริหาร/ เจ้าของกิจการ
 เสมียน ผู้ใช้แรงงาน
 แม่บ้าน เกษียณ
 ลูกจ้าง อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2: พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. ท่านเคยเดินทางมาประเทศไทยแล้วกี่ครั้ง ครั้งแรก 2-3 ครั้ง มากกว่า 3 ครั้ง
2. ท่านจะเดินทางในประเทศไทยครั้งนี้นานเท่าไร น้อยกว่า 1 สัปดาห์ 1 – 3 สัปดาห์
 1 – 3 เดือน มากกว่า 3 เดือน
3. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยของท่านในครั้งนี้อะไร ติดต่อธุรกิจ เยี่ยมญาติ มารับบริการทางสุขภาพ
 พักผ่อนหย่อนใจ ชื้อของ อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ในการเดินทางมาประเทศไทยครั้งนี้ใครเป็นผู้จัดการเดินทางให้ท่าน บริษัททัวร์ ด้วยตนเอง
 เพื่อนที่อยู่ในประเทศไทย อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. ทำไมท่านถึงเลือกเดินทางท่องเที่ยวมายังกรุงเทพมหานคร

- สื่อโฆษณา/การประชาสัมพันธ์
- ได้รับการแนะนำจากบุคคลอื่น
- สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงโด่งดัง
- มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
- ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- มีความคุ้มค่าในการใช้จ่าย
- คนไทยมีอัตราศรัทธาที่ดี เป็นมิตร มีน้ำใจ
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใดที่ท่านสนใจมาใช้บริการในครั้งนี้

- ตรวจสอบสุขภาพประจำปี
- การฟื้นฟูสุขภาพต่างๆ
- การรักษาสุขภาพ
- นวดแผนไทย
- ทันตกรรม
- สปา อบน้ำแร่ สูดนธบำบัด
- การตรวจด้วยระบบเอ็มอาร์ไอ
- อาหารเพื่อสุขภาพ สมุนไพร
- ศัลยกรรมพลาสติก
- บำบัดทางจิตใจ สมาธิ
- เปลี่ยนสะโพก หรือข้อเข่า
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. ท่านคิดว่าจะใช้เงินในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยครั้งนี้เป็นจำนวนเงินเท่าไร

- น้อยกว่า 50,000 บาท
- 50,000 – 100,000 บาท
- 100,000 – 150,000 บาท
- มากกว่า 150,000 บาท

8. การเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่านมีจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางต่อไปยังที่ใด

- กรุงเทพฯ
- ภูเก็ต
- เชียงใหม่
- สมุย
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3: แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท่านมากที่สุด

รายการ	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด
แรงจูงใจทางด้านกายภาพเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร					
1. มีบริการทางสุขภาพที่หลากหลายให้เลือกตรงกับความต้องการ					
2. สถานประกอบการทางสุขภาพมีการรับรองมาตรฐานสากล					
3. อุปกรณ์ให้บริการทางสุขภาพมีมาตรฐานอยู่ในระดับสูง					
4. พนักงานให้บริการทางสุขภาพมีความเชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับ					

รายการ	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด
5. สถานประกอบการมีความสะอาดและบรรยากาศที่ถูกลูกชอนามัย					
6. มีระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการทางสุขภาพอย่างดีเยี่ยม					
7. อัตราค่าบริการทางสุขภาพมีราคาที่เหมาะสม					
8. มีความสะดวกสบายในการชำระค่าบริการ					
9. กระบวนการผ่านตรวจคนเข้าเมืองที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน					
10. มีระบบขนส่งและดูแลการเดินทางให้แก่ผู้ใช้บริการอย่างดีเยี่ยม					
แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร					
1. ผู้ใช้บริการทางสุขภาพมีโอกาสได้ท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมควบคู่กับการดูแลสุขภาพ					
2. มีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เหมาะสมในการผ่อนคลายหรือพักผ่อนทางสุขภาพ					
3. สถานที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวทางสุขภาพมีเอกลักษณ์ชื่อเสียงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว					
4. มีสถานที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวทางสุขภาพให้เลือกหลากหลายตรงกับความต้องการ					
5. ผู้ใช้บริการทางสุขภาพมีโอกาสได้สัมผัสประสบการณ์วัฒนธรรมที่แปลกใหม่รวมถึงวิถีชีวิตที่แตกต่าง					
6. แพ้เกทสถานที่ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวทางสุขภาพมีข้อเสนอที่น่าสนใจสำหรับผู้ใช้บริการ					
7. คนไทยมีทัศนคติที่ดี มีความเป็นมิตรพร้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว					

รายการ	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด
8. ไม่มีอุปสรรคทางด้านภาษาสำหรับนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร					
9. มีการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทุกศาสนา					
10. นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีโอกาสรับประทานอาหารที่หลากหลาย หรืออาหารที่ตรงกับหลักความเชื่อทางศาสนา					
แรงจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพฯ					
1. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีเพื่อนหรือญาติอยู่ในประเทศไทย					
2. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว					
3. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการใช้เวลาท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อน					
4. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการใช้เวลาท่องเที่ยวร่วมกับครอบครัว					
5. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการกระชับมิตรภาพความสัมพันธ์					
6. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการพบปะทำความรู้จักกับผู้คนใหม่ๆ					
7. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความปรารถนาที่จะแบ่งปันประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับเพื่อนและครอบครัว					
8. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพมีความต้องการพบปะกับผู้ที่มีความสนใจด้านสุขภาพเหมือนๆ กัน					
9. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพได้รับการแนะนำเชิงบวกจากผู้ที่เคยมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานครมาก่อน					

รายการ	สำคัญมากที่สุด	สำคัญมาก	สำคัญปานกลาง	สำคัญน้อย	สำคัญน้อยที่สุด
10. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพได้รับการต้อนรับในการท่องเที่ยวอย่างดีเยี่ยม					
แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและชื่อเสียงเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร					
1. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาได้รับประสบการณ์ทางสุขภาพที่หรูหรา					
2. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาถูกมองว่าเป็นผู้นำทางด้านการดูแลสุขภาพ					
3. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาที่จะส่งเสริมรูปลักษณ์ของตนเองให้ดียิ่งขึ้น					
4. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาที่จะส่งเสริมร่างกายของตนให้เป็นที่ดึงดูดมากยิ่งขึ้น					
5. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาที่จะพัฒนาสุขภาพโดยรวมของตนเองให้ดียิ่งขึ้น					
6. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาที่จะปลดปล่อย ผ่อนคลาย พักผ่อนหย่อนใจ					
7. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาให้รางวัลตนเองจากการทำงานอย่างหนัก					
8. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาโอกาสในการออกกำลังกาย และบริหารร่างกาย					
9. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของตนเองให้ดียิ่งขึ้น					
10. นักท่องเที่ยวทางสุขภาพปรารถนาได้รับโอกาสเพิ่มพูนความรู้ทางด้านสุขภาพให้แก่ตนเอง					

ขอขอบคุณในการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

Questionnaire

The Motivation of International Tourists for Health Tourism in Bangkok Metropolis

Explanation

I am a graduate student, studying for my Master's degree in the Department of Tourism Recreation Management, Faculty of Sport Science, Chulalongkorn University. This questionnaire aims to examine "The Motivation of International Tourists for Health Tourism in Bangkok Metropolis."

In order to help me complete this study, please kindly answer all questions. All information will be treated confidentially and will not be used for any purpose other than this study.

The questionnaire is divided into 3 parts.

Part 1: Personal information

Part 2: The tourists' behavior in health tourism

Part 3: The motivation of international tourists for health tourism in Bangkok Metropolis

Definitions

In this study, health tourism is defined as travelling to any destinations with a secondary purpose to maintain and/or improve health conditions through wellness tourism and medical tourism.

Wellness Tourism; refers to the following activities: massage, herbal therapy, water therapy, mineral soaking or hot springs, health food and beverage services, and Buddhist concentration training.

Medical Tourism comprises of health examination, disease treatment, dental treatment, cosmetic surgery and gender reassignment.

5. What motivate you to choose Bangkok as your destination?

- Advertising/ Public Relation
- Famous Tourism Attractions
- Full of facilities
- Friendliness of local people
- Someone Recommends
- Interesting tourism activities
- Worth money
- Others please specify.....

6. What types of health treatment do you seek for this trip?

- Annual checkup
- Urgent treatment
- Dental
- MRI Scanning
- Plastic surgery
- Hip or Knee replacement
- Rejuvenation treatments
- Thai Massage
- Spa, hot springs, water therapy
- Health food and beverage service
- Buddhist concentration training
- Others please specify.....

7. How much do you think you will spend during your trip?

- Less than 50,000 Baht
- 100,001 – 150,000 Baht
- 50,001 – 100,000 Baht
- More than 150,000 Baht

8. Which of the following destinations will you visit on this trip?

- Bangkok
- Phuket
- Chiang Mai
- Samui
- Others please specify.....

Part 3: The motivation of international tourists for health tourism in Bangkok Metropolis.

Please mark ✓ in the boxes which influence your decision in choosing health tourism in Bangkok.

Motivating Items	Extremely important	Very important	Neither important nor unimportant	Very unimportant	Not at all important
Physical Motivation for Health Tourism in Bangkok Metropolis					
1. Various types and availability of health services					
2. International health centers accreditation					
3. High standard level of health facilities					
4. Recognized reputation of health staff					
5. Clean and hygienic physical environment					

Motivating Items	Extremely important	Very important	Neither important nor unimportant	Very unimportant	Not at all important
6. Excellent safety and security					
7. Affordable healthcare services					
8. Credit card payment facility					
9. Ease of visa and immigration procedures					
10. Excellent transportation services					
Cultural Motivation for Health Tourism in Bangkok Metropolis					
1. Opportunity to combine health service with a vacation					
2. Great place for relaxation after health treatment					
3. Well-known as an attractive tourist destination					
4. Variety of existing tourist attractions					
5. Experiencing new cultural and different life styles					
6. Interesting travel packages offered					
7. Friendliness and helpfulness of the local people					
8. No language barriers in traveling in Bangkok					
9. Amenities offered for religious practices					
10. Variety of food selections					
Interpersonal Motivation for Health Tourism in Bangkok Metropolis					
1. Relatives and friends are in Thailand					
2. Enhance family bonding					
3. Spend time with friends					
4. Spend time with family					
5. Foster friendship ties					

Motivating Items	Extremely important	Very important	Neither important nor unimportant	Very unimportant	Not at all important
6. Meeting new and different people					
7. Share with friend and family about the health experience					
8. Meeting people with similar interests					
9. The place is recommended by former					
10. Health tourists are greatly welcomed					
Status and Prestige Motivation for Health Tourism in Bangkok Metropolis					
1. Indulge in luxurious experience					
2. Desire to be seen as fashionable					
3. Rejuvenate my appearance					
4. Enhance physical attractiveness					
5. Improve overall health					
6. Pamper oneself/ relaxation					
7. Reward oneself for working hard					
8. Exercise and fitness opportunities					
9. Enhance of quality of life					
10. Acquire opportunities to increasing health knowledge					

Thank you for your kind cooperation to complete the questionnaire.

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุล	อรุณี มูลละ
วัน เดือน ปีเกิด	18 ตุลาคม พ.ศ.2526
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - เข้ารับการศึกษาต่อในหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา (แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว) คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2554 - อักษรศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับสอง) คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2547 - จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสารวิทยา กรุงเทพมหานคร, 2543
ประวัติการทำงาน -	เป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่ พ.ศ. 2550 – ปัจจุบัน