

พฤติกรรมต่อการเข้าพักโรงแรมที่มีการนำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพมาใช้ กรณีศึกษา
นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์ ภาควิชาเคหการ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

BEHAVIORAL STUDY OF WELLNESS TOURISM AND OPTIMIZATION OF HOTELS: A CASE
STUDY OF TOURIST INTERESTED IN STAYING AT SMALL HOTELS IN CHANTABURI
PROVINCE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Housing Development in Housing and Real Estate

Development

Department of Housing

FACULTY OF ARCHITECTURE

Chulalongkorn University

Academic Year 2020

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมต่อการเข้าพักโรงแรมที่มีการนำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพมาปรับใช้ กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี
โดย	นายไกรพัชร เทศประสิทธิ์
สาขาวิชา	การพัฒนาที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ยุวดี ศิริ

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเคหพัฒนศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนะจฤดี)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ประธานกรรมการ
.....	
(ศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต จุลาสัย)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ยุวดี ศิริ)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติ ลิ้มสกุล)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ฉวีวรรณ เต๋นไพบูลย์)	

ไกรพัชร เทศประสิทธิ์ : พฤติกรรมต่อการเข้าพักโรงแรมที่มีการนำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพมาปรับใช้ กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี. (BEHAVIORAL STUDY OF WELLNESS TOURISM AND OPTIMIZATION OF HOTELS: A CASE STUDY OF TOURIST INTERESTED IN STAYING AT SMALL HOTELS IN CHANTABURI PROVINCE) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ.ยุวดี ศิริ

วิกฤตการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้การท่องเที่ยวทั่วโลกหยุดชะงัก สร้างผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมทั่วประเทศไทย แต่ธุรกิจด้านกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ (Wellness) กลับมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากพฤติกรรมของคนไทยที่เริ่มให้ความสนใจด้านสุขภาพ ซึ่งจังหวัดจันทบุรีมีการวางแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากศักยภาพของภูมิประเทศและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สอดคล้องกับแนวคิดด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีแนวโน้มเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต

วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ และมีแนวโน้มจะเข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี เพื่อนำมาปรับใช้กับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสุขภาพภายในโรงแรม โดยผู้วิจัยศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณจากอุปสงค์การท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง โดยการสร้างแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) จากนักท่องเที่ยวจำนวน 313 คน โดยพิจารณาปัจจัยเรื่อง ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่สนใจให้โรงแรมบริการ จากนั้นผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลร่วมกับข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสุขภาพในโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีเพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงธุรกิจโรงแรมแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60 – 79 ปี เป็นผู้เกษียณอายุ และ พนักงานเอกชนจำนวนใกล้เคียงกัน มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท จากการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สามารถสร้างโอกาสแก่โรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมีพฤติกรรมท่องเที่ยวสอดคล้องกับกิจกรรมในพื้นที่ เช่น การเดินทางขึ้นเขาชมวิวชมถ้ำ การท่องเที่ยววิถีชุมชน เป็นต้น โดยกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท เดินทางพร้อมกลุ่มเพื่อน จำนวน 6 – 11 คน พักค้างคืนโรงแรม 3 วัน 2 คืน มีค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวต่อคนต่อทริปประมาณ 2,001 – 4,000 บาท มาท่องเที่ยวช่วงวันธรรมดาและเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุสนใจให้โรงแรมช่วยบริการ ได้แก่ 1) บริการนำเที่ยวภายนอกโรงแรมโดยสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับโฮมสเตย์ (Homestay) มากที่สุด 2) บริการเฉพาะรถรับ-ส่งภายนอกโรงแรมโดยสนใจกิจกรรมเดินชมธรรมชาติและกิจกรรมวิถีชุมชนมากที่สุด 3) บริการภายในโรงแรมโดยสนใจกิจกรรมนวดไทยหรือนวดน้ำมันหอมระเหยมากที่สุด ซึ่งกิจกรรมรูปแบบดังกล่าวมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมทั่วไปของผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นกิจกรรมในชีวิตประจำวันที่มีการใช้กำลังกายในระดับที่ไม่หนักจนเกินไป

การเสนอแนะโอกาสในการนำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างสนใจมาปรับใช้กับโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ 1) การร่วมกับผู้ประกอบการในพื้นที่หรือบุคลากรในชุมชนท้องถิ่นเพื่อบริการและอำนวยความสะดวกกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกโรงแรม และ 2) การปรับปรุงหรือต่อเติมพื้นที่ภายในโรงแรมรวมถึงการปล่อยเช่าพื้นที่แก่ผู้ประกอบการกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพประเภทการนวดไทยที่สนใจ หากผู้ประกอบการสามารถปรับบริการและพื้นที่โรงแรมเพื่อรองรับกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพข้างต้นก็จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายมาเข้าพักที่โรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีได้

สาขาวิชา การพัฒนาที่อยู่อาศัยและสิ่งฮาริมทรัพย์ ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2563 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6272003225 : MAJOR HOUSING AND REAL ESTATE DEVELOPMENT

KEYWORD: WELLNESS TOURISM, WELLNESS, SMALL HOTEL, DEMAND TOURISM

Kraipachara Tesprasit : BEHAVIORAL STUDY OF WELLNESS TOURISM AND OPTIMIZATION OF HOTELS: A CASE STUDY OF TOURIST INTERESTED IN STAYING AT SMALL HOTELS IN CHANTABURI PROVINCE. Advisor: Assoc. Prof. YUWADEE SIRI

Although the pandemic of Covid-19 has greatly impacted tourism and the hospitality industry both globally and locally, the wellness industry within has exhibited continual growth as Thai people become more health conscious. Having high potential geographically and being abundant with natural attractions correlating to the health travelers' behavior, Chantaburi has been developing infrastructures aimed at becoming a wellness tourism destination in the near future.

The research objective is to identify key behaviors of the sample group of wellness tourists and their willingness to stay at small hotels in the province of Chantaburi in order to create a business strategy that optimizes services and facilities of the hotels. The qualitative study is obtained from an online questionnaire completed by 313 travelers, considering factors such as demographics, travel behaviors, health and wellness activities of interests. The statistical results are then compared to the existing services and wellness facilities of the small hotels of Chantaburi to suggest improvements and optimization.

The research demonstrated that the majority of the sampling group is female, aged 60 - 79 years old. The group is equally constructed of retirees as well as employees of private companies. The education level is higher than bachelor's degree with an average monthly income of 20,001 - 40,000 Bath. From the analysis, the potential samples who are willing to spend a night at local small hotels are those who senior travelers who are interested in the local activities and attractions of Chantaburi, including climbing Khao Khitchakut and visiting the Local Community. These seniors are mainly female with an average monthly income of 20,000 - 40,000 Bath, traveling with 6-11 friends. The length of stay is 2 nights. The traveling budget per person is 2,001 - 4,000 Bath. The trip is during weekdays and the mode of transportation is via personal car. The wellness activities and services desired by this group include: 1) a tour guide, particularly for homestay attractions; 2) A shuttle service, particularly for the natural and local community attractions; and 3) In-hotel services, particularly the Thai and aroma therapy massages. These preferred activities and services aligned with daily behaviors of seniors in general that do not require much physical stamina.

Finally, the suggestion for small hotels in developing the wellness services and activities are: 1) creating partnership models with local businesses or communities; and 2) refurbishing or redeveloping hotel usable areas, including leasing potential areas to local wellness operators, such as Thai massages. These methods to improve wellness activities and services would attract the target group in choosing small hotels in the province of Chantaburi.

CHULALONGKORN UNIVERSITY

Field of Study: Housing and Real Estate Development

Student's Signature

Academic Year: 2020

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ประสบผลสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี อันเกิดจากความช่วยเหลือของ รองศาสตราจารย์ยุวดี ศิริ และ รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติ ลี้มสกุล ซึ่งให้คำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะในประเด็นทางวิชาการที่ตลอดระยะเวลาดำเนินงานวิจัย ขอกราบขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต จุลาสัย ที่กรุณารับเป็นประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ฉวีวรรณ เด่นไพบูลย์ ที่กรุณารับเป็นกรรมการวิทยานิพนธ์ และได้ชี้แนะแนวคิดที่ลึกซึ้ง ตลอดจนประสบการณ์อันมีค่าของท่านเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบคุณผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและความร่วมมือเป็นอย่างดีเสมอมา แม้ว่าจะไม่ได้ระบุชื่อไว้ ณ ที่นี้ สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัวของผู้เขียนที่ช่วยเหลือและเป็นกำลังใจที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้เขียนสามารถทำงานและเรียนไปพร้อมกันจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ในระดับปริญญาโททุกท่านและจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ให้โอกาสและประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ทั้งปวงให้แก่ผู้เขียนจนกระทั่งมีวันนี้ได้

ไกรพัชร เทศประสิทธิ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....ค	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....ง	ง
กิตติกรรมประกาศ.....จ	จ
สารบัญ.....ฉ	ฉ
สารบัญตาราง.....ฅ	ฅ
สารบัญภาพ.....ญ	ญ
บทที่ 1 บทนำ..... 1	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... 1	1
1.2 คำถามในงานวิจัย..... 9	9
1.3 วัตถุประสงค์..... 9	9
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ..... 9	9
1.5 ขอบเขตงานวิจัย..... 10	10
1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา..... 10	10
1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่..... 10	10
1.5.3 ขอบเขตด้านกลุ่มประชากร..... 11	11
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 11	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 12	12
2.1 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม..... 13	13
2.2 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยว..... 14	14
2.3 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว..... 18	18
2.4 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)..... 20	20

2.5 งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 นักท่องเที่ยวและโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี	33
3.1 ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี.....	33
3.2 โรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่	35
3.3 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในพื้นที่.....	37
บทที่ 4 ระเบียบวิธีวิจัย	41
4.1 การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
4.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)	42
4.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data).....	42
4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
4.2.1 ประชากร.....	43
4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง	43
4.3 เครื่องมือ และ วิธีสร้างกับวิธีทดสอบ.....	44
4.3.1 เครื่องมือ.....	44
4.3.2 วิธีสร้างกับวิธีทดสอบ	44
4.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย.....	45
4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
บทที่ 5 ผลการศึกษา	47
5.1 ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด.....	47
5.2 ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพเพื่อหาแนวโน้มความสัมพันธ์ทางสถิติ	49
5.2.1 การคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง	49
5.2.2 การทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างตัวแปร	50
5.2.3 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	53

5.3 ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมสอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี.....	55
5.3.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ	56
5.3.2 พฤติกรรมการเข้าพักรักษาในจังหวัดจันทบุรีของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ	57
5.3.3 รูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกและภายในโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุสนใจทำในจังหวัดจันทบุรี	59
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	62
6.1 สรุปผลการวิจัย	62
6.1.1 สรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด.....	62
6.1.2 สรุปผลการทดสอบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ.....	63
6.1.3 สรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ.....	63
6.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย	66
6.2.1 ด้านผู้ประกอบการ	66
6.2.2 ด้านภาครัฐ.....	67
6.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยต่อไป	68
บรรณานุกรม	69
ภาคผนวก	72
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	73
ภาคผนวก ข แบบสอบถามออนไลน์.....	79
ภาคผนวก ค ข้อมูลตัวเลขจากโปรแกรม SPSS.....	85
บรรณานุกรม	91
ประวัติผู้เขียน	93

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1.1 ผลประกอบการของบริษัทที่จัดตั้งนิติบุคคลประเภทธุรกิจเพื่อสุขภาพในประเทศไทย พ.ศ. 2555 – 2559	5
ตารางที่ 2.1 ประเภทโรงแรม จำแนกตามจำนวนห้องพัก.....	13
ตารางที่ 2.2 สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560-2561 จำแนกตาม เพศ.....	29
ตารางที่ 2.3 สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560-2561 จำแนกตาม อายุ.....	30
ตารางที่ 3.1 ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2562 - 2563	33
ตารางที่ 3.2 รายชื่อโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ที่ให้บริการด้านกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ.36	
ตารางที่ 3.3 รูปแบบกิจกรรมในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามกิจกรรมภายนอกและภายในโรงแรม....	39
ตารางที่ 5.1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำแนกตาม ลักษณะทางประชากร	47
ตารางที่ 5.2 จำนวนและค่าร้อยละ กลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ	50
ตารางที่ 5.3 การทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติ ระหว่าง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและ ลักษณะทางประชากร ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ.....	51
ตารางที่ 5.4 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี และมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากร.....	53
ตารางที่ 5.5 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากร	56
ตารางที่ 5.6 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ จำแนกตาม พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี.....	57
ตารางที่ 5.7 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอก และภายในโรงแรม จำแนกตาม ลักษณะการทำกิจกรรม.....	59

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 กราฟแสดงอัตราการเข้าพักโรงแรมรายเดือนของโรงแรมไทย พ.ศ. 2559-2564.....	1
ภาพที่ 1.2 กราฟแสดงรายได้รวมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ พ.ศ. 2559-2564	2
ภาพที่ 1.3 กราฟแสดงจำนวนนิติบุคคลประเภทธุรกิจโรงแรมที่เลิกกิจการ เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564.....	3
ภาพที่ 1.4 กราฟแสดงมูลค่าการเติบโตของตลาดธุรกิจ Wellness ทั่วโลก พ.ศ. 2013 – 2017.....	4
ภาพที่ 1.5 กราฟแสดงการเติบโตของจำนวนบริษัทที่จัดตั้งนิติบุคคล ประเภทธุรกิจเพื่อสุขภาพในประเทศไทย พ.ศ. 2556 – 2560	5
ภาพที่ 1.6 แสดงการเติบโตของธุรกิจ ค้าขายออนไลน์ในประเทศไทย เดือน ม.ค. พ.ศ. 2563	6
ภาพที่ 1.7 แผนภาพแสดงนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับ Wellness	7
ภาพที่ 1.8 ตำแหน่งที่ตั้งของกลุ่มโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี	10
ภาพที่ 3.1 กราฟแสดงสัดส่วนโรงแรมในจันทบุรีจำแนกตามขนาด	35
ภาพที่ 3.2 สัดส่วนโรงแรมขนาดเล็กในจันทบุรี จำแนกตามที่ตั้ง.....	35
ภาพที่ 3.3 รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี.....	37
ภาพที่ 4.1 ผังดำเนินการวิจัย.....	41

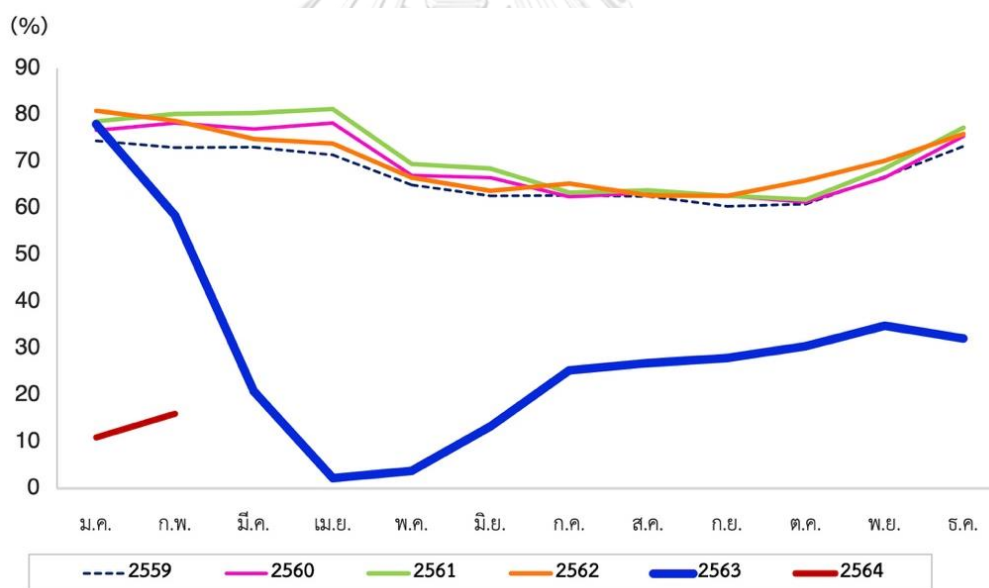
บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1.1.1 สถานการณ์ของธุรกิจโรงแรมไทยในช่วงวิกฤติ Covid-19

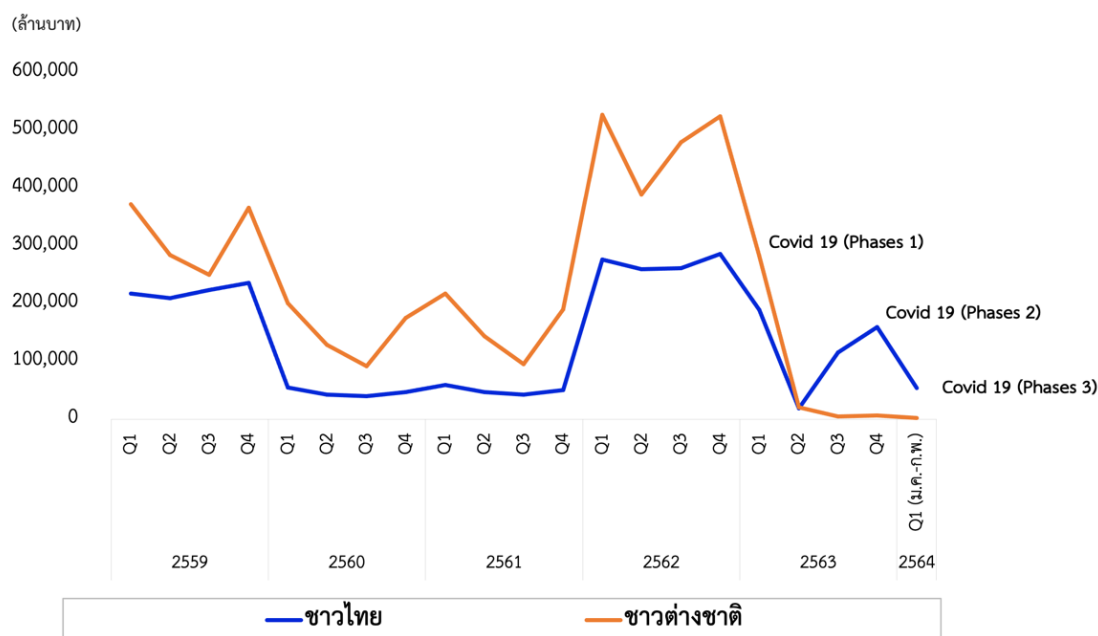
ในช่วงปลายไตรมาส4 พ.ศ.2562 เกิดวิกฤตการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) สร้างผลกระทบต่อธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ทั่วโลก โดยเฉพาะธุรกิจที่พักอาศัยประเภทโรงแรม ต่อมารัฐบาลไทยมีการออกประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักรในช่วงไตรมาสแรกปลายเดือนมีนาคม พ.ศ.2563 เพื่อสกัดการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศไทย โดยห้ามการเดินทางเข้า - ออกระหว่างประเทศ ให้รักษาระยะห่างระหว่างบุคคล และมีคำสั่งให้สถานบริการประเภทโรงแรมทั่วราชอาณาจักรปิดบริการชั่วคราว



ภาพที่ 1.1 กราฟแสดงอัตราการเข้าพักโรงแรมรายเดือนของโรงแรมไทย

พ.ศ. 2559-2564

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



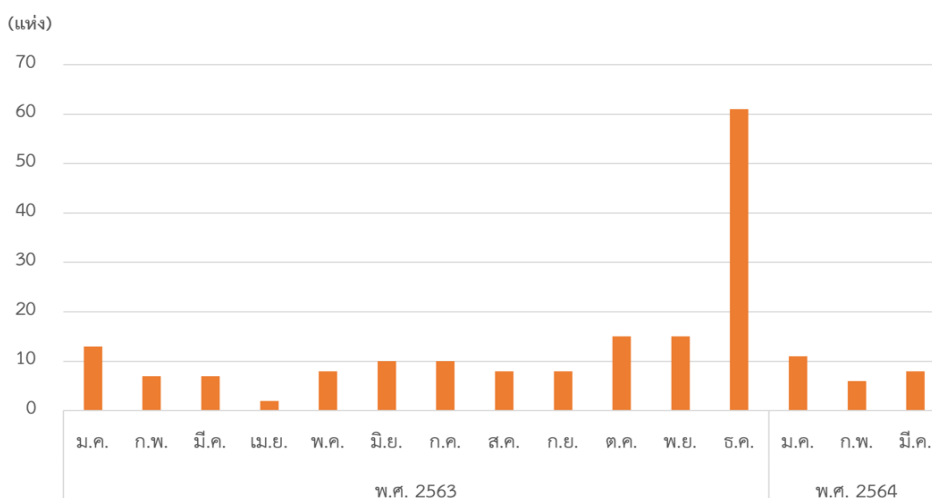
ภาพที่ 1.2 กราฟแสดงรายได้รวมจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ

พ.ศ. 2559-2564

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

อ้างอิงจาก (ภาพที่ 1.1) อัตราการเข้าพักรายเดือนของโรงแรมทั่วประเทศ¹ ไตรมาสที่ 2 เดือน เมษายน พ.ศ.2563 ต่ำสุดที่ 2.23% ลดลงมาจาก 73.86% ในช่วงเดียวกันของปีก่อน ก่อให้เกิดการหดตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติรวมกันทั้งประเทศต่ำสุดที่ 39,740 ล้านบาท จากเดิม 652,268 ล้านบาท (ภาพที่ 1.2) ต่อมาต้นเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2563 ภาครัฐได้เริ่มมีการปลดล็อกการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมภายในประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวไทยเริ่มกลับมาเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งแม้จะสร้างรายได้การท่องเที่ยวกลับมาในช่วงไตรมาส 4 ปี พ.ศ.2563 รวมสูงสุดที่ 165,756 ล้านบาท แต่คิดเป็นมูลค่าน้อยกว่ามากเมื่อเทียบกับปีก่อนที่ 810,594 ล้านบาท (ภาพที่ 1.2) ต่อมาเกิดการระบาดของโควิด-19 ภายในประเทศขึ้นอีกครั้งซึ่งวงปลายเดือนธันวาคม พ.ศ.2563 (ระยะ 2) กินเวลายาวนานตลอด 3 เดือน และต่อเนื่องการระบาดครั้งล่าสุดช่วงปลายเดือนเมษายน พ.ศ.2564 (ระยะ 3) ซึ่งเป็นการระบาดรุนแรงกว่าสองครั้งแรก ดึงให้อัตราการเข้าพักโรงแรมลดต่ำอีกครั้งในเดือนเมษายน พ.ศ.2564 ที่ 10.9%

¹ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, “สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปีพ.ศ. 2559–2564,” 15 เมษายน 2564.



ภาพที่ 1.3 กราฟแสดงจำนวนนิติบุคคลประเภทธุรกิจโรงแรมที่เล็กกิจการ
เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564
ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

อ้างอิงจาก (ภาพที่ 1.3) สถานการณ์ที่กล่าวมาข้างต้นมีช่วงระยะเวลายาวนานกว่า 1 ปี สร้างผลกระทบแก่ธุรกิจโรงแรม เกิดเป็นภาวะขาดแคลนรายได้สะสมอย่างต่อเนื่อง จนถึงปลายไตรมาส 4 พ.ศ. 2563 เกิดการปิดตัวของกิจการโรงแรมเพิ่มสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด ถึง 61 แห่ง² ส่วนโรงแรมที่ยังเปิดอยู่ต้องปลดพนักงานออกเพื่อลดทอนค่าใช้จ่าย ทำให้อัตราภาวะว่างงานเพิ่มสูงขึ้น และส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจมวลรวมของประเทศ (GDP)

อย่างไรก็ตาม แม้เศรษฐกิจท่องเที่ยวและโรงแรมจะหดตัวอย่างรุนแรงจากภาวะโรคระบาด แต่เศรษฐกิจด้านสุขภาพกลับขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจด้านกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ (Wellness)

1.1.2 สถานการณ์เศรษฐกิจ Wellness ทั่วโลก

หาก Health หมายถึง ความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย Wellness ในงานวิจัยเล่มนี้จะหมายถึง การแสวงหากิจกรรมทางเลือกและวิถีชีวิตที่นำไปสู่ภาวะสุขภาพองค์รวมที่ดีซึ่งตลาดของธุรกิจดูแลสุขภาพ (Wellness Economy) ทั่วโลกมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

² กรมพัฒนาธุรกิจ, “จำนวนนิติบุคคลประเภทธุรกิจโรงแรมที่เล็กกิจการมกราคม พ.ศ. 2563 – มีนาคม พ.ศ. 2564,” 15 เมษายน 2564.



ภาพที่ 1.4 กราฟแสดงมูลค่าการเติบโตของตลาดธุรกิจ Wellness ทั่วโลก พ.ศ. 2013 – 2017
ที่มา : Wellness Economy Monitor

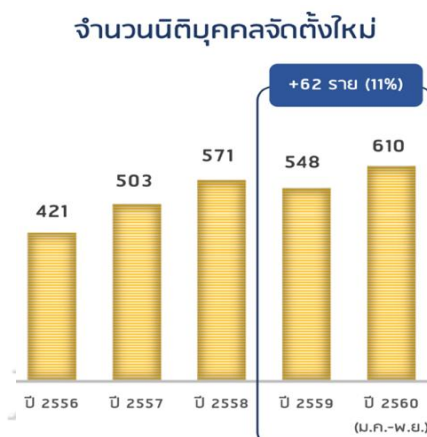
Global Wellness Institute^{3, 4} พบว่า ขนาดของตลาดธุรกิจดูแลสุขภาพ มีมูลค่าสูงถึง 4.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยรายรับในปี 2017 มากกว่าปี 2015 และ 2013 ที่ 3.7 และ 3.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐตามลำดับ และมีอัตราการเติบโตที่ 6.4% และ 10.6% จากปี 2015 และ 2013 ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลรายได้รวมของ 5 Wellness Sectors หลักที่สำคัญ ปี 2015 - 2017 ได้แก่ Wellness Real Estate, Wellness Tourism, Workplace Wellness, Spa Economy และ Thermal and Mineral Springs พบว่ามีอัตราเฉลี่ยการเติบโตถึง 6.4%, 6.5%, 6.8%, 4.9% และ 9.8% ตามลำดับ ซึ่งเป็นการขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องมากกว่าตัวเลขของเศรษฐกิจโลกที่ยังคงมีความผันผวนและเติบโตเพียง 3.6% เท่านั้น ทาง Global Wellness มีการคาดการณ์รายได้ 5 ปี จากข้อมูลล่าสุด (2017-2022) ของ Wellness Real Estate, Wellness tourism และ Workplace Wellness จะเป็น 3 อันดับ ซึ่งมีมูลค่ารายได้ที่มีอัตราการเติบโตสูงสุดในกลุ่ม Wellness Sectors ที่ 8%, 7.5% และ 6.7% ตามลำดับ ทั้งนี้ธุรกิจ Wellness Tourism เป็นธุรกิจที่มีมูลค่ารายได้สูงสุดในทุกปี อ้างอิงจาก (ภาพที่ 1.4)

³ Global Wellness Institute, "Global Wellness Economy Monitor, October 2018," 13 April 2020.

⁴ Global Wellness Institute, "Global Wellness Economy Monitor, October 2015," 13 April 2020.

1.1.3 สถานการณ์ Wellness Tourism ในประเทศไทย

วิกฤตการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ทำให้ประชาชนชาวไทยเริ่มให้ความสำคัญแก่การรักษาสุขภาพมากขึ้นผ่านการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ส่งเสริมสุขภาพของตนเองให้สมบูรณ์แข็งแรงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งแสดงแนวโน้มผ่านตัวเลขทางเศรษฐกิจดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1.5 กราฟแสดงการเติบโตของจำนวนบริษัทที่จัดตั้งนิติบุคคลประเภทธุรกิจเพื่อสุขภาพในประเทศไทย พ.ศ. 2556 – 2560
ที่มา : <https://dbd.go.th>

ตารางที่ 1.1 ผลประกอบการของบริษัทที่จัดตั้งนิติบุคคลประเภทธุรกิจเพื่อสุขภาพในประเทศไทย พ.ศ. 2555 – 2559

	2555	2556	2557	2558	2559
รายได้รวม	168,281	180,027	197,988	212,338	232,421
หน่วย : ล้านบาท					
แบ่งตามมูลค่าทุนจดทะเบียน ณ 30 พ.ย. 2560					
ไม่เกิน 5 ล้านบาท	13,031	14,916	16,216	17,658	18,811
มากกว่า 5 ล้านบาทและไม่เกิน 100 ล้านบาท	33,479	37,715	39,866	40,275	47,668
มากกว่า 100 ล้านบาท	121,771	127,396	141,906	154,405	165,942
กำไรขาดทุนสุทธิ	19,647	19,718	20,194	23,080	27,723
หน่วย : %					
อัตราการเพิ่มขึ้น(ลดลง) ของรายได้รวม	17%	7%	10%	7%	9%
อัตราการเติบโต GDP	7.2	2.7	0.9	2.9	3.2
อัตราเงินเฟ้อ	2.1	2.2	1.9	(0.9)	0.2
อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมปรับปรุงอัตราเงินเฟ้อ	17.71	6.88	10.30	10.28	8.26

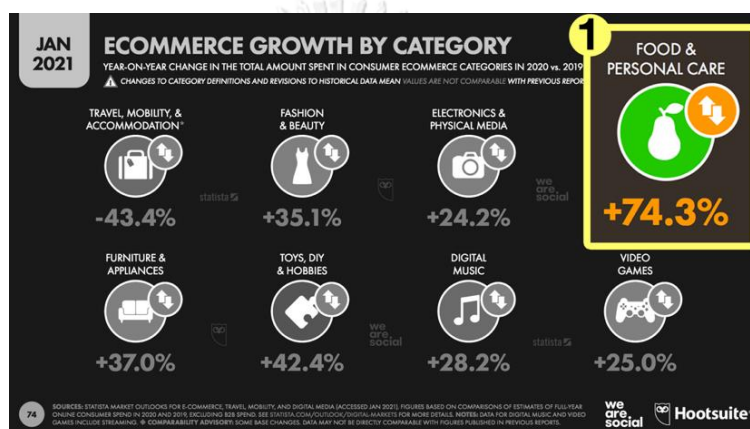
หมายเหตุ: 1) อัตราการเติบโต GDP อ้างอิงจาก อัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศแบบปริมาณสุทธิ ปีเผยแพร่โดย สศช.

2) อัตราเงินเฟ้อ อ้างอิงจาก ดัชนีราคาผู้บริโภค เผยแพร่โดยกระทรวงพาณิชย์

3) อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมปรับปรุงอัตราเงินเฟ้อ คำนวณจาก การเปลี่ยนแปลงของรายได้รวมที่ปรับปรุงอัตราเงินเฟ้อแล้ว

ที่มา : <https://dbd.go.th>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD)⁵ ในปี พ.ศ. 2560 (ม.ค. - พ.ย.) แสดงข้อมูลจำนวนการจัดตั้งบริษัท ธุรกิจเชิงสุขภาพ ได้แก่ ธุรกิจคลินิกรักษาโรค, ธุรกิจโรงพยาบาล และธุรกิจการดูแลผู้สูงอายุ ในประเทศไทย จำนวน 610 ราย มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2559 จำนวน 62 ราย คิดเป็น 11% (ภาพที่1.5) ซึ่งมีรายได้รวมสุทธิย้อนหลัง 5 ปี (ตั้งแต่ปี 2555-2559) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนสูงสุดที่ 232,421 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2559 มีอัตรารายได้รวมเพิ่มขึ้นที่ 9% เมื่อเทียบกับจากปี พ.ศ. 2558 สูงกว่าอัตรา GDP ประเทศที่เติบโตเพียง 3.2% เท่านั้น (ตารางที่1.1)



ภาพที่ 1.6 แสดงการเติบโตของธุรกิจ ค้าขายออนไลน์ในประเทศไทย เดือน ม.ค. พ.ศ. 2563

ที่มา : รายงานสถิติ Thailand Digital Stat 2021 จาก We Are Social

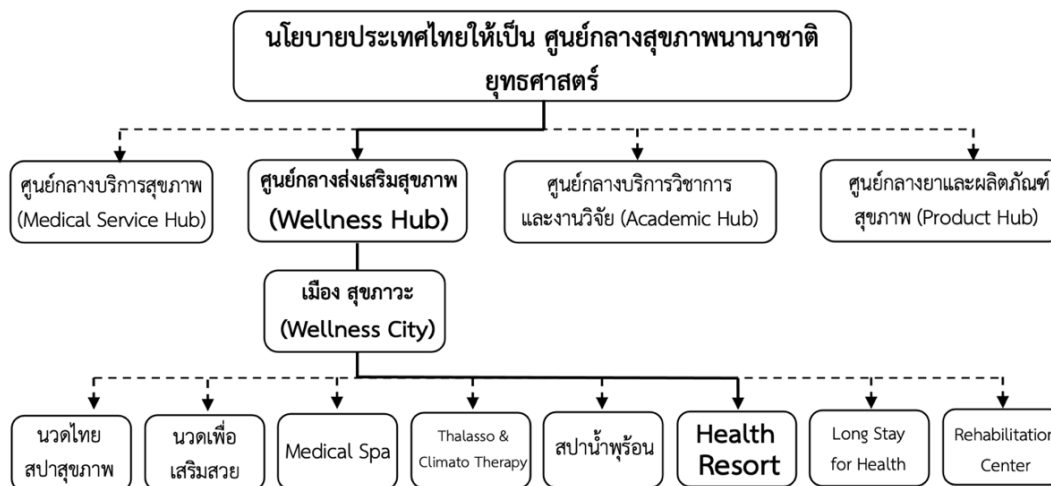
จากการสำรวจข้อมูลด้านการค้าขายสินค้าผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต (E-COMMERCE) ในประเทศไทย โดย We are Social และ Hoot suite⁶ ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มด้านการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ มีการรายงานข้อมูลและพฤติกรรมการใช้งานสื่อดิจิทัลของผู้คนทั่วโลก พบว่า ปี พ.ศ.2563 มูลค่าการใช้จ่ายสินค้า Online ในประเทศไทยโดยเฉพาะสินค้าเพื่อสุขภาพ (Food & Personal Care) เติบโตขึ้นเป็นอันดับ1 ที่ 74.3% สูงสุดในสินค้าทุกหมวด (ภาพที่1.6) ซึ่งสามารถสนับสนุนแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ Wellness ในประเทศไทยเหล่านี้ด้วยตัวเลข 68.10% จากการวิจัยของสวนดุสิตโพล⁷ พบว่าประชาชนหันมาดูแลสุขภาพตัวเองมากขึ้น และ 59.38% มีค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพสูงขึ้น

⁵ กองข้อมูลธุรกิจ, “ธุรกิจเด่นประจำเดือน พ.ย. 60. โดย DBD ธุรกิจด้านสุขภาพ,” 15 เมษายน 2564.

⁶ We are Social and Hootsuite, “Ecommerce growth by category Digital 2021: THAILAND.,” 19 April 2020.

⁷ สวนดุสิตโพล, “การดูแลสุขภาพของคนไทยในปี 2020,” 15 เมษายน 2564.

1.1.4 นโยบายที่เกี่ยวข้องกับ Wellness ในประเทศไทย



ภาพที่ 1.7 แผนภาพแสดงนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับ Wellness

ที่มา : ผู้วิจัย 2563

ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก (Thailand Hub of Wellness and Medical services) ภายใน 10 ปี ข้างหน้า (พ.ศ. 2560-2569)⁸ อ้างอิงจาก (ภาพที่ 1.7) โดยมีเป้าประสงค์ (Goals) ได้แก่ ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพของโลก, ให้ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืน และ สนับสนุนให้ประเทศไทยมีองค์ประกอบในการขับเคลื่อนด้วย

- 1) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub)
- 2) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub)
- 3) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub)
- 4) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ที่มีการจำแนกเป็นบริการด้านต่างๆ ได้แก่ บริการนวดไทยเพื่อสุขภาพ/สปาเพื่อสุขภาพ บริการนวดเพื่อเสริมสวย บริการ Medical Spa บริการสปา น้ำพุร้อน บริการ Therapy/ Climato Therapy บริการแบบพำนักระยะยาวเพื่อสุขภาพ (Long Stay for Health) บริการแบบ Health Resort บริการแบบ Rehabilitation

⁸ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569) (กรุงเทพฯ: (กันยายน 2559): 18

Center โดยภาครัฐมีการประชุมของคณะกรรมการอำนวยการพัฒนาและส่งเสริมประเทศไทยให้เป็น ศูนย์กลางด้าน Medical and Wellness Tourism ครั้งที่ 6/2559 ปีพ.ศ. 2559 โดยมีเนื้อหาการประชุมให้กำหนดพื้นที่ในการจัดสร้าง Wellness City ในจังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำที่มีพื้นที่ติดชายทะเล ซึ่งหน่วยบริการเชิงสุขภาพที่มีสาระสำคัญต่อวิทยานิพนธ์เล่มนี้คือการบริการแบบ Health Resort

1.1.5 ความเป็นมาของจังหวัดจันทบุรี

จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น พบว่า

1. ปีพ.ศ. 2561 จังหวัดจันทบุรีได้รับการสนับสนุนโดยรัฐบาลให้เป็น “ต้นแบบการท่องเที่ยวเมืองรอง”⁹ เนื่องจากตัวจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดมาช้านาน จึงเป็นจุดหมายปลายทางใหม่ของนักท่องเที่ยวที่เริ่มมีพฤติกรรมเดินทางระยะสั้นลงด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยท่องเที่ยวไม่เกิน 3 วัน 2 คืน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย มากกว่าร้อยละ 90

2. จังหวัดจันทบุรีมีการวางแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากตัวจังหวัดมีศักยภาพของภูมิประเทศ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ เช่น การเดินชมสวนผลไม้ ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน กิจกรรมท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (homestay) กิจกรรมบนชายหาด การเดินทางขึ้นเขาศิขณภูมิ เป็นต้น ซึ่งตรงตามนิยามของกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ ทั้งในด้านร่างกาย อารมณ์ สติปัญญา และสังคม ซึ่งทำให้เกิดแนวโน้มในการนำเอารูปแบบกิจกรรมดังกล่าวมาข้างต้นมาปรับใช้กับโรงแรมได้

3. โรงแรมในจังหวัดจันทบุรี มีสัดส่วนของโรงแรมขนาดเล็กถึง 99% เนื่องจากปัจจัยด้านผังเมืองและเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่ไม่โตมาก โดยโรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่จะเลือกตั้งอยู่บริเวณใกล้แหล่งท่องเที่ยวและร้านอาหารท้องถิ่น โดยมีจำนวนมากที่สุดในอำเภอเมือง 42% รองลงมาตั้งอยู่ที่อำเภอท่าใหม่ 30% ซึ่งเป็นพื้นที่ติดชายทะเล¹⁰

จากข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยจึงเลือกนำโรงแรมขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเมือง และ พื้นที่อำเภอท่าใหม่ มาศึกษารูปแบบบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสุขภาพ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

⁹ ผู้จัดการออนไลน์, “เปิดวิสัยทัศน์ “รัฐมนตรีเมืองรอง” วีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ชู “จันทบุรี” ขึ้นแท่น “ต้นแบบเมืองรอง”,” 21 กันยายน 2563.

¹⁰ รายงานระบบโรงแรม, “รายชื่อและจำนวนโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี ณ วันที่ 24 เม.ย. พ.ศ. 2564,” 15 เมษายน 2564.

จากประเด็นปัญหาการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) สร้างผลกระทบทำให้ผู้ประกอบการโรงแรมขาดรายได้จากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ในทางตรงกันข้ามมูลค่าเศรษฐกิจเชิงสุขภาพทั่วโลกและในประเทศไทยกลับมีการเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด ทั้งการซื้อขายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต (Online) และ ช่องทางที่ไม่ผ่านอินเทอร์เน็ต (Offline) สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนชาวไทยที่มีการระมัดระวังสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดแนวโน้มการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยจังหวัดจันทบุรีซึ่งเป็นที่ตั้งของโรงแรมขนาดเล็ก มีศักยภาพทางพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวิถีชุมชนหลากหลายรูปแบบ เหมาะแก่การท่องเที่ยวทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ และมีแนวโน้มเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวผู้สนใจในอนาคต ผู้วิจัยจึงเห็นโอกาสในการศึกษาพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมขนาดเล็ก รวมถึงรูปแบบกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจทำในจังหวัดจันทบุรี เพื่อวิเคราะห์หาโอกาสในการนำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพมาปรับใช้กับสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการของโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่ได้

1.2 คำถามในงานวิจัย

กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีได้หรือไม่

1.3 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้รักสุขภาพที่มีแนวโน้มจะเข้าพักอาศัยในโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี
- 2) เพื่อศึกษาลักษณะการนำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพมาพัฒนาโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี
- 3) เพื่อเสนอแนะเป็นโอกาสแก่ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

โรงแรมขนาดเล็ก¹¹ หมายถึง โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 5 ห้องแต่ไม่เกิน 79 ห้อง
Wellness¹² หมายถึง กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ หมายถึง ความกระตือรือร้นที่จะแสวงหากิจกรรมทางเลือกและวิถีชีวิตที่นำไปสู่ภาวะสุขภาพองค์รวม

¹¹ ธนาภา พรประทานเวช, “แนวทางการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการปรับปรุงตึกแถวในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558), หน้า15-20.

¹² Global Wellness Institute, “Wellness Definitions,” 13 April 2020.

ประกอบด้วย ร่างกาย (Physical) อารมณ์ (Emotional) สติปัญญา (Intellectual) และสังคม (Social)

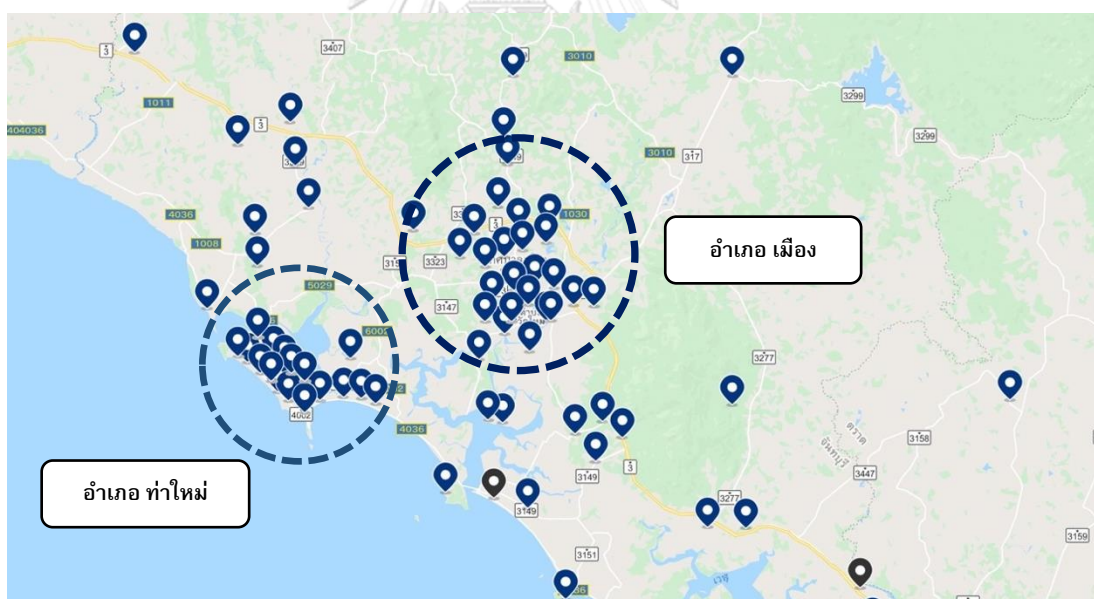
อุปสงค์การท่องเที่ยว¹³ หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและใช้บริการด้านการท่องเที่ยว ยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทาง โดยนักท่องเที่ยวต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่กำหนด ณ เวลานั้นๆ

1.5 ขอบเขตงานวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาวิถีและค่านิยมอุปสงค์ของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้รักสุขภาพ เพื่อหาพฤติกรรม การเข้าพักโรงแรมและรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี โดยใช้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสุขภาพของโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีในการร่วมวิเคราะห์ผลการศึกษา

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่



ภาพที่ 1.8 ตำแหน่งที่ตั้งของกลุ่มโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี

ที่มา : ผู้วิจัย 2563

¹³ อนุรักษ์รัตน์ โรจนุตมะ, “ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร” (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542) , หน้า10-15.

เนื่องจากจังหวัดจันทบุรี มีโรงแรมขนาดเล็กรวมตัวกันอยู่ในสองพื้นที่หลัก คือ อำเภอเมือง และอำเภอท่าใหม่ (ภาพที่ 1.8) ซึ่งเป็นพื้นที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยว และร้านอาหารท้องถิ่นหลายแห่ง สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในจังหวัด ทำให้ผู้ประกอบการเลือกประกอบธุรกิจตั้งโรงแรมในพื้นที่ทั้งสองแห่งนี้เป็นจำนวนมากที่สุด ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเชิงสุขภาพจากโรงแรมที่ตั้งอยู่บนพื้นที่ทั้งสองแห่งนี้เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ผลการศึกษาต่อไป

1.5.3 ขอบเขตด้านกลุ่มประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเข้าพักสถานที่พักแรมในจังหวัดจันทบุรีในปี.ศ. 2563 ทั้งหมด 865,118 คน ซึ่งผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane) ซึ่งใช้วิธีการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ (Online) ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่นำมาใช้ในงานวิจัยทั้งหมด จำนวน 313 คน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อนำเสนอเป็นโอกาสแก่ผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ในการนำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพมาพัฒนาโรงแรม ทั้งในด้านการตลาด และการบริการ

1.6.2 เพื่อเป็นแนวทางแก่ ภาครัฐ และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้สามารถศึกษาเพื่อจัดทำนโยบายที่สนับสนุนผู้ประกอบการที่มีความประสงค์ปรับโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากวัตถุประสงค์ในงานวิจัย จำเป็นต้องมีการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพระหว่างการท่องเที่ยวและเข้าพักในโรงแรม จำเป็นต้องมีความเข้าใจในแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านของโรงแรมขนาดเล็ก ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และเข้าพักโรงแรม รวมไปถึงกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม

2.1.1 ความหมายของโรงแรม

2.1.2 ความหมายของโรงแรมขนาดเล็ก

2.2 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว

2.2.2 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวต่างกัน

2.3 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

2.3.1 แนวคิด ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว

2.4 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.4.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.4.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างเสริมสุขภาพกับธุรกิจโรงแรม

2.4.4 องค์ประกอบของ Wellness Hotel

2.4.5 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Wellness Facilities

2.4.6 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Wellness Services

2.4.7 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Wellness Activities

2.5 งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม

2.1.1 ความหมายของโรงแรม

พระราชบัญญัติโรงแรม¹⁴ กล่าวถึง “โรงแรม” หมายความว่า สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใดโดยมีค่าตอบแทน

2.1.2 ความหมายของโรงแรมขนาดเล็ก

โรงแรมขนาดเล็ก¹⁵ หมายถึง โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 5 ห้อง แต่ไม่เกิน 79 ห้อง เนื่องจากกฎหมายกำหนดว่า โรงแรมที่มีขนาดเกิน 80 ห้องขึ้นไปจำเป็นต้องมีการยื่นเรื่องให้คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมกรุงเทพ หรือ EIA พิจารณา ซึ่งเป็นเหตุผลให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สร้างโรงแรมเพียง 79 ห้องเพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการ ซึ่งการขออนุญาตสิ่งแวดล้อม ถัดมาโรงแรมขนาดกลางจะมีจำนวนห้องพักอยู่ที่ 80 – 200 ห้อง โรงแรมขนาดใหญ่มีจำนวนห้องพักอยู่ที่ 200 – 500 ห้อง และโรงแรมขนาดใหญ่มากมีจำนวนห้องพักอยู่ที่ 500 ห้องขึ้นไป อ้างอิงจาก (ตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 ประเภทโรงแรม จำแนกตามจำนวนห้องพัก

ประเภทโรงแรม	จำนวนห้อง
โรงแรมขนาดเล็ก	5 - 79 ห้อง
โรงแรมขนาดกลาง	80 – 200 ห้อง
โรงแรมขนาดใหญ่	200 – 500 ห้อง
โรงแรมขนาดใหญ่มาก	500 ห้องขึ้นไป

ซึ่งแนวคิดนี้ถูกใช้เพื่อเป็นการคัดกรองโรงแรมในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี เพื่อศึกษาข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวกและบริการเชิงสุขภาพเบื้องต้น โดยโรงแรมขนาดเล็กที่ผู้วิจัยต้องการจะนำมาศึกษาเป็นโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 5 ห้อง แต่ไม่เกิน 79 ห้อง

¹⁴ “พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 มาตราที่ 4,” ราชกิจจานุเบกษา 2 (30 ตุลาคม 2547): 2

¹⁵ ธนาภา พรประทานเวช, “แนวทางการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการปรับปรุงตึกแถวในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558), หน้า15-20.

2.2 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นปริมาณความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปใช้บริการ รวมถึงไปซื้อสินค้าในสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการ ความสามารถและความเต็มใจจ่ายซื้อสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้น ซึ่งอุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกันขึ้นกับปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ฤดูกาลท่องเที่ยว ระยะเวลาพัก การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ความรู้สึกประทับใจ สมัยนิยม และรูปแบบของพาหนะเดินทาง ซึ่งปัจจัยต่างๆเหล่านี้ล้วนส่งผลต่ออัตราการการท่องเที่ยว นอกจากนี้ได้จำแนกอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ประเภทด้วยกัน¹⁶ ได้แก่

1) **อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (Actual Demand)** หมายถึง จำนวนประชากร หรือ ผู้คนที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวได้จริง เป็นอุปสงค์ที่มีความครบถ้วน ตามความหมายอุปสงค์ คือ มีความต้องการ มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้า และ บริการที่กำหนดไว้ขณะนั้น

2) **อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Potential Demand)** ได้แก่ จำนวนประชากรหรือนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเดินทางโดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ด้านความต้องการแล้ว แต่ยังขาดองค์ประกอบด้านการเงิน เวลาหรือการจัดการด้านการเดินทาง อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ อาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากระบบการตลาดให้ความสำคัญเข้ามาแก้ปัญหาเรื่องการให้เครดิต การจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

3) **อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจคล้อยตามได้ (Deferred Demand)** คล้ายกับข้อ ที่ 1 และ 2 ภายใต้สมมติฐานที่ว่า มนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวอยู่ อุปสงค์ประเภทนี้เป็นอุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้และความต้องการที่จะเดินทางไปยังจุดหมายที่ใดที่หนึ่งเนื่องจากไม่มีข้อมูล รวมทั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ (เงิน เวลา การจัดการ)

นอกจากนี้อุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีความหมายว่า ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการของการท่องเที่ยวและสามารถทำการซื้อได้ภายในเวลาที่ กำหนดให้ ณ ระดับอัตราค่าบริการต่างๆกันและจะเกิดขึ้นต้องประกอบด้วยสองสิ่งคู่กันไป คือมีความต้องการบริการของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Willing to Buy) และมีอำนาจซื้อ (Ability to Pay) ด้วย

¹⁶ อนุรักษ์รัตน์ โรจนุตมะ, “ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร” (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้า14-15.

4) **อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand)** คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและใช้บริการด้านการท่องเที่ยว ยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทาง โดยนักท่องเที่ยวต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่กำหนด ณ เวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง หมายถึง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว

2.2.2 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวต่างกัน

1) **ปัจจัยทางประชากรศาสตร์** ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

2) **ปัจจัยเศรษฐกิจ** สภาวะเศรษฐกิจของประเทศและของโลก การฟื้นตัวทาง เศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นอุปสงค์การท่องเที่ยวให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง การที่ประเทศมีปัจจัยบวกทางด้านเศรษฐกิจย่อมมีผลต่ออุปสงค์ในการเดินทางอย่างยิ่ง เช่น ประชากรมีรายได้สูงขึ้น มีการจ้างงานอยู่ในระดับสูง อัตราค่าจ้างสูง ภาวะเงินเฟ้ออยู่ในระดับไม่สูงมากนัก ประกอบกับนโยบายต่างๆที่ภาครัฐกำหนดออกมาแก่การท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นนโยบายทางด้านลดหย่อนภาษีส่วนบุคคลจากการเดินทางท่องเที่ยว การจัดทำให้มีการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ การจูงใจไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่คนเคยไปจำนวนน้อยและยังไม่เป็นที่รู้จักโดยประชาสัมพันธ์ด้วย ราคาที่ถูกกว่าประหยัดกว่า แต่ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ การท่องเที่ยว หรือการตัดสินใจเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวก็ชะลอลง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายได้ก็ลดลงไปด้วย

3) **ปัจจัยทางภูมิศาสตร์** เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ของแต่ละเขตประเทศที่ต่างๆ และยังเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ต้องการไป เช่น นักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดที่อุดมไปด้วยทรัพยากรป่าไม้ ภูเขา น้ำตก ย่อมต้องการไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอุปสงค์ทางด้านภูมิอากาศที่แตกต่างกัน เช่น คนที่อยู่ในถิ่นเมืองร้อนย่อมต้องการไปเที่ยวสถานที่ที่เป็นเมืองหนาว

4) **ปัจจัยทางวัฒนธรรม** วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่นั้นอาจจะเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกในรูปแบบของ ศาสนา สถานที่สำคัญ ทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของประชาชน จารีต ประเพณี ทั้งในอดีตและปัจจุบัน ในแต่ละชาติจะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การท่องเที่ยวที่อาศัยปัจจัยทางวัฒนธรรมจะก่อให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรม

เกิดการแลกเปลี่ยน นำไปสู่การเกิดวัฒนธรรมใหม่ๆ ทั้งดีหรือไม่เกิดขึ้น ซึ่งอิทธิพลของวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นหรือมีอยู่นี้มีผลต่ออุปสงค์ด้านการท่องเที่ยว

5) ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย สภาวะแวดล้อมทางการเมืองและรัฐบาล เมื่อสภาพแวดล้อมทางการเมืองสงบเรียบร้อยไม่มีเหตุการณ์ปัญหาใดๆจะสะท้อนถึงความปลอดภัยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ถ้านักท่องเที่ยวรู้สึกหวั่นเกรงถึงความปลอดภัย อุปสงค์การท่องเที่ยวก็จะลดลง ในด้านกฎหมาย ถ้ามีกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ย่อมสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวได้ว่าจะได้รับบริการที่มีมาตรฐาน ไม่ถูกหลอก และได้รับสิทธิความคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

6) ปัจจัยทางสื่อมวลชน ปัจจัยทางด้าน ข้อมูล ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ ผ่านช่องทางสื่อสารมวลชนต่างๆ ที่ออกมาจากหน่วยงานของรัฐ ของเอกชน หรือองค์กรอิสระต่างๆ มีส่วนในการสร้างการรับรู้ การกระตุ้น การสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้รับสารอย่างนักท่องเที่ยว ข่าวสารทางบวกทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางไปเที่ยวมากขึ้น เช่น การโฆษณาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เรื่อง 7 เมืองต้องห้ามพลาด ทำให้ผู้คนที่ต้องการเดินทางไปยังเมืองที่ประชาสัมพันธ์มากกว่าเดิม ปัจจุบันสื่อที่มีประสิทธิภาพเข้าถึงคนหมู่มากคือ โทรศัพท์ โดยช่วงหลังสื่อออนไลน์ (Online) อย่าง เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการกำหนดอุปสงค์มากขึ้น

7) ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา การเปรียบเทียบราคาของแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีอุปสงค์ที่แตกต่างกันโดยการเปรียบเทียบราคานี้ อาจเป็นการเปรียบเทียบราคาของแหล่งท่องเที่ยวที่เคยไปกับแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ราคาในปีนี้ก็เปรียบเทียบกับปีหน้าซึ่งราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ประกอบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม แล้วทำให้อุปสงค์แตกต่างจากเดิมนอกจากนี้ยังมีในด้านราคาของแหล่งท่องเที่ยว ถ้าแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปมีค่าครองชีพสูง ก็จะมีผลดึงดูดกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงเท่านั้น คนที่มีรายได้ลดลงมากก็จะมีทางเลือกอื่นในการท่องเที่ยวที่มีราคาดลดลงมา

8) ปัจจัยทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล ในด้านการเดินทางส่วนตัวโดยเฉพาะทางรถยนต์ ช่วยให้การท่องเที่ยวภายในประเทศหรือเดินทางไปยังเขตพื้นที่ที่มีพรมแดนติดกันจะมีอัตราการเจริญเติบโตมาก โดยจะเกิดขึ้นในวันหยุดพักผ่อนสุดสัปดาห์ วันหยุดตามเทศกาลสำคัญ และไม่ว่าจะเดินทางโดยครอบครัวเดียวหรือเดินทางไปเป็นหมู่คณะ การเดินทางโดยรถยนต์ก่อให้เกิดเสรีภาพในการเดินทาง ในเรื่องการเตรียมการ เวลา สถานที่ มีการวางแผนให้เหมาะสมกับตนเองได้ง่าย เมื่อ

ทราบถึงอุปสงค์ด้านนี้ ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านอาหาร ปิมน้ำมัน ก็ต้องมีการจัดการด้านอุปทานที่แตกต่างหลากหลายเพื่อรองรับกับอุปสงค์ลูกค้ากลุ่มนี้

9) ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง ในด้านการคมนาคมขนส่ง พิจารณาถึงความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ทั้ง 3 ทางคือ ทางบก มีถนนที่ยานพาหนะต่างๆ ผ่านเข้า-ออกได้สะดวก หรือมีบริการทางรถไฟ ท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางท่าอากาศยาน มีสนามบินรองรับ ทันสมัย มีสายการบินไปลง รวมไปถึงการเข้าถึงการคมนาคมที่ใช้ เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การจองตั๋วเครื่องบินและออกบัตรผ่านระบบคอมพิวเตอร์ การจอง โรงแรมผ่านเว็บไซต์

10) ปัจจัยการศึกษา เมื่อมีการขยายตัวของการศึกษาและโครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงช่วยให้คนมีการศึกษาสูงขึ้น และได้เรียนรู้เรื่องราวสังคมอื่น จะทำให้เกิดความอยากรู้อยากเห็นมากขึ้นจึงมีการเดินทางท่องเที่ยวมาก

11) ปัจจัยด้านกิจกรรมพิเศษหรือกิจกรรมเฉพาะด้าน เนื่องจากการท่องเที่ยวในเวลานี้ได้แตกแขนงออกไปมากมายเพื่อรองรับความสนใจของนักท่องเที่ยว เช่น การดำน้ำ การปีนเขา การล่องแก่ง การเดินป่า การเรียนทำอาหาร หรือการใช้ชีวิตในชนบท ฯลฯ เพิ่มขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวปกติ ซึ่งทำให้หลายๆ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวต้องปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวของตนให้สอดคล้องกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ

12) ปัจจัยความเป็นฤดูกาลการท่องเที่ยว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงฤดูกาลในแต่ละประเทศ ทำให้คนมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหนีฤดูกาลที่ไม่เหมาะสมย่อมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ฤดูกาลท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะสิ่งดึงดูดใจ ความยากลำบากในการขนส่ง ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

ปัจจัยอื่นๆ เช่น ปัจจัยทางด้านรายได้ การกระจายรายได้ในระดับบุคคล มาตรฐานการครองชีพ การที่ระดับรายได้เพิ่มและมาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น ทำให้คนมีอำนาจการใช้จ่ายได้ดีขึ้น ส่งผลต่อการท่องเที่ยว 4 รูปแบบสำคัญ ดังนี้

1) จำนวนนักท่องเที่ยว (Tourist Arrivals) ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหรือพิจารณาจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบริเวณเขตชายแดน ยกตัวอย่างเช่น จำนวนนักท่องเที่ยวจาก สปป.ลาว ที่เดินทางผ่านชายแดนมาท่องเที่ยวประเทศไทย หรือจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานที่พักแรม เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักในสถานที่พัก

แรมของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ข้อมูลประเภทนี้นิยมใช้ในการพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวรวม (Aggregate Demand Models)

2) เวลาที่ท่องเที่ยวหรือจำนวนคืนที่พัก (Overnights) โดยจะพิจารณาถึงจำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต ข้อมูลอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ส่วนใหญ่ได้จากการสำรวจจากสถานที่พักแรมหรือจากการสำรวจจากนักท่องเที่ยวโดยตรง

3) จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (Number of Trip) จำนวนครั้งในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในแต่ละปีของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เป็นต้น ข้อมูลอุปสงค์ประเภทนี้นิยมใช้ศึกษาเพื่อประเมินมูลค่าการใช้ประโยชน์เชิงนันทนาการของเขตทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ด้วยวิธีการประเมินต้นทุนการเดินทาง (Travel Cost Method: TCM)

4) ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยว (Tourism Expenditure) พิจารณาจากการสำรวจการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามหมวดหมู่ที่กำหนด เช่น ค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทาง ที่พัก อาหาร ของที่ระลึก โดยข้อมูลอุปสงค์ในลักษณะนี้จะนิยมใช้ในการศึกษาและพัฒนาเป็นแบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist expenditure models)

จากการศึกษา ผู้วิจัยสามารถใช้ข้อมูลเพื่อทำการศึกษาอุปสงค์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจในกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพและมีความต้องการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี โดยใช้ข้อมูลด้านปัจจัยที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวต่างกันเพื่อการกำหนดตัวแปรสร้างคำถามในแบบสอบถาม

CHULALONGKORN UNIVERSITY

2.3 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พฤติกรรมกรการท่องเที่ยว¹⁷ นั้นมักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทางและขนาดของพฤติกรรมกรท่องเที่ยว ให้แตกต่างออกไปตามข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ย่อมสามารถท่องเที่ยวได้ใกล้ เวลาสั้นเท่านั้น ขณะที่คนที่มี

¹⁷ เนาวรัตน์ พลายน้อยและคนอื่นๆ, พฤติกรรมกรท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย (จังหวัดนครปฐม: โรงพิมพ์สถาบันพัฒนาการ : สารานุกรมอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา 2538).

รายได้สูง มีเวลามาก และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวที่ทันสมัยและมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ พฤติกรรมการเดินทาง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวการพักผ่อนและอื่นๆ เป็นต้น ซึ่งสามารถแยกพิจารณาออกได้เป็นดังนี้คือ¹⁸

1) วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว จากวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งหมดนั้น อาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนมากที่สุด และยังมีวัตถุประสงค์อื่นในการเดินทางด้วยคือ เพื่อการเยี่ยมญาติ เพื่อน รวมทั้งการไปราชการหรือการติดต่อธุรกิจต่างๆอยู่ในสัดส่วนที่สูงพอสมควร นอกจากนี้ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวยังมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเพื่อการกีฬาเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อการศาสนา ฯลฯ

2) พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทางหรือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะมีความแตกต่างกันออกไปตามสภาพทางกายภาพ และโครงสร้างของการคมนาคมขนส่ง แต่โดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยมักนิยมเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว เพราะมักจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปเรื่อยๆตามสถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางที่ผ่าน และมีความเป็นอิสระ สะดวกสบายสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ดี

3) ลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว ในด้านการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจะไม่ชอบโดดเดี่ยว หรือกระทำอะไรในลักษณะโดยลำพังแต่จะมีผู้ร่วมเดินทางด้วยในลักษณะการเดินทางเป็นกลุ่ม และกลุ่มที่มีความสำคัญมากที่สุดคือกลุ่มเพื่อน ซึ่งการเดินทางกับกลุ่มเพื่อนนี้นักท่องเที่ยวสามารถแสดงพฤติกรรมต่างๆ ได้อย่างเป็นอิสระมากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวกับบุคคลอื่น นอกจากนี้ยังจะมีการเดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัวและการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว รวมทั้งการไปท่องเที่ยวในลักษณะพิเศษ เช่น การประชุมสัมมนาและบริการท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการด้วย

4) สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถจัดแบ่งได้เป็นหลายประเภท เช่นประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ป่าเขา น้ำตก ชายหาด ถ้ำ อุทยาน เป็นต้น ประเภทวัดหรือแหล่งประวัติศาสตร์ และประเภทศิลปวัฒนธรรม และความสนใจพิเศษ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุดคือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ

¹⁸ นิถมน คำเอี่ยม, “แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553), หน้า17.

5) **ระยะเวลาในการท่องเที่ยว** สำหรับจำนวนวันเฉลี่ยต่อครั้งในการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า มีค่าเฉลี่ยเป็นจำนวน 4 วัน ต่อครั้ง

6) **ลักษณะของการพักผ่อน** โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะพักผ่อนตามบ้านญาติหรือเพื่อนซึ่งเป็นรูปแบบดั้งเดิมของการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมไทย ส่วนที่เหลือจะพักตามสถานที่พักผ่อนประเภทต่างๆ

7) **ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว** จากการศึกษาปี 2526 พบว่าคนไทยเสียค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 629 บาท/คน/วัน และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวรอบปี 2526 รวมทั้งสิ้นประมาณ 31,575 ล้านบาท ต่อมาสถานีวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยได้ทำการสำรวจในปี 2536 พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยเสียค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน ต่อวันเท่ากับ 1,333.8 บาท โดยมีวันพักเฉลี่ยทั้งประเทศเท่ากับ 4.4 วัน และจากการสำรวจสรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่า ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งละประมาณ 2.22 วันต่อครั้งโดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว 1,657.31บาท ต่อคนต่อวัน

8) **ลักษณะของการใช้จ่ายเงิน** เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวออกเป็นหมวดหมู่ต่างๆ ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการบันเทิง ค่าซื้อของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ พบว่า ลักษณะการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป โดยค่าใช้จ่ายสำหรับอาหารและเครื่องดื่มเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด รองลงมาคือค่าใช้จ่ายในการซื้อของ ค่าพาหนะ และค่าที่พักตามลำดับ

จากการศึกษา ผู้วิจัยสามารถใช้ข้อมูลเพื่อกำหนดตัวแปรในแบบสอบถาม ในส่วนของพฤติกรรมกรรมการพักผ่อนค้างคืนในจังหวัดจันทบุรีได้ เช่น เดินทางร่วมกับใคร พักค้างโรงแรมกี่คืน ใช้ค่าใช้จ่ายท่องเที่ยวกี่บาทต่อคน เป็นต้น

2.4 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย¹⁹ ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพว่า เป็นการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และ

¹⁹ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, “การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ,” 15 เมษายน 2564.

วัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถี ชีวิตและพักผ่อน หย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่ง จากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ

จุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพคือ การเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกาย และสุขภาพจิตการบำบัด รักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการ ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และขณะเดียวกันก็เข้ารับบริการใดๆที่เป็นการส่งเสริมบำรุงรักษา สุขภาพกายและสุขภาพจิต ในสถานประกอบการ เฉพาะโดยประเภทบริการมีหลากหลาย ตั้งแต่การนวด อบสมุนไพร แช่น้ำร้อน ไปจนถึงการแนะนำ ปรับ รูปแบบการรับประทานอาหารและการออกกำลังกาย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ²⁰ หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิธีการใช้พลังงานจากธรรมชาติ มาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างจังหวัด ซึ่งปัจจุบัน นิยมกันมากในรูปแบบของศูนย์สุขภาพ โดยมีหลักสำคัญ คือ

1. สถานที่นั้นควรมีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม ร่มรื่น สะอาด ปราศจากมลพิษต่าง ๆ
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย
3. มีบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านสุขภาพ อนามัย สุขภาพกาย สุขภาพจิต ที่พร้อมจะช่วยให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา
4. มีระบบการจัดการด้านการออกกำลังกายและสันทนาการที่ถูกต้องและปลอดภัย โดยจัดแบ่งเวลาให้เหมาะสม มีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการพัฒนาสุขภาพทางด้านร่างกาย และจิตใจ
5. มีแพทย์และพยาบาลคอยดูแล และพร้อมที่จะปฏิบัติการได้ทันที
6. นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ ความรู้ประสบการณ์ด้านต่างๆ ความประทับใจ พร้อมที่จะกลับไปพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีสืบต่อไป

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ มีวัตถุประสงค์หลัก คือ “การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อสร้างเสริมสุขภาพทั้ง ทางกาย และทางใจ” ซึ่งมีความหมายไปในทิศทางเดียวกับคำจำกัดความว่า Wellness จาก Global Wellness Institute แสดงถึงความหมายซึ่งเป็นสากลเชื่อถือและยอมรับได้ โดยส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวและทำกิจกรรมตามแหล่งธรรมชาติ รวมไปถึงเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีท้องถิ่น ทั้งต่างจังหวัดและต่างประเทศ ซึ่งผู้วิจัยสามารถใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษาต่อไป

²⁰ วรรณภา วงษ์วานิช, ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว, พิมพ์ครั้งที่2 (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์), หน้า145.

2.4.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) อาจแบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลัก²¹ ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวมหรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การบริการสวดคนธำบาศ (Aroma Therapy) และวารีบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และอื่นๆ โดยทั่วไป จึงมักนิยมการเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงามโดยจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วย และเลือกพักผ่อนในสถานที่พักตากอากาศประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีศูนย์สุขภาพหรือศูนย์กีฬาให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่มีมาตรฐานคุณภาพอย่างแท้จริง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักรวมนั้นๆ จัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการให้บริการดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยวผู้ประกอบการและผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการนิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก และมีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพแลพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวรวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไปในตัวอีกด้วย

2) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพโดยการรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริงเช่นการตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่นๆ เป็นต้น โดยทั่วไปจึงมักมีการจัดโปรแกรมการ

²¹ ปัทิตตา ต้นดิเวชกุล, “โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ,” จุลสารการท่องเที่ยวปีที่ 22 2 (เมษายน-มิถุนายน 2546): 48-53.

ท่องเที่ยวที่บรรจุโปรแกรมการเข้ารับบริการบำบัดรักษาโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ ต่างๆที่หลากหลายเช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม หรือการผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ เป็นต้น โดยเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มี คุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง ดังนั้น ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการต้องดำเนินการพัฒนาบริการจัด โปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมบำบัดรักษาสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและ ได้มาตรฐาน คุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญสำหรับการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) ทั้งนี้เนื่องจากได้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ หลากหลาย และเป็นกระแสนิยมอยู่ในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางในการให้ผู้ประกอบการนำไป ปรับปรุงการบริการและปรับรูปแบบของการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป ในอนาคต

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย²² มีการนำศาสตร์ในการดูแลสุขภาพ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของ ไทยมาประกอบในการบริการทางสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ได้แก่ สปาสมุนไพร นวดไทย ฤๅษีดัด ตน โยคะ การฟื้นฟูจิตใจ อาจแบ่งกิจกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- 1) สปาและการนวดแผนไทย
- 2) แพทย์ทางเลือก
- 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยธรรมชาติ

สำหรับวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะกล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยว โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนหรือที่พักที่พักรวม อย่างถูกวิธี ในจังหวัดจันทบุรีซึ่งมีความพร้อมของกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯในแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติและวิถีชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งผู้วิจัยสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อสนับสนุน ข้อเสนอแนะในวิทยานิพนธ์ต่อไป

2.4.3 การท่องเที่ยวเชิงสร้างเสริมสุขภาพกับธุรกิจโรงแรม

เนื่องจากธุรกิจโรงแรมสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าพักได้โดยตรงและต่อยอดสร้าง มูลค่าเพิ่มจากการให้บริการ โดยนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดย

²² รัฐภัทร์ ธนภัทรธีรานันท์, “รูปแบบโรงแรมเพื่อสุขภาพในเกาะสมุย.” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานวัตกรรมการ ออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์ แผน ก แบบ ก 2, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2561), หน้า15.

อาจร่วมมือกับธุรกิจอื่นในพื้นที่เพื่อเพิ่มทางเลือกด้านกิจกรรมที่หลากหลายแก่แขกที่เข้าพัก หรืออาจพัฒนารูปแบบการให้บริการที่มีอยู่เดิมให้มีความแปลกใหม่ เช่น บริการสปาด้วยทรายขัดผิวจากทะเล สปาหอมุกหรือการใช้น้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรท้องถิ่นมาสร้างบรรยากาศเพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความแตกต่างที่ไม่สามารถพบได้โดยทั่วไป แนวโน้มการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในหลากหลายประเทศอาศัยการพัฒนาสถานที่พักเพื่อให้เกิดความพร้อมและความสะดวกในการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการมีอาชีพจึงอยู่ในรูปแบบของธุรกิจโรงแรม เพื่อเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาพื้นที่เหล่านั้นให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยว พร้อมทั้งสร้างความสะดวกสบายอื่นๆ เพื่อรองรับการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยธุรกิจโรงแรมอีกรูปแบบหนึ่งคือ การนำเอาธรรมชาติเข้ามาหานักท่องเที่ยว ตามหลักการแล้วการใช้บำบัดเพื่อสุขภาพควรเป็นการอาบน้ำกลางแจ้งโดยใช้น้ำพุร้อนธรรมชาติ แต่การเข้าไปพัฒนาหรือใช้ประโยชน์จากพื้นที่ธรรมชาติโดยตรงอาจเป็นข้อจำกัดของธุรกิจโรงแรม ดังนั้น สิ่งที่เกิดขึ้นคือการจำลองธรรมชาติเข้ามาไว้ในโรงแรมด้วยการชาน้ำ หรือการใช้กลิ่นหอมของธรรมชาติ เป็นต้น การปรับแต่งทดแทนธรรมชาติเหล่านี้มีความสำคัญมากกับการสร้างบรรยากาศให้กับธุรกิจสปาตลอดจนยังเป็นจุดขายที่สำคัญอีกด้วย

ในปัจจุบันโรงแรม รีสอร์ท ที่พักหลายแห่งนอกจากจะมีบริการยิม สนามกอล์ฟ สระว่ายน้ำ และสปาให้ลูกค้า และยังเริ่มมีการเสริมคอร์สพิเศษ เช่น โยคะในช่วงวันหยุดเพื่อฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ แพคเกจสปาดีท็อกซ์และปรับสภาพร่างกาย เมนูอาหารพิเศษ (อาหารคลีน) เพื่อการรักษาสุขภาพ แพคเกจการพักผ่อนและลดน้ำหนักในช่วงวันหยุด อีกทั้งยังมีการเสริมโปรแกรมอาหารเพื่อสุขภาพของโรงแรมและรีสอร์ท

ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย โดยปกติแล้วสามารถที่จะจัดขึ้นภายในโรงแรมได้ เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้ใช้จ่ายเงินได้ โดยในปี 2558 มีข้อมูลตัวเลขค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่กระจายอยู่ในกิจกรรมต่างๆ ในปี 2558 โดย Global Wellness Economy Monitor 2017 (Yeung and Johnston 2017) อ้างใน รัฐภัทร ธนภัทรธีรานันท์ (2561) พบว่า รายจ่ายที่สูงที่สุดของนักท่องเที่ยวเกิดจาก

อันดับที่ 1 : รายจ่ายที่เกิดจากกิจกรรมการเดินทาง เช่น สายการบิน ธุรกิจรถเช่า ขนส่งสาธารณะ รถไฟ แท็กซี่ เป็นต้น (117.8 Billion USD)

อันดับที่ 2 : รายจ่ายที่เกิดจากที่พัก เช่น รีสอร์ทและสปาเพื่อสุขภาพ (115 Billion USD)

อันดับที่ 3 : รายจ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มสูง เกิดจากร้านอาหารสุขภาพ อาหารอินทรีย์ ซึ่งอาหารและเครื่องดื่มนั้นเป็นส่วนที่โรงแรมสามารถจัดบริการแก่ลูกค้าได้ (91.4 Billion USD)

อันดับที่ 4 : รายจ่ายที่เกิดกับร้านค้าปลีก เช่น ร้านขายสินค้าเกี่ยวกับสปา เสื้อผ้าเครื่องใช้ในการออกกำลังกาย อาหารสุขภาพ อาหารเสริม วิตามิน (86.6 Billion USD)

อันดับที่ 5 : เกิดจากกิจกรรมต่างๆ เช่น สปา นวดแผนไทย การออกกำลังกาย โยคะ สมาธิ การทำอาหารสุขภาพ ซึ่งผู้ประกอบการโรงแรมสามารถจัดบริการไว้ในโรงแรมได้ (82 Billion USD)

อันดับสุดท้าย : รายจ่ายที่เกิดจากบริการอื่นๆ เช่น ประกันภัย ประกันสุขภาพ การสื่อสาร บริษัททัวร์ เป็นต้น (70.4 Billion USD)

แนวคิดนี้มีสนับสนุนงานวิจัยเล่มนี้ในแง่ของการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาพักในโรงแรมพร้อมสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มแก่โรงแรมขนาดเล็ก โดยสามารถจัดขึ้นได้ทั้งภายในและภายนอกโรงแรม ซึ่งจะใช้ข้อมูลเพื่อการออกแบบแบบสอบถาม และเพื่อการวิเคราะห์ในงานวิจัยต่อไป

2.4.4 องค์ประกอบของ Wellness Hotel

องค์ประกอบของ Wellness Hotel มีดังต่อไปนี้²³

1. Know-how : ความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ในวิธีการหรือเทคนิคการให้บริการ
2. Medical supervision : การให้บริการนั้นได้รับการควบคุมดูแลโดยทางการแพทย์
3. Individualised care : การให้บริการมีการเตรียมหรือเฉพาะสำหรับผู้รับบริการแต่ละราย
4. Information : การมีแหล่งให้ข้อมูลข่าวสารด้าน Wellness นำไปใช้ปฏิบัติต่อเมื่อกลับบ้านแล้ว
5. Relaxation : การสร้างความผ่อนคลายให้กับแขกที่มาพัก ได้แก่สถานที่ตั้งสภาพแวดล้อมโดยรวมถึงบริการที่อาจมีไว้เพื่อประโยชน์ในการคลายความตึงเครียด เช่น การนวด
6. Beauty : เป็นการดูแลสุขภาพผิวกาย ใบหน้า ผม จนถึงเล็บ ด้วยการบำรุงสภาพด้วยวิธีการต่างๆ
7. Courses : โปรแกรมที่มีองค์ประกอบต่างๆ เพื่อให้ได้ผลต่อสุขภาพอย่างใดอย่างหนึ่งเช่น โปรแกรมลดน้ำหนัก โปรแกรมล้างพิษ หรือแม้แต่การฝึกสอนโยคะ ไทชิ ชีกง หรือทำสมาธิ เป็นต้น
8. Wellness facilities : โดย Wellness Facilities ที่ พบใน Wellness Hotels เรียง

²³ นพ.ธานินทร์ สนะรักษ์, "Wellness Hotel," eTAT Tourism Journal 2011 Vol.1 (2554): 38.

ตามลำดับ จากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ สระว่ายน้ำ (ร้อยละ 95) ห้องอบซาวน่า (ร้อยละ 90) ห้องอบผิวสีแทน (ร้อยละ 85) ห้องออกกำลังกาย (ร้อยละ 80) ห้องอบไอน้ำ (ร้อยละ 70) อ่างน้ำวน (ร้อยละ 65) และ ศูนย์การแพทย์ (ร้อยละ 50)

2.4.5 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Wellness Facilities

สมาคม Wellness ของเยอรมัน²⁴ ได้กล่าวว่า ปัจจุบันมีโรงแรมระดับ 3 -5 ดาวในสวิตเซอร์แลนด์หลายแห่งที่จัดให้มี Wellness Facilities ไว้ให้บริการแก่แขกที่มาพัก โดยร้อยละ 40 ของโรงแรมเหล่านี้ จัดเป็นหมวดหมู่ได้ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 เป็น Wellness Facilities ที่พบได้มากกว่าครึ่งของโรงแรมที่กล่าวถึง ได้แก่ ห้องอบซาวน่า ห้องอบผิวสีแทนห้องออกกำลังกายและบริการนวด

กลุ่มที่ 2 เป็น Wellness Facilities ที่พบได้ประมาณหนึ่งในสามของโรงแรมที่กล่าวถึง ได้แก่ อ่างน้ำวน ห้องอบไอน้ำและสระว่ายน้ำ

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้โรงแรมจะจัดให้มี Wellness Facility แต่ Facility เหล่านี้อาจมีลักษณะเป็นเพียงอุปกรณ์หรือสถานที่ที่เปิดให้แขกผู้มาเยือนสามารถเข้าไปใช้ได้ โดยไม่มีการจัดบริการให้อย่างเป็นระบบ

2.4.6 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ Wellness Service

สมาคม Wellness ของเยอรมัน²⁵ ได้กล่าวว่าการจะก้าวไปสู่ Wellness ในระดับสูงได้นั้น ต้องอาศัยกุญแจสำคัญอยู่หลายดอกเป็นต้นว่า วิถีชีวิตของคนผู้นั้นความรับผิดชอบต่อสุขภาพของตัวเองการใช้ศักยภาพที่มีอยู่เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตน การให้บริการ Wellness Services จึงเป็นการอำนวยความสะดวกในการใช้กุญแจเหล่านี้ได้ง่ายขึ้นและทำได้ดีขึ้นเป็นที่ยอมรับกันว่าการให้บริการ Wellness Services แบ่งออกเป็น 4 ด้านหลัก คือ

- (1) ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ
- (2) ด้านการออกกำลังกาย
- (3) ด้านการผ่อนคลาย
- (4) ด้านวัฒนธรรม และ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ

²⁴ นพ.ธานินทร์ สนะรักษ์, Wellness Hotel," eTAT Tourism Journal 2011 Vol 1 (2554): 37-38.

²⁵ นพ.ธานินทร์ สนะรักษ์, Wellness Hotel," eTAT Tourism Journal 2011 Vol 1 (2554): 37.

โดย 1 ใน 7 ของโรงแรมระดับ 3-5 ดาวในสวีตเซอร์แลนด์เท่านั้นที่เปิดให้บริการ Wellness Services ครบทั้งสี่ด้าน การให้บริการ Wellness Service หรือการมี Wellness Facility อยู่ในโรงแรมนั้นจึงไม่เหมือนกัน แม้แต่โรงแรมประเภท Wellness Hotel ซึ่งเป็นโรงแรมที่มีความพิเศษเฉพาะตัวซึ่งมีบริการ Wellness Services ควบคู่ไปกับบริการด้านที่พักและอาหารซึ่งเป็นบริการปกติของโรงแรมทั่ว ๆ ไปนั้นก็อาจมี Wellness Facilities ไม่ครบไปทุกอย่าง ในทางกลับกันโรงแรมหลายแห่งที่มี Wellness Facility ก็ไม่อาจนับได้ว่าเป็น Wellness Hotel ทั้งนี้ก็เพราะ Wellness Facility เป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งของ Wellness Hotel เท่านั้น

จากการศึกษาแนวคิดทั้งด้าน องค์ประกอบของ Wellness Hotel, Wellness Facilities และ Wellness Services ผู้วิจัยสามารถใช้เพื่อเป็นเกณฑ์เบื้องต้นในการคัดเลือกโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่ ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเชิงสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อนำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์ในงานวิจัยต่อไป

2.4.7 ประเภทของ Wellness Activities

Global Wellness Institute (GWI)²⁶ ได้มีการจัดหมวดหมู่กิจกรรม Wellness ไว้ดังนี้

1. การกดจุด (Acupressure)
2. การฝังเข็ม (Acupuncture)
3. สุนทรบำบัด (Aromatherapy)
4. ศิลปะบำบัด (Art as Therapy)
5. อายูรเวท (Ayurveda)
6. วารีบำบัด (Hydrotherapy)
7. การตรวจความสมดุลร่างกาย (Biofeedback)
8. ไคโรแพรคติก (Chiropractic)
9. การออกกำลังกาย (Exercise)
10. การนวด (Massage)
11. การทำสมาธิ (Meditation)
12. ดนตรีบำบัด (Music Therapy)
13. การให้คำปรึกษาทางโภชนาการ (Nutritional Counseling)
14. การมองโลกในแง่ดี (Optimism)

²⁶ Global Wellness Institute, “Wellness Evidence,” 13 April 2020.

15. พิลาทิส (Pilates)
16. การบำบัดด้วยการผ่อนคลาย (Relaxation Therapy)
17. ซาวน่า (Sauna)
18. การนอนเพื่อสุขภาพ (Sleep Health)
19. การเลิกบุหรี่ (Smoking Cessation)
20. การจัดการความเครียด (Stress Management)
21. ไทเก๊ก (Tai Chi)
22. การแพทย์แผนจีน (Traditional Chinese Medicine)
23. การฝึกจิตปรมาตม์สมาธิ (Transcendental Meditation)
24. การลดน้ำหนัก (Weight Loss)
25. โยคะ (Yoga)
26. การซึ่มซัษธรรมชาติ (Forest Bathing)
27. เกลือบำบัด (Halotherapy / Salt therapy)
28. การนวดระบายน้ำเหลือง (Manual Lymph Drainage)
29. การแช่น้ำแร่ (Balneotherapy)
30. การแพทย์ทางเลือกสำหรับโรคมะเร็ง (CAM for Cancer)
31. สถานที่ทำงานที่ดีต่อสุขภาพ (Workplace Wellness)

ประเภทของ Wellness หรือ กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ ที่นำมาใช้ในการศึกษาในวิทยานิพนธ์เล่มนี้ จะถูกใช้อธิบายในรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในจังหวัดจันทบุรี ยกตัวอย่างเช่น การซึ่มซัษธรรมชาติ (Forest Bathing) เมื่อนำมาศึกษาร่วมกับลักษณะกิจกรรมในจันทบุรี ก็จะอธิบายได้ว่าเป็นกิจกรรม การเดินชมสวนผลไม้/ป่าชายเลน หรือ จากกิจกรรมโยคะทั่วไป เมื่ออยู่ในจังหวัดจันทบุรี ก็จะกลายเป็น การทำโยคะริมชายทะเล ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ของรูปแบบกิจกรรมเชิงท้องถิ่นจังหวัดจันทบุรี

2.5 งานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยจำเป็นต้องมีการศึกษาลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวช่วงก่อนการเกิดโควิด-19 ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงต้องมีการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถิตินักท่องเที่ยวเพื่อนำไปใช้อภิปรายข้อมูลในงานวิจัยต่อไป มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

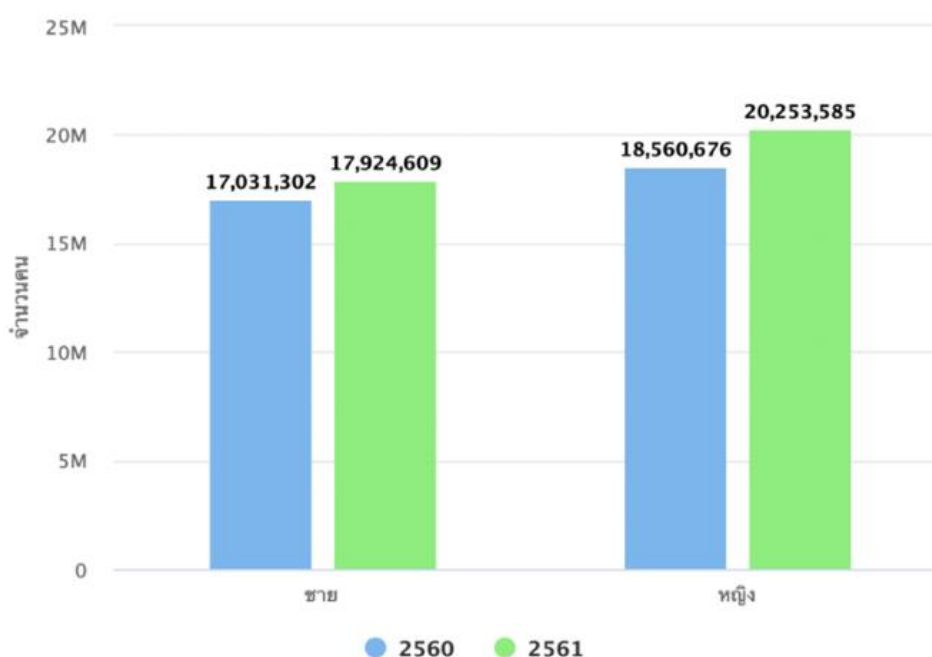
2.5.1.1 รายงานสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย จำแนกตามลักษณะทางประชากร

ปีพ.ศ. 2560 - 2561 เป็นปีที่ยังไม่มีเกิดการระบาดของโรคโควิด19 ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการเดินทางท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยแบบปกติ ซึ่งมีรายละเอียดข้อมูลดังนี้

1. สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560-2561 จำแนกตาม เพศ

จากการศึกษาเบื้องต้น พบว่า

ตารางที่ 2.2 สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560-2561 จำแนกตาม เพศ



เพศ	2560		2561		
	Values	%Shares	Values	%Shares	%Changes
ชาย	17,031,302	47.85	17,924,609	46.95	5.25
หญิง	18,560,676	52.15	20,253,585	53.05	9.12

ที่มา : ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว

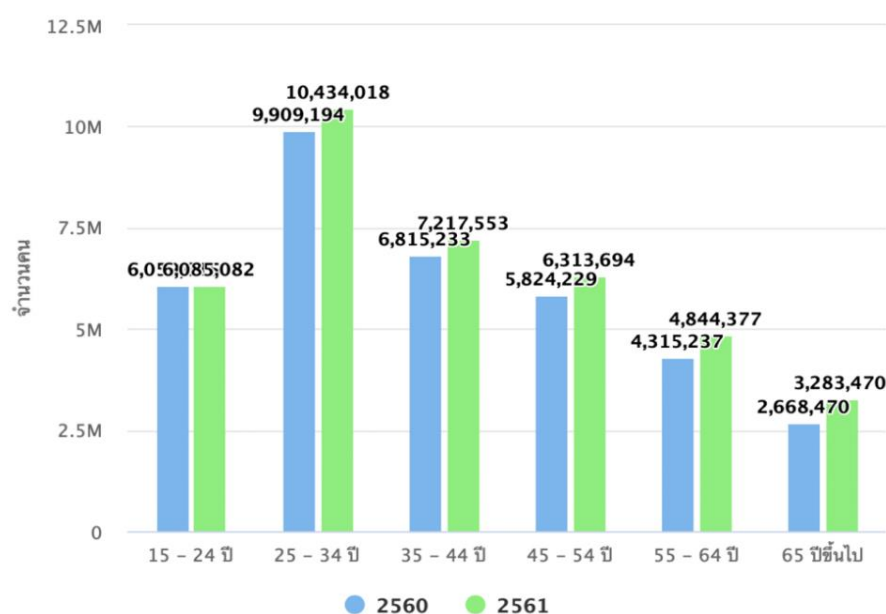
จากตารางที่ 2.2 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยในปี พ.ศ. 2561 มีสัดส่วนคิดเป็น 53.05 : 46.95 และเพศหญิงมีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวมากกว่าเพศชายคิดเป็นร้อยละ 3.87

2. สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560-2561

จำแนกตาม ช่วงอายุ

จากการศึกษาเบื้องต้น พบว่า

ตารางที่ 2.3 สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560-2561 จำแนกตาม อายุ



อายุ	2560		2561		
	Values	%Shares	Values	%Shares	%Changes
15 - 24 ปี	6,059,615	17.03	6,085,082	15.94	0.42
25 - 34 ปี	9,909,194	27.84	10,434,018	27.33	5.30
35 - 44 ปี	6,815,233	19.15	7,217,553	18.90	5.90
45 - 54 ปี	5,824,229	16.36	6,313,694	16.54	8.40
55 - 64 ปี	4,315,237	12.12	4,844,377	12.69	12.26
65 ปีขึ้นไป	2,668,470	7.50	3,283,470	8.60	23.05

ที่มา : ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว

จากตารางที่ 2.3 พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ตั้งแต่ 65 ปี ขึ้นไปมากกว่าปีก่อนหน้าถึงร้อยละ 23.05 ซึ่งสามารถนำข้อมูลนักท่องเที่ยวข้างต้นไปประยุกต์ใช้กับการวิเคราะห์ผลการศึกษาในงานวิจัยเล่มนี้ได้

2.5.2 วิชยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

นฤมล รัตนไพจิตร, ราตรี เขียวรอดและตรีวนันท์ เนื่องอุทัย²⁷ ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ ในด้านพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของผู้สูงอายุในงานวิจัย พบว่า

- 1) วัตถุประสงค์การเดินทางท่องเที่ยว คือ การไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน และเพื่อการพักผ่อน
- 2) มีช่วงวันและเวลาการเดินทางท่องเที่ยว คือ 2 ครั้งต่อปี โดยเลือกเดินทางตามโอกาสที่สะดวก ไม่จำเป็นต้องเดินทางท่องเที่ยวในเทศกาลท่องเที่ยว
- 3) สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น ทะเล น้ำตก ภูเขา
- 4) ผู้ร่วมเดินทาง คือ ครอบครัวและญาติ
- 5) พาหนะในการเดินทาง คือ รถยนต์ส่วนตัว
- 6) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คือ ไม่เกิน 3,000 บาทต่อครั้ง
- 7) ช่องทางการรับข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากสื่อโทรทัศน์ และมีครอบครัวและญาติเป็นผู้แนะนำการท่องเที่ยว
- 8) อุปสรรคต่อความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่ คือ ความไม่สะดวกในการเดินทาง รองลงมาเป็นความไม่สะดวกของสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการสร้างแบบสอบถาม กำหนดตัวแปร และอธิบายผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเล่มนี้ได้

นิถมน คำเอี่ยม²⁸ ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับ แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องชี้แนวโน้มทางสถิติ หรือ

²⁷ นฤมล รัตนไพจิตร, ราตรี เขียวรอดและตรีวนันท์ เนื่องอุทัย, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุ จังหวัดนครศรีธรรมราช (คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 2561), หน้า48-49.

²⁸ นิถมน คำเอี่ยม, “แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553), หน้า17.

โปรแกรม SPSS เพื่อได้ข้อมูลลักษณะของนักท่องเที่ยว และการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งสามารถนำขั้นตอนในระเบียบวิธีวิจัยและขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวดังกล่าวมาปรับใช้ในงานวิจัยเล่มนี้ได้

ณัฐวรรตี คณิตินสุทธิทอง²⁹ มีการศึกษาเกี่ยวกับ ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย พบว่า สิ่งนี้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องการคือ

1) ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความน่าสนใจของ Package ท่องเที่ยว การแนะนำจากบริษัททัวร์ โรงแรม รถโดยสาร หน่วยงาน และบุคคลอื่นๆ

2) ปัจจัยด้านบริการสุขภาพคุณภาพของบริการ ได้แก่ ความหลากหลายบริการความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ความพอเพียงของบุคลากรที่ให้การดูแลสุขภาพ

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวทั่วไปและเชิงสุขภาพมีประเด็นที่สามารถนำไปใช้ในงานวิจัย ดังนี้

1. จากงานวิจัยศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยวพบแนวโน้มจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของนักท่องเที่ยวเพศหญิงและผู้สูงอายุที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามของภูมิประเทศ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว โดยจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพทั้งภายนอกและภายในโรงแรม ซึ่งอ้างอิงข้อมูลจากงานวิจัย ณัฐวรรตี คณิตินสุทธิทอง และแนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

3. ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและสามารถนำไปใช้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ได้แก่ 1. จำนวนนักท่องเที่ยว 2. จำนวนวันที่มาท่องเที่ยว 3. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 4. ผู้ร่วมเดินทาง 5. ช่วงวันเวลาที่เดินทาง และ 6. พาหนะที่ใช้เดินทาง

²⁹ ณัฐวรรตี คณิตินสุทธิทอง, “ความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย” มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช, 2560), หน้า10.

บทที่ 3 นักท่องเที่ยวและโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี

ในงานวิจัยนี้จำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรม รวมถึงรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่สนใจทำของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งการศึกษาข้อมูลเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- 1) ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี
- 2) โรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่
- 3) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในพื้นที่

3.1 ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี

จากการสำรวจข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2562 - 2563³⁰ ซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนและหลังเกิดโควิด¹⁹ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 ข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ปี พ.ศ. 2562 - 2563

ข้อมูลนักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี	2562	2563
จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน (คน)	2,484,480	1,421,555
ชาวไทย	2,390,150	-
ชาวต่างชาติ	94,330	-
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	1,786,577	-
ชาวไทย	1,716,839	-
ชาวต่างชาติ	69,738	-
วันพักเฉลี่ย (วัน)	2.21	-
ชาวไทย	2.21	-
ชาวต่างชาติ	2.19	-
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	1,978.63	-
ชาวไทย	1,925.30	-
ชาวต่างชาติ	3,303.23	-

³⁰ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, “สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปีพ.ศ. 2559-2564,” 15 เมษายน 2564.

ข้อมูลนักท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี	2562	2563
รายได้การท่องเที่ยว (ล้านบาท)	8,713.84	-
ชาวไทย	8,171.84	-
ชาวต่างชาติ	542.0	-
สถานพักแรม		-
จำนวนห้อง	6,295	-
อัตราการเข้าพัก (%)	60.23	34.26
จำนวนผู้เข้าพัก (คน)	1,592,656	865,118
ชาวไทย	1,535,906	-
ชาวต่างชาติ	56,750	-

หมายเหตุ: - ข้อมูลนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 เป็นช่วงของการเกิดวิกฤตการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) จึงทำให้ข้อมูลที่น่าเสนอเป็นข้อมูลที่รวบรวมจากกลุ่มผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดจันทบุรี
- ผู้เยี่ยมเยือน หมายถึง ผู้ที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และอื่น ๆ เช่น การเยี่ยมเพื่อน/ญาติ ทั้งที่พักค้างคืน และไม่พักค้างคืน โดยเป็นการพักค้างในสถานพักแรม บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่น ๆ

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากตารางที่ 3.1 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีในปี พ.ศ. 2562 (ช่วงก่อนการเกิดโควิด19) มีจำนวนทั้งหมด 1,786,577 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมทั้งหมดจำนวน 1,592,656 คน มีวันพักเฉลี่ย 2.21 วัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,955.65 บาท/คน/วัน โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยถึงร้อยละ 96.43

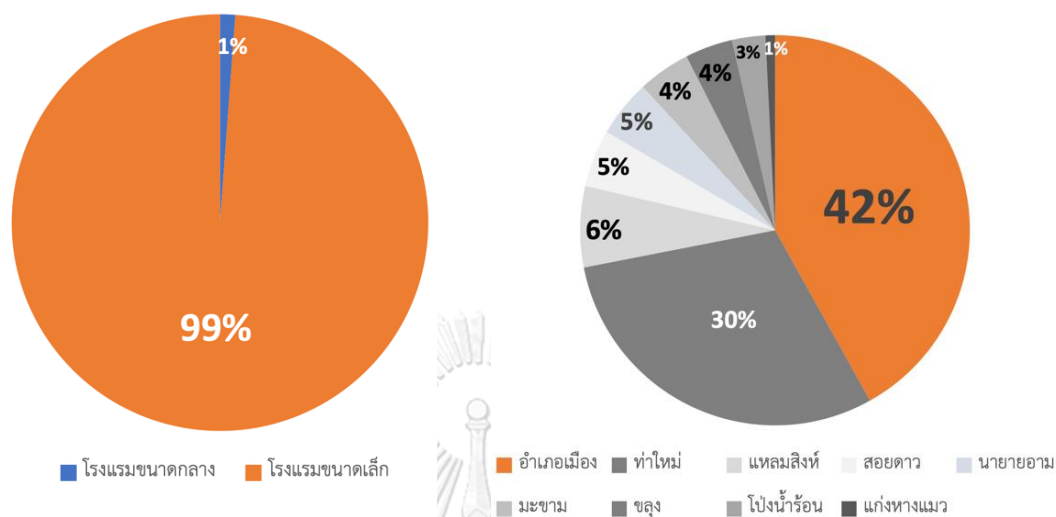
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนทั้งหมด 1,716,839 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมทั้งหมดจำนวน 1,535,906 คน มีวันพักเฉลี่ย 2.21 วัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,925.30 บาท/คน/วัน

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนทั้งหมด 69,738 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรมทั้งหมดจำนวน 56,750 คน มีวันพักเฉลี่ย 2.19 วัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 3,303.23 บาท/คน/วัน

นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2562 พบว่า รายได้การท่องเที่ยวรวม ที่ 8,713.84 ล้านบาท และหากพิจารณาด้านสถานที่พักแรม พบว่า สถานที่พักแรมในจังหวัดจันทบุรีมีจำนวนทั้งหมด 6,295 ห้อง โดยมีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวที่ 60.23%

ซึ่งในปี พ.ศ. 2563 (ช่วงหลังการเกิดโควิด19) พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าพักในสถานพักแรมในจังหวัดจันทบุรีมีจำนวนลดลงถึง 45.69% จากปี พ.ศ. 2562

3.2 โรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่



ภาพที่ 3.1 กราฟแสดงสัดส่วนโรงแรม
จันทบุรีจำแนกตามขนาด

ภาพที่ 3.2 สัดส่วนโรงแรมขนาดเล็กใน
จันทบุรี จำแนกตามที่ตั้ง

ที่มา : ผู้วิจัย 2563

โรงแรมทั้งหมดในจังหวัดจันทบุรีมีจำนวน 255 แห่ง³¹ เป็นโรงแรมขนาดเล็ก 252 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 99% (ภาพที่ 3.1) เนื่องจากปัจจัยทางด้านผังเมืองที่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม และขนาดของตลาดการท่องเที่ยวในจังหวัดที่ยังไม่ใหญ่มาก จึงทำให้ผู้ประกอบการเลือกลงทุนในธุรกิจโรงแรมโดยสร้างจำนวนห้องไม่มาก ให้เหมาะสมต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและง่ายต่อการบริหารจัดการ

โดยโรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่จะเลือกตั้งอยู่บริเวณใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและร้านอาหารท้องถิ่น โดยมีจำนวนมากที่สุด 2 พื้นที่ คือ ในอำเภอเมืองจันทบุรีถึง 196 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 42% รองลงมาตั้งอยู่ในอำเภอท่าใหม่ 76 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 30% ซึ่งอำเภอท่าใหม่เป็นพื้นที่ติดชายทะเล (รูปที่ 3.2) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและคัดกรองโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่ทั้งสองเพื่อให้ได้ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเชิงสุขภาพเบื้องต้นมีรายละเอียดดังนี้

³¹ รายงานระบบโรงแรม, “รายชื่อและจำนวนโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี,” 24 เมษายน 2564.

ตารางที่ 3.2 รายชื่อโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ที่ให้บริการด้านกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

รายชื่อโรงแรมขนาดเล็ก ที่มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมสร้างเสริม สุขภาพ	จำนวน ห้อง	ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ																
		สระว่ายน้ำ	ระบบน้ำกลั่น	ห้องอบซาวน่า	ฟิตเนส	ห้องอบไอน้ำ	อ่างน้ำร้อนกลางแจ้ง	ห้อง/พื้นที่นวด	บริการนวด	อาหารสุขภาพ	พายัพบอร์ด/ค้ายัก	รถรับ - ส่ง	น้ำดื่มขุ่น	กิจกรรมเอนสตย์	จักรยาน	สวนเพื่อการพักผ่อน	โยคะ	
อำเภอ เมือง																		
001	เมนิจันที รีสอร์ท	72	●	-	●	●	●	●	●	-	●	-	●	-	-	●	-	
002	นิเวศ วิลลาร์ด	78	●	●	●	●	●	●	●	-	-	-	-	-	-	-	-	
003	บ้านริมหาด	32	●	-	-	●	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
004	ฟุ้งหลวง ริเวอร์ไซด์	31	●	-	-	●	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
005	ริมน้ำกลางจันทน์	40	●	●	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	-	
006	เดอะ พิค จันทบุรี	69	●	●	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
007	บลูมิ่งทิวลิป	79	●	-	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
008	พลอยด์ ริฟท์ บูทีค	17	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	-	
009	สราญรมย์ รีสอร์ท	17	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	
010	จันทน์พระยา รีสอร์ท	19	●	-	-	-	-	●	-	-	-	-	-	-	●	●	-	
011	ซานบูรี บูทีค	24	●	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
012	บลูเบด	48	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
013	ริเวอร์ ราวรรณ	48	●	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
014	นิเวศนิรมิต รีสอร์ท	64	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
015	บ้านสวนชูวิทย์ รีสอร์ท	24	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	-	
016	กรีทเทอร์ รีสอร์ท	20	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	-	
017	การ์เด้นทิวลิป รีสอร์ท	37	-	-	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
อำเภอ ท่าใหม่																		
001	เซนต์ โครเช่ บีช รีสอร์ท	49	●	●	-	●	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
002	มิลด์ฟีลด์ บีช รีสอร์ท	79	●	●	-	●	-	-	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-
003	เมโทร แชนด์ แอนด์ ซี	42	●	-	-	-	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
004	แพลมสตูดิโอ รีสอร์ท	62	●	-	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
005	แอ๊กคิวเรนต์	11	●	-	-	●	-	-	-	-	●	-	-	-	-	-	-	-
006	จันทน์หาดลาว	23	●	-	-	-	-	-	-	●	●	●	-	-	-	-	-	-
007	เจ้าหาดคาบง	76	●	●	-	●	-	-	●	●	●	-	-	-	-	-	-	-
008	เคปโก้ รีสอร์ท	21	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
009	เจ้าหาดนิเวศรีสอร์ท	27	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	-
010	จันทน์แก้ว รีสอร์ท	17	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
011	เจ้าหาดกอแสง	79	●	-	-	-	-	-	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-
012	ชีวา รีสอร์ท	19	●	-	-	-	-	-	-	-	●	-	-	-	-	-	●	●
013	ชูการ์ ป่าส้ม รีสอร์ท	33	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
014	ซีเอส วิลลาร์ด รีสอร์ท	12	●	●	-	-	-	-	-	-	●	-	-	-	-	●	-	-
015	ตะวันรุ่ง รีสอร์ท	20	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
016	นวลจันทร์	60	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
017	นิเวศวิลลาร์ด รีสอร์ท	63	●	-	-	-	-	-	-	-	●	-	-	-	-	●	-	-
018	บลูส์ ริเวอร์ รีสอร์ท	28	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	-
019	บ้านตุ่ม วิลลาร์ด	18	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
020	บ้านอิมสุข รีสอร์ท	40	●	●	-	-	-	-	●	-	-	-	●	●	●	-	-	-
021	บุญ รีสอร์ท	20	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
022	ปู้รีสอร์ท	8	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
023	รัตนปุระ บีช รีสอร์ท	76	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
024	วิลล่า ซา-ซ่า	20	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
025	วิลล่า นันทิภา	50	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	-
026	ศรีไพรินทร์ รีสอร์ท	5	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	●	-
027	สุขสำราญ รีสอร์ท	28	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
028	หาดต้น คลื่นสวย	66	●	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
029	หาดทรายทอง	41	●	-	-	-	-	●	-	-	-	-	-	-	-	-	●	-
030	โอม แอ๊ก จันท์	26	●	-	-	-	-	-	-	-	●	-	-	-	-	●	-	-

ที่มา : ผู้วิจัย 2563

จากตารางที่ 3.2 การสำรวจโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่ อำเภอเมือง จำนวนทั้งหมด 96 แห่ง และ อำเภอท่าใหม่ จำนวนทั้งหมด 76 แห่ง เบื้องต้น พบว่า โรงแรมขนาดเล็กที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเชิงสุขภาพพื้นฐานภายในโรงแรม มีจำนวนทั้งหมด 17 แห่งตั้งอยู่ในอำเภอเมือง และ 30 แห่ง ตั้งอยู่ในอำเภอท่าใหม่ (พื้นที่ริมทะเล) โดยส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวก คือ สระว่ายน้ำ ฟิตเนส และอ่างน้ำวนจากุซซี่ (jacuzzi) สำหรับการนวดไทยมีทั้งโรงแรมที่มีพื้นที่ให้บริการ และการใช้บริการบุคคลากรหมอนวดนอกโรงแรม บริการทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพอื่นที่โรงแรมมีให้แก่นักท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น การนำเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์ซึ่งเป็นบริการในโรงแรมที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ติดแม่น้ำหรือทะเล การบริการอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับโรงแรมที่ตั้งอยู่ริมทะเลมีการบริการเรือคายัคสำหรับพาย และ บริการให้เช่าจักรยาน เป็นต้น

3.3 แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในพื้นที่



ภาพที่ 3.3 รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี

ที่มา : ผู้วิจัย 2563 และ Google.com

เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดจันทบุรีเป็นผังเมืองสีเขียว ซึ่งเป็นพื้นที่เกษตรกรรมและป่าไม้ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ธรรมชาติ ทั้งทะเล ภูเขา น้ำตก และที่เป็นลักษณะเด่นที่สำคัญ คือ เป็นพื้นที่ตั้งของสวนผลไม้ไทยหลากหลายสายพันธ์ เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ ลองกอง และ ลำไย เป็นต้น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน นอกจากนั้นจันทบุรียังมีความโดดเด่นเรื่องอาหารท้องถิ่น เชื้อชาติ วิถีชีวิตชุมชนที่หลากหลาย มีเรื่องราวน่าสนใจของภูมิปัญญาชาวบ้านท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดมาช้านาน เช่น การทอเสื่อกก การกวนทุเรียน การทำอาหารท้องถิ่น เป็นต้น (ภาพที่ 3.3)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวตามความสำคัญและสภาพแวดล้อมได้ 12 ประเภท ซึ่งจังหวัดจันทบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทั้ง 12 ประเภท³² ดังนี้

- 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ได้แก่ หมู่บ้านไร่แผ่นดิน บ้านบางชัน (อำเภอขลุง) และ บ้านหนองซิม - เกาะเปริด (อำเภอแหลมสิงห์) มีที่พักแบบโฮมสเตย์และกิจกรรมล่องแพเปือก ชมป่าชายเลน คูเหี้ยม เที่ยวทะเลใน และทะเลแหวกปากน้ำเวฬุ (อำเภอขลุง)
- 2) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ ได้แก่ สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเฉลิมพระเกียรติ ๖ รอบพระชนมพรรษา (อำเภอท่าใหม่) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพานิชย์นาวิ (อำเภอเมืองจันทบุรี)
- 3) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ อาสนวิหารพระนางมารีปฏิสนธินิรมล ชุมชนริมน้ำจันทบูร ศาลหลักเมือง ศาลสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ค่ายเนินวง อุตุเรือพระเจ้าตากสิน วัดทองทั่ว วัดพลับ (อำเภอเมืองจันทบุรี) คุกขี้ไก่ ตึกแดง ป้อมไพร่พินาศ (อำเภอแหลมสิงห์) เขาพลอยแหวน (อำเภอท่าใหม่)
- 4) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน อยู่ภายในศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ (อำเภอท่าใหม่) ผาหินกูป ที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาसอยดาว (อำเภอสอยดาว)
- 5) แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ ได้แก่ Oasis Sea World (อำเภอแหลมสิงห์) และวิวาฟอเรสต้า ฟาร์ม (อำเภอนายายอาม)
- 6) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่ งานนมัสการพระพุทธบาทพลวง ที่อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ (อำเภอเขาคิชฌกูฏ) ประเพณีแข่งเรือวัดจันทนาราม (อำเภอเมืองจันทบุรี) ประเพณีชักพระบาท (อำเภอขลุง) งานวันสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชรำลึก งานเทศกาลคริสมาสต์ ณ อาสนวิหารพระนางมารีอากปฏิสนธินิรมล (อำเภอเมืองจันทบุรี) งานป้อมไพร่พินาศรำลึก (อำเภอแหลมสิงห์)
- 7) แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ได้แก่ หาดเจ้าหลาว หาดแหลมเสด็จ หาดคู้วิมาน (อำเภอท่าใหม่) หาดแหลมสิงห์ (อำเภอแหลมสิงห์)
- 8) แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ได้แก่ น้ำตกพลิว น้ำตกคลองนารายณ์ น้ำตกเขาสิบห้าชั้น (อำเภอแก่งหางแมว) น้ำตกเขาสอยดาว (อำเภอสอยดาว) น้ำตกตรอกนอง (อำเภอขลุง)
- 9) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ ได้แก่ ถ้ำเขาวงกต (อำเภอแก่งหางแมว)
- 10) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ ได้แก่ เกาะจิก เกาะเปริด เกาะนมสาว
- 11) แหล่งท่องเที่ยวประเภทแก่ง ได้แก่ ล่องแก่งคลองโป่งน้ำร้อน (อำเภอโป่งน้ำร้อน)
- 12) แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ได้แก่ น้ำพุร้อนโป่งน้ำร้อน (อำเภอโป่งน้ำร้อน)

³² แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี พ.ศ. 2561-2565, การท่องเที่ยว (จังหวัดจันทบุรี: (ม.ป.ท.), (ม.ป.ป.)), 19.

จากข้อมูลกิจกรรมข้างต้น และแนวคิดว่าท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้วิจัยได้จำแนกประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี เบื้องต้นเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมและโรงแรม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในงานวิจัยต่อไป มีรายละเอียดตาม ตารางที่ 3.3 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3 รูปแบบกิจกรรมในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามกิจกรรมภายนอกและภายในโรงแรม

รูปแบบกิจกรรม Wellness ที่นักท่องเที่ยวสนใจทำในจันทบุรี	
กิจกรรมภายนอกโรงแรม	<ol style="list-style-type: none"> 1. เดินชมเมือง เช่น ชุมชนริมน้ำจันทบูร ตลาดพลอย 2. เดินชมธรรมชาติ เช่น สวนทุเรียน น้ำตกพลิ้ว ป่าชายเลน 3. เดิน/วิ่งออกกำลังกายบนชายหาด 4. วิ่งมาราธอน 5. ซีจรรย์แบบกลุ่ม 6. เดินทางขึ้นเขา คิชมภู 7. เดินทางขึ้นเขา ผาหินกูบ 8. กิจกรรมวิถีชุมชน 9. กิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์ เช่น นั่งเรือ ชมป่าชายเลน ให้อาหารเหยี่ยวแดง เดินทะเลแหวก เป็นต้น 10. กิจกรรมผจญภัย เช่น โหนสลิง ขับรถ ATV 11. พายซัฟบอร์ดหรือคายัค 12. เล่นน้ำทะเล/พักผ่อนบนชายหาด 13. การเข้าร่วมคอร์สนั่งสมาธิ 14. โยคะ ริมชายหาด
กิจกรรมภายในโรงแรม	<ol style="list-style-type: none"> 15. ว่ายน้ำหรือเล่นน้ำในสระน้ำเกลือ 16. ออกกำลังกายโรบิคในสระน้ำ 17. ทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร 18. นวดไทย/นวดน้ำมันหอมระเหย 19. สปาด้วยสมุนไพรท้องถิ่น

จากการศึกษาข้อมูลด้านผู้ประกอบการ (Supply Side) เบื้องต้นซึ่งเป็นโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยพบประเด็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่ ดังนี้

1. โรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่มีห้องทำกิจกรรมนวดซึ่งเป็นส่วนน้อยแต่มีบริการนวดเยาะชี้ให้เห็นถึงการที่เจ้าของยังไม่อยากลงทุนทำกิจกรรมนวดภายในโรงแรม แต่เน้นการจัดจ้างบริการที่เป็นหมอนวดภายนอกโรงแรมแทน
2. โรงแรมขนาดเล็กที่ให้บริการกิจกรรมประเภทพายเรือคายัค/ซัพบอร์ด หรือนำเที่ยวทำกิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ริมทะเลหรือแม่น้ำ
3. โรงแรมขนาดเล็กที่มีบริการเชิงสุขภาพส่วนใหญ่มีสระว่ายน้ำ ฟิตเนส และอ่างน้ำวนจากuzzi เพื่อไว้บริการนักท่องเที่ยวภายในโรงแรม แต่บริการเชิงสุขภาพรูปแบบอื่นๆ เช่น บริการอาหารเพื่อสุขภาพ นำเที่ยวชุมชน หรือสอนโยคะ แม้จะมีบริการแต่เป็นส่วนน้อยในโรงแรมบางแห่งเท่านั้น
4. กิจกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดส่วนใหญ่เป็นการทำกิจกรรมภายนอกโรงแรมโดยท่องเที่ยวเน้นเชิงธรรมชาติ เชิงศาสนา และเชิงชุมชน

เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับข้อมูลจากนักท่องเที่ยว (Demand Side) (ตารางที่ 3.1) และข้อมูลลักษณะนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากบทที่ 2 ที่กล่าวถึง นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมักสนใจและต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความสวยงามของภูมิประเทศ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งเพื่อทำกิจกรรมเชิงสุขภาพทั้งภายในและภายนอกโรงแรม

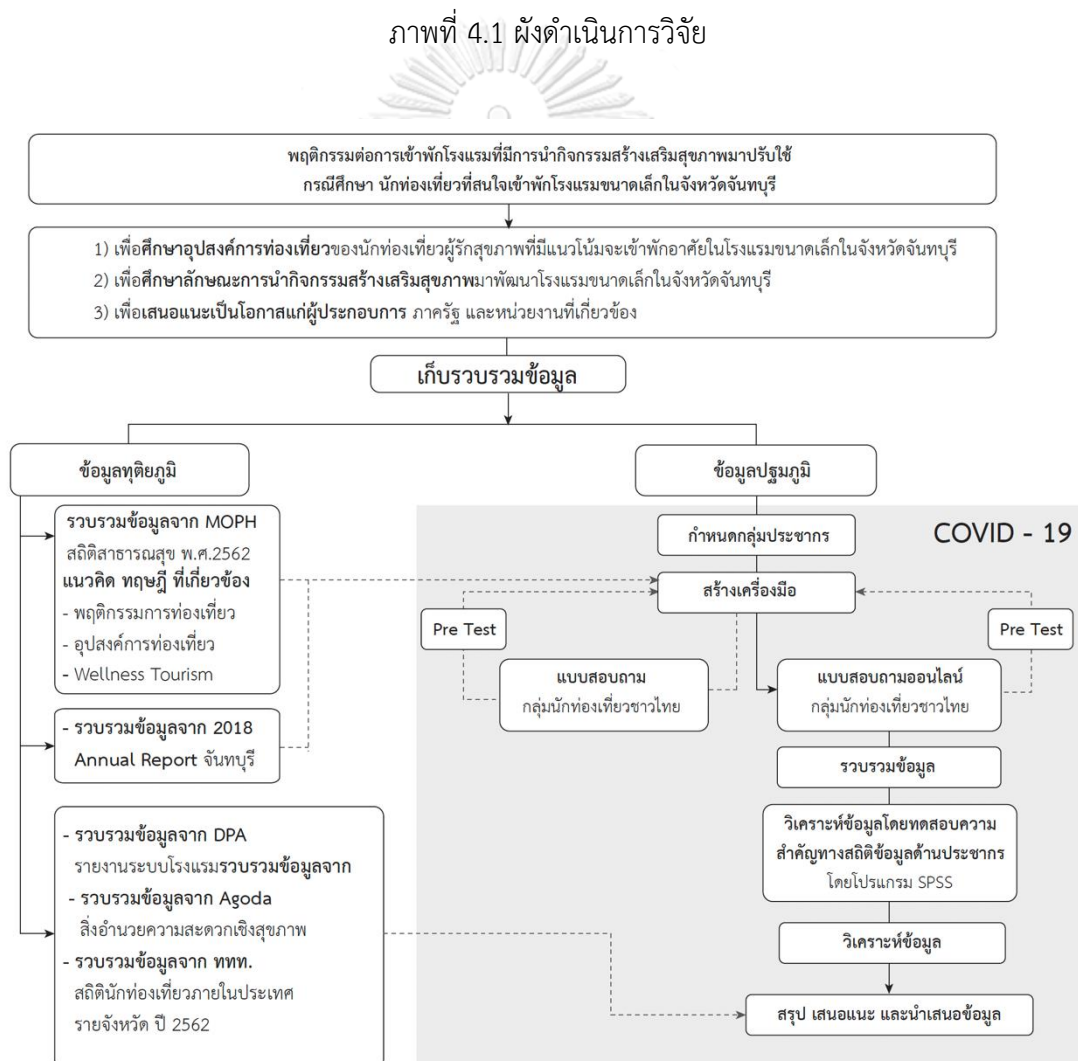
ผู้วิจัยเห็นว่าจังหวัดจันทบุรีน่าจะมี khả năngปรับตัวเองให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ เนื่องจากมีกิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ ยกตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ สามารถไปเดินชมสวนผลไม้ป่าชายเลน หรือน้ำตกพลิ้วได้ เป็นต้น การทำกิจกรรมเชิงศาสนา เช่น การไปนมัสการพระพุทธบาทหลวงที่อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ หรือวิหารพระนางมาลีอาปภิสันธินิรมล เป็นต้น และการทำกิจกรรมวิถีชุมชน เช่น ชุมชนริมน้ำจันทบูร ชุมชนหนองบัวชายขนมแปลก เป็นต้น

ดังนั้นจากการศึกษาข้อมูลบทที่ 2 และ บทที่ 3 ผู้วิจัยจึงไปทำการวิจัยด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มจะเข้าพักโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อหาความต้องการทำกิจกรรมกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีว่ามีอยู่จริงหรือไม่ สนใจกิจกรรมประเภทไหน โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยในบทต่อไป

บทที่ 4 ระเบียบวิธีวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลทั้งในด้านนักท่องเที่ยวและโรงแรมขนาดเล็กในบทที่ 2 และบทที่ 3 เบื้องต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลลักษณะ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มจะเข้าพักโรงแรมและสนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยมีการกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ภาพที่ 4.1 ผังดำเนินการวิจัย



ที่มา : ผู้วิจัย

การกำหนดขั้นตอนการวิจัย

- 4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 4.2 การกำหนดกลุ่มประชากรและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 4.3 เครื่องมือและวิธีสร้างเครื่องมือ
- 4.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย
- 4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.6 การจัดทำคำตอบในงานวิจัย

4.1 การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

- 1) ศึกษาเอกสารออนไลน์ (Documentary Research) ของอุปสงค์กลุ่มผู้รักสุขภาพ
 - ข้อมูลด้านช่วงอายุ จาก สถิติสาธารณสุข พ.ศ.2562 ,กระทรวงสาธารณสุข
- 2) ศึกษาเอกสารออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมขนาดเล็กที่มีบริการกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการร่วมสรุปผลการศึกษา
 - ข้อมูล กิจกรรมจังหวัดจันทบุรี จาก รายงานประจำปี จังหวัดจันทบุรี 2018
 - ข้อมูล รายชื่อและจำนวนห้องโรงแรม จาก รายงานระบบโรงแรม ของหน่วยงานตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (DPA)
 - ข้อมูล โรงแรม จาก Online Platform Agoda และ Booking.com
 - ศึกษาแนวคิดทฤษฎี ด้าน Wellness Hotel, Facilities และ Services
- 3) ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อใช้สร้างแบบสอบถามนักท่องเที่ยว
 - ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อใช้สร้างแบบสอบถามนักท่องเที่ยว
- 4) ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - เพื่อนำวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย
 - เพื่อกำหนดตัวแปรเพื่อสร้างแบบสอบถามนักท่องเที่ยวในงานวิจัย
 - เพื่อนำข้อมูลร่วมสรุปผลการศึกษาในงานวิจัย

4.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

วิธีการเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้การัน เป็นการศึกษาผ่านช่องทางออนไลน์ (Online) เนื่องจากช่วงการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่าง ช่วงเวลาการเกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ แอปพลิเคชันไลน์ (LINE) และ เฟสบุ๊ก (Facebook) ช่องทางที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในลักษณะการกระจายแบบสอบถาม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลทางสถิติของจำนวนกลุ่มอุปสงค์นักท่องเที่ยวผู้รักสุขภาพที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการแจกแบบสอบถามออนไลน์ในช่วงปลายเดือนมีนาคม ปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นช่วงผ่อนคลายจากการล็อกดาวน์ (Lock down) ภายหลังจากเกิดการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ระยะที่ 1 ซึ่งนักท่องเที่ยวเริ่มกลับมามีความต้องการจะเดินทางท่องเที่ยว ทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้

2) นำข้อมูลอุปสงค์ที่ได้ไปวิเคราะห์ผ่านเครื่องซีแนวโน้มทางสถิติ SPSS ให้พบลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยวของอุปสงค์ และประเภทของกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวสนใจ เพื่อนำไปวิเคราะห์ผลการศึกษาต่อไป

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยมาเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีซึ่งระบุจำนวนนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักในสถานพักแรมในจังหวัดจันทบุรีปีพ.ศ. 2563 ทั้งหมด 865,118 คน

4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane) ซึ่งสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

แทนค่า

n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้

N = ขนาดประชากร

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 94% คือ $Z = 1.96$

ค่าความคลาดเคลื่อนกำหนดให้คลาดเคลื่อนได้ 6% คือ $e = 0.06$

ซึ่งสามารถแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{865,118}{1 + 865,118 (0.06)^2}$$

$$n = 277.69$$

จากผลการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 277.69 คน หรือมากกว่า ซึ่งในการแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์ (Online) ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่นำมาใช้ในงานวิจัยทั้งหมดจำนวน 313 คน

หมายเหตุ ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 94% และความคลาดเคลื่อนที่ 6% เนื่องจาก

- การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ทำให้จำนวนประชากรนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีปี พ.ศ.2563 จำนวนลดลงจากปี พ.ศ.2562 ถึง 41.08 %

- การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ทำให้ต้องเปลี่ยนแปลงเครื่องมือโดยการแจกแบบสอบถามแบบปกติเป็นรูปแบบออนไลน์(Online) ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ครบตามเวลาที่กำหนด

4.3 เครื่องมือ และ วิธีสร้างกับวิธีทดสอบ

4.3.1 เครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือ แบ่งออกเป็น 3 แบบ ดังนี้

- 1) การแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey)
- 2) การวิเคราะห์คำตอบ (Analysis)

โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ผลทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Sciences)

4.3.2 วิธีสร้างกับวิธีทดสอบ

ผู้วิจัยมีวิธีสร้างเครื่องมือ และมีกระบวนการสอบทาน ดังนี้

1) โดยใช้วิธีการรวบรวม วิเคราะห์ และจัดกลุ่มข้อมูลจากเอกสารของหน่วยงาน แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดตัวแปรและสร้างแบบสอบถาม โดยมีการแยกรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ต่อเดือน โดยแสดงผลเป็นตารางแสดงจำนวนความถี่ และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการสำรวจพฤติกรรมการเข้าพักรักษาในจังหวัดจันทบุรี เช่น จำนวนวัน จำนวนผู้เดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยวที่สนใจ เป็นต้น โดยแสดงผลเป็นตารางแสดงจำนวนความถี่ และร้อยละ

แบบสอบถามส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่สนใจ

2) ทำการ Pre-test เครื่องมือ ทั้งหมด 4 ครั้ง

แบบสอบถามปกติ

2.1) Pre-test ครั้งที่ 1 ทดสอบเครื่องมือโดยการแจกแบบสอบถามแก่บุคคลใกล้ชิด จำนวน 5 คน เนื่องจากสามารถสอบถามข้อมูลเพื่อนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

2.2) Pre-test ครั้งที่ 2 ทดสอบเครื่องมือโดยการแจกแบบสอบถามแก่บุคคลใกล้ชิด และบุคคลทั่วไป จำนวน 10 คน เนื่องจากสามารถสอบถามข้อมูลบางส่วนเพื่อนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

เนื่องจากเกิดสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้ผู้วิจัยต้องเปลี่ยนวิธีสร้างแบบสอบถาม โดยนำรายละเอียดคำถามใส่ลงใน Google Forms ซึ่งเป็นเว็บไซต์สร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

2.3) Pre-test ครั้งที่ 3 โดยทดสอบแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยส่งให้คนรู้จักทำผ่านช่องทาง ไลน์แอปพลิเคชัน (LINE) จำนวน 10 คน เนื่องจากสามารถสอบถามข้อมูลเพื่อนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

2.4) Pre-test ครั้งที่ 4 โดยทดสอบแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยส่งให้บุคคลใกล้ชิดและบุคคลทั่วไปผ่านช่องทาง ไลน์แอปพลิเคชัน (LINE) จำนวน 15 คน เนื่องจากสามารถสอบถามข้อมูลบางส่วนเพื่อนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม จากนั้นเริ่มดำเนินการแจกแบบสอบถามจริง

3) นำข้อมูลคำตอบจากแบบสอบถามมาแปลงเป็น Code ตัวเลขลงในโปรแกรมข้อมูลทางสถิติ SPSS (Statistical Package for Sciences) เพื่อวิเคราะห์ผลการศึกษา

4.4 ข้อจำกัดในงานวิจัย

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถูกจัดทำขึ้นในช่วงวิกฤตการณ์โควิด 19 (ธันวาคม พ.ศ. 2562 – มิถุนายน พ.ศ. 2564) เนื่องจากปัจจัยด้านความปลอดภัย จึงมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามออนไลน์แทนการลงพื้นที่

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online) โดยการใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อให้ทราบถึงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ทำแบบสอบถามทั้งหมด

2) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้การทดสอบ Chi-Square Test เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรที่เป็นอิสระต่อกันเพื่อให้ได้ผลวิเคราะห์ของกลุ่มตัวแปรด้านการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่จะศึกษา ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

Sig (2-sided)	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ (Chi-Square Tests) ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เขียนสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ตัวแปร 2 ตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือ เป็นอิสระต่อกัน

H_1 : ตัวแปร 2 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กัน หรือ ไม่เป็นอิสระต่อกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญของการทดสอบทางสถิติเป็น 0.05

เกณฑ์การตัดสินใจ คือ จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ถ้าค่า Sig ระหว่างตัวแปร 2 ตัว น้อยกว่า 0.05

3) ทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาจากการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างแบบสองทาง (Crosstabulation) เพื่อให้ได้ลักษณะของนักท่องเที่ยว และรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างสนใจให้โรงแรมบริการ

4) นำผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างแบบสองทาง (Crosstabulation) มาสรุปผลร่วมกับข้อมูลรูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเชิงสุขภาพในโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี โดยสรุปผลเป็นเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

บทที่ 5 ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษาในบทที่ 5 เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งหมด 313 คน เพื่อให้ได้ลักษณะพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมรวมถึงรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างสนใจ โดยผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด
2. ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพเพื่อหาแนวโน้มความสัมพันธ์ทางสถิติ

- 2.1 การคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง
- 2.2 การทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างตัวแปร
- 2.3 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

- 3 ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมสอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี

- 3.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ
- 3.2 พฤติกรรมเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ
- 3.3 รูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกและภายในโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุสนใจทำในจังหวัดจันทบุรี

5.1 ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 313 คน จำแนกตาม เพศ ช่วงอายุ การศึกษา อาชีพ และ รายได้ โดยนำเสนอผ่านตารางจำนวนร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 5.1 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำแนกตาม ลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	84	26.8
	หญิง	229	73.2

ลักษณะทางประชากร		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงอายุ	20-29 ปี	8	2.6
	30-39 ปี	73	23.3
	40-49 ปี	44	14.1
	50-59 ปี	68	21.7
	60-79 ปี	120	38.3
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	123	39.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	190	60.7
อาชีพ	พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน	96	30.7
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	38	12.1
	ธุรกิจส่วนตัว	57	18.2
	นักเรียน / นักศึกษา	3	1.0
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	15	4.8
	เกษียณอายุ	99	31.6
	งานบริการ	4	1.3
	เกษตรกร	1	0.3
ระดับรายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	42	13.4
	20,001 – 40,000 บาท	86	27.5
	40,001 – 60,000 บาท	56	17.9
	60,001 – 80,000 บาท	27	8.6
	80,001 – 100,000 บาท	31	9.9
	มากกว่า 100,000 บาท	71	22.7

จากตาราง 5.1 พบว่า

เพศ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8

อายุ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นมีอายุระหว่าง 60 – 79 ปี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาอายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3,

อายุระหว่าง 50 - 59 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7, อายุระหว่าง 40 - 49 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1 และ อายุระหว่าง 40 - 49 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รองลงมาที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3

อาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้เกษียณอายุ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 รองลงมามีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7, มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2, มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1, มีอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และอื่นๆ ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ 20,001 - 40,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 100,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7, 40,001 - 60,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9, ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4, 80,001 - 100,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 และ 60,001 - 80,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

5.2 ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพเพื่อหาแนวโน้มความสัมพันธ์ทางสถิติ

จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 313 คน ผู้วิจัยเจาะจงวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 การคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้ข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ นำเสนอผ่านตารางจำนวนร้อยละดังนี้

ตารางที่ 5.2 จำนวนและค่าร้อยละ กลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตาม พฤติกรรมการท่องเที่ยวทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
สนใจ เข้าพักโรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี	สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ	220	70.3
	ไม่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ	22	7.0
ไม่สนใจ เข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี		71	22.7
รวม		313	100.0

จากตาราง 5.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 ซึ่งจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ทางสถิติ และลักษณะของนักท่องเที่ยวในส่วนต่อไป

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีแต่ไม่มีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และ กลุ่มตัวอย่างไม่มีความสนใจพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 ผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลมารวมวิเคราะห์ในส่วนต่อไป

5.2.2 การทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างตัวแปร

จากกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ จำนวน 220 คน ผู้วิจัยทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติระหว่างกลุ่มตัวแปรด้านลักษณะทางประชากร และ พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรม จากกลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีแล้วจำนวน 160 คน มีรายละเอียดดังนี้

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อของตัวแปรที่จะศึกษา ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

Sig (2-sided)	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้ (Chi-Square Tests) ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เขียนสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H₀: ตัวแปร 2 ตัวแปร ไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือ เป็นอิสระต่อกัน

H₁: ตัวแปร 2 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กัน หรือ ไม่เป็นอิสระต่อกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญของการทดสอบทางสถิติเป็น 0.05

เกณฑ์การตัดสินใจ คือ จะปฏิเสธสมมติฐาน H₀ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ถ้าค่า Sig ระหว่างตัวแปร 2 ตัว น้อยกว่า 0.05

โดยผลการนำเสนอความสัมพันธ์ผ่านตารางแสดงการทดสอบความสัมพันธ์ ดังนี้

ตารางที่ 5.3 การทดสอบความสัมพันธ์ทางสถิติ ระหว่าง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและ ลักษณะทางประชากร ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พฤติกรรมการท่องเที่ยว และพักค้างโรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี	ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง				
	เพศ	ช่วงอายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
	Chi-Square Tests (Sig)				
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	-	28.854*	-	-	-
		(0.025)			
จำนวนคืนที่เข้าพัก	8.299*	-	-	-	-
	(0.040)				
ค่าใช้จ่ายประมาณการ	-	-	-	-	-

พฤติกรรมการท่องเที่ยว และพักค้างโรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี	ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง				
	เพศ	ช่วงอายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
	Chi-Square Tests (Sig)				
ช่วงวันที่ท่องเที่ยว	-	27.021* (0.001)	-	39.872* (0.000)	-
ผู้ร่วมเดินทาง	-	37.005* (0.000)	-	28.278* (0.005)	-
พาหนะที่ท่านใช้เดินทาง	-	25.064* (0.015)	-	-	-

* มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- การทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตาราง 5.3 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล พฤติกรรมการท่องเที่ยว และ ประชากรศาสตร์ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความเป็นอิสระของสองตัวแปร (Chi-Square) มีค่า Sig (2-sided) ในการทดสอบ กลุ่มตัวอย่าง พบว่า

เพศ และ จำนวนคืนที่มาพัก มีค่า Sig ของการทดสอบความสัมพันธ์เท่ากับ 0.040 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ H_0 (ยอมรับ H_1) หมายความว่า เพศ และ จำนวนคืนที่มาพัก มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ช่วงอายุ และ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง มีค่า Sig ของการทดสอบความสัมพันธ์เท่ากับ 0.025 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ H_0 (ยอมรับ H_1) หมายความว่า ช่วงอายุ และ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ช่วงอายุ และ ช่วงวันที่ท่องเที่ยว มีค่า Sig ของการทดสอบความสัมพันธ์เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ H_0 (ยอมรับ H_1) หมายความว่า ช่วงอายุ และ ช่วงวันที่ท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ช่วงอายุ และ ผู้ร่วมเดินทาง มีค่า Sig ของการทดสอบความสัมพันธ์เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ H_0 (ยอมรับ H_1) หมายความว่า ช่วงอายุ และ ผู้ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ช่วงอายุ และ พาหนะที่ท่านใช้เดินทาง มีค่า Sig ของการทดสอบความสัมพันธ์เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ H_0 (ยอมรับ H_1) หมายความว่า ช่วงอายุ และ พาหนะที่ท่านใช้เดินทาง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อาชีพ และ ช่วงวันที่ท่องเที่ยว มีค่า Sig ของการทดสอบความสัมพันธ์เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ H_0 (ยอมรับ H_1) หมายความว่า อาชีพ และ ช่วงวันที่ท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

อาชีพ และ ผู้ร่วมเดินทาง มีค่า Sig ของการทดสอบความสัมพันธ์เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธ H_0 (ยอมรับ H_1) หมายความว่า อาชีพ และ ผู้ร่วมเดินทาง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ส่วนตัวแปรคู่อื่นที่เหลือ ไม่พบความสัมพันธ์

จากผลการศึกษานี้สามารถสรุปกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนี้

1. เพศ และ จำนวนคืนที่มาพัก
2. ช่วงอายุ และ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ช่วงวันที่ท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง และพาหนะที่ใช้เดินทาง
3. อาชีพ และ ช่วงวันที่ท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง

5.2.3 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ จำนวน 220 คน ซึ่งจำแนกตาม เพศ ช่วงอายุ การศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน โดยนำเสนอผ่านตารางจำนวนร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 5.4 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี และมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ที่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	57	25.9
	หญิง	163	74.1

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ที่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงอายุ	20-29 ปี	5	2.3
	30-39 ปี	46	20.9
	40-49 ปี	33	15.0
	50-59 ปี	47	21.4
	60-79 ปี	89	40.5
ระดับ การศึกษา	ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	93	42.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	127	57.7
อาชีพ	พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน	70	31.8
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	27	12.3
	ธุรกิจส่วนตัว	34	15.5
	นักเรียน / นักศึกษา	2	0.9
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	12	5.5
	เกษียณอายุ	71	32.3
	งานบริการ	4	1.8
ระดับรายได้ ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	16	7.3
	20,001 – 40,000 บาท	82	37.3
	40,001 – 60,000 บาท	69	31.4
	60,001 – 80,000 บาท	30	13.6
	80,001 – 100,000 บาท	13	5.9
	มากกว่า 100,000 บาท	10	4.5

จากตาราง 5.4 พบว่า

เพศ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 163 คน คิดเป็น ร้อยละ 74.1 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9

อายุ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นมีอายุระหว่าง 60 – 79 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาอายุระหว่าง 50 - 69 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4, อายุระหว่าง 30 - 39 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9, อายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ อายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3

อาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้เกษียณอายุ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมามีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8, มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5, มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3, มีอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และอื่นๆ ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4, 60,001 – 80,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6, ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3, 80,001 – 100,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และ มากกว่า 100,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ซึ่งจากการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ พบว่า เป็น “ผู้สูงอายุ” ที่มีอายุ 60 – 79 ปี จำนวนมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูลแบบเจาะจงกลุ่มผู้สูงอายุในส่วนตัวต่อไป

5.3 ผลวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมสอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในจังหวัดจันทบุรี

วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ จำนวน 89 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 40 จากกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ โดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ส่วน ดังนี้

5.3.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน

5.3.2 พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ จำแนกตาม จำนวนผู้ร่วมเดินทาง จำนวนคืนที่มาพัก ค่าใช้จ่ายประมาณการท่องเที่ยวต่อคนต่อทริป (Trip) ช่วงวันที่มา ผู้ร่วมเดินทาง และ พาหนะในการเดินทาง

5.3.3 รูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกและภายในโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุสนใจทำในจังหวัดจันทบุรี จำแนกตาม ลักษณะการทำกิจกรรม ได้แก่ สามารถไปทำเอง ให้โรงแรมบริการรถรับ-ส่ง และ ให้โรงแรมบริการจัดกิจกรรม

5.3.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ

นำเสนอผ่านตารางจำนวนร้อยละดังนี้

ตารางที่ 5.5 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากร

ลักษณะทางประชากร ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	28	31.5
	หญิง	61	68.5
ระดับ การศึกษา	ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	43	48.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	46	51.7
อาชีพ	พนักงาน / ลูกจ้างเอกชน	8	9.0
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	1	1.1
	ธุรกิจส่วนตัว	6	6.7
	แม่บ้าน / พ่อบ้าน	5	5.6
	เกษียณอายุ	66	74.2
	งานบริการ	3	3.4
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	20	22.5
	20,001 – 40,000 บาท	34	38.5
	40,001 – 60,000 บาท	14	15.7
	60,001 – 80,000 บาท	4	4.5
	80,001 – 100,000 บาท	2	2.2
	มากกว่า 100,000 บาท	15	16.9

จากตาราง 5.5 พบว่า

เพศ ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

ระดับการศึกษา ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมามีการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3

อาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นผู้เกษียณอายุ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมามีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0, มีอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 และอื่นๆ ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่คือ 20,001 – 40,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5, มากกว่า 100,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9, 40,001 – 60,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และอื่นๆ ตามลำดับ

5.3.2 พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ

นำเสนอผ่านตารางจำนวนร้อยละดังนี้

ตารางที่ 5.6 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ จำแนกตาม พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี

พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
จำนวน ผู้ร่วมเดินทาง	1 คน	4	5.6
	2-4 คน	20	28.2
	5-10 คน	42	59.2
	10 คน ขึ้นไป	4	5.6
	จำไม่ได้	1	1.4
จำนวนคืน ที่มาพัก	1 คืน	26	36.6
	2 คืน	42	59.2
	3 - 4 คืน	2	5.6
	พักบ้านตัวเอง	1	1.4
ค่าใช้จ่าย ท่องเที่ยวต่อ คนต่อทริป	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท	8	9.0
	2,001 – 4,000 บาท	33	37.0
	4,001 – 6,000 บาท	28	31.5
	6,001 – 8,000 บาท	12	13.5
	8,001 – 10,000 บาท	6	6.7
	มากกว่า 10,000 บาท	2	2.3

พฤติกรรมกรเข้าพักรงแรมในจังหวัดจันทบุรี ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ		ผู้ตอบแบบสอบถาม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงวันที่มา	วันธรรมดา	40	56.3
	วันเสาร์-อาทิตย์	27	38.0
	วันหยุดเทศกาล (วันหยุดติดต่อกัน)	4	5.6
ผู้ร่วมเดินทาง	ครอบครัว / ญาติ	25	35.2
	เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน	46	64.8
พาหนะในการเดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	44	62.0
	รถตู้เช่า	24	33.8
	อื่นๆ	3	4.2

จากตาราง 5.6 พบว่า

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ 5 - 10 คน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมามีผู้ร่วมเดินทาง 2 - 4 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และอื่นๆ ตามลำดับ

จำนวนคืนที่มาพัก ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ 2 คืน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมา 1 คืน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 และอื่นๆ ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายประมาณการท่องเที่ยวต่อคนต่อทริป (รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าของและอื่นๆ) ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายที่ 2,001 - 4,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมามีค่าใช้จ่ายที่ 4,001 - 6,000 บาทจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5, มีค่าใช้จ่ายที่ 6,001 - 8,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และอื่นๆ ตามลำดับ

ช่วงวันที่มา ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ วันธรรมดา จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา คือ วันเสาร์ - อาทิตย์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 38. และ วันหยุดเทศกาล (วันหยุดติดต่อกัน) จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

ผู้ร่วมเดินทาง ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาเป็น ครอบครัว / ญาติ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 ตามลำดับ

พาหนะในการเดินทาง ของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่ คือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาเดินทางโดยรถตู้เช่า จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8, และอื่นๆ ตามลำดับ

5.3.3 รูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกและภายในโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่าง ผู้สูงอายุสนใจทำในจังหวัดจันทบุรี

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลของรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกและภายในโรงแรมที่
กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุสนใจทำในจังหวัดจันทบุรีโดย จำแนกตาม ลักษณะการทำกิจกรรม ได้แก่

- 1) สามารถไปทำเอง
- 2) ให้โรงแรมบริการรับ-ส่ง
- 3) ให้โรงแรมบริการจัดกิจกรรม

นำเสนอผ่านตารางแสดงจำนวนดังนี้

ตารางที่ 5.7 จำนวนของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอก และภายใน
โรงแรม จำแนกตาม ลักษณะการทำกิจกรรม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รูปแบบกิจกรรมที่สนใจ		ลักษณะการทำกิจกรรม		
		สามารถไปทำ เองได้	ให้โรงแรม จัดรับ-ส่ง	ให้โรงแรม จัดกิจกรรม
		จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)
กิจกรรม ภายนอก โรงแรม	เดินชมเมือง	62	11	3
	เดินชมธรรมชาติ	55	19	10
	เดิน/วิ่งออกกำลังกายบนชายหาด	51	3	4
	วิ่งมาราธอน	11	3	9
	ขี่จักรยานแบบกลุ่ม	14	5	13
	เดินทางขึ้นเขา คิซมกุฎ	24	10	12
	เดินทางขึ้นเขา ผาหินกูบ	15	10	9
	กิจกรรมวิถีชุมชน	17	19	22
	กิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์	20	13	26
	กิจกรรมผจญภัย	3	7	17
	พายซันบอร์ดหรือคายัค	4	5	16
	เล่นทะเล/พักผ่อนบนชายหาด	38	5	10
	การเข้าร่วมคอร์สนั่งสมาธิ	13	5	15
	โยคะ ริมหาด	7	6	16

รูปแบบกิจกรรมที่สนใจ		ลักษณะการทำกิจกรรม		
		สามารถไปทำ เองได้	ให้โรงแรม จัดรถรับ-ส่ง	ให้โรงแรม จัดกิจกรรม
		จำนวน (คน)	จำนวน (คน)	จำนวน (คน)
กิจกรรม ภายใน โรงแรม	ว่ายน้ำ/เล่นน้ำในสระน้ำเกลือ	18	5	13
	ออกกำลังกายในสระน้ำ	11	2	19
	ทานอาหาร/เครื่องดื่มสุขภาพ	43	5	16
	นวดไทย/นวดน้ำมันหอม ระเหย	15	6	20
	สปาด้วยสมุนไพรท้องถิ่น	10	7	17

จากตาราง 5.7

การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุสนใจ พบว่า

รูปแบบกิจกรรมภายนอกโรงแรม

สนใจไปทำด้วยตัวเองมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เดินชมเมือง จำนวน 62 คน รองลงมา คือ เดินชมธรรมชาติ จำนวน 55 คน และ เดิน/วิ่งออกกำลังกายบนชายหาด จำนวน 51 คน ตามลำดับ

สนใจให้โรงแรมบริการเฉพาะรถรับ-ส่งมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ เดินชมธรรมชาติ และ กิจกรรมวิถีชุมชน จำนวน 19 คน เท่ากัน รองลงมา คือ กิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์ จำนวน 13 คน และ เดินชมเมือง จำนวน 11 คน ตามลำดับ

สนใจให้โรงแรมบริการจัดกิจกรรมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ กิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์ จำนวน 26 คน เท่ากัน รองลงมา คือ กิจกรรมวิถีชุมชน จำนวน 22 คน และ กิจกรรมผจญภัย จำนวน 17 คน ตามลำดับ

รูปแบบกิจกรรมภายในโรงแรม

สนใจไปทำด้วยตัวเองมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ทานอาหาร/เครื่องดื่มสุขภาพ จำนวน 43 คน รองลงมา คือ ว่ายน้ำ/เล่นน้ำในสระน้ำเกลือ จำนวน 18 คน และ นวดไทย/นวดน้ำมันหอมระเหย จำนวน 15 คน ตามลำดับ

สนใจให้โรงแรมบริการเฉพาะรถรับ-ส่งมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ สปาด้วยสมุนไพรท้องถิ่น จำนวน 7 คน เท่ากัน รองลงมา คือ นวดไทย/นวดน้ำมันหอมระเหย จำนวน 6 คน และ ทานอาหาร/เครื่องดื่มสุขภาพ และ ทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 5 คน เท่ากัน ตามลำดับ

สนใจให้โรงแรมบริการจัดกิจกรรมมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ นวดไทย/นวดน้ำมันหอมระเหย จำนวน 20 คน เท่ากัน รองลงมา คือ ออกกำลังกายโรบิคในสระน้ำ จำนวน 19 คน และ สปาด้วยสมุนไพรท้องถิ่น จำนวน 17 คน ตามลำดับ



บทที่ 6

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมต่อการเข้าพักโรงแรมที่มีการนำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพมาปรับใช้ กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าพักโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างผู้สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ และมีแนวโน้มเข้าพักโรงแรมจังหวัดจันทบุรี โดยสรุปผลร่วมกับข้อมูลด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสุขภาพในโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงธุรกิจโรงแรมแก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ทั้งในด้านลักษณะของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเข้าพักโรงแรม และ รูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างสนใจให้โรงแรมบริการ โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 313 คน นำมาวิเคราะห์ข้อมูลแบบสองทาง (Crosstab) เพื่อให้ได้ข้อมูลอุปสงค์การท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

6.1 สรุปผลการวิจัย

จากคำถามในงานวิจัยเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรม รวมถึงรูปแบบกิจกรรมในจังหวัดจันทบุรีที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างสนใจให้โรงแรมบริการแบ่งการสรุปผลเป็น 3 ส่วน ดังนี้

6.1.1 สรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

6.1.2 สรุปผลการทดสอบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

6.1.3 สรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

6.1.1 สรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 313 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 60 – 79 ปี มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี เป็นผู้เกษียณอายุ และมีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน จำนวนใกล้เคียงกัน มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท ซึ่งสามารถอ้างอิงแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของจำนวนและอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จากศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2560 - 2561³³ (ตารางที่ 2.2)

³³ ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, รายงานสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปีพ.ศ. 2560 - 2561 จำนวนก ตาม เพศ, <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/11853>

อย่างไรก็ตามข้อมูลของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่กล่าวมาในข้อ 6.1.1 ยังไม่มีการกล่าวถึงความสนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี และด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบลงลึก ผู้วิจัยจึงได้ทำการนำเสนอผลสรุปข้อมูลในบริบทของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่สนใจการทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ มีรายละเอียดดังนี้

6.1.2 สรุปผลการทดสอบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

จากงานวิจัยพบตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรจำนวน 3 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกันอย่างมีนัยสำคัญ กับตัวแปรด้านพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรม ได้แก่ 1) เพศ มีความสัมพันธ์กับจำนวนคืนที่มาพัก 2) ช่วงอายุ มีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ช่วงวันท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง และพาหนะที่ใช้เดินทาง 3) อาชีพ มีความสัมพันธ์กับช่วงวันท่องเที่ยว และผู้ร่วมเดินทาง โดยตัวแปรอื่นในงานวิจัยนอกจากนี้ไม่พบความสัมพันธ์กัน อย่างไรก็ตามผู้ที่สนใจสามารถนำตัวแปรทั้ง 3 ตัวที่กล่าวมาข้างต้นไปใช้วิเคราะห์หรือคาดการณ์ข้อมูลเชิงสถิติที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีต่อไปในอนาคตได้

6.1.3 สรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่สนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพจำนวน 220 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 60 – 79 ปี มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี เป็นผู้เกษียณอายุ และมีอาชีพพนักงาน / ลูกจ้างเอกชน จำนวนใกล้เคียงกัน รายได้ต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่าง “ผู้สูงอายุ” มีจำนวนมากที่สุดอย่างมีนัยยะสำคัญ ซึ่งสามารถอ้างอิงแนวโน้มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ จากศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2560 – 2561³⁴ (ตารางที่ 2.3) ที่แสดงอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งเป็น มากขึ้นถึงร้อยละ 23.05 จากปี พ.ศ. 2560

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี เกษียณอายุแล้วแต่ยังมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 40,000 บาท ซึ่งเป็นอัตรารายได้หลังการเกษียณอายุทั่วไป สำหรับพฤติกรรมการเข้าพักโรงแรมส่วนใหญ่เดินทางพร้อมกลุ่มเพื่อน จำนวนรวมทั้งหมด 6 - 11 คน โดยมาท่องเที่ยวพักโรงแรม 3 วัน 2 คืน ช่วงวันธรรมดา เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายประมาณการท่องเที่ยว

³⁴ ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, รายงานสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปีพ.ศ. 2560 - 2561 จำแนกตาม ช่วงอายุ, <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/11853>

(รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าของ และอื่นๆ) 2,001 – 4,000 บาท ต่อคน สอดคล้องกับ ข้อมูลนักท่องเที่ยวจาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี พ.ศ. 2562 (ตารางที่ 3.1) ด้านพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดจันทบุรี โดยมีวันท่องเที่ยวเฉลี่ย 2 - 3 วัน มี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,925.30 บาท ต่อคน ต่อวัน ซึ่งสรุปได้ว่ากลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีเนื่องจากมีเวลาท่องเที่ยวหลายวัน เดินทางพร้อมกันจำนวน หลายคน โดยมีเงินและความสามารถในการใช้จ่ายในระดับหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมีความสนใจให้โรงแรมบริการกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอก โรงแรม โดยมีความสนใจกิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์มากที่สุด ซึ่งเป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่เป็นจุดขาย ของจังหวัดจันทบุรี มีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุเนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ต้องมีคนดูแลคอยบริการนำ เทียว ผู้สูงอายุสามารถร่วมทำกิจกรรมเป็นหมู่คณะกับเพื่อนหรือครอบครัว ทำให้สามารถจ่ายเงินได้ ถูกลงเพื่อใช้บริการ สอดคล้องกับช่วงรายได้ของผู้สูงอายุที่กล่าวมาข้างต้น กิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์ สามารถแบ่งเป็นกิจกรรมย่อยหลายรูปแบบผู้สูงอายุทำแล้วไม่น่าเบื่อ เช่น การนั่งเรือชมป่าชายเลน การเดินเล่นบนทะเลแหวก การให้อาหารนกเหยี่ยวแดง รวมไปถึงการรับประทานอาหารทะเลที่สด และมีคุณภาพ เป็นต้น ซึ่งโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีบางแห่งมีการให้บริการนำเที่ยวทำ กิจกรรมโฮมสเตย์ โดยส่วนใหญ่เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ติดแม่น้ำในพื้นที่อำเภอเมืองหรือติดทะเลในอำเภอ ทำใหม่ โดยสามารถนำเรือบริการพานักท่องเที่ยวออกไปทำกิจกรรมได้

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุยังมีความสนใจให้โรงแรมบริการรถรับ-ส่ง โดยมีความสนใจ กิจกรรมเดินชมธรรมชาติ เช่น สวนผลไม้ ป่าชายเลน เป็นต้น และ กิจกรรมวิถีชุมชน ซึ่งกิจกรรมทั้ง สองรูปแบบเป็นกิจกรรมที่เป็นจุดขายของจังหวัดและมีความเหมาะสมกับผู้สูงอายุเช่นกัน เนื่องจาก เป็นรูปแบบกิจกรรมที่มีการใช้กำลังกายในระดับที่ไม่หนักจนเกินไป ผู้สูงอายุคุ้นเคยจากการทำ กิจกรรมรูปแบบนี้ในชีวิตประจำวัน เช่น การเดินระยะสั้นเพื่อเที่ยวชมสวนเงาะ การร่วมทำกิจกรรม กับคนในชุมชน เช่น การกวนทุเรียน หรือทอดเสือก เป็นต้น อย่างไรก็ตามโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัด จันทบุรีเป็นส่วนน้อยที่มีบริการรถรับ-ส่ง ไป ณ สถานที่ทำกิจกรรมเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางมาเองด้วยรถยนต์ส่วนตัว

เมื่อกลับเข้าโรงแรมกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุมีความสนใจให้โรงแรมบริการ กิจกรรมนวดไทย หรือนวดน้ำมันหอมระเหยมากที่สุด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องกับวัยของผู้สูงอายุที่ชื่นชอบการนวด ภายหลังการเดินทางท่องเที่ยวทำกิจกรรมมาตลอดวัน ซึ่งโรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่ไม่มีพื้นที่เฉพาะ สำหรับให้บริการนวดไทยภายในโรงแรม โดยเน้นการติดต่อหมอนวดจากภายนอกโรงแรมมาบริการ มากกว่า

อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังคงต้องการทำกิจกรรมรูปแบบต่างๆได้ด้วยตัวเอง (ตาราง 5.7) เนื่องจากยังมีกำลังในการท่องเที่ยว สามารถขับรถเอง จึงทำให้สามารถวางแผนการท่องเที่ยวกันเองกับกลุ่มเพื่อนได้ โดยกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกโรงแรมที่สนใจไปทำเองมากที่สุด 3 อันดับแรก เป็นกิจกรรมเดินชมแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด ได้แก่ การเดินชมเมือง เช่น ชุมชนริมน้ำจันทบูร ตลาดพลอย เป็นต้น การเดินชมสถานที่ที่ธรรมชาติ เช่น สวนผลไม้ท้องถิ่น โครงการอนุรักษ์ป่าชายเลนอ่าวคุ้งกระเบน อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิ้ว เป็นต้น และการทำกิจกรรมทางกายแบบไม่หนักบนขาหัด เช่น การเดิน หรือวิ่งออกกำลังกาย เป็นต้น ในส่วนของกิจกรรมภายในโรงแรมที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุให้ความสนใจมากที่สุด คือ การทานอาหาร/เครื่องดื่มสุขภาพ ด้วยตัวเองจากร้านอาหารท้องถิ่นนอกโรงแรม

จากข้อ 6.1.1 ถึง 6.1.3 ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นถึงโอกาสและความเป็นไปได้ของกลุ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในจันทบุรี หรือ Demand of Wellness Tourism โดยมีประเด็นที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะของเศรษฐกิจเชิงสังคม (Socio Economic) ของประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีทั้งเวลา และมีความต้องการจะจ่ายเพื่อใช้บริการโรงแรม (Willing to Buy) และมีอำนาจซื้อ (Ability to Pay) อีกด้วย

2. กลุ่มผู้สูงอายุที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีมีความสนใจให้โรงแรมบริการกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกสถานที่ โดยเน้นกิจกรรมที่ใช้กำลังกายในระดับที่ไม่หนักจนเกินไป ในลักษณะที่ทำกับกลุ่มเพื่อนเป็นหมู่คณะ เช่น การนำเที่ยวพร้อมทำกิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์ (Homestay) การบริการขนส่งเพื่อไปเดินชมสถานที่ท่องเที่ยวตามทำธรรมชาติ สวนผลไม้ ทะเล ชายหาด รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนท้องถิ่น โดยเมื่อกลับเข้าที่พักผู้สูงอายุก็มีความต้องการให้โรงแรมมีบริการการนวดไทยหรือนวดน้ำมันหอมระเหยไว้รองรับ ซึ่งโรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีบางแห่งเท่านั้นที่มีการจัดบริการนำเที่ยวหรือพื้นที่นวดภายในโรงแรมไว้รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. ตลาดของผู้สูงอายุที่วางแผนท่องเที่ยวทำกิจกรรมด้วยตัวเองมีอยู่และเป็นตลาดขนาดใหญ่ในจังหวัดจันทบุรี ยกตัวอย่างเช่น การเดินทางท่องเที่ยวในตัวเมือง ตามแหล่งธรรมชาติใกล้ที่พัก รวมถึงการเดินทางไปรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจากร้านอาหารท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุกลุ่มนี้ยังไม่ถูกนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพทางการตลาดโดยผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กในพื้นที่

6.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

6.2.1 ด้านผู้ประกอบการ

6.2.1.1 จากงานวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความสนใจให้โรงแรมบริการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโฮมสเตย์ภายนอกโรงแรม และสนใจให้โรงแรมบริการรถรับ-ส่งเพื่อไปเดินเที่ยวชมธรรมชาติ หรือ ทำกิจกรรมกับชุมชนท้องถิ่น ซึ่งหากโรงแรมไม่มีบริการนำเที่ยวทำกิจกรรมโฮมสเตย์หรือบริการรถรับ-ส่งไปทำกิจกรรมนอกสถานที่ ควรสร้างความร่วมมือกันเพื่อบริการกิจกรรมแก่นักท่องเที่ยว ระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ ได้แก่

1. ผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็ก (Hotelier)
2. บริษัทจัดการ ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Company or DMC)
3. ผู้ประกอบการรถรับ-ส่งสาธารณะ (Local Mobility Services)

โดยผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็กควรมีการดำเนินการร่วมกับบริษัทนำเที่ยว หรือกลุ่มผู้ให้บริการรถประจำทางท้องถิ่น ในลักษณะการจัดจ้างงานจากภายนอก (Outsourcing) และประสานงานแบบโครงข่าย (Networking) เพื่อบริการและอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกโรงแรมได้อย่างเป็นมาตรฐาน มีความปลอดภัย และสะดวกสบาย

6.2.1.2 จากงานวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความสนใจให้โรงแรมบริการนวดไทยหรือนวดน้ำมันหอมระเหยภายในโรงแรม ซึ่งโรงแรมขนาดเล็กที่มีพื้นที่สำหรับบริการนวดไทยอยู่แล้วก็สามารถส่งเสริมการทำกิจกรรมร่วมกับการขายห้องพักได้ แต่สำหรับโรงแรมที่ไม่มีสามารถดำเนินการโดย 2 วิธี ได้แก่

1. ปรับปรุงหรือต่อเติม (Renovation) พื้นที่ภายในโรงแรมเพื่อเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการประเภทนวดไทย
2. ปลดปล่อยเช่าพื้นที่ (Area for Rent) ภายในโรงแรมแก่ผู้ประกอบการประเภทนวดไทยที่สนใจ

6.2.1.3 จากงานวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความสนใจทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพด้วยตัวเอง เช่น เดินชมเมือง ธรรมชาติ ออกกำลังกายง่ายบนชายหาด และรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพท้องถิ่น โดยผู้สูงอายุกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มีจำนวนมากอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตามอุปสงค์ความต้องการทำกิจกรรมดังกล่าวมีจำนวนมากและเป็นโอกาสที่นำมาปรับใช้กับการตลาดของโรงแรมเพื่อขายแก่กลุ่มผู้สูงอายุได้ โดยผู้ประกอบการสามารถการนำเสนอการขายห้องพักพร้อมบริการเสริมเพื่อทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพใน 2 ลักษณะ ได้แก่

1. นำเสนอห้องพักและบริการทำกิจกรรมที่มีคุณภาพเท่ากันแต่มีราคาที่ถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการวางแผนท่องเที่ยวทำกิจกรรมด้วยตัวเอง

2. นำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวในราคาเท่ากันแต่ได้ห้องพักและบริการทำกิจกรรมที่มีคุณภาพดีกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการวางแผนท่องเที่ยวทำกิจกรรมด้วยตัวเอง

ทั้งนี้หากผู้ประกอบการสามารถปรับพื้นที่โรงแรม หรือบริการเพื่อรองรับกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ก็จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้สูงอายุมาเข้าพักที่โรงแรมขนาดเล็กในจังหวัดจันทบุรีได้

6.2.2 ด้านภาครัฐ

6.2.2.1 จากงานวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมีความสนใจให้โรงแรมบริการจัดกิจกรรมนำเที่ยว และบริการรถรับ-ส่งภายนอกโรงแรม ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอยู่และมีแนวโน้มที่จะขยายขนาดขึ้นในอนาคต ดังนั้นภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญอย่างมากในด้านความปลอดภัยของระบบขนส่ง (Mobility Services) นักท่องเที่ยวภายในจังหวัดจันทบุรี ควรมีการจัดการดังนี้

1. จัดทำระบบบริการร่วมกับ กลุ่มบริษัทนำเที่ยว หรือ กลุ่มบริการรถประจำทางท้องถิ่น โดยทำให้เป็นมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวทำกิจกรรมและเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้

2. ภาครัฐควรลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) และโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ของระบบ Augmented Reality (AR) ซึ่งเป็นการนำวัตถุเสมือนมาใช้กับโลกแห่งความเป็นจริง และ Virtual Reality (VR) ซึ่งเป็นการจำลองโลกเสมือนแยกออกจากโลกแห่งความเป็นจริง มาปรับใช้และเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการด้านระบบขนส่งนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุอย่างปลอดภัย และป้องกันการโกงราคาบริการ

ซึ่งการจะดำเนินการดังกล่าวมาข้างต้นได้ภาครัฐต้องมีการรวบรวมข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี (Demand) และ ผู้ประกอบการโรงแรมโรงแรมขนาดเล็ก รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ (Supply) ซึ่งสามารถพัฒนาระบบโดยต่อยอดจากฐานข้อมูลเดิมของ ททท. เช่น ระบบจองห้องพัก หรือสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโรงแรม เป็นต้น โดยใช้งบประมาณภาครัฐที่มีนโยบายสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็น Medical and Wellness Tourism ที่กำหนดให้พื้นที่ในการจัดสร้าง Wellness City ในจังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำที่มีพื้นที่ติดชายทะเล ซึ่งจังหวัดจันทบุรีมีความเหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญดังที่กล่าวมาในงานวิจัย

6.3 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยต่อไป

6.3.1 งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุที่อยู่นอกตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ไม่ได้กล่าวถึงในงานวิจัยนี้เพื่อชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการดึงกลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มอื่นให้เข้ามาในตลาดการท่องเที่ยวทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพได้

6.3.2 งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุที่สนใจไปท่องเที่ยวทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีโดยมีการจัดแผนและเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองโดยไม่พึ่งบริษัททัวร์ หรือโรงแรม ซึ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่ซ่อนอยู่ (Hidden Market) และยังไม่มีการกล่าวถึงในข้อมูลเชิงลึก

6.3.3 งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะความต้องการของนักท่องเที่ยว (Demand) ด้านรูปแบบกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุสนใจทำ ยังไม่ได้ศึกษาเรื่องต้นทุนและราคาในการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการเชิงสุขภาพ ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาด้านต้นทุนและราคาของกิจกรรมประเภทดังกล่าวโดยเปรียบเทียบกับราคาของบริษัททัวร์หรือการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

6.3.4 งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะความต้องการของนักท่องเที่ยว (Demand) ยังไม่ได้ศึกษาเรื่องความคุ้มค่าในการลงทุน (Feasibility Study) ดังนั้น ก่อนนำไปปรับใช้จริงกับผู้ประกอบการควรมีการศึกษาด้านความคุ้มค่าในการลงทุนประกอบกันไปด้วย

6.3.5 หากมีการศึกษาความคุ้มค่าในการลงทุนแล้ว จึงจะสามารถทำการศึกษาด้านการลงทุนเพื่อก่อสร้าง (Construction Cost) หรือปรับปรุงพื้นที่ (Renovation Cost) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการด้านกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจ. จำนวนนิติบุคคลประเภทธุรกิจโรงแรมที่เลิกกิจการมกราคม พ.ศ. 2563 – มีนาคม พ.ศ. 2564. 2564, แหล่งที่มา: <https://www.dbd.go.th> [15 เมษายน 2564]
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย รายจังหวัด ปีพ.ศ. 2559–2564 [ออนไลน์]. 2564, แหล่งที่มา: <https://www.mots.go.th>[15 เมษายน 2564]
- กองข้อมูลธุรกิจ. ธุรกิจเด่นประจำเดือน พ.ย. 60 โดย DBD ธุรกิจด้านสุขภาพ [ออนไลน์]. 2564, แหล่งที่มา: <https://dbd.go.th>[15 เมษายน 2564]
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ [ออนไลน์]. 2564, แหล่งที่มา: <https://www.cm.mahidol.ac.th>[15 เมษายน 2564]
- ชลดา แสнцаเรื่อง และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. ปัจจัยที่ผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว:กรณีศึกษาการท่องเที่ยวในจังหวัดเลย. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ ปีที่ 3 4 (ตุลาคม – ธันวาคม 2556): 223
- ณัฐวรดี คณิตินสุทธิทอง. ความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช, 2560.
- ณัฐกานต์ ไรจนุตมะ. ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ธนาภา พรประทานเวชน. แนวทางการพัฒนาโรงแรมขนาดเล็ก เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา การปรับปรุงตึกแถวในอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558.
- นพ.ธานินทร์ สนะรักษ์. Wellness Hotel, eTAT Tourism Journal 2011 Vol1 (2554): 36-39.
- นรินทร์สิริ เชียงพันธ์. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต คณะการจัดการท่องเที่ยว, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2560.
- นฤมล รัตน์ไพจิตร, ราตรี เขียวรอดและตรีวันนัท เนื่องอุทัย. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้สูงอายุจังหวัดนครศรีธรรมราช. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 2561.
- นิถมน คำเอี่ยม. แนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.

- วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2553.
เนาวรัตน์ พลายน้อยและคนอื่นๆ. พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
จังหวัดนครปฐม: โรงพิมพ์สถาบันพัฒนาการ : สาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล
ศาลายา, 2538.
- ปัทมา ตันติเวชกุล. โครงการศึกษาแนวทางการพัฒนาบริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ.
จุลสารการท่องเที่ยวปีที่ 22 2 (เมษายน-มิถุนายน 2546): 48-53.
- ผู้จัดการออนไลน์. “เปิดวิสัยทัศน์ “รัฐมนตรีเมืองรอง” วีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ชู “จันทบุรี” ขึ้นแทน
“ต้นแบบเมืองรอง”. 2561, แหล่งที่มา: <https://mgronline.com>[21 กันยายน 2563]
- แผนพัฒนาจังหวัดจันทบุรี พ.ศ. 2561-2565. การท่องเที่ยว, จังหวัดจันทบุรี: (ม.ป.ท.), (ม.ป.ป.).
- พัชรกร กนิษฐะสุนทร. การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวแบบ Green Tourism ของผู้อาศัย
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะเศรษฐศาสตร์,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559.
- พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 มาตราที่ 4. ราชกิจจานุเบกษา 2 (30 ตุลาคม 2547): 2.
ภัทรพล จึงสมเจตไพศาลและคนอื่นๆ. รายงานสรุปผลการดำเนินงานตามนโยบายการพัฒนา
ประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพ นานาชาติ (Medical Hub) ปีงบประมาณ พ.ศ.2559:
กรุงเทพฯ: (ม.ป.ท.), (ม.ป.ป.).
- สาธารณสุข, กระทรวง. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็น
ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569): กรุงเทพฯ: กรม
สนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2559.
- รัฐภัทร์ ธนภัทรธีรานันท์. รูปแบบโรงแรมเพื่อสุขภาพในเกาะสมุย. วิทยานิพนธ์ปริญญา
โทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์
แผน ก แบบ ก 2, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2561.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. รายงานสถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศ
ไทย จำแนกตาม ลักษณะทางประชากร. 2564 ,แหล่งที่มา: [https://intelligencecen
ter.tat.or.th](https://intelligencecenter.tat.or.th)[15 เมษายน 2564]
- รายงานระบบโรงแรม. รายชื่อและจำนวนโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี, 2564 ,แหล่งที่มา: [https://
dpa.dopa.go.th](https://dpa.dopa.go.th)[24 เมษายน 2564]
- วรรณ วังษานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
145.
- สวนดุสิตโพล. การดูแลสุขภาพของคนไทยในปี 2020. 2564, แหล่งที่มา: [https://suan
dusitpoll.dusit.ac.th](https://suan
dusitpoll.dusit.ac.th)[15 เมษายน 2564]

Global Wellness Institute. Global Wellness Economy Monitor, October 2015. [Online]. 2015 Available from <https://globalwellnessinstitute.org> [13 April 2020]

Global Wellness Institute. Global Wellness Economy Monitor, October 2018. [Online]. 2015 Available from <https://globalwellnessinstitute.org> [13 April 2020]

Global Wellness Institute. Wellness Definitions. Available from <https://globalwellnessinstitute.org> [13 April 2020]

Global Wellness Institute. Wellness Evidence. Available from <https://globalwellnessinstitute.org> [13 April 2020]

We are Social and Hootsuite. Ecommerce growth by category Digital 2021: THAILAND. Available from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-thailand> [19 April 2020]





ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ข้อ	รายละเอียด	คำตอบ
8.	ช่วงเวลา ที่ท่านสนใจท่องเที่ยว และ พักโรงแรมในจันทบุรี ครั้งล่าสุด	<input type="radio"/> พ.ย. - ก.พ. (ฤดูหนาว) <input type="radio"/> มี.ค. - มิ.ย. (ฤดูร้อน) <input type="radio"/> ก.ค. - ต.ค. (ฤดูฝน)
9.	จำนวนวัน ที่พักค้างคืนโรงแรมในจันทบุรี ครั้งล่าสุด	<input type="radio"/> 1 คืน <input type="radio"/> 2 คืน <input type="radio"/> 3-4 คืน <input type="radio"/> อื่น ๆ (ระบุ)
10.	ช่วงวัน ที่พักค้างคืนโรงแรมในจันทบุรี ครั้งล่าสุด	<input type="radio"/> วันธรรมดา <input type="radio"/> วันเสาร์ - อาทิตย์ <input type="radio"/> วันหยุดเทศกาล (วันหยุดติดต่อกัน) <input type="radio"/> อื่น ๆ (ระบุ)
11.	ผู้ร่วมเดินทาง มาพักค้างคืนโรงแรมในจันทบุรี ครั้งล่าสุด	<input type="radio"/> คู่รัก/แฟน <input type="radio"/> ครอบครัว/ญาติ <input type="radio"/> เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน <input type="radio"/> อื่น ๆ (ระบุ)
12.	จำนวนผู้ร่วมเดินทาง มาพักค้างคืนโรงแรมในจันทบุรี ครั้งล่าสุด	<input type="radio"/> 1 คน <input type="radio"/> 2-4 คน <input type="radio"/> 5-10 คน <input type="radio"/> อื่น ๆ (ระบุ)
13.	พาหนะที่ท่านใช้เดินทางท่องเที่ยวจันทบุรี ครั้งล่าสุด	<input type="radio"/> รถยนต์ส่วนตัว <input type="radio"/> เช่ารถตู้ <input type="radio"/> รถโดยสารประจำทาง <input type="radio"/> รถโดยสารท้องถิ่น <input type="radio"/> อื่นๆ (ระบุ)
14.	ค่าใช้จ่ายประมาณการ สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในจันทบุรี ต่อทริปต่อคน (รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าซื้อของ และอื่นๆ) ครั้งล่าสุด	<input type="radio"/> ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท <input type="radio"/> 2,001 - 4,000 บาท <input type="radio"/> 4,001 - 6,000 บาท <input type="radio"/> 6,001 - 8,000 บาท <input type="radio"/> 8,001 - 10,000 บาท <input type="radio"/> มากกว่า 10,000 บาท (เสร็จแล้ว ข้ามไป ข้อ16.)

15A. ท่านคิดว่าปัจจัยเสริมในข้อใด มีผลให้ท่านเปลี่ยนมาสนใจท่องเที่ยวและ**พักค้างคืนโรงแรมในจันทบุรี** มากที่สุด

- | | |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> รูปแบบ/บรรยากาศ ภายในโรงแรม | <input type="radio"/> ราคาห้องพัก |
| <input type="radio"/> รูปแบบการบริการ/กิจกรรม ภายในโรงแรม | <input type="radio"/> ความสะดวกในการเดินทาง |
| <input type="radio"/> แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมในจังหวัดที่น่าสนใจ | <input type="radio"/> โปรโมชันส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐฯ |
| <input type="radio"/> อื่นๆ (ระบุ) | <input type="radio"/> "ไม่สนใจ" แม้มีปัจจัยเสริม (ให้จบแบบสอบถาม) |
- (เสร็จแล้ว ข้ามไป ข้อ15C.)**

15B. ท่านคิดว่าปัจจัยเสริมในข้อใด มีผลให้ท่านเปลี่ยนมาสนใจท่องเที่ยวและ**พักค้างคืนโรงแรมในจันทบุรี** มากที่สุด

- | | |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> รูปแบบ/บรรยากาศ ภายในโรงแรม | <input type="radio"/> ราคาห้องพัก |
| <input type="radio"/> รูปแบบการบริการ/กิจกรรม ภายในโรงแรม | <input type="radio"/> ความสะดวกในการเดินทาง |
| <input type="radio"/> แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรมในจังหวัดที่น่าสนใจ | <input type="radio"/> โปรโมชันส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐฯ |
| <input type="radio"/> อื่นๆ (ระบุ) | <input type="radio"/> "ไม่สนใจ" แม้มีปัจจัยเสริม (ให้จบแบบสอบถาม) |
- (เสร็จแล้วทำ ข้อ15C.)**

15C. ช่วงเวลา ที่ท่านสนใจท่องเที่ยว และ พักค้างคืนโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี

- | | | |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <input type="radio"/> พ.ย. - ก.พ. (ฤดูหนาว) | <input type="radio"/> มี.ค. - มิ.ย. (ฤดูร้อน) | <input type="radio"/> ก.ค. - ต.ค. (ฤดูฝน) |
|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------------------------------|

15D. ประมาณการค่าใช้จ่าย สำหรับเดินทางท่องเที่ยว และ พักค้างคืนโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี ต่อทริป ต่อคน (รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าของ และอื่นๆ)

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท 2,001 – 4,000 บาท
 4,001 – 6,000 บาท 6,001 – 8,000 บาท
 8,001 – 10,000 บาท มากกว่า 10,000 บาท

16. ท่าน ชอบ/สนใจ “กิจกรรม” พร้อม “ลักษณะของการทำกิจกรรม” รูปแบบใดในจันทบุรี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

กิจกรรมในจันทบุรี		รูปแบบการทำกิจกรรม และ กิจกรรมที่ท่านสนใจ (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ ต่อแถว เท่านั้น)		
		ไปเองได้	ให้โรงแรม จัด รถรับ-ส่ง	ให้โรงแรม ร่วมจัดกิจกรรม
1A	เดินชม เมือง/วัด/ชุมชนริมน้ำ			
1B	เดินชม สวนผลไม้/ป่าชายเลน			
1C	เดิน/วิ่งออกกำลังกาย บนชายหาด			
1D	วิ่งมาราธอน			
1E	ขี่จักรยานแบบกลุ่ม			
1F	เดินทางขึ้นเขา คิชมภูฏ			
1G	เดินทางขึ้นเขา ผาหินกูบ			
1H	กิจกรรมวิถีชุมชน เช่น กวนทุเรียน/ทอเสื่อกก			
1I	กิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์/นั่งแพ/ชมเหยี่ยวแดง/ทะเลแหวก			
1J	กิจกรรมผจญภัย/โหนสลิง/ขับรถATV			
1K	พายซันบอร์ด/คายัค			
1L	เล่นน้ำทะเล/พักผ่อนบนชายหาด			
1M	ว่ายน้ำ/เล่นน้ำ ในสระน้ำเกลือ			
1N	ออกก้ำก้าง/แอโรบิค ในสระน้ำ			
1O	ทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร			
1P	นวดไทย/นวดน้ำมันหอมระเหย			
1Q	สปาด้วยสมุนไพรท้องถิ่น			
1R	การเข้าร่วมคอร์สนั่งสมาธิ			
1S	โยคะ ริมหาด			

17. "รูปแบบกิจกรรมในจันทบุรี" อื่น ที่ท่านสนใจ (โปรดระบุ)

.....

.....

ตอนที่ 3 : ความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยว และ ความยินดีจ่ายเพิ่ม สำหรับบริการด้านกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

18. กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ ในความเห็นของท่าน คือข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เดิน/วิ่ง ออกกำลังกาย นวดไทย/นวดน้ำมัน การนั่งสมาธิ
 ซี่จักรยาน อบสมุนไพร/อบไอน้ำ การเล่นฟิตเนส
 รับประทานอาหารเชิงสุขภาพ สปา/อาบน้ำแร่ โยคะ/ไทเก๊ก
 วายุน้ำ ออกกำลังกาย/แอโรบิคในน้ำ
 เต้นรำ/เต้นแอโรบิค อื่นๆ (ระบุ)

19. ความยินดีจ่ายเพิ่ม เพื่อใช้บริการเสริมด้าน กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ ที่จัดทำโดยโรงแรม

บริการด้านกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ จัดทำโดยโรงแรม		ความยินดีจ่ายเพิ่ม	
		ยินดี จ่ายเพิ่ม	ไม่ยินดี จ่ายเพิ่ม
2A	บริการรถรับ-ส่ง สถานที่ท่องเที่ยว		
2B	นำเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว/สวนผลไม้/ทำกิจกรรมวิถีชุมชน		
2C	นำเที่ยวเส้นทางธรรมชาติ เช่น ทะเลแหวก ผาหินงูบ		
2D	นำเที่ยวเขาคิชฌกูฏ/ทำกิจกรรมแนวพุทธศาสนา		
2E	นำออกกำลังกายแบบกลุ่มนอกโรงแรม เช่น วิ่งมาราธอน ปั่นจักรยานกลุ่ม		
2F	ทำกิจกรรมผจญภัย เช่น พายซัคบอร์ด โหนสลิง ขับรถ ATV เป็นต้น		
2G	บริการ อาหารเพื่อสุขภาพจากวัตถุดิบท้องถิ่น		
2H	นวดไทย/น้ำมันหอมระเหย		
2I	บริการสปา สมุนไพรท้องถิ่น		
2J	บริการ สอนโยคะ/ไทเก๊ก		

20. หากมีโอกาส ท่านสนใจทำ กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่

- สนใจ ไม่สนใจ

21. ปัจจัยใดเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ ของท่าน (โปรดเลือกตอบเพียง 3 ปัจจัย และ เรียงตามความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก) โดย อันดับ 1 = สำคัญมากที่สุด, อันดับ 3 = สำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ		อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
3A	ไม่มีเวลาว่าง			
3B	ราคา/ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว			
3C	ความไม่สะดวกในการเดินทาง			
3D	ความไม่น่าสนใจของรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยว			
3E	ความไม่ปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว			
3F	สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และระบบสาธารณูปโภค			
3G	ขาดข้อมูลในการตัดสินใจ			

22. ปัจจัยอื่น ที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำ **กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯ** ของท่าน (โปรดระบุ)

.....

.....

.....

23. หากท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อทำ**กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯ** ท่านหาข้อมูลจากที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <input type="radio"/> นิตยสารสิ่งพิมพ์ | <input type="radio"/> เว็บไซต์ / สื่อออนไลน์ |
| <input type="radio"/> แพลตฟอร์มออนไลน์/แอปพลิเคชัน | <input type="radio"/> งานอีเว้นท์เพื่อการท่องเที่ยว |
| <input type="radio"/> สอบถามเพื่อน/คนรู้จัก | <input type="radio"/> อื่นๆ (ระบุ) |

24. ท่านได้รับแบบสอบถามออนไลน์ ฉบับนี้จากช่องทางใด

- การส่งลิงค์ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ (LINE) จากเพื่อน/คนรู้จัก
- แพลตฟอร์ม เฟสบุ๊ก



AA docs.google.com

แบบสอบถามความต้องการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว ที่มีแนวโน้มจะเข้าพัก โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี

จัดทำโดย นักศึกษาหลักสูตร มหามบัณฑิต ภาควิชา เคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้ที่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ ที่มีแนวโน้มจะเข้าพัก ใน โรงแรม จังหวัดจันทบุรี เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาโรงแรม และปรับธุรกิจให้เหมาะสมกับกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพในอนาคต

ข้อมูลทั้งหมดจะเก็บเป็นความลับ และใช้เพื่อสรุปผลการศึกษาในภาพรวมเชิงวิชาการโดยไม่ระบุว่าเป็นข้อมูลของผู้ใด

ถัดไป

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงความเห็น หรือใกล้เคียงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ *

ชาย

หญิง

2. อายุ *

15 - 21 ปี

22 - 29 ปี

30 - 39 ปี

40 - 49 ปี

50 - 59 ปี

60 - 79 ปี

อื่นๆ: _____

5. รายได้ต่อเดือนของท่าน *

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

20,001 - 40,000 บาท

40,001 - 60,000 บาท

60,001 - 80,000 บาท

80,001 - 100,000 บาท

มากกว่า 100,000 บาท

กลับ ถัดไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด *

ต่ำกว่า ปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพหลักในปัจจุบัน *

พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน

ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว

นักเรียน/นักศึกษา

แม่บ้าน/พ่อบ้าน

เกษียณอายุ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ

อื่นๆ: _____

ตอนที่ 2 : ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพักค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี

6. ท่านเคยเดินทางท่องเที่ยว และ พักค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี หรือไม่ *

เคย

ไม่เคย

กลับ ถัดไป

สำหรับผู้ตอบ ข้อ 6. ว่า “เคยมา”

ตอนที่ 2 : ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพัก
ค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี

7. ท่านมีความสนใจจะเดินทางท่องเที่ยวและพัก
ค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี ภายในช่วงเวลา
1ปี จากนี้ หรือไม่ *

- สนใจ
- ไม่สนใจ

กลับ

ถัดไป

ตอนที่ 2 : ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพัก
ค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี

8. ช่วงเวลาที่ท่านท่องเที่ยว และ พักค้างคืน
โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี (ครั้งล่าสุด) *

- พ.ย. - ก.พ. (ฤดูหนาว)
- มี.ค. - มิ.ย. (ฤดูร้อน)
- ก.ค. - ต.ค. (ฤดูฝน)

9. จำนวนวัน ที่พักค้างคืน โรงแรม ในจันทบุรี (ครั้ง
ล่าสุด) *

- 1 คืน
- 2 คืน
- 3-4 คืน
- อื่นๆ: _____

10. ช่วงวัน ที่พักค้างคืน โรงแรม ในจันทบุรี (ครั้ง
ล่าสุด) *

- วันธรรมดา
- วันเสาร์ - อาทิตย์
- วันหยุดเทศกาล (วันหยุดติดต่อกัน)

11. ผู้ร่วมเดินทาง มาพักค้างคืน โรงแรม ในจันทบุรี
(ครั้งล่าสุด) *

- ครอบครัว /ญาติ
- คู่รัก / แฟน
- เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน
- อื่นๆ: _____

12. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง มาพักค้างคืน โรงแรม ใน
จันทบุรี (ไม่รวมตัวท่าน) (ครั้งล่าสุด) *

- 1 คน
- 2-4 คน
- 5-10 คน
- อื่นๆ: _____

13. พาหนะที่ท่านใช้เดินทางท่องเที่ยวจันทบุรี (ครั้ง
ล่าสุด) *

- รถยนต์ส่วนตัว
- เช่ารถตู้
- รถโดยสารประจำทาง
- รถโดยสารท้องถิ่น
- อื่นๆ: _____

14. ค่าใช้จ่ายประมาณการ สำหรับการเดินทาง
ท่องเที่ยวในจันทบุรี ต่อทริปต่อคน (รวมค่าที่พัก
ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าของ และอื่นๆ) (ครั้งล่าสุด)
*

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท
- 2,001 - 4,000 บาท
- 4,001 - 6,000 บาท
- 6,001 - 8,000 บาท
- 8,001 - 10,000 บาท
- มากกว่า 10,000 บาท

กลับ

ถัดไป

สำหรับผู้ตอบ ข้อ 6. ว่า “เคยมา”
และสำหรับผู้ตอบ ข้อ 7. ว่า “ไม่สนใจ”

ตอนที่ 2 : ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพักค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี

15. ท่านคิดว่าปัจจัยเสริมในข้อใด มีผลให้ท่านเปลี่ยนมาสนใจท่องเที่ยวและพักค้างคืน โรงแรม ในจันทบุรี มากที่สุด *

รูปแบบ/บรรยากาศ ภายในโรงแรม

ราคาห้องพัก

รูปแบบการบริการ/กิจกรรม ภายในโรงแรม

ความสะดวกในการเดินทาง

แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม ในจังหวัดที่น่าสนใจ

โปรโมชั่นส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ

“ไม่สนใจ” แม้มีปัจจัยเสริม

อื่นๆ: _____

กลับ ถัดไป

เมื่อทำเสร็จ ให้จบแบบสอบถาม

สำหรับผู้ตอบ ข้อ 6. ว่า “ไม่เคยมา”

ตอนที่ 2 : ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพักค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี

7. ท่านมีความสนใจจะเดินทางท่องเที่ยวและพักค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี ภายในช่วงเวลา 1 ปี จากนี้ หรือไม่ *

สนใจ

ไม่สนใจ

กลับ ถัดไป

ตอนที่ 2 : ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพักค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี

8. ช่วงเวลาที่ท่านท่องเที่ยว และ พักค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี (ครั้งล่าสุด) *

พ.ย. - ก.พ. (ฤดูหนาว)

มี.ค. - มิ.ย. (ฤดูร้อน)

ก.ค. - ต.ค. (ฤดูฝน)

สำหรับผู้ตอบ ข้อ 6. ว่า “ไม่เคยมา”
และสำหรับผู้ตอบ ข้อ 7. ว่า “ไม่สนใจ”

14. ค่าใช้จ่ายประมาณการ สำหรับการเดินทางท่องเที่ยว ในจันทบุรี ต่อทริปต่อคน (รวมค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะ เชื้อของ และอื่นๆ) (ครั้งล่าสุด) *

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท

2,001 - 4,000 บาท

4,001 - 6,000 บาท

6,001 - 8,000 บาท

8,001 - 10,000 บาท

มากกว่า 10,000 บาท

เมื่อทำเสร็จ ให้ไปทำต่อที่ข้อ 16.

ตอนที่ 2 : ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพักค้างคืน โรงแรม ในจังหวัดจันทบุรี

15. ท่านคิดว่าปัจจัยเสริมในข้อใด มีผลให้ท่านเปลี่ยนมาสนใจท่องเที่ยวและพักค้างคืน โรงแรม ในจันทบุรี มากที่สุด *

รูปแบบ/บรรยากาศ ภายในโรงแรม

ราคาห้องพัก

รูปแบบการบริการ/กิจกรรม ภายในโรงแรม

ความสะดวกในการเดินทาง

แหล่งท่องเที่ยว/กิจกรรม ในจังหวัดที่น่าสนใจ

โปรโมชั่นส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ

“ไม่สนใจ” แม้มีปัจจัยเสริม

อื่นๆ: _____

กลับ ถัดไป

เมื่อทำเสร็จ ให้จบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : ลักษณะพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพัก
ค้างคืนโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี

16. กรุณาเลือก "รูปแบบกิจกรรม ในจันทบุรี" ที่ท่าน
ชอบ/สนใจ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

	ไปเองได้	ให้โรงแรม จัดรถรับ-ส่ง	ให้โรงแรม ร่วมจัด กิจกรรม
เดินชม ชุมชน ริมน้ำ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
เดินชม สวน ผลไม้/ป่าชาย เลน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
เดิน/วิ่ง ออก กำลังกาย ชายหาด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
วิ่งมาราธอน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ขี่จักรยาน แบบกลุ่ม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ท่องเที่ยว เขา ศิขณภู	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ท่องเที่ยว ผา หินกูบ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
กิจกรรมท่อง ถิ่น เช่น กวน ทุเรียน/ทอ เสื่อกก	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ทำกิจกรรมรูป แบบ โฮม สเตย์/นั่งแพ ชมเหยี่ยว แดง/เดินบน ทะเลแหวก	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
กิจกรรมผจญ ภัย/ขับรถ ATV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
พายชับบอร์ด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
กิจกรรม สันตนาการ ชายหาด/เล่น น้ำทะเล	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ว่ายน้ำสระน้ำ เกลือ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
แอโรบิค ใน สระน้ำ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ทานอาหาร/ เครื่องดื่ม สมุนไพร	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
นวดไทย/ น้ำมันหอม ระเหย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สปาสมุนไพร	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ฝึกสมาธิ ใน วัดป่า	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
โยคะ ชายหาด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ตอนที่ 3 : ความสนใจ ในรูปแบบการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ที่ตรงความเห็น หรือใกล้เคียงกับความ
เป็นจริงของท่านมากที่สุด

18. "กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯ" ในความเห็น
ของท่าน คือข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *

- เดิน/วิ่ง ออกกำลังกาย
- ขี่จักรยาน
- รับประทานอาหารเชิงสุขภาพ
- ว่ายน้ำ
- เดินป่า/เดินแอโรบิค
- นวดไทย/นวดน้ำมัน
- อบสมุนไพร/อบไอน้ำ
- สปา/อาบน้ำแร่
- แอโรบิค/ออกกำลังกาย ในน้ำ
- การเล่นฟิตเนส
- การนั่งสมาธิ
- โยคะ/ไทเก๊ก
- อื่นๆ: _____

กลับ

ตัดไป

ตอนที่ 3 : ความสนใจ ในรูปแบบการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯ

19. ความยินดีจ่ายเพิ่ม เพื่อใช้บริการเสริมด้าน
กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯ ที่จัดทำโดยโรงแรม *

	ยินดีจ่าย	ไม่ยินดีจ่าย
บริการรถรับ-ส่ง สถานที่ท่องเที่ยว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
นำเที่ยวสถานที่ ท่องเที่ยว/สวนผล ไม้/ทำกิจกรรม วิถีชุมชน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
นำเที่ยวเส้นทาง ธรรมชาติ เช่น ทะเลแหวก ผาหิน กูบ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
นำเที่ยวเขาคิชฌ ภฏ/ทำกิจกรรม แนวพุทธศาสนา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ตอนที่ 3 : ความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

19. ความยินดีจ่ายเพิ่ม เพื่อใช้บริการเสริมด้าน
กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯ ที่จัดทำโดยโรงแรม *

	ยินดีจ่าย	ไม่ยินดีจ่าย
บริการรถรับ-ส่ง สถานที่ท่องเที่ยว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
นำเที่ยวสถานที่ ท่องเที่ยว/สวนผลไม้/ทำกิจกรรม วิถีชุมชน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
นำเที่ยวเส้นทาง ธรรมชาติ เช่น ทะเลแหวก ผาหิน งู	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
นำเที่ยวเขาคิชฌ กูฏ/ทำกิจกรรม แนวพุทธศาสนา	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ตอนที่ 3 : ความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

20. หากมีโอกาส ท่านสนใจทำ กิจกรรมสร้างเสริม
สุขภาพฯ ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ *

- สนใจ
- ไม่สนใจ

กลับ

ถัดไป

22. ปัจจัยอื่น ที่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่อง
เที่ยวเพื่อทำ กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯ ของท่าน
(โปรดระบุ)

คำตอบของคุณ

กลับ

ถัดไป

ตอนที่ 3 : ความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

21. ปัจจัยใดเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว
เพื่อทำ กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพฯ ของท่าน
(โปรดเลือกตอบ 3 ปัจจัย และ เรียงตามความ
สำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก)

โดย อันดับ 1 = สำคัญมากที่สุด, อันดับ 3 = สำคัญน้อยที่สุด

	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
ความไม่สะดวก ในการเดินทาง	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ราคา/ค่าใช้จ่าย ในการท่องเที่ยว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ขาดข้อมูลใน การตัดสินใจ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความไม่ ปลอดภัยของ สถานที่ท่องเที่ยว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก และระบบ สาธารณูปโภค	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ไม่มีเวลาว่าง	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ความไม่น่า สนใจของรูปแบบ กิจกรรม ท่องเที่ยว	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ตอนที่ 3 : ความสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวและ
กิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ

23. หากท่านต้องการท่องเที่ยวเพื่อทำ "กิจกรรม
สร้างเสริมสุขภาพฯ" ท่านหาข้อมูลจากที่ใด (ตอบ
ได้มากกว่า 1 ข้อ) *

- นิตยสาร/สื่อสิ่งพิมพ์
- เว็บไซต์/สื่อออนไลน์
- แพลตฟอร์มออนไลน์/แอปพลิเคชัน เช่น เฟซบุ๊ก
อินสตาแกรม เป็นต้น
- งานอีเว้นท์เพื่อการท่องเที่ยว
- สอบถามคน ในครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก
- อื่นๆ: _____

กลับ

ถัดไป



1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
เพศ	ชาย	84	26.8	26.8	26.8
	หญิง	229	73.2	73.2	100
	Total	313	100	100	
ช่วงอายุ	20-29 ปี	8	2.6	2.6	2.6
	30-39 ปี	73	23.3	23.3	25.9
	40-49 ปี	44	14.1	14.1	39.9
	50-59 ปี	68	21.7	21.7	61.7
	60-79 ปี	120	38.3	38.3	100
	Total	313	100	100	
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	123	39.3	39.3	39.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	190	60.7	60.7	100
	Total	313	100	100	
อาชีพหลัก	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	96	30.7	30.7	30.7
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	38	12.1	12.1	42.8
	ธุรกิจส่วนตัว	57	18.2	18.2	61
	นักเรียน/นักศึกษา	3	1	1	62
	แม่บ้าน/พอบ้าน	15	4.8	4.8	66.8
	เกษียณอายุ/ไม่ได้	99	31.6	31.6	98.4
	งานบริการ	4	1.3	1.3	99.7
	เกษตรกร	1	0.3	0.3	100
	Total	313	100	100	
รายได้ต่อเดือนของท่าน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	42	13.4	13.4	13.4
	20,001 - 40,000 บาท	86	27.5	27.5	40.9
	40,001 - 60,000 บาท	56	17.9	17.9	58.8
	60,001 - 80,000 บาท	27	8.6	8.6	67.4
	80,001 - 100,000 บาท	31	9.9	9.9	77.3
	มากกว่า 100,000 บาท	71	22.7	22.7	100
	Total	313	100	100	

2. ข้อมูลการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ความสนใจมาเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี	ไม่สนใจ	71	12.1	12.1	12.1
	สนใจ	242	77.3	77.3	100.0
	Total	313	100.0	100.0	
Missing	999	0	0.0		
Total		313	100.0		

3. ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีคัดเลือกเฉพาะกลุ่มที่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ (Wellness)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ความสนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ	ไม่สนใจ	22	7.0	9.1	9.1
	สนใจ	220	70.3	90.9	100.0
	Total	242	77.3	100.0	
Missing	999	71	22.7		
Total		313	100.0		

4. ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและสนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ (Wellness)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
เพศ	ชาย	57	25.9	25.9	25.9
	หญิง	163	74.1	74.1	100
	Total	220	100	100	
ช่วงอายุ	20-29 ปี	5	2.3	2.3	2.3
	30-39 ปี	46	20.9	20.9	23.2
	40-49 ปี	33	15	15	38.2
	50-59 ปี	47	21.4	21.4	59.5
	60-79 ปี	89	40.5	40.5	100
	Total	220	100	100	
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	93	42.3	42.3	42.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	127	57.7	57.7	100
	Total	220	100	100	
อาชีพหลัก	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	70	31.8	31.8	31.8
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	27	12.3	12.3	44.1
	ธุรกิจส่วนตัว	34	15.5	15.5	59.5
	นักเรียน/นักศึกษา	2	0.9	0.9	60.5
	แม่บ้าน/พอบ้าน	12	5.5	5.5	65.9
	เกษียณอายุ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	71	32.3	32.3	98.2
	งานบริการ	4	1.8	1.8	100
	Total	220	100	100	
รายได้ต่อเดือนของท่าน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	30	13.6	13.6	13.6
	20,001 - 40,000 บาท	59	26.8	26.8	40.5
	40,001 - 60,000 บาท	44	20	20	60.5
	60,001 - 80,000 บาท	18	8.2	8.2	68.6
	80,001 - 100,000 บาท	18	8.2	8.2	76.8
	มากกว่า 100,000 บาท	51	23.2	23.2	100
	Total	220	100	100	

5. ข้อมูลการทดสอบความสัมพันธ์โดย Chi-Square ของกลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าพักโรงแรมในจังหวัดจันทบุรีและสนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ (Wellness)

พฤติกรรมและพักค้างโรงแรมในจังหวัดจันทบุรี	ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง				
	เพศ	ช่วงอายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
	Chi-Square Tests (Sig)				
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	1.087	28.854*	1.939	20.724	15.959
	-0.896	-0.025	-0.747	-0.655	-0.719
จำนวนคืนที่เข้าพัก	8.299*	8.292	5.421	16.155	15.919
	-0.04	-0.762	-0.143	-0.582	-0.387
ค่าใช้จ่ายประมาณการ	6.624	29.857	4.489	29.237	31.549
	-0.25	-0.072	-0.481	-0.505	-0.171
ช่วงวันที่ท่องเที่ยว	1.375	27.021*	0.019	39.872*	13.593
	-0.503	-0.001	-0.991	0	-0.192
ผู้ร่วมเดินทาง	0.874	37.005*	5.37	28.278*	7.741
	-0.646	0	-0.068	-0.005	-0.654
พาหนะที่ท่านใช้เดินทาง	2.583	25.064*	1.848	21.208	16.006
	-0.461	-0.015	-0.605	-0.269	-0.382

* มีความสัมพันธ์กันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

- การทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

6. ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุที่สนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพ (Wellness)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
เพศ	ชาย	28	31.5	31.5	31.5
	หญิง	61	68.5	68.5	100
	Total	89	100	100	
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรีหรือต่ำกว่า	43	48.3	48.3	48.3
	สูงกว่าปริญญาตรี	46	51.7	51.7	100
อาชีพหลัก	Total	89	100	100	
	พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน	8	9	9	9
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	1	1.1	1.1	10.1
	ธุรกิจส่วนตัว	6	6.7	6.7	16.9
	แม่บ้าน/พอบ้าน	5	5.6	5.6	22.5
	เกษียณอายุ/ไม่ได้ประกอบ	66	74.2	74.2	96.6
	งานบริการ	3	3.4	3.4	100
Total	89	100	100		
รายได้ต่อเดือนของท่าน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	20	22.5	22.5	22.5
	20,001 - 40,000 บาท	34	38.2	38.2	60.7
	40,001 - 60,000 บาท	14	15.7	15.7	76.4
	60,001 - 80,000 บาท	4	4.5	4.5	80.9
	80,001 - 100,000 บาท	2	2.2	2.2	83.1
	มากกว่า 100,000 บาท	15	16.9	16.9	100
Total	89	100	100		
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	1 คน	4	4.5	5.6	5.6
	2-4 คน	20	22.5	28.2	33.8
	5-10 คน	42	47.2	59.2	93
	10 คน ขึ้นไป	4	4.5	5.6	98.6
	จำไม่ได้	1	1.1	1.4	100
Total	71	79.8	100		
Missing	999	18	20.2		
Total		89	100		
จำนวนคืนที่มา	1 คืน	26	29.2	36.6	36.6
	2 คืน	42	47.2	59.2	95.8
	3-4 คืน	2	2.2	2.8	98.6
	พักบ้านตัวเอง/คนรู้จัก	1	1.1	1.4	100
Total	71	79.8	100		
Missing	999	18	20.2		
Total		89	100		
ค่าใช้จ่ายประมาณการต่อทริปต่อคน	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2,000	8	9	9	
	2,001 - 4,000 บาท	33	37	37	
	4,001 - 6,000 บาท	28	31.5	31.5	
	6,001 - 8,000 บาท	12	13.5	13.5	
	8,001 - 10,000 บาท	6	6.7	6.7	
มากกว่า 10,000 บาท	2	2.3	2.3		
Total	89	100	100		
Missing	999	0	0		
Total		89	100		
ช่วงวันที่มา	วันธรรมดา	40	44.9	56.3	56.3
	วันเสาร์-อาทิตย์	27	30.3	38	94.4
	วันหยุดเทศกาล (วันหยุด)	4	4.5	5.6	100
	Total	71	79.8	100	
Missing	999	18	20.2		
Total		89	100		
ผู้ร่วมเดินทาง	ครอบครัว/ญาติ	25	28.1	35.2	35.2
	เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	46	51.7	64.8	100
	Total	71	79.8	100	
Missing	999	18	20.2		
Total		89	100		
พาหนะที่ใช้เดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	44	49.4	62	62
	รถตู้เช่า	24	27	33.8	95.8
	รถทัวร์	3	3.4	4.2	100
	Total	71	79.8	100	
Missing	999	18	20.2		
Total		89	100		

* ผู้ตอบแบบสอบถามที่ผู้สูงอายุที่สนใจมาพักโรงแรมจันทบุรี และสนใจกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพมีทั้งหมด 89 คน โดย

แบ่งเป็นผู้ที่เคยมาพักโรงแรมจันทบุรีแล้ว 71 คน และผู้ที่ยังไม่เคยมาพัก 18 คน

7. ข้อมูลรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายนอกโรงแรม ที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุสนใจทำ

กิจกรรมภายนอกโรงแรม		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
\$ไปเอง ^๑	เดินชม เมือง/วัด/ชุมชนริมน้ำ	62	18.60%	75.60%
	เดินชม สวนผลไม้/ป่าชายเลน	55	16.50%	67.10%
	เดิน/วิ่งออกกำลังกาย บนชายหาด	51	15.30%	62.20%
	วิ่งมาราธอน	11	3.30%	13.40%
	ขี่จักรยานแบบกลุ่ม	14	4.20%	17.10%
	เดินทางขึ้นเขา คิชมภู	24	7.20%	29.30%
	เดินทางขึ้นเขา ผาหินกูบ	15	4.50%	18.30%
	กิจกรรมวิถีชุมชน เช่น กวนทุเรียน/ทอเสื่อกก	17	5.10%	20.70%
	กิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์/นั่งแพ/ชมเหยี่ยวแดง/ทะเลแหวก	20	6.00%	24.40%
	กิจกรรมผจญภัย/โหนสลิง/ขับรถATV	3	0.90%	3.70%
	พายซันบอร์ด/คายัค	4	1.20%	4.90%
	เล่นน้ำทะเล/พักผ่อนบนชายหาด	38	11.40%	46.30%
	การเข้าร่วมคอร์สนั่งสมาธิ	13	3.90%	15.90%
	โยคะ ริมหาด	7	2.10%	8.50%
Total		334	100.00%	407.30%
\$รถรับส่ง ^๑	เดินชม เมือง/วัด/ชุมชนริมน้ำ	11	9.80%	31.40%
	เดินชม สวนผลไม้/ป่าชายเลน	19	17.00%	54.30%
	เดิน/วิ่งออกกำลังกาย บนชายหาด	3	2.70%	8.60%
	วิ่งมาราธอน	3	2.70%	8.60%
	ขี่จักรยานแบบกลุ่ม	5	4.50%	14.30%
	เดินทางขึ้นเขา คิชมภู	10	8.90%	28.60%
	เดินทางขึ้นเขา ผาหินกูบ	10	8.90%	28.60%
	กิจกรรมวิถีชุมชน เช่น กวนทุเรียน/ทอเสื่อกก	10	8.90%	28.60%
	กิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์/นั่งแพ/ชมเหยี่ยวแดง/ทะเลแหวก	13	11.60%	37.10%
	กิจกรรมผจญภัย/โหนสลิง/ขับรถATV	7	6.30%	20.00%
	พายซันบอร์ด/คายัค	5	4.50%	14.30%
	เล่นน้ำทะเล/พักผ่อนบนชายหาด	5	4.50%	14.30%
	การเข้าร่วมคอร์สนั่งสมาธิ	5	4.50%	14.30%
	โยคะ ริมหาด	6	5.40%	17.10%
Total		112	100.00%	320.00%

กิจกรรมภายนอกโรงแรม		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
จัดกิจกรรม ^า	เดินชม เมือง/วัด/ชุมชนริมน้ำ	3	1.60%	7.00%
	เดินชม สวนผลไม้/ป่าชายเลน	10	5.50%	23.30%
	เดิน/วิ่งออกกำลังกาย บนชายหาด	4	2.20%	9.30%
	วิ่งมาราธอน	9	4.90%	20.90%
	ขี่จักรยานแบบกลุ่ม	13	7.10%	30.20%
	เดินทางขึ้นเขา คิซมกฏ	12	6.60%	27.90%
	เดินทางขึ้นเขา ผาหินกูบ	9	4.90%	20.90%
	กิจกรรมวิถีชุมชน เช่น กวนทุเรียน/ทอเสื่อกก	22	12.10%	51.20%
	กิจกรรมรูปแบบโฮมสเตย์/นั่งแพ/ชมเหยี่ยวแดง/ทะเลแหวก	26	14.30%	60.50%
	กิจกรรมผจญภัย/โหนสลิง/ขับรถATV	17	9.30%	39.50%
	พายซิปบอร์ด/คายัค	16	8.80%	37.20%
	เล่นน้ำทะเล/พักผ่อนบนชายหาด	10	5.50%	23.30%
	การเข้าร่วมคอร์สนั่งสมาธิ	15	8.20%	34.90%
	โยคะ ริมหาด	16	8.80%	37.20%
Total	182	100.00%	423.30%	

8. ข้อมูลรูปแบบกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพภายในโรงแรม ที่กลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุสนใจทำ

กิจกรรมภายในโรงแรม		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
ไปเองใน ^า	ว่ายน้ำ/เล่นน้ำ ในสระน้ำเกลือ	18	18.60%	35.30%
	ออกกำลังกาย/แอโรบิค ในสระน้ำ	11	11.30%	21.60%
	ทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร	43	44.30%	84.30%
	นวดไทย/นวดน้ำมันหอมระเหย	15	15.50%	29.40%
	สปาด้วยสมุนไพรท้องถิ่น	10	10.30%	19.60%
Total	97	100.00%	190.20%	
รับส่งใน ^า	ว่ายน้ำ/เล่นน้ำ ในสระน้ำเกลือ	5	20.00%	38.50%
	ออกกำลังกาย/แอโรบิค ในสระน้ำ	2	8.00%	15.40%
	ทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร	5	20.00%	38.50%
	นวดไทย/นวดน้ำมันหอมระเหย	6	24.00%	46.20%
	สปาด้วยสมุนไพรท้องถิ่น	7	28.00%	53.80%
Total	25	100.00%	192.30%	
จัดกิจกรรมภายใน ^า	ว่ายน้ำ/เล่นน้ำ ในสระน้ำเกลือ	13	15.30%	40.60%
	ออกกำลังกาย/แอโรบิค ในสระน้ำ	19	22.40%	59.40%
	ทานอาหาร/เครื่องดื่มสมุนไพร	16	18.80%	50.00%
	นวดไทย/นวดน้ำมันหอมระเหย	20	23.50%	62.50%
	สปาด้วยสมุนไพรท้องถิ่น	17	20.00%	53.10%
Total	85	100.00%	265.60%	

บรรณานุกรม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ไกรพัชร เทศประสิทธิ์
วัน เดือน ปี เกิด	21 กุมภาพันธ์ 2531
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
วุฒิการศึกษา	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) ปริญญาตรี สถาปัตยกรรมศาสตร์นานาชาติ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (INDA)
ที่อยู่ปัจจุบัน	35/5 ซ. เย็นอากาศ ถ.เย็นอากาศ ซ่งนนทรี ยานนาวา กรุงเทพฯ 10120

