

ปัจจัยขับเคลื่อนการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
รายได้ดี ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กรณีศึกษาจังหวัดชลบุรี
(Driving Factors Influencing International Affluent Tourists' Decision
in Wellness Tourism in the Eastern Economic Corridor:
A Case Study of Chonburi Province)

จิตรลดา ปิ่นทอง¹ และ กมลวรรณ รอดหรั่ง²
Chitlada Pinthong¹ and Kamolwan Rodhring²

Received: February 20, 2025

Revised: May 25, 2025

Accepted: May 30, 2025

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในแนวโน้มการท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ซึ่งผู้คนให้ความสำคัญกับสุขภาพและคุณภาพชีวิตมากขึ้น ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมที่โดดเด่น และบริการทางการแพทย์คุณภาพสูงในราคาที่แข่งขันได้ จังหวัดชลบุรีซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว ที่ไม่เพียงมีชายหาดที่งดงามและสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ยังมีบริการด้านสุขภาพที่ครอบคลุม การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจหลักและแรงจูงใจรองของนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายได้ดีที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี เพื่อใช้เป็นเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายได้ดีอย่างเหมาะสม โดยแรงจูงใจหลักเป็นแรงกระตุ้นภายในให้คนตัดสินใจเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ในขณะที่ แรงจูงใจรองเป็นปัจจัยดึงดูดให้เดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของแรงผลักดัน งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามและเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายได้ดีที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดชลบุรี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จำนวน 356 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่แบบ LSD และสถิติถดถอยพหุคูณเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยด้านอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

Assistant Professor, Burapha Business School, Burapha University. E-mail: Chitlada@go.buu.ac.th

² ผู้ประพันธ์บรรณกิจ อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

Corresponding Author, Lecturer, Burapha Business School, Burapha University. E-mail: kamolwan@go.buu.ac.th

สัญชาติ แตกต่างกันมีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายได้ดีที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่างกัน รวมทั้งปัจจัยผลึกและปัจจัยดิ่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายได้ดี

ความสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แรงจูงใจผลึก แรงจูงใจดิ่ง นักท่องเที่ยวรายได้ดี

Abstract

Wellness tourism is one of the fastest-growing trends in the tourism industry, as people increasingly prioritize health and quality of life. Thailand is a prominent country in wellness tourism, particularly in Southeast Asia, due to its rich natural resources, unique cultural heritage, and high-quality medical services at competitive prices. Chonburi Province, renowned for its tourist attractions, not only boasts stunning beaches and diverse travel destinations but also provides comprehensive health services. This research aims to examine the push and pull motivations of high-income tourists influencing their decision to engage in health tourism in Chonburi. The findings will serve as a guideline for effectively planning the development of health tourism to better meet the needs of international high-income tourists. Push motivation refers to intrinsic factors that stimulate individuals to undertake travel, whereas pull motivation pertains to external attributes of a destination that attract travelers in response to their internal drives. This study employed a quantitative research approach, utilizing a survey questionnaire to collect data from 356 high-income international tourists visiting Chonburi for health tourism with sampling method applied as Quota Sampling. The data were analyzed using descriptive statistics, One-Way ANOVA to examine mean differences, paired comparisons with LSD, and multiple linear regression analysis. The results revealed that age, education, occupation, income, and nationality significantly influenced the motivations of affluent tourists participating in wellness tourism. Furthermore, both push and pull factors positively impacted the decision-making process of affluent international tourists in choosing Chonburi as a wellness tourism destination.

Keywords: wellness tourism, push factor, pull factor, affluent tourists

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยหลากหลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจสปา และธุรกิจเรือสำราญ โดยอุตสาหกรรมนี้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ผ่านการสร้างรายได้จากเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีส่วนช่วยเสริมเสถียรภาพของดุลการชำระเงิน และยังส่งผลโดยตรงต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ ผ่านการสร้างงาน

สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชนท้องถิ่น นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังส่งผลเชิงบวกต่อการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ได้รับความสนใจและการผลักดันในระดับสากล โดยเป็นแนวโน้มที่หลายประเทศให้ความสำคัญ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ทำให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพร่างกายและจิตใจ บริการด้านสุขภาพที่เน้นการฟื้นฟูร่างกายและการผ่อนคลายจิตใจ อาทิ การทำสปา การบำบัดด้วยธรรมชาติ และกิจกรรมการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ได้รับการส่งเสริมให้เป็นจุดขายที่โดดเด่นสำหรับการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลจาก Global Wellness Institute (2025) ระบุว่า ในปี 2565 เศรษฐกิจ велเนสส์ทั่วโลกมีมูลค่าสูงถึง 5.61 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 ทั้งนี้คาดการณ์ว่าในปี 2568 มูลค่าของเศรษฐกิจ велเนสส์จะเพิ่มขึ้นเป็น 7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ร้อยละ 9 ต่อปีจนถึงปี 2570 ตัวเลขดังกล่าวสะท้อนถึงศักยภาพและความสำคัญของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ велเนสส์ในระดับโลก ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงไม่เพียงตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ยังเป็นโอกาสสำคัญสำหรับการส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจและการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในประเทศต่างๆ ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงและตอบโจทย์แนวโน้มการใช้ชีวิตในยุคปัจจุบัน

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรัฐบาลได้กำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นการส่งเสริมและสนับสนุนแพทย์แผนไทยและสมุนไพร ซึ่งถือเป็นซอฟต์แวร์ที่สะท้อนเอกลักษณ์มรดกทางวัฒนธรรมของชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างจริงจัง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2567) โดยอาศัยจุดเด่นในหลากหลายมิติ รวมถึงความครบวงจรของอาหารสุขภาพ การใช้สมุนไพรไทยที่มีคุณค่า และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก เช่น การนวดไทย ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติจากองค์การยูเนสโก (Unesco, 2020) และมวยไทยที่ได้รับความนิยมในฐานะรูปแบบการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างความน่าสนใจให้กับตลาดการท่องเที่ยว อีกทั้งยังจัดกิจกรรมทางการตลาดในหลากหลายรูปแบบ เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางสู่พื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การจัดแสดงผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย การส่งเสริมบริการสปา และการแพทย์ทางเลือก รวมถึงการพัฒนามาตรฐานบริการด้านสุขภาพให้เทียบเท่าระดับสากล (กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2566)

จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ซึ่งถูกกำหนดบทบาทและทิศทางการดำเนินงานตามอัตลักษณ์ของพื้นที่ คือ Modern of the East เพราะมีความทันสมัยผสมผสานกับความเป็นท้องถิ่น อีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น และกิจกรรมทางบกและทางน้ำ ทำให้ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (Office of Chonburi Tourism and Sports, 2024) จากรายงานของสำนักงานสถิติจังหวัดชลบุรี พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี ในปี 2566 มีรายได้รวม

233,681 ล้านบาท มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 23,263,746 คน แบ่งออกเป็น นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 9,545,864 คน และนักท่องเที่ยวคนไทยจำนวน 13,717,882 คน โดยมีจำนวนผู้เข้าพักทั้งสิ้น 15,449,317 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2567) นอกจากนั้นจังหวัดชลบุรียังได้รับการผลักดันและพยายามยกระดับความพร้อมทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน การบริการ และด้านกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อให้เป็นพื้นที่ต้นแบบการลงทุนอุตสาหกรรมบริการการแพทย์และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพครบวงจรรวมทั้งการส่งเสริมและพัฒนาให้ชุมชนท้องถิ่น เช่น กลุ่มท่องเที่ยววันวิถี กลุ่มผู้ผลิตสินค้าโอท็อป และวิสาหกิจชุมชนตลอดจนผู้ประกอบการรายย่อยที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถพัฒนาสินค้าและบริการแหล่งท่องเที่ยว การใช้จุดเด่นทางวัฒนธรรมและศิลปเอกลักษณ์ในท้องถิ่น รวมทั้งสถานประกอบการเชิงสุขภาพให้มีมาตรฐานในระดับสากล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวรายได้ดี ตอบโจทย์ชีวิตยุคใหม่ สร้างงาน สร้างอาชีพ และเสริมเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง (Riwatthana, Polngam, & Sriwattanakul, 2023)

จากการศึกษาการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติผ่านสื่อต่างๆ เป็นเรื่องสำคัญที่ช่วยให้การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีความสะดวกและแม่นยำมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อมูลผ่านโลกอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นช่องทางที่มีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของผู้คน รัชมิพร พยุงพงษ์ และ เจกิตาน์ ศรีสรวล (2566) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีการสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความแตกต่างกันอีกด้วย นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีความเอาใจใส่ในการดูแลสุขภาพ มักเดินทางเพื่อต้องการมาลดความเครียด ผ่อนคลายสุขภาพจิต หากิจกรรมออกกำลังกาย หลีกหนีจากชีวิตสมัยใหม่ หรือรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ (Pinthong & Pongwat, 2022) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากทั้งแรงผลักดันและแรงดึงดูด โดยสองปัจจัยนี้มีความสัมพันธ์กัน คือ ปัจจัยแต่ละตัวจะเสริมกำลังให้กันและกัน Crompton (1979) และ Iso-Ahola (1982) กล่าวว่า ปัจจัยผลัก (Push Factors) เป็นปัจจัยจิตวิทยาทางสังคม หมายถึง ปัจจัยที่เป็นแรงกระตุ้นภายในให้คนตัดสินใจเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือออกจากสภาพแวดล้อมเดิมๆ ในขณะที่ ปัจจัยดึง (Pull Factors) หรือปัจจัยทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยดึงดูดให้เดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของแรงผลัก Ting, Changtai, Linjun and Zhiping (2021) พบว่า แรงจูงใจดึงและแรงจูงใจหลักของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี มีผลเชิงบวกความตั้งใจในการกลับมาเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปทำกิจกรรมด้านการดูแลสุขภาพ จิตใจ และจิตวิญญาณ มักจะทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพไปพร้อมกัน เช่น การใช้บริการสปาบำบัดหรือใช้น้ำบำบัดควบคู่ไปกับการออกกำลังกาย การเดินป่า ปีนเขา การศึกษาวัฒนธรรมพื้นถิ่น และกินอาหารพื้นเมือง (มนฤมล จันทร์มา, 2565) ในขณะที่ กรณ์ชัย ปัญญา (2563) พบว่า สถานที่ที่ดึงดูดใจ มีทัศนียภาพที่งดงามล้อมรอบไปด้วยภูเขา มีอากาศที่เย็นสบาย มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีการบริการที่ประทับใจ และราคาไม่แพง มีกิจกรรมที่หลากหลาย การเข้าถึงง่าย และสะดวกสบาย และมีที่พักหลากหลายและเพียงพอสามารถทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้

สำหรับการศึกษาแรงจูงใจหลักและแรงจูงใจดิ่งที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวรายได้ดียังมีการศึกษาไม่มากนัก โดยพบเพียงงานวิจัยของ Ting, Changtai, Linjun and Zhiping (2021) นอกจากนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นตัวแปรเพิ่มที่สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว มาศึกษาในกรอบแนวคิดของงานวิจัยครั้งนี้ด้วย เพื่อไปใช้เป็นแนวทางการวางกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวรายได้ดีให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรีได้

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายได้ดีที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจหลักและแรงจูงใจดิ่งของนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายได้ดีที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

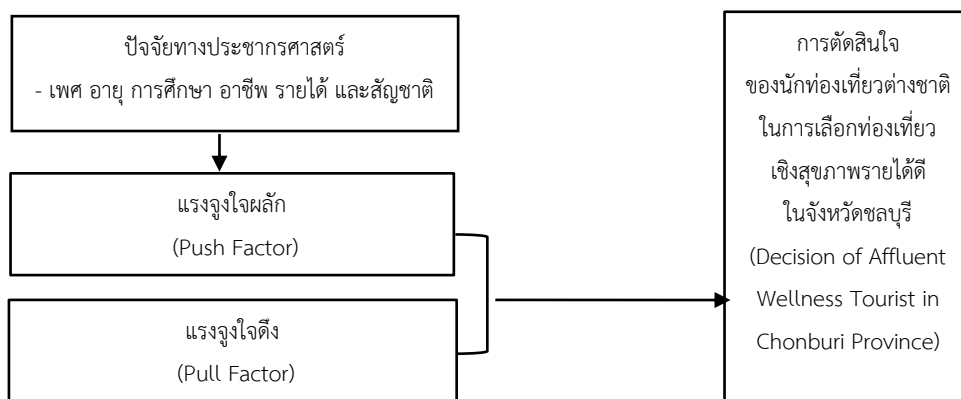
ข้อมูลเชิงลึกที่ได้จากการศึกษาลักษณะทางประชากรและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี สามารถนำไปใช้ในการวางแผนและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถานประกอบการสามารถใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มความพร้อมของธุรกิจบริการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวรายได้ดี ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อันจะนำไปสู่การตัดสินใจเดินทางที่เพิ่มขึ้น ความสำเร็จของธุรกิจ และการได้เปรียบทางการแข่งขัน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษานักท่องเที่ยวรายได้ดีชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ในจังหวัดชลบุรี โดยแบ่งเป็นพื้นที่ 8 พื้นที่ คือ บางแสน บางพระ ศรีราชา เกาะสีชัง บางละมุง พัทยา บางเสร่ และสัตหีบ การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบสัดส่วนของประชากรที่สนใจของ W.G. Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ไปยังพื้นที่ที่ศึกษาแต่ละพื้นที่ 8 พื้นที่ ได้แก่ บางแสน บางพระ ศรีราชา เกาะสีชัง บางละมุง พัทยา บางเสร่ และสัตหีบ โดยแบ่งเป็นพื้นที่ละ 48 ชุด รวมทั้งหมดเป็น 384 ชุด

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Crompton (1979) และ Iso-Ahola (1982) และ Ting, Changtai, Linjun and Zhiping (2021) มาเป็นแนวทางในการพัฒนาตัวแปร โดยสามารถแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: จากการศึกษา

สมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวรายได้ดีชาวต่างประเทศที่มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันทำให้ความสัมพันธ์กับแรงจูงใจนักท่องเที่ยวรายได้ดีที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจหลักและแรงจูงใจดึงของนักท่องเที่ยวต่างประเทศรายได้ดีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ นักท่องเที่ยวรายได้ดีชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ในจังหวัดชลบุรี โดยมีเกณฑ์การพิจารณานักท่องเที่ยวรายได้ดี (พิมพ์วิภา ตราชูวนิช และ ณัฐพงศ์ พันธุ์น้อย, 2565) ดังนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติในทวีปเอเชีย (จีน อินเดีย รัสเซีย) ที่มีระยะเวลาในการพำนักในจังหวัดชลบุรี ประมาณ 4 ถึง 9 วัน หรือ ค่าใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยว โดยประมาณ 3,150 - 3,750 ดอลลาร์ ต่อทริป และ นักท่องเที่ยวต่างชาติในทวีปยุโรป (อิตาลี สเปน เยอรมัน ฝรั่งเศส สวีเดน) ที่มีระยะเวลาวันพำนักในจังหวัดชลบุรี เฉลี่ย โดยประมาณ 9 - 13 วัน หรือมีการใช้จ่ายโดยประมาณ 4,000 ดอลลาร์ขึ้นไปต่อทริป

พื้นที่การศึกษา ในจังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 8 พื้นที่ ได้แก่ บางแสน บางพระ ศรีราชา เกาะสีชัง บางละมุง พัทยา บางเสร่ และสัตหีบ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกรณีไม่ทราบสัดส่วนของประชากรที่สนใจของ W.G. Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสุ่มตัวอย่างแบบโควตาตามสัดส่วน (Quota Sampling) ไปยังพื้นที่ที่ศึกษาแต่ละพื้นที่ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนทางประชากรศาสตร์ ซึ่งมีด้วยกัน 8 พื้นที่ ได้แก่ บางแสน บางพระ ศรีราชา เกาะสีชัง บางละมุง พัทยา บางเสร่ และสัตหีบ โดยแบ่งเป็นพื้นที่ละ 48 ชุด รวมทั้งหมดเป็น 384 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการศึกษา แนวคิดทฤษฎี เอกสาร บทความ วิทยานิพนธ์ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งถูกพัฒนาให้ครอบคลุมตามขอบเขตของงานวิจัย ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด มีหลายคำตอบให้เลือก ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เช่น เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีลักษณะเป็นแบบสำรวจ (Checklists) ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวัง แรงจูงใจด้านหลักและแรงจูงใจด้านดิ่งในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดชลบุรี ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Rating Scale) โดยจะมีกำหนด มาตรวัดแต่ละข้อเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวรายได้ดี มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.67 -1.00 ทุกข้อคำถาม ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ของค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่า 0.50 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1976) โดยทางผู้วิจัยมีการปรับให้มีความสอดคล้องตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำแบบสอบถาม 30 ตัวอย่าง ไปทดลองเก็บตัวอย่างทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำผลลัพธ์การตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha) โดยกำหนดให้แบบทดสอบมีค่าที่ได้ใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.7 (Nunnally, 1978) โดยผลที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.851 แสดงว่ามีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ใช้เพื่อวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis ในการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

หลังจากได้ข้อมูลผู้วิจัยได้ตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล (Outlier Case) ของแบบสอบถามจำนวน 384 ชุด ด้วยแผนภาพแบบกล่อง (Boxplot) ทำให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเหลือเพียง 356 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่ง Hair et al. (2010) กล่าวว่า กรณีที่แบบจำลองไม่ซับซ้อนมากตัวอย่างควรมีขนาดตั้งแต่ 200 ตัวอย่างขึ้นไป ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างถือว่าเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรายได้ดี

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน n=356	ร้อยละ	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน n=356	ร้อยละ
เพศ			อาชีพ		
ชาย	184	51.7	เกษียณอายุ/ว่างงาน	20	5.6
หญิง	164	46.3	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	26	7.3
อื่น ๆ	7	2.0	พนักงานบริษัทเอกชน	179	50.3
อายุ			ธุรกิจส่วนตัว	114	32.0
18 - 24 ปี	43	12.1	อื่นๆ	17	4.8
25 - 34 ปี	204	57.3	สัญชาติ		
35 - 44 ปี	59	16.6	เอเชีย (ยกเว้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้)	74	20.8
45 - 54 ปี	32	9.0	อเมริกา	2	0.6
55 - 64 ปี	14	3.9	เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	212	59.6
65 ปี ขึ้นไป	4	1.1	ออสเตรเลียและโอเชียเนีย	3	0.8
รายได้			ยุโรป	57	16
ไม่เกินเดือนละ 25,000 บาท	8	2.2	อื่นๆ	8	2.2
25,001 - 50,000 บาท	190	53.4	เดินทางท่องเที่ยวกับใคร		
50,001 - 75,000 บาท	114	32.0	คู่รัก	85	23.9
75,001 - 100,000 บาท	28	7.9	เพื่อน	144	40.4
มากกว่า 100,000 บาท	16	4.5	ครอบครัว	96	27.0
การศึกษา			เที่ยวคนเดียว	31	8.7
ต่ำกว่ามัธยม / มัธยม	20	5.6			
อนุปริญญา	21	5.9			
ปริญญาตรี	162	45.5			
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	153	43.0			

ที่มา: จากการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวรายได้ดีที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงจำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 เป็นเพศชาย จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 และไม่ต้องการระบุเพศจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ มีอายุ 25 - 34 ปี จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 มีรายได้ต่อเดือน พบว่า มีรายได้ 25,001 - 50,000 บาท จำนวน 190 คน ร้อยละ 53.4 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวมีสัญชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และ ฟิลิปปินส์ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 มักเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่สอบถามจากเพื่อน/ครอบครัว จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 ตามลำดับ ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรในกรอบแนวคิดการวิจัย

ข้อ	ตัวแปรที่ศึกษา	n= 356		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	แรงจูงใจหลัก	4.00	0.72	มาก
2	แรงจูงใจดิ่ง	3.83	0.67	มาก
3	การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	4.02	0.71	มาก

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรแรงจูงใจหลัก พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.00$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม (S.D.=0.723) เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านแรงจูงใจหลักเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจหลักไปสถานที่แปลกใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.932) ซึ่งพบว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.934) อยู่ในระดับมาก และหลีกเลี่ยงจากความกดดันทางบ้าน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 1.102) ซึ่งพบว่าอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรแรงจูงใจดิ่ง พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 3.83$) และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม (S.D.= 0.667) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เติมน้ำดื่ม/เครื่องดื่ม (แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.922) ซึ่งพบว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ สปา (นวดตัว/นวดสมุนไพร/การอบสมุนไพร/นวดประคบ) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.923) อยู่ในระดับมาก และบำบัดเพื่อลดน้ำหนัก มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.951) ตามลำดับ ซึ่งพบว่าอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของตัวแปรการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, SD=0.709) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวอยากจะแนะนำเพื่อนให้ไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เคยไปมา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.803) ซึ่งพบว่าอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ วางแผนจะไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีลักษณะเช่นนี้อีกในอนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.794) อยู่ในระดับมาก และวางแผนจะไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เคยไปมาแล้วซ้ำอีกครั้ง มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.849) ตามลำดับ ซึ่งพบว่าอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำคัญแรงจูงใจนักท่องเที่ยวรายได้ดีที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์

ปัจจัยแรงจูงใจ	ปัจจัยทางประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้	สัญชาติ
แรงจูงใจหลัก	F=1.293 (0.276)	F=9.040 (0.000)*	F=13.137 (0.000)*	F=6.968 (0.000)*	F=9.281 (0.000)*	F=7.876 (0.000)*
แรงจูงใจดิ่ง	F=0.210 (0.810)	F=3.517 (0.004)*	F=4.448 (0.004)*	F=5.104 (0.001)*	F=4.462 (0.002)*	F=4.846 (0.000)*
รวม	F=472 (0.624)	F=7.062 (0.000)*	F=10.247 (0.000)*	F=7.413 (0.000)*	F=8.180 (0.000)*	F=7.104 (0.000)*

หมายเหตุ: ค่าตัวเลขในวงเล็บคือ P-Value และ * คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวรายได้ที่มีอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสัญชาติที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจหลักและแรงจูงใจถึงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่จากสถิติด้วยวิธีของ LSD แสดงผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมในปัจจัยแรงจูงใจหลัก พบว่า นักท่องเที่ยวรายได้ที่มีอายุ 25-34 ปี ($\bar{X}$ = 4.144) ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอายุ 55-64 ปี ($\bar{X}$ = 3.272) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($\bar{X}$ = 4.252) ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มปริญญาโทหรือสูงกว่า ($\bar{X}$ = 3.807) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X}$ = 4.072) ธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพอื่น ($\bar{X}$ = 4.067, $\bar{X}$ = 4.039) ให้ความสำคัญมากกว่าคนที่เกษียณอายุหรือว่างงาน ($\bar{X}$ = 3.268) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000 – 50,000 บาท ($\bar{X}$ = 4.154) รายได้ 50,001 – 75,000 บาท ($\bar{X}$ = 4.003) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 75,001 – 100,000 บาท ($\bar{X}$ = 3.704) และนักท่องเที่ยวออสเตรเลียและโอเชียเนีย (Australian and Oceania) ($\bar{X}$ = 4.424) นักท่องเที่ยวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asian) ($\bar{X}$ = 4.172) นักท่องเที่ยวอเมริกา (American) ($\bar{X}$ = 4.172) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวจากยุโรป (European) (Mean = 3.602) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่แสดงผลการวิเคราะห์เพิ่มเติมในปัจจัยถึง พบว่า นักท่องเที่ยวรายได้ที่มีอายุ 25-34 ปี ($\bar{X}$ = 3.932) ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มอายุ 55-64 ปี ($\bar{X}$ = 3.381) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($\bar{X}$ = 3.971) ให้ความสำคัญมากกว่ากลุ่มปริญญาโทหรือสูงกว่า ($\bar{X}$ = 3.726) มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X}$ = 3.917) พนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{X}$ = 3.892) ให้ความสำคัญมากกว่าคนที่เกษียณอายุหรือว่างงาน ($\bar{X}$ = 3.267) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 25,000 – 50,000 บาท ($\bar{X}$ = 3.940) รายได้ 50,001–75,000 บาท ($\bar{X}$ = 3.828) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 75,001 – 100,000 บาท ($\bar{X}$ = 3.521) และนักท่องเที่ยวอเมริกา (American) ($\bar{X}$ = 4.083) นักท่องเที่ยวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asian) ($\bar{X}$ = 3.949) นักท่องเที่ยวจากเอเชีย (Asian) ($\bar{X}$ = 3.796) ให้ความสำคัญมากกว่านักท่องเที่ยวจากที่อื่นๆ ($\bar{X}$ = 3.167) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี

ปัจจัยแรงจูงใจ	B	Beta	t	P-Value
แรงจูงใจหลัก	0.308	0.31	4.861	0.000*
แรงจูงใจถึง	0.243	0.22	3.457	0.001*

R = 0.238, Adjusted R Square = 0.234, F = 55.079 P* <0.05

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของสมมติฐานที่ 2 พบว่า แรงจูงใจ ที่ประกอบด้วย แรงจูงใจหลัก และแรงจูงใจถึง มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จังหวัดชลบุรี โดยค่าสัมประสิทธิ์ตัวกำหนด ค่า R เท่ากับ 0.238 ค่า R² เท่ากับ 0.234 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig มีค่าเท่ากับ 0.000) ค่าสถิติ F มีค่าเท่ากับ 55.079 และค่า P-value มีค่า

เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 หมายความว่า มีตัวแปรอิสระรายย่อยอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี แสดงให้เห็นว่า แรงจูงใจหลักและแรงจูงใจถึงมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี โดยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากที่สุด คือ คือ แรงจูงใจหลัก ($Beta = 0.31$) รองลงมาคือ แรงจูงใจถึง ($Beta = 0.22$) ตามลำดับ ซึ่งทั้งสองปัจจัยส่งผลต่อตัวแปรตามในเชิงบวก

การอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยสรุปผลและอภิปรายผลดังนี้

1. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวรายได้ดีที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าปัจจัยด้านอายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และสัญชาติ ส่งผลต่อความสำคัญของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวรายได้ดีที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัศมีพร พงษ์พงษ์ และเจกิตาน์ ศรีสรวล (2566) และ เสาวลักษณ์ ใจหล้า (2567) ที่พบว่า ปัจจัยทางด้านบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางที่แตกต่างกัน อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่น Y ที่มีอายุอยู่ในช่วง 34 - 39 ปี มักจะรับชมวิดีโอจากแอปพลิเคชันตีก่อนตัดสินใจเดินทาง โดยมีแรงจูงใจที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ได้แก่ ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ความปรารถนาที่จะพบประสบการณ์ใหม่ และแปลกใหม่ ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัวหรือเพื่อน ความต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีขึ้นกับครอบครัวหรือเพื่อน ความต้องการความสนุกและการผจญภัย ในขณะที่แรงจูงใจที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เลือกสถานที่ ได้แก่ ความสวยงามของธรรมชาติ มีอากาศที่เย็นสบาย สถานที่ท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ มีแหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต และสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ นอกจากนั้น ลลิตา เลิศส่องแสง (2565) กล่าวเพิ่มเติมว่า อายุ อาชีพและรายได้มีผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวคนเดียวของผู้หญิงไทยที่มีสถานะโสด ในช่วงอายุประมาณ ระหว่าง 25-39 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท มักออกท่องเที่ยวเพื่อเติมเต็มความฝันให้เป็นจริง เรียนรู้เรื่องที่สนใจ เพื่อให้บรรลุความสำเร็จบางอย่างในชีวิต เช่นเดียวกับ Silva et al. (2021) พบว่า ช่วงอายุระหว่าง 24-39 ปี เป็นช่วงวัยที่ออกเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการการพักผ่อน การแสวงหาสิ่งใหม่ๆ หลบหนีจากชีวิตที่ต้องพบเจอในทุกๆ วัน รวมถึงมีความภาคภูมิใจที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวได้ และแรงจูงใจเหล่านี้ มักจะเป็นตัวกระตุ้นในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไปอีกด้วย

2. แรงจูงใจหลักและแรงจูงใจถึงของนักท่องเที่ยวรายได้ดีที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยหลักและปัจจัยถึงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวรายได้ดี ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้านี้ของ Damijanić (2020) ที่ศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจในการเดินทางแบบหลักและถึง พบว่า ปัจจัยหลักด้านทัศนคติสุขภาพ การพักผ่อนและรางวัล และความสนใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ถือเป็นแรงจูงใจสำคัญสำหรับ

นักท่องเที่ยวสายสุขภาพโดยทั่วไป ในขณะที่ปัจจัยแรงจูงใจถึงที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ซึ่งถือเป็นสุขภาพขั้นพื้นฐาน สุขภาพที่จับต้องไม่ได้ และสุขภาพเสริม ซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ความบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ และภูมิทัศน์ของสถานที่ท่องเที่ยว Azman, & Chan (2010) กล่าวเพิ่มเติมว่า แรงจูงใจ คือ ความต้องการและทัศนคติที่โน้มน้าวให้บุคคลกระทำการในทิศทางที่มุ่งเป้าไปที่การท่องเที่ยวโดยเฉพาะ และพบว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวด้านสปาและการดูแลสุขภาพมีความเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการเดินทางวันหยุด และวันที่ต้องการการพักผ่อน โดยความพึงพอใจในตนเอง คือ ปัจจัยผลักดันและคุณลักษณะของสปา คือ ปัจจัยดึงดูด ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ทำหน้าที่เป็นปัจจัยที่สร้างแรงบันดาลใจในการเยี่ยมชมสปาของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Gan, Zheng, Li, Li, & Shen (2023) พบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความหลากหลายและขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจหลายประการในเวลาเดียวกัน และพบว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวส่งผลพฤติกรรมการเดินทาง นอกจากนี้เหตุผลสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มต้นการเดินทาง คือ ในปัจจุบันผู้คนกำลังเผชิญความเครียด ทั้งในเรื่องการทำงาน ครอบครัว และด้านอื่นๆ อีกทั้งต้องการลิ้มความกังวลในชีวิตด้วยการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมเดิม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม การเดินทางไปยังสภาพแวดล้อมที่สะดวกสบาย ผ่อนคลาย และน่ารื่นรมย์ ช่วยให้นักเดินทางรู้สึกมีสุขภาพที่ดี และสามารถตอบสนองความต้องการของนักเดินทางได้

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการนำผลวิจัยไปใช้ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการสามารถออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มุ่งเน้นกิจกรรมที่จูงใจและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้ดี เช่น โปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพ การพักผ่อนในสถานที่เงียบสงบเพื่อหลีกเลี่ยงความกดดันในชีวิต กิจกรรมบำบัดเพื่อลดน้ำหนัก และการสำรวจธรรมชาติ เป็นต้น
2. ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการควรพัฒนาคุณภาพบริการให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุและสัญชาติต่าง ๆ เช่น นักท่องเที่ยววัยทำงานที่มุ่งเน้นประสบการณ์ใหม่ หรือกลุ่มรายได้สูงที่ต้องการบริการระดับพรีเมียม รวมทั้ง ควรมีการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และการตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
3. การใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารออนไลน์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น การนำเสนอประสบการณ์ผู้ใช้จริงผ่านคลิปวิดีโอหรือภาพถ่าย รวมถึงการพัฒนาระบบจองบริการออนไลน์ที่สะดวกและตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล จะช่วยสร้างแรงจูงใจและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้ดีให้มาใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยร่วมมือกับผู้ประกอบการในการสร้างมาตรฐานบริการสุขภาพในระดับสากล พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ที่มีศักยภาพ สนับสนุนกิจกรรมประชาสัมพันธ์และโครงการการตลาดที่เน้นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวไทย รวมถึงสนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวรายได้ดี และสร้างความยั่งยืนให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวรายได้น้อยในจังหวัดชลบุรี โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะในพื้นที่ชลบุรี ซึ่งแม้ว่าจะเป็นเขตเมืองที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก และมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ก็อาจไม่สะท้อนความคิดเห็นและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นอย่างครบถ้วน ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของภูมิศาสตร์ เช่น การศึกษานักท่องเที่ยวรายได้น้อยจังหวัดอื่นๆ หรือเปรียบเทียบกับจังหวัดใกล้เคียงในภาคตะวันออก และในแง่ของสถานะทางเศรษฐกิจ เช่น กลุ่มที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน เพื่อให้ผลการศึกษาก่อเกิดความครอบคลุม และสามารถสะท้อนพฤติกรรม ทักษะและความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกัน และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่อายุแตกต่างกันให้ทราบถึงความแตกต่างในด้านแรงจูงใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดชลบุรี เพื่อสามารถจัดทากิจกรรมที่สามารถตอบสนอง ความพึงพอใจของแต่ละวัยและแต่ละกลุ่มของนักท่องเที่ยวได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2566). *ไทยเดินหน้ารับรองศูนย์เวลเนส (Wellness Center) สร้างมาตรฐานรองรับตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม 2568, จาก https://www.thailand.go.th/issue-focus-detail/001_07_032
- กรัณย์ ปัญญา (2563). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของสนามกอล์ฟในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเขตภาคเหนือตอนบน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ*, 12(1), 175-187.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเรื่องใกล้ตัวกว่าที่คิด*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.ชลบุรี. สืบค้นเมื่อ 9 มกราคม 2568, จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). *นโยบายส่งเสริมแพทย์แผนไทยและสมุนไพร: ซอฟต์แวร์เวอร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2568, จาก <https://datacatalog.tat.or.th/en/group/policy>
- นฤมล จันทร์มา. (2565). ศักยภาพและความต้องการของตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน จังหวัดเพชรบูรณ์. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 1(1), 40-56.
- รัศมีพร พยุงพงษ์ และเจกิตาน์ ศรีสรवल. (2566). พฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีใหม่อย่างรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวชายหาดบางแสนจังหวัดชลบุรี. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี*, 20(1), 24-33.
- ลลิตา เลิศส่องแสง. (2565). *ผลกระทบของค่านิยมที่มีผลต่อแรงจูงใจและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวคนเดียวของผู้หญิงไทยที่พักราคัย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล).

- เสาวลักษณ์ ใจกล้า. (2567). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเอเรชั่น Y ในจังหวัด นครสวรรค์จากสื่อออนไลน์. *นวัตศาสตร์สหวิทยาการ*, 2(3), 62-79.
- Azman, I., & Chan, K. L. J. (2010). Health and spa tourism business: Tourists' profiles and motivational factors. In *Health, wellness and tourism: Healthy tourists, healthy business?* Proceedings of the Travel and Tourism Research Association Europe 2010 Conference (pp. 9–24). Budapest, Hungary.
- Chanma, N. (2022). Potential and market demand for health tourism from hot springs in Phetchabun Province. *Journal of Science and Technology Chiang Rai Rajabhat University*, 1(1), 40–56. (in Thai)
- Cochran, S. (1977). *Sampling techniques*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Damijanić, A. T. (2020). Travel motivations as criteria in the wellness tourism market segmentation process. *Academica Turistica–Tourism and Innovation Journal*, 13(2), 201–213.
- Department of Thai Traditional and Alternative Medicine. (2023). *Thailand advances the certification of Wellness Centers to establish standards for health tourism markets*. Retrieved January 12, 2025, from https://www.thailand.go.th/issue-focus-detail/001_07_032. (in Thai)
- Gan, T., Zheng, J., Li, W., Li, J., & Shen, J. (2023). Health and wellness tourists' motivation and behavior intention: The role of perceived value. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(5), 4339.
- Global Wellness Institute. (2025). *Global wellness economy: Looking beyond COVID-19*. Retrieved January 19, 2025, from <https://globalwellnessinstitute.org>.
- Jailar, S. (2024). Travel Motivation of Generation Y Tourists in Nakhon Sawan Province Through Online Media. *Nawatsart Interdisciplinary Journal*, 2(3), 62-79. (in Thai)
- Lertsongsaeng, L. (2022). *The impact of values on motivation and behavioral intentions in solo travel by Thai women residing in Bangkok* (Master Independent Study). Mahidol University. (in Thai)
- Ministry of Tourism and Sports. (2567). *Statistical report of Chonburi province: Tourism revenue in 2023*. Office of Chonburi Provincial Statistics. Retrieved January 9, 2025, from <https://chonburi.nso.go.th/statistical-information-service/key-indicators-of-the-province.html>
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill Book Company, pp. 86-113, 190-255.
- Office of Chonburi Tourism and Sports. (2024). *Tourist attractions and activities in Chonburi province*. Retrieved from <http://www.chonburimots.go.th/th/>
- Panyo, K. (2020). A study of the health tourism potential of golf courses in serving foreign tourists in the upper northern region. *Journal of National Sports University*, 12(1), 175–187. (in Thai)

- Payungpong, R., & Srisuan, J. (2023). Responsible new normal tourism behavior of Thai tourists at Bang Saen Beach, Chonburi Province. *Journal of Sripatum University Chonburi*, 20(1), 24–33. (in Thai)
- Pinthong, C., & Pongwat A. (2022). Exploring the Service Quality Factors of Spa Business in Pattaya, Thailand. *Burapha Journal of Business Management, Burapha University*, 11(1), 109-131.
- Rovinelli, R.J., & Hambleton, R.K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Silva, L., Breda, Z., Brandão, F., Costa, R. (2021). #ITravelSolo: Women Solo Travellers. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 209, 624-636. DOI 10.1007/978-981-33-4260-6_53.
- Tourism Authority of Thailand. (2023). *Tourism or the tourism industry is closer to home than you think: Tourism Authority of Thailand. Chonburi*. Retrieved January 9, 2025, from <https://tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism>. (in Thai).
- Tourism Authority of Thailand. (2024). *Policy to promote Thai traditional medicine and herbal remedies: Soft power for the development of health tourism*. Retrieved January 4, 2025, from <https://datacatalog.tat.or.th/en/group/policy>. (in Thai)
- Unesco. (2020). *Thai Massage: A Cultural Heritage of Humanity*. Retrieved January 19, 2025, from <https://ich.unesco.org>