

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
ชาวไทย ในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

อารดา หรูสกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

พ.ศ. 2564

**TOURIST ATTRACTION COMPONENTS INFLUENCING TRAVEL
DECISION MAKING THAI TOURISTS TO VISIT HIN DAT HOT
SPRINGS, KANCHANABURI PROVINCE**

ARADA HROOSAKOOL



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Tourism Management
Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University**

2021



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี
เสนอโดย นางสาวอารดา หรูสกุล
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง

ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)

..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

..... คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชุบชูวงศ์)

วันที่ 16 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2564

หัวข้อวิทยานิพนธ์	องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี
ชื่อผู้เขียน	อารดา หรูสกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง
สาขาวิชา	การจัดการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างในการตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามหลักประชากรศาสตร์ 4) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างอาศัยความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.15) และความคิดเห็นด้านที่พักมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.07) ความเห็นด้านการตัดสินใจที่น้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อตัดเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ (4.27) และตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาดจากคำแนะนำของคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว (2.94)

ผลการทดสอบสมมติฐานองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด ทั้ง 6 ด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าสัมประสิทธิ์ มากที่สุดได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูด (4.15) รองลงมา คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (3.44) ด้านกิจกรรม (3.21) ด้านการให้บริการ (3.11) ตามลำดับ โดยค่าสัมประสิทธิ์น้อยที่สุด คือ ด้านที่พัก (3.07) โดยการตั้งสมมติฐาน H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรีที่ไม่แตกต่างกัน โดยจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

Thesis Title	TOURIST ATTRACTION COMPONENTS INFLUENCING TRAVEL DECISION MAKING THAI TOURISTS TO VISIT HIN DAT HOT SPRINGS, KANCHANABURI PROVINCE TOURIST ATTRACTION COMPONENTS INFLUENCING TRAVEL DECISION MAKING THAI TOURISTS TO VISIT HIN DAT HOT SPRINGS, KANCHANABURI PROVINCE
Author	Arada Hroosakool
Thesis Advisor	Asst. Prof. Dr.Kanlaya Swangkong
Department	Tourism Management
Academic Years	2020

ABSTRACT

The purpose of the study Tourist attraction components influencing travel decision making Thai Tourists to visit Hin Dat Hot Springs, Kanchanaburi Province. 1) To study tourist's opinion of Hin Dat Hot Springs, Kanchanaburi Province. 2) To study Thai tourist on the decision making of Hin Dat Hot Springs, Kanchanaburi Province. 3) To study the different of making decision travel Hin Dat Hot Springs define by Demography 4) To analysis tourism decision factors of travel to Hin Dat Hot Springs Kanchanaburi Province. In this study has focus on Thai tourist age 25 year and above who travel to Hin Dat Hot Springs Kanchanaburi. The static method of this study refer to descriptive statistics consisted of frequency, percentage, mean and standard deviation and inferential statistics consisted of multiple regression analyzes.

The study found the mean value of attraction element had highest score (4.15) and the accommodation reviews were the lowest (3.07). cut through the paths to other destinations (4.27) and advice of a familia or friend who has traveled (2.94) on decide trip to Hin Dat Hot Springs.

The results of the hypothesis testing of the attraction elements influencing the decision to visit the Hin Dat Hot Springs on all 6 aspects. The highest order was in order of coefficient (4.15), which was attraction, followed by access to tourist attractions, had value (3.44), activity (3.21), service (3.11), respectively. The least is the accommodation side (3.07). H_0 hypothesis: Thai tourists with different personal factors had no different levels of opinions on the Hin Dat hot

spring tourist attraction, Kanchanaburi Province. Statistically less than 0.05 was rejected H_0
Hypothesis

The purpose of the study Tourist attraction components influencing travel decision making Thai Tourists to visit Hin Dat Hot Springs, Kanchanaburi Province. 1) To study tourist 's opinion of Hin Dat Hot Springs, Kanchanaburi Province. 2) To study Thai tourist on the decision making of Hin Dat Hot Springs, Kanchanaburi Province. 3) To study the different of making decision travel Hin Dat Hot Springs define by Demography 4) To analysis tourism decision factors of travel to Hin Dat Hot Springs Kanchanaburi Province. In this study has focus on Thai tourist age 25 year and above who travel to Hin Dat Hot Springs Kanchanaburi. The static method of this study refer to descriptive statistics consisted of frequency, percentage, mean and standard deviation and inferential statistics consisted of multiple regression analyzes.

The study found the mean value of attraction element had highest score (4.15) and the accommodation reviews were the lowest (3.07). Cut through the paths to other destinations (4.27) and advice of a familia or friend who has traveled (2.94) on decide trip to Hin Dat Hot Springs.

The results of the hypothesis testing of the attraction elements influencing the decision to visit the Hin Dat Hot Springs on all 6 aspects. The highest order was in order of coefficient (4.15), which was attraction, followed by access to tourist attractions, had value (3.44), activity (3.21), service (3.11), respectively. The least is the accommodation side (3.07). H_0 hypothesis: Thai tourists with different personal factors had no different levels of opinions on the Hin Dat hot spring tourist attraction, Kanchanaburi Province. Statistically less than 0.05 was rejected H_0
Hypothesis

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณา และด้วยความช่วยเหลืออย่างดีจากบุคคลที่มีส่วนร่วมในการทำวิจัยครั้งนี้หลายท่าน โดยเฉพาะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณาชี้แนะแนวทาง ให้คำปรึกษา คำแนะนำตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และเป็นกำลังใจให้มาโดยตลอด รวมถึง รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์จากภายนอก ที่กรุณาให้คำแนะนำ ปรับปรุงแก้ไขให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพรรณ บุญรัตกลิน ที่ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ และบุคลากร ประจำหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยว ทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ให้ความรู้ ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในการ จัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ รวมถึงเพื่อนทุกคน ทั้งระดับมัธยม ปริญญาตรี ปริญญาโท และผู้ใหญ่ทุกท่านที่ให้ความเมตตาช่วยเหลือแนะนำ ตลอดจนบุคคลที่รู้จักสนิทสนมคอยให้ความช่วยเหลือในทุกด้าน รวมถึงคอยเป็นกำลังใจให้กันมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณคุณพ่อ และคุณแม่ สมาชิกในครอบครัว และบุคคล อันเป็นที่รักของผู้วิจัยที่คอยให้การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ คอยรับฟัง และเป็นกำลังใจที่ดีตลอดมา เพื่อให้ผู้วิจัยได้ดำเนินการมาจนสำเร็จการศึกษาได้

ผู้วิจัยหวังว่าวิทยานิพนธ์นี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา องค์กร การจัดการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรี และการท่องเที่ยวของ ประเทศไทย หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ และขออภัยมา ณ ที่นี้

อารดา หุสสกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญตาราง.....	๑๑
สารบัญภาพ.....	๑๒
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	7
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	22
2.4 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ.....	28
2.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำพุร้อน.....	34
2.6 น้ำพุร้อนหินดาด.....	37
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	47
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	49
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	49
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	50
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53

สารบัญ (ต่อ)

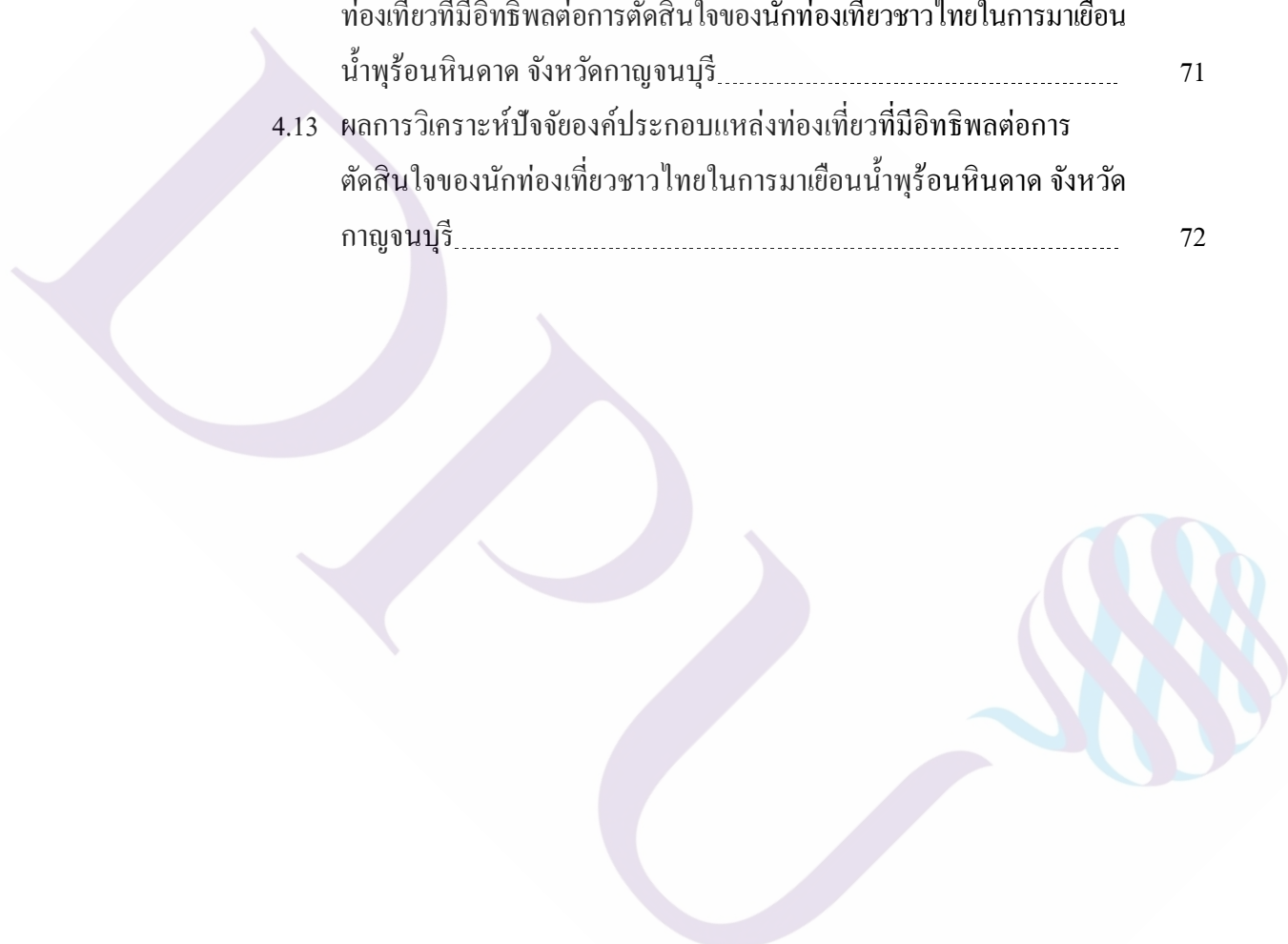
บทที่	หน้า
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
ตอนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบ แบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนน้ำพุร้อนหิน คาค จังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ โดยแจกแจงการแสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ.....	55
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนหินคาค จังหวัดกาญจนบุรี.....	58
ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินคาค จังหวัดกาญจนบุรี.....	65
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน.....	66
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	77
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	78
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	81
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	85
บรรณานุกรม.....	87
ภาคผนวก.....	91
แบบสอบถาม.....	92
ประวัติผู้เขียน.....	99

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ตารางแสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	55
4.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับ องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพื้ร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี.....	58
4.3 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยวพื้ร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction).....	59
4.4 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยวพื้ร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว (Accessibility).....	60
4.5 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยวพื้ร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity).....	61
4.6 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยวพื้ร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการให้บริการ (Ancillary Service).....	62
4.7 ตารางแสดง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยวพื้ร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านที่พัก (Accommodation).....	63
4.8 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบ แหล่งท่องเที่ยวพื้ร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านกิจกรรม (Activity).....	64
4.9 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวพื้ร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี.....	65
4.10 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานความคิดเห็น องค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยวพื้ร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพล การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี.....	69
4.12 ผลการวิเคราะห์วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือน น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี.....	71
4.13 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัด กาญจนบุรี.....	72



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	48



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือว่าเป็นรายได้และเศรษฐกิจหลักของประเทศไทย และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก รัฐบาลจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียและอาเซียน มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงนักท่องเที่ยวทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเพิ่มมากขึ้น ภารกิจด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจที่ถูกผสมผสานกลมกลืนไปกับการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศต่าง ๆ จึงบูรณาการงานด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งหากประเทศใดมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่ชัดเจน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์และบุคลากรภาคการท่องเที่ยวมีศักยภาพซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะช่วยผลักดันให้ประเทศ มีข้อได้เปรียบในการแข่งขันและสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เติบโตได้อย่างมั่นคง

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติได้ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555–2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ามีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว และการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF จากการเปิดเผยข้อมูลรายงานสถิติการท่องเที่ยวจากทั่วโลกประจำปี 2559-2560 ขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (World Tourism Organization: WTO) พบว่า ในปี 2560 ประเทศไทยสามารถทำรายได้จากการท่องเที่ยวได้มากที่สุดเป็นประวัติการณ์ถึง 1.65 ล้านล้านบาท โดยเพิ่มขึ้นจากปี 2559 ถึงร้อยละ 16.9 ซึ่งมากเป็นอันดับ 3 ของโลก รองจากประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศสเปน (ผู้จัดการออนไลน์, 2560: ระบบออนไลน์) ผลจากสถิติดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าสถานการณ์การ

ท่องเที่ยวของโลกยังมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประชากรโลก ซึ่งก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) ก่อให้เกิดความตื่นตัวของผู้ที่หันกลับมาให้ความสำคัญและใส่ใจดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งยังมีปัจจัยส่งเสริมอื่น ๆ ที่เกิดจากความเครียดของรูปแบบการดำเนินชีวิต รวมถึงการเกิดโรคที่เกิดจากการนั่งทำงานเป็นเวลานาน (Office syndrome) ด้วยเหตุนี้ผู้คนทั่วโลกจึงพยายามมองหากิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เชื่อมโยงไปสู่กิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น รวมทั้งกระแสดูแลสุขภาพและใส่ใจสุขภาพยังส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทิศทางตลาดด้านการท่องเที่ยวของโลกตามไปด้วย เกิดความนิยมในด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกต่างให้ความสำคัญ โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวเนื่องและส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบเฉพาะกลุ่มประเภทอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทำอาหาร (Culinary Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นอีกรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวและได้รับความสนใจอย่างมากในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ในปี 2558 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ได้รับการจัดลำดับจาก Global Wellness Institute (GWI) ประเทศที่มีขนาดตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใหญ่ที่สุด 20 อันดับแรกของโลก ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 13 โดยมีการใช้จ่าย 9.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ มีจำนวนการเดินทาง 9.7 ล้านครั้ง การขยายตัวของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยนั้น สอดคล้องกับแผนนโยบายการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบริการด้านการแพทย์ (Medical Hub) และเป็นศูนย์กลางการบริการทางด้านสุขภาพ (Health Hub) เริ่มตั้งแต่ปี 2547 และได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2559-2568) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) และในปี 2560 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามุ่งเน้นพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเดินทางท่องเที่ยวในอาเซียน ด้วยกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical & Wellness Tourism) การจัดงานแต่งงาน (Wedding & Romance) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Marine Tourism) และการท่องเที่ยวเชื่อมโยง (Asian Connect) และเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอัตราการขยายตัวสูง ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากกระแสความสนใจด้านสุขภาพและการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560)

Wellness Tourism หรือการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวที่มีลักษณะของการดูแลสุขภาพ ที่สร้างสมดุลทั้งทางร่างกายและจิตใจ มีการผนวกกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ โยคะ สปา อาหารเพื่อสุขภาพและบริการทางการแพทย์ เป็นต้น กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เติบโตอย่างรวดเร็ว แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจโลกจะถดถอย แต่ธุรกิจนี้ก็กลับเติบโต

อย่างรวดเร็ว โดยในปี 2560 ตลาด Wellness Tourism ทั่วโลก มีมูลค่า 124 ล้านล้านบาท ใหญ่กว่า GDP ประเทศ 9,000 เท่า มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 10.6% ซึ่งโตกว่าภาพรวมการท่องเที่ยวโลกถึง 2 เท่า และยังมีแนวโน้มที่จะโตอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศไทยนับเป็นอีกหนึ่งตลาดที่โดดเด่น เรื่องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะมีความได้เปรียบด้วยต้นทุนที่ดี ทั้งในด้านของการบริการด้านสุขภาพ บริการ ค่าใช้จ่าย ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยข้อมูลจาก Global Wellness Institute ระบุว่า ปี 2560 มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประเทศไทย ใหญ่เป็นอันดับที่ 13 ของโลก สามารถสร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท มีชาวต่างชาติ เดินทางเข้ามาใช้บริการกว่า 9.7 ล้านครั้ง ซึ่งจากความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวและความสมบูรณ์ขององค์ประกอบการท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมและใช้บริการอย่างมากมาย หนึ่งในนั้นคือ การที่นักท่องเที่ยวมาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับสุขภาพ อาทิ การดูแลสุขภาพ การนวด การแช่น้ำร้อน เป็นต้น

จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางที่มีผู้นิยมเดินทางไปท่องเที่ยว เต็มไปด้วยเรื่องราวในอดีตที่น่าสนใจ เป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ยุคสมัยทวารวดี ยุคสมัย พุทธศตวรรษ ที่ 16-18 ขอมได้ขยายอิทธิพลมายังจังหวัดกาญจนบุรี โดยอยู่ระหว่างยุคสมัยกรุงศรีอยุธยา ธนบุรี และรัตนโกสินทร์ จังหวัดกาญจนบุรียังเป็นสถานที่ตั้งของสะพานข้ามแม่น้ำแคว ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทยในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก นอกจากนี้ยังมีแม่น้ำสำคัญสองสายคือ แม่น้ำแควใหญ่ และ แม่น้ำแควน้อย ซึ่งไหลมาบรรจบรวมกันเป็นแม่น้ำแม่กลอง ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นป่าเขาลำเนาไพร ถ้ำหรือน้ำตก และน้ำพุร้อน น้ำพุร้อนหินดาด เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเพื่อบำบัดด้านสุขภาพ และยังเป็นบ่อน้ำร้อนธรรมชาติริมลำธาร ค้นพบโดยทหารญี่ปุ่นสมัยนั้นสงครามโลกครั้งที่ 2 เชื่อกันว่าน้ำแร่จากบ่อน้ำร้อนแห่งนี้ มีสรรพคุณในการรักษาโรคลักปิดลักเปิดหลายอย่าง บ่อน้ำพุร้อนหินดาดเกิดขึ้นมาตั้งแต่สมัยสงครามมหาเอเชียบูรพาหรือสงครามโลกครั้งที่ 2 สืบเนื่องจากความนิยมในการแช่ตัวในน้ำอุ่นของเหล่าทหารญี่ปุ่นอันเป็นวัฒนธรรมประจำชาติที่พวกเขานำติดตัวมาด้วย ลักษณะของน้ำพุร้อนแห่งนี้ เป็นน้ำพุร้อนที่พวยพุ่งออกมาจากเนินดินที่มีขนาดกว้างพอประมาณ และได้มีการสร้างบ่อซีเมนต์สองบ่อเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่ปรารถนาอาบน้ำแร่ โดยเชื่อกันว่าน้ำแร่ร้อนจากทั้งสองบ่อนี้มีสรรพคุณ ในการรักษาโรคและอาการป่วยทางร่างกายได้หลายประเภท เช่น โรคเหน็บชา ไขข้ออักเสบ เป็นต้น การแช่ตัวในน้ำพุร้อนนั้น โดยปกติจะแช่ในบ่อน้ำร้อนก่อนสัก 10 หรือ 15 นาทีแล้วจึงแช่ตัวต่อในธารน้ำเย็น ที่อยู่ไม่ไกลกัน เพื่อปรับอุณหภูมิของร่างกาย ทำเช่นนี้สลับกันไปจนรู้สึกสบายตัว นอกจากการแช่ตัวในบ่อน้ำร้อน แล้วนักท่องเที่ยวยังจะได้ตาม

รอยประวัติศาสตร์ของน้ำพุร้อนหินดาดที่เชื่อกันว่าครั้งหนึ่งทหารญี่ปุ่นเคยค้นพบทองคำบริเวณนี้ สังเกตได้จากร่องรอยการขุดค้นหาทองคำที่ยังมีให้เห็นในปัจจุบัน รวมทั้งร่องรอย ของการสร้าง หลุมหลบภัยทางอากาศของทหารญี่ปุ่นในสมัยสงครามโลก ซึ่งทำให้ที่นี่ไม่เพียงเป็นสถานที่ ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเท่านั้น (<https://thai.tourismthailand.org/Attraction>, 2564)

น้ำพุร้อนหินดาด ตั้งอยู่ที่ ตำบลหินดาด อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากจะมีความสวยงาม ทางธรรมชาติแล้ว ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และ ยังเชื่อว่ามีสรรพคุณในการบำบัดรักษาโรคเหน็บชา และ ไขข้ออักเสบได้ จึงเกิดการพัฒนาเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขึ้น (วารสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2551: 24-25)

จากการที่น้ำพุร้อนหินดาด ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวที่ เพิ่มขึ้นทำให้ระบบสาธารณสุขโลก สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปยัง น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อน หินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ในการทำวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยทำการสำรวจองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อนำผลที่ได้มาวางแผนแก้ปัญหาการ ตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีคุณภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์ของการ เดินทางทำกิจกรรม เพื่อนำข้อมูลมาวางแผน และพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ เอกชนให้สอดคล้อง กับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุได้อย่าง เหมาะสม เพื่อให้การท่องเที่ยวกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ มีประสิทธิภาพในลำดับต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย ไว้ดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่ง ท่องเที่ยวน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.2.3 เพื่อศึกษาความแตกต่างในการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประชากรศาสตร์

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.3 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้ตั้งสมมติฐานเพื่อการวิจัยดังนี้

1.3.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน

1.3.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน

1.3.3 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.4.1 ขอบเขตด้าน การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ และองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน
2. องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านการให้บริการ (Ancillary Service) ด้านที่พัก (Accommodation) ด้านกิจกรรม (Activity)

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา การทำวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2563 - ตุลาคม 2563

1.4.4 ขอบเขตด้านประชากร นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ในปี 2563 จำนวน 6,068,266 คน (สำนักงานสถิติ จังหวัดกาญจนบุรี กรมการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดกาญจนบุรี, 2564) โดยกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ที่เดินทางมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As หมายถึง ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านการให้บริการ (Ancillary Service) ด้านที่พัก (Accommodation) ด้านกิจกรรม (Activity)

1.5.2 การตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทราบถึงคุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.6.2 ทราบถึงองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

1.6.3 สามารถนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา “องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี” ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็นลำดับดังนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. แนวคิดและทฤษฎีองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ
5. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำพุร้อน
6. น้ำพุร้อนหินดาด
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ทำให้ประเทศไทยเกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ มีการนำเงินตราต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งยังมีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชน พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ระบบการบริการพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี มีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวจำนวนมากได้ให้คำนิยามถึงความหมายของการท่องเที่ยวในมุมมองที่แตกต่างกันออกไปตามแนวทางที่หลากหลายดังนี้

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวต่างให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้หลากหลาย ดังนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ไว้ว่า การท่องเที่ยว มีความหมายกว้างขวางครอบคลุมการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเล่นกีฬา การติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of Official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลักสากลดังต่อไปนี้ คือ

1. ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในการเดินทางนั้น

ซึ่งสอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ ฐานิตา พันธุ์มณี (2555) ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า หมายถึง กิจกรรมเพื่อพักผ่อนคลายความตึงเครียด จากกิจการงานประจำของมนุษย์ ซึ่งเป็นตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ 3 ประการ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางที่ต้องไปด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ได้ ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลาย ๆ อย่าง เช่น เพื่อพักผ่อนในวันหยุด เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬา และบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา เป็นต้น

สมชาติ อุ่ออัน (2552) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายของผู้คนจากแห่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง ซึ่งรวมไปถึงการเดินทางภายในประเทศ และการเดินทางระหว่างประเทศ นอกจากนี้การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้องก็นับเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยใน หลักเกณฑ์ความหมายกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังนี้

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
 2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
 3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้
- การท่องเที่ยวมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ดังนี้
1. การเคลื่อนที่เกิดจากการเคลื่อนที่ของมนุษย์สู่ที่หมายต่าง ๆ รวมทั้งการหยุดพัก ณ ที่เหล่านั้น
 2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 2 ส่วนคือ การเดินทางสู่จุดหมาย และการหยุดพักประกอบกิจกรรม ณ จุดหมายนั้น

3. การเดินทางและการหยุดพักเกิดขึ้นนอกภูมิลำเนาและที่ทำงาน ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยให้เกิดกิจกรรม ซึ่งแตกต่างจากกิจวัตรของถิ่นที่นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านและแวะพัก

4. การเดินทางสู่จุดหมายนั้น เป็นการเดินทางชั่วคราว ซึ่งระยะสั้น ๆ โดยมีความตั้งใจว่าจะกลับภายใน 2-3 วัน 2-3 สัปดาห์ หรือ 2-3 เดือน ความตั้งใจในการเยือนจุดหมายปลายทางมิได้เป็นไปเพื่อหลักแหล่ง หรือประกอบอาชีพ การท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

- 1) เป็นการเดินทางชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ
- 3) ไม่เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2556 : ออนไลน์) อธิบายว่า การท่องเที่ยว เป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ทั้งเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน ประกอบกิจกรรมตามความสนใจ หรือเพื่อประกอบธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน แต่ไม่ได้เป็นการเดินทางเพื่อไปทำงานหรือประกอบอาชีพเป็นหลัก

นิสา ชัชกุล (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการ คือ การเดินทาง การค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

UNWTO (1997 อ้างถึงใน สมบัติ กาญจนกิจ, 2557) และ Pender and Sharpley (2005) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของประชาชนที่ได้เดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยของตนไปยังอีกสถานที่หนึ่งและพักอาศัยชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ สุขภาพ นันทนาการ และอื่น ๆ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ เป็นหลักเป็นฐาน หรือการพำนักอาศัย

จากคำนิยามต่าง ๆ ดังที่ได้รวบรวมมาข้างต้นนั้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางออกจากสภาพแวดล้อมปกติ เช่น บ้าน ที่ทำงาน ไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นการชั่วคราวทั้งภายในและระหว่างประเทศ ด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาธุรกิจ ประชุมสัมมนา หรืออื่นใด แต่ต้องไม่เป็นการได้มาซึ่งรายได้จากสถานที่ที่ไปถึงนั้น ๆ

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

อุษณีย์ ศรีภูมิ (2554) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอย่างหนึ่งทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. ความอยากรู้อยากเห็นในด้านต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อได้พบเห็นสิ่งแปลกใหม่ ด้านวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป
2. การพักผ่อนหย่อนใจเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน เช่น การเล่นกีฬาการเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งบริการทางประวัติศาสตร์
3. ความสนใจทางด้านศาสนาและประวัติศาสตร์ได้แก่ การนมัสการศาสนสถาน การท่องเที่ยวไปตามสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์
4. อาชีพและธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางเพื่อสำรวจ ค้นคว้า การประชุม การสัมมนา การศึกษา เปรียบเสมือนการทัศนศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้
5. อื่น ๆ ได้แก่ การเยี่ยมชมญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ซึ่งการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์มักจะเกิดขึ้นในช่วงวันหยุด เทศกาลต่าง ๆ

สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางพักผ่อน ท่องเที่ยว พบสิ่งแปลกใหม่ ศึกษาหาความรู้ และเยี่ยมชมญาติพี่น้อง

2.1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nation World Tourism Organization: UNWTO) กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ประกอบด้วย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว อย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่าง ๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ ได้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตรสวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยะจักรวาล มีความรู้ ความประทับใจ ความทรงจำ และประสบการณ์เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) ประกอบด้วย

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชม และเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์ เพื่อศึกษาความเชื่อการยอมรับ นับถือการเคารพ พิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ครอบงำผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ประกอบด้วย

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยว ในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อน และเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจ ได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรียภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม (Health, Beauty and Spa)

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดี เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทยการนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่าง และงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูย หมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึง การเดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สกีนอกเกอร์ กระดานโต้คลื่น สกีนน้ำ เป็นต้น ให้ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้นได้รับประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษา สีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อการ

เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสีงแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิต ในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลักเพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิต คือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การจูงใจให้แก่อำเภอกลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้าชิ้น ๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอางจากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถขายสินค้า ประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้เที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก และค่าอาหาร ระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักแรมตั้งแต่ 2 – 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE หมายถึง M=Meeting/I= Incentive/C=Conference / E=Exhibition) เป็นการจูงใจให้แก่อำเภอกลุ่มลูกค้าของผู้จัดประชุม มีรายการจูงใจเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจูงใจรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจูงใจรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั่วประเทศเพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วม ประชุมโดยตรงหรือสำหรับผู้ร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักค้างแรม 2 - 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหาร และบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจูงใจรายการนำเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 - 7 วัน หรือ มากกว่านั้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร (Eco-Agro Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และประวัติศาสตร์ (Agro-Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย (Eco-Adventure Travel) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ (Geo- Historical Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม (Agro-Cultural Tourism) เป็นต้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.2.1 ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นหนึ่งในประเภทของการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับการนิยามอย่างแพร่หลาย อีกทั้งยังสอดคล้องกับ การพัฒนาและส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อยุทธศาสตร์การพัฒนาไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ 10 ปี (พ.ศ.2559-2568) และมุ่งสู่ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical & Wellness) ที่กำลังเดินทางเติบโตสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง มีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวนมากได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ดังต่อไปนี้

Carrera & Bridges (2006) อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อการดำรงชีวิตและรักษาสุขภาพกายสุขภาพจิตของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2551) ที่อธิบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพ หรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพ ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกที่เชื่อมโยงต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่กับการดูแลสุขภาพของการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้อยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตัวเองภายใต้สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในปัจจุบัน โดยการออกกำลังกายและการดูแลสุขภาพอย่างถูกต้อง เช่น การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ การฝึกไทเก๊ก การอบน้ำแร่ หรือสปา การนวดแผนโบราณ การรับประทานสมุนไพร การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงการพักผ่อนในที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ใกล้ธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งในประเทศไทยมีสถานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพหลายประเภท อาทิเช่น การนวดแผนโบราณที่วัดโพธิ์ การนั่งสมาธิตามวัดสำคัญทางพุทธศาสนา เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรืออยู่ในระยะพักฟื้น การท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและเป็นธรรมชาติรับประทานเพื่อสุขภาพ และการออกกำลังกายเบา ๆ เพื่อเป็นการฟื้นฟูสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการลักษณะนี้ ได้แก่ ชิวาชมรม สถานพักตากอากาศชายทะเล เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากคำรักษาพยาบาลในประเทศไทยนั้นถูกกว่าต่างประเทศ และประเทศไทยมี

แพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ และมีฝีมือหลายด้าน ได้แก่ การทำทันตกรรม การเปลี่ยนสะโพก การเปลี่ยนข้อเข่า การผ่าตัดเพื่อเสริมความงาม เป็นต้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2555) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ผนวกกิจกรรม ด้านสุขภาพพร้อมด้วย ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ตามกระแส การเอาใจใส่ดูแลด้านสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมาก ในปัจจุบันและหลายประเทศในภูมิภาค เอเชีย รวมทั้งประเทศไทยต่างให้การส่งเสริมการขยาย ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนับเป็นช่องทางสำคัญที่สามารถเพิ่มพูนรายได้จำนวนมากเข้าประเทศและมีโอกาสที่จะขยายตลาดรวมทั้งการลงทุนได้อย่างกว้างขวาง เมื่อมีการเปิดเสรีภาคบริการของ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งนี้โดยอาศัยความ ได้เปรียบด้านค่าใช้จ่ายในบริการทางการแพทย์ ที่ถูกกว่า ด้วยมาตรฐานการรักษาในระดับสากล และความพร้อมในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งบริการรองรับด้านการท่องเที่ยว

สุวัฒน์ จุฑากร และจริญญา เจริญสุทิส (2550) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อไปรักษาอาการเจ็บป่วย และฟื้นฟูสุขภาพของแต่ละบุคคล เช่น สถานที่อาบน้ำแร่ การนวดแผนโบราณ การทำสปา และสถานที่ออกกำลังกาย เป็นต้น

2.2.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

หากพิจารณาถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะพบว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น สามารถจำแนกประเภทได้หลากหลายตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมีนักวิชาการและหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ดังนี้

ศศิพงษ์ บุญยงค์ (2558) แบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไว้ 2 ประเภท โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1.การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ และให้เวลากับการทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพด้วย โดยการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง จะมีการประกอบกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกวิธีตามหลักวิชาการและมีมาตรฐาน อาทิเช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร โดยผู้เชี่ยวชาญมีใบอนุญาตหรือใบประกอบวิชาชีพ การบริการสุคนธ์บำบัด (Aroma Therapy) และวาริบำบัด (Water Therapy) ที่มีการรับรองมาตรฐาน เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวได้ผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้มีสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง และช่วยปรับความสมดุลให้กับร่างกาย

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ และใช้เวลาส่วนหนึ่งในช่วงของการท่องเที่ยว เข้ารับบริการบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การเข้ารับการรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน รวมทั้งการผ่าตัดเสริมความงาม เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพมุ่งเน้นประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ทั้งนี้ยังรวมถึงการพักผ่อนหลังจากต้องเข้ารับรักษาตัวในโรงพยาบาลนาน ๆ โดยให้ผู้ป่วยได้ทำกายภาพบำบัดหรือพักผ่อนในสถานที่ที่ไม่ใช่โรงพยาบาล แต่เป็นแหล่งท่องเที่ยวท่ามกลางธรรมชาติที่มีอากาศที่บริสุทธิ์ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อร่างกายและจิตใจของผู้ป่วยนั่นเอง

สอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาจแบ่งได้ตามจุดหมาย และวัตถุประสงค์ ของโปรแกรมและกิจกรรม การท่องเที่ยวตามการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) หมายถึง เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชม สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ อย่างถูกหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐาน เช่น วารีบำบัด/นวด/อบ/ประคบสมุนไพร การอาบน้ำแร่ หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การบริการอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตทางวัฒนธรรมและเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล ที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกายการรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การทำศัลยกรรมความงาม และการรักษาโรค เป็นต้น

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวสุขภาพทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวสุขภาพทางวัฒนธรรม รวมถึงการปรับสมดุลของอาหาร เพื่อเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง การปรับสภาพจิตใจให้รู้สึกผ่อนคลาย ขจัดความเครียด และการปรับสมดุลให้ร่างกาย เช่น กิจกรรมนวด สปา การอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน การฝึกปฏิบัติสมาธิ การลดความอ้วน การลดความเครียด การปรับปรุงรูปร่างให้สมสัดส่วน การออกกำลังกาย และการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพที่เป็นธุรกิจหลักในการรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและสปาเพื่อความงาม ธุรกิจ

รีสอร์ทเพื่อสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยวประเภท น้ำพุร้อน/น้ำแร่ ศูนย์สุขภาพ รวมถึงโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาลเพื่อสุขภาพ

2.2.3 รูปแบบการจัดบริการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยนั้น มีการจัดบริการส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างกัน หลากหลาย ทั้งรูปแบบ และการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) รวมทั้งสถานที่ ในการจัดกิจกรรม นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ทำการอธิบายถึงรูปแบบการจัดบริการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไว้ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้อธิบายไว้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Promotion Tourism) ของประเทศไทยมีรูปแบบ การจัดโปรแกรมทัวร์ที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างหลากหลาย ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งไว้ ดังนี้

1. ทัวร์แพทย์แผนไทย เยี่ยมชมวัดโพธิ์ เพื่อรับฟังการบรรยายและชมการสาธิต การนวดไทยแผนโบราณ เพื่อการรักษาโรคและการส่งเสริมสุขภาพ ตลอดจนการเรียนรู้อะและฝึกปฏิบัติ วิธีการนวดไทยแผนโบราณจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

2. ทัวร์อาหารสมุนไพรเยี่ยมชมศูนย์เกษตรและสวนพฤกษศาสตร์สมุนไพรไร้พิษที่มีแคลอรีต่ำ การนวดแผนไทยและการอบสมุนไพรเพื่อการบำบัด รักษาโรค และบำรุงรักษาสุขภาพ รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิ แนวพุทธศาสตร์ ฝึกโยคะ ฝึกกายบริหารท่าฤๅษีตัดตน และชมการสาธิตกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร

3. ทัวร์สมุนไพรชนบท เยี่ยมชมการปฏิบัติงานของกลุ่มผู้สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัด ที่ยังอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอพื้นบ้าน โดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพรในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยายสรรพคุณ รวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหมอพื้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่มชมรมหรือสมาคมสมุนไพร

4. ทัวร์เกษตรธรรมชาติเยี่ยมชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรอินทรีย์ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริการเรียนรู้ ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ และเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแผนใหม่

5. ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมแหล่งน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ที่มีอยู่หลายจังหวัดทั่วประเทศพักใน โรงแรมและรีสอร์ท ที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ

6. ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา เยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติ อันสวสดงงดงามและสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติแนวสมาธิพุทธหรือนั่งวิปัสสนา บำเพ็ญภาวนา ในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ

7. ทัวร์แหล่งธรรมชาติ เชื่อมชมแหล่งธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ โดยการเดินทางป่าสมุนไพรหรือการขี่จักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพในอุทยานแห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักผ่อน ประเภทโรงแรมและรีสอร์ทที่มีสถานบริการ ส่งเสริมสุขภาพแบบสปาให้เลือกใช้บริการได้

ชนิดา ทวีศรี (2551) ได้สรุปรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ว่ามีรูปแบบการจัดโปรแกรมที่หลากหลาย ดังนี้

1. ทัวร์แพทย์แผนไทย การท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยการเล่นชมวัดโพธิ์ที่มีประวัติความเป็นมาที่มีชื่อเสียงเก่าแก่ ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแห่งแรกของประเทศไทย รับฟังการบรรยายสรุปและการสาธิตการนวดไทยแผนโบราณเพื่อการรักษาโรคและการส่งเสริมสุขภาพตลอดจนการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยกับการนวดของประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก

2. ทัวร์อาหารสมุนไพร การท่องเที่ยวประกอบด้วยการเล่นชมศูนย์เกษตรสมุนไพรสวนพฤกษศาสตร์สมุนไพรและการเรียนรู้ความมหัศจรรย์แห่งภูมิปัญญาไทยที่สร้างสรรค์และจรรโลงวัฒนธรรมด้านอาหารทางด้านสมุนไพร ไร่พืชและมีแคตอรีต่ำและเครื่องคั้นสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ การนวดแพทย์แผนไทยและการอบสมุนไพร เพื่อบำบัดรักษาโรคและเพื่อการบำรุงรักษา รวมทั้งการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสตร์/ฝึกโยคะ/ฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตนและชมการสาธิตกระบวนการผลิตอาหารและเครื่องคั้นสมุนไพร

3. ทัวร์สมุนไพรชนบท การท่องเที่ยวประกอบด้วยการเล่นชมทัศนศึกษาการปฏิบัติของกลุ่ม ชมรม สมาคม และผู้ที่สนใจสมุนไพรเพื่อการรักษาโรคและบำรุงร่างกายในชนบทต่างจังหวัด ที่ยังอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหมอยาพื้นบ้าน โดยจัดให้มีการเยี่ยมชมสวนสมุนไพรในสถานที่จริงและรับฟังการบรรยายสรุป รวมทั้งการสนทนาแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับหมอยาพื้นบ้านและชาวบ้านสมาชิกกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมสมุนไพร

4. ทัวร์เกษตรธรรมชาติ การท่องเที่ยวประกอบด้วยการเล่นชมแหล่งการทำเกษตรธรรมชาติ เกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริและการเรียนรู้ปลูกผักพื้นบ้านปลอดสารพิษด้วยการฝึกฝนวิธีการปลูกผักพื้นบ้านบริโภคได้เอง การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการทำเกษตรยั่งยืนแบบใหม่ไร้ปุ๋ย ไร้ยาฆ่าแมลง โดยมีการทัศนศึกษา และพบปะสนทนาและพูดคุยกับนักวิชาการเกษตรการพื้นบ้านเกษตรกรรมไทย

5. ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ การท่องเที่ยวประกอบด้วยการเล่นชมทัศนศึกษาแหล่งน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ ที่มีอยู่หลายจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทย ที่พักในโรงแรมและรีสอร์ทที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้ในสถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่ เพื่อบำบัดสุขภาพ โดยมีการท่องเที่ยว

และพักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามในจังหวัดอันเป็นที่ตั้งของน้ำพุร้อน และบ่อน้ำแร่ นั้น

6. ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา การท่องเที่ยวประกอบด้วยการเยี่ยมชมวัดป่ากลางธรรมชาติอันสวยสดงดงามและสงบสุข ทำการฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสน์ เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลางธรรมชาติที่ร่มรื่นงดงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ ในวัดป่าธรรมชาติโดยมีการให้คำปรึกษาและแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้อง และเป็นประโยชน์ต่อการคลายเครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออก

7. ทัวร์แหล่งธรรมชาติ การท่องเที่ยวประกอบด้วยการเยี่ยมชมแหล่งธรรมชาติและการเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพที่สวยงาม โดยการเดินป่าสมุนไพรรหรือการขี่จักรยานเสือภูเขาชมธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพในอุทยานแห่งชาติและป่าธรรมชาติ รวมทั้งกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างหลากหลาย ในสถานที่พักผ่อนประเภทโรงแรมรีสอร์ท ที่มีบริการส่งเสริมสุขภาพแบบสปาให้ลูกค้าใช้บริการได้

หากพิจารณารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น จะเห็นได้ว่าโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะประกอบไปด้วยกิจกรรมและการส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกกิจกรรมได้ตามความสนใจและตามความต้องการของวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน จะเห็นได้ว่าประเทศไทยนั้นมีชื่อเสียงในการให้บริการกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพมาช้านาน อันได้แก่การนวดแผนไทย ที่บริษัทนำเที่ยวได้บรรจุไว้ในโปรแกรม เพื่อการบำบัดรักษาโรค และการผ่อนคลายบรรเทาอาการปวดเมื่อยช่วยให้ระบบหมุนเวียนโลหิตดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบอื่น ๆ ได้แก่ การอาบน้ำแร่/แช่น้ำร้อน นอนประคบร้อน และโยคะ เป็นต้น โดยกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพได้มีนักวิชาการ ให้คำอธิบายถึงวิธีการและประโยชน์ของกิจกรรมแต่ละรูปแบบไว้ ดังนี้

ปัทมา ดันติเวชกุล (2546) ได้อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประกอบไปด้วยกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพและบำบัดฟื้นฟูสุขภาพหลากหลายรูปแบบ ทั้งนี้กิจกรรมแต่ละรูปแบบ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเข้าร่วมได้ตามความสนใจหรือตามความต้องการตามวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้แก่

1. การนวด (Massage) เป็นการบำบัดรักษาที่มีมาแต่สมัยโบราณด้วยการสัมผัสหรือการกดบริเวณที่ปวดเพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อย มีหลากหลายรูปแบบด้วยกัน อาทิเช่น การนวดแผนไทย การนวดแบบสวีดิช การนวดแบบบาหลี การนวดแบบกดจุด และการนวดฝ่าเท้า โดยการ

นวดฝ่าเท้าเป็นการนวดที่ได้รับความนิยมสูงสุดแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ การนวดฝ่าเท้าเพื่อสุขภาพ การนวดฝ่าเท้าเพื่อบำบัดรักษาโรค และการนวดฝ่าเท้าเพื่อบรรเทาอาการปวดเมื่อย

2. การประคบสมุนไพร (Herder Steam) เป็นวิธีการบำบัดร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ด้วยวิธีการอบไอน้ำ และผสมกลิ่นน้ำมันจากสมุนไพรตามหลักทฤษฎีแพทย์แผนไทย ดังนี้

2.1 การอบสมุนไพร เป็นการอบด้วยไอน้ำสมุนไพร ซึ่งจะช่วยขจัดล้างของเสียออกทางผิวหนัง ทำให้ระบบไหลเวียนโลหิตและระบบหายใจดีขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยผ่อนคลายกล้ามเนื้อ เส้นเอ็น บรรเทาอาการปวดเมื่อย คลายเครียด และลดโรคมึนแพ้ได้

2.2 การประคบสมุนไพร เป็นการนำสมุนไพรสดห่อใส่ผ้ารวมกัน นำไปนึ่งให้ร้อนมาประคบบริเวณที่ปวดเมื่อย จะช่วยบรรเทาอาการปวด การอักเสบของกล้ามเนื้อ แก้เคล็ดขัดยอก

3. สุนทรบำบัด (Aroma Therapy) เป็นการใช้กลิ่นหอมที่ได้มาจากน้ำมันหอมระเหยซึ่งสกัดจากพืชพรรณธรรมชาติ และกลิ่นหอมบางอย่างจากสัตว์ อาทิเช่น ปลายาฟ บีเวอร์ ชะมด และกวางเป็นต้น สุนทรบำบัด นิยมใช้อยู่ 3 วิธี ดังนี้

3.1 การสูดดมโดยตรง การสูดดม น้ำหอมระเหยที่หยดลงบนสำลีหรือในน้ำร้อน จากนั้นไอน้ำจะพากลิ่นหอมกระจายไปทั่ว เป็นการสร้างบรรยากาศให้สดชื่นผ่อนคลายและระบบหายใจดีขึ้น

3.2 การผสมน้ำ เป็นการหยดน้ำมันหอมระเหยลงในอ่างน้ำ ซึ่งน้ำมันหอมระเหยจะซึมผ่านเข้าร่างกายทั้งทางเดินหายใจและผิวหนัง โดยอุณหภูมิของน้ำต้องไม่ร้อนจนเกินไป และปริมาณน้ำมันหอมระเหยต้องไม่มากจนเกินไป มิเช่นนั้นจะทำให้เกิดการระคายเคืองได้ การบำบัดในรูปแบบนี้จะช่วยให้จิตใจและอารมณ์เกิดความสงบและเป็นการกระตุ้นการทำงานของระบบประสาท

3.3 การใช้กับผิวหนังโดยตรง ด้วยการทาน้ำมันหอมระเหยลงบนผิวหนัง และนวดร่างกายด้วยมือเปล่าในน้ำหนักที่สม่ำเสมอทั่วร่างกาย ควรมีการทดสอบความระคายเคือง อาการแพ้ของผิวหนังด้วยการทาน้ำมันหอมระเหยที่เจือจางลงบนท้องแขนด้านในก่อนการบำบัดในรูปแบบนี้จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาสัมพันธ์ระหว่างร่างกายและจิตใจถ่ายทอดไปยังสมองส่วนบน ซึ่งจะช่วยให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ช่วยลดความเครียด และสร้างสมดุลของร่างกายและจิตใจ

4. การบำบัดด้วยโคลน (Mud Therapy) เป็นการบำรุงสุขภาพความงามโดยใช้โคลนซึ่งประกอบด้วยแร่ธาตุและสารอาหาร โดยนิยมนำมาพอกหน้า เส้นผม และร่างกาย ซึ่งจะเป็นการช่วยล้างผิวหนังให้สดชื่น กระตุ้นการทำงานของระบบประสาท และเพิ่มอัตราการเต้นของหัวใจ

5. การฝึกบริหารร่างกาย (Physical Exercise) เป็นการออกกำลังกายด้วยการฝึกการบริหาร ในการช่วยเสริมสร้างสุขภาพ จะทำให้ร่างกายเกิดความเคลื่อนไหวที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการเผาผลาญและขับเหงื่อออกมา วิธีการฝึกการบริหารที่นิยมได้แก่

5.1 ฤๅษีคัตตณ เป็นการฝึกการบริหารที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของไทย ซึ่งมีท่าทางในการกายบริหาร เพื่อให้ร่างกายบรรเทาการเจ็บปวด โดยใช้หลักการเคลื่อนไหวร่างกาย ที่สัมพันธ์กับการหายใจ จะช่วยผ่อนคลายจิตใจ

5.2 ไทชิ การออกกำลังกายกลางแจ้งด้วยศิลปะการป้องกันตัว แบบจีน โบราณ ประกอบด้วยท่าทั้งหมด 108 ท่า เป็นท่าการเคลื่อนไหวอย่างช้า ๆ ซึ่งจะทำให้ระบบการไหลเวียนของน้ำเหลืองในร่างกายดีขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการทำสมาธิด้วยการกำหนดลมหายใจ เข้าออก ในขณะที่ออกกำลังกายด้วย

5.3 ชี่กง วิธีบำบัดโรคแบบแพทย์จีน ซึ่งเป็นการควบคุมลมหายใจ ฝึกสมาธิ และการออกกำลังกายไปพร้อมกัน โดยใช้พลังลมปราณ เพื่อช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ช่วยกระตุ้นการทำงานของระบบอวัยวะต่าง ๆ และช่วยให้มีอายุยืนยาวขึ้นตามความเชื่อของชาวจีน

5.4 โยคะ เป็นการออกกำลังกายที่มาจากอินเดียสมัยโบราณ เป็นกิจกรรมสร้างความสมดุลของร่างกายและจิตใจ โยคะจะช่วยผ่อนคลายกล้ามเนื้อทำให้อ่อนหลับสบาย รักษาความดันโลหิต อาการปวดเมื่อย โรคหัวใจ รวมถึงระบบขับถ่าย และระบบย่อยอาหาร

6. การทำสมาธิ (Mediation) เป็นการปฏิบัติด้านสุขภาพจิต ในการช่วยผ่อนคลายความเครียดลดความวิตกกังวล ทำให้จิตใจสงบ เมื่อจิตใจสงบแจ่มใสก็จะส่งผลให้สุขภาพร่างกายดีขึ้นตามไปด้วย

7. การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร (Nutrition Therapy) การปรุงอาหารและเครื่องดื่มจากสมุนไพรที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยปกติอาหารไทยก็จะประกอบไปด้วยพืชสมุนไพรที่ใช้ในการประกอบอาหารอยู่แล้ว นอกจากนี้จะมีคุณค่าทางโภชนาการ ยังช่วยเสริมสร้างรักษาสุขภาพได้ด้วย การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสุขภาพเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังช่วยในการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดี

8. การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ (Herbal Product) เป็นการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพรธรรมชาติเพื่อส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติอื่น ๆ ที่คำนึงถึงการลดมลพิษทางสิ่งแวดล้อม และสารเคมีที่ก่อให้เกิดอันตราย ซึ่งการท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ใส่ใจต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม จึงได้มีการนำสมุนไพรจากธรรมชาติมาใช้กิจกรรมในการท่องเที่ยวที่จะส่งผลดีต่อสุขภาพทางกายอีกด้วย

9. วารีบำบัด (Aqua Therapy) คือ การใช้น้ำในการบำบัดรักษาสุขภาพ โดยการใช้ทั้งน้ำร้อน น้ำเย็น น้ำทะเล และน้ำแร่ ซึ่งการแช่น้ำอุ่นช่วยให้ระบบไหลเวียนดีขึ้น โดยเฉพาะการแช่น้ำแร่ที่ประกอบด้วยแร่ธาตุต่าง ๆ มากมาย จะช่วยในการบำบัดรักษาโรค และช่วยผ่อนคลายกล้ามเนื้อ และอาการเจ็บปวดได้ วารีบำบัด พัฒนามาเป็นส่วนผสมทางธุรกิจการบริการด้านสุขภาพที่เรียกว่าสปา ที่กระจายอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ

จากการศึกษารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถจัดกิจกรรมได้หลากหลาย ทั้งการส่งเสริม และการบำบัดฟื้นฟูสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของโปรแกรม สถานที่ หรือกิจกรรมที่แตกย่อยออกมาสามารถจัดได้ตามองค์ประกอบของพื้นที่ ที่เหมาะสม แต่การให้บริการ หรือการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ต้องคำนึงถึงความเหมาะสม ความสนใจ ความต้องการของผู้ทำกิจกรรม รวมทั้งอายุที่เหมาะสมของแต่ละบุคคลก็เป็นตัวกำหนด ที่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่ากิจกรรมใด เหมาะสมกับเพศหญิง หรือเพศชาย วัยทำงาน ร่างกายแข็งแรง มีความพร้อม หรือผู้ใหญ่วัยสูงอายุ ที่มีความพร้อมทางด้านร่างกายจำกัดกว่าวัยรุ่นทั่วไป

2.3 แนวคิด และทฤษฎีองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีนักวิชาการหลายท่านสรุปไว้ใกล้เคียงกันดังนี้ Collier and Haraway (1997) กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ 3As

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เกิดจากสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Event) สถานที่เกิดจากธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบการขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยวเพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ที่รวดเร็ว ปลอดภัย และสะดวกสบายยิ่งขึ้น

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) จำเป็นที่จะต้องมียระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง ยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

เช่นเดียวกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้อธิบายไว้ว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบ หรือ 3As ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวและเกิดความประทับใจ อาจเป็นสิ่งที่ทำให้ความรู้และความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว

ซึ่งสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคนแต่ละกลุ่ม สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมี 6 ประการ คือ

1.1 ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพที่สวยงามตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ ภูเขา แม่น้ำ ลำคลอง ทะเล น้ำตก หน้าผา บ่อน้ำพุร้อน เกาะแก่ง อุทยาน ทะเลสาบ ถ้ำ เป็นต้น

1.2 ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศบริสุทธิ์สดชื่น อากาศเย็นสบาย ปลอดภัยหรือไม่หนาวจัดหรือร้อนจัดจนเกินไป

1.3 คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น มีสิ่งที่น่าสนใจด้านประวัติศาสตร์หรือมรดกทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี อนุสาวรีย์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สถาบันทางการเมือง สถาบันทางการศึกษา วัดหรือศาสนสถาน คูเมือง กำแพงเมือง อนุสรณ์สถาน ชุมชน โบราณ เป็นต้น

1.4 วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปกรรม งานเทศกาลหรืองานประเพณี การละเล่นพื้นเมืองหรือพื้นบ้าน พิพิธภัณฑสถานพื้นบ้าน การประกอบอาชีพศูนย์วัฒนธรรม การทำนา ทำไร่ เป็นต้น

1.5 สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เช่น สวนสนุก สวนสัตว์ โรงละคร ชีวิตยามราตรี โรงแรมสปา สนามกีฬา สถานเริงรมย์ การแสดงต่าง ๆ ศูนย์การค้า สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส โบว์ลิ่ง สวนพฤกษศาสตร์ สวนหย่อม สวนสุขภาพ ศูนย์อนามัย สวนสาธารณะ เป็นต้น

1.6 กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การขี่ช้าง การดูนก การปีนเขา การเที่ยวน้ำตก การล่องแพ การพายเรือ การขี่จักรยาน การชมสวนดอกไม้ สวนผลไม้ การชมพื้นที่ปลูกพืชไร่ เป็นต้น

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีเส้นทางหรือเครือข่ายการคมนาคม ที่สามารถเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกปลอดภัย ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องพิจารณาใน 6 ด้านด้วยกัน

2.1 ประเภทการคมนาคมขนส่งที่จะให้บริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยพิจารณาว่าการใช้การขนส่งประเภทใดเข้าถึงแหล่งเที่ยวนั้น ๆ จึงจะเหมาะสม หรือจะใช้การขนส่งหลายประเภทรวมกันไป เช่น การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ การขนส่งทางเครื่องบิน เป็นต้น

2.2 เส้นทาง การขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงสภาพการเดินทาง ความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความปลอดภัยและความมีมาตรฐานที่ดีในระดับสากล ของเส้นทางที่จะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.3 การคมนาคมขนส่งในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงจำนวนที่เพียงพอ คุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนความสะดวกสบาย รวดเร็วและปลอดภัยของรถสาธารณะ และ รถนำเที่ยวที่จะให้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว

2.4 แบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยพิจารณา ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมเป็นหมู่คณะ ทั้งกลุ่มเล็กและ กลุ่มใหญ่ ทั้งการเดินทางของนักท่องเที่ยวแบบส่วนตัวและครอบครัว

2.5 บริเวณที่อำนวยความสะดวกให้แก่ยานพาหนะ เช่น สถานที่ขนส่งที่จอดรถ ที่ ล้างรถ ที่ซ่อมแซมบำรุงรถ เป็นต้น

2.6 ปัญหาการจราจรที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาถึงปัญหา การจราจรที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปัญหาอากาศเป็นพิษ เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenity) เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ ให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่นั้นอย่างประทับใจ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวอยากเที่ยววันขึ้น หรือกลับมาเที่ยวซ้ำในโอกาสหน้า ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่ สำคัญในแหล่งท่องเที่ยวมี 4 ด้าน คือ

3.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ที่จำหน่ายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานที่ทำการแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว ที่พักนักท่องเที่ยว ห้องน้ำสาธารณะ ศาลาหรือซุ้มนั่งคอย ร้านค้า ร้านอาหาร บ้านพัก พนักงาน เป็นต้น

3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ซุ้มทางเข้า ป้ายเครื่องหมาย ลานกิจกรรม สวนหย่อม กระจาดและที่ปลูกต้นไม้ ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้ ระบบ แสงสว่าง ระบบน้ำใช้ ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย ระบบกำจัดขยะมูลฝอย รั้ว กำแพง สะพาน ขึ้นบันได เป็นต้น

3.3 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความปลอดภัยจากโจรสลัดในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ในแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากการหลงทางภายในแหล่ง ท่องเที่ยวและความปลอดภัยจากธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

3.4 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยป้ายต้อนรับ นักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายแผนที่แสดง จุดหน้าชมของแหล่งท่องเที่ยว ป้ายชี้ทางภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายสื่อความหมาย ป้ายเตือน อันตรายนักท่องเที่ยว ป้ายประกาศอื่น ๆ ที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวทราบ เป็นต้น

Cooper & Boniface (1998) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย 4A's คือ 1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว 2. การเข้าถึง (Accessibility) แหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความ สะดวกในการเข้าถึง 3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม 4. บริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง (Ancillary Service) แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว

วรรณ ศิลปะอาษา (2545) ได้อธิบายคุณลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังแหล่ง ตำบล เมือง ภาครัฐ หรือประเทศนั้น ควรมีลักษณะ สำคัญ 4 ประการ หรือ เรียกว่า 4A's คือ

1. ความดึงดูดใจ (Attraction) ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุมาจาก

1.1 มีความงามตามธรรมชาติ หาดทรายขาว แนวปะการังที่มีสีสันทสวยงาม รวมทั้งปลานชนิดต่าง ๆ ป่าที่มีพันธุ์ไม้นานาชนิด หรือความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ทะเลสาบ รีสอร์ท กลางหุบเขา เป็นต้น

1.2 มีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของแต่ละท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผาชาติ หรือการตกแต่งขบวนพาเหรดและการแสดงในเทศกาลต่าง ๆ การแสดง แสง สี เสียง ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2. ความสามารถในการเข้าถึงง่าย (Accessibility) ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเดินทางเที่ยวชม หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอรรถรสในการท่องเที่ยวได้มาก ดังนั้น แม้แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามแต่ขาดความสะดวกในการเข้าถึง นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปเที่ยวชม หน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว

3. ความประทับใจ (Amenity) ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อาทิ ปราสาทราชวัง วัด โบราณสถานต่าง ๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต หรือแม้แต่ทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน อาทิ อุทยานแห่งชาติ ทั้งทางบกและทางทะเล หรือทรัพยากร

การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น การร่วมงานประเพณีต่าง ๆ เช่น งานคาร์นิวัล ในประเทศบราซิล งานประเพณีสงกรานต์ ในประเทศไทย เป็นต้น

4. องค์ประกอบบริการ (Ancillary Service) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรการบริหารบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงานและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่

4.1 การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

4.2 การประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การวางแผนการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวท้องถิ่น และการจัดระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

พะยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ปัจจัย 5A's ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การขนส่ง การคมนาคม ที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ตัวเมือง รวมถึงคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ ได้แก่ ถนนทางหลวง โครงข่ายคมนาคม ซึ่งการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้น ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญ และเป็นหัวใจของการท่องเที่ยว

2. ที่พักแรม (Accommodation) ถือเป็นอีกปัจจัยที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องคำนึงในแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 คืน ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท Homestay เกสเฮาส์ ฯลฯ

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม งานมหกรรม ประเพณีท้องถิ่น ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนชาวบ้าน

4. กิจกรรม (Activities) ถือเป็นหัวใจสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาประสบการณ์ จำเป็นต้องมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม ซึ่งกิจกรรมอาจเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต เช่น การดำน้ำ การทอผ้า การจับปลา การทำหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมไปถึงกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ เช่น การพายเรือ ดำน้ำดูปะการัง การเดินป่า ดูนก หรือกิจกรรมผจญภัย เช่น การปีนหน้าผา การล่องแก่ง การขี่ช้าง

5. บริการต่างๆ (Ancillary) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีบริการด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ธนาคาร ATM โรงพยาบาล ปั๊มน้ำมัน เป็นต้น

Buhalis (2000) ได้อธิบายความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้ว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ ประกอบไป 6 ประการ หรือ 6A's ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น, สถาปัตยกรรม และการจัดกิจกรรมพิเศษ
2. การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการคมนาคม, สถานีขนส่งผู้โดยสารและยานพาหนะ
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว
4. โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน
5. กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างนักท่องเที่ยวในพื้นที่
6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคม

ซึ่งเป็นแนวทางเดียวกันกับ J.Pelsol (2012) ที่กล่าวว่า การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้นนั้นต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งควรคำนึงถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่

1. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility)
2. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
4. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)
5. ที่พัก (Accommodation)
6. กิจกรรม (Activities)

สรุปได้ว่า ความพร้อมด้านการท่องเที่ยวสามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยว หรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ที่จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่แห่งนั้น ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรง แต่ก็มีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ดังนั้น การประเมินความพร้อมด้านการท่องเที่ยว (6A's) ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction)
2. เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
4. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation)
5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

6. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)

จึงเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ทราบได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษามีความพร้อม ในการรองรับนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนด แนวทางการพัฒนาความพร้อม ทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

2.4 แนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

2.4.1 ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจถือเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญมากในการดำเนินชีวิตในแต่ละวัน เพราะการตัดสินใจจะบอกให้รู้ถึงผลของการตัดสินใจว่า เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้อง ส่งผลอย่างไร หรือผลเสียอย่างไร เพราะฉะนั้นในการตัดสินใจนั้น ก็จะประกอบไปด้วยปัจจัยและเหตุผลหลายประการ ซึ่งผลในการตัดสินใจของแต่ละท่าน ก็จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ได้รับของแต่ละคน ซึ่งนักวิชาการ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทั้งไทยและต่างประเทศ ได้มีการอธิบายความหมายของการตัดสินใจที่แตกต่างกันออกไปตามทัศนคติและหลักการที่แตกต่างกันไป ดังนี้

กัลณ พัฒน์ รัศมี เมฆฉินทร์ (2551) ได้อธิบายความหมายของการตัดสินใจว่า หมายถึง กระบวนการในการวิเคราะห์ พิจารณาเลือกทางใดทางหนึ่งจากหลายทางเลือก และเกิดการประเมินผลเป็นอย่างดีแล้ว ว่าทางเลือกนี้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหรือไม่

ณัฐยา สินตระกาล (2550) อธิบายว่า กระบวนการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า การตัดสินใจเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางของชีวิต และการตัดสินใจนั้นก็เปรียบเสมือนกับกิจกรรมทางธุรกิจอื่น ๆ ที่มีคุณภาพมาจากกระบวนการในการนำเข้า

McGrew & Wilson (1982) ให้คำจำกัดความคำว่า การตัดสินใจ หมายถึง ตัวเลือกหรือทางเลือกที่มีอยู่ (An Act of Choice between Alternatives) แต่ในการตัดสินใจนั้น คือ กระบวนการไม่ใช่การกระทำ ที่จะเปลี่ยนแปลงและคงที่ ซึ่งตรงกันข้ามกับกระบวนการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับปัจจัยหรือสิ่งแวดล้อม โดยรอบในสถานะที่ผู้บริโภค กำลังอยู่ในขั้นตอนของการตัดสินใจ

Schiffman & Kanuk (1994) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นขั้นตอนของการเลือกซื้อแต่สองทางขึ้นไป อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคจะมีผลต่อการตัดสินใจและจะเกิดเป็นพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในที่สุด

Swarbrook & Horner (2007) กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีการวางแผนเอาไว้ล่วงหน้าแล้วอย่างมีเหตุผล จึงไม่ได้เกิดขึ้นมาเฉย ๆ ลอย ๆ ทั้งการวางแผน

เดินทาง ต้องคำนึงถึงเรื่องของการเดินทาง ซึ่งอาจต้องการทำการจองที่พัก ซื้อมอเตอร์ไซค์โดยสาร ทั้งนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อนั้นยังเป็นสิ่งที่สามารถมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือการบริการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

Hollway (2002) ให้คำจำกัดความของพฤติกรรม การซื้อและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบจำลองคือ AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรม การซื้อ และการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ การสร้างความตระหนักให้นักท่องเที่ยว โดยแสดงให้เห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เพื่อให้การรับรู้ (Awareness) ของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญที่ส่งผลต่อการเลือก เพราะในแต่ละวันนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ดังนั้นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจ (Interest) ตัวสินค้าหรือการบริการได้มากจึงส่งผลต่อพฤติกรรมตัดสินใจท่องเที่ยวในภายหลัง เพราะฉะนั้นหลังจากที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงการท่องเที่ยวแล้ว ต่อไปนักท่องเที่ยวจะสนใจสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว หลังจากนั้นถ้านักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ จะทำให้เกิดความสนใจได้ง่ายทั้งจากที่ได้ยินเพื่อนมาพูดคุยให้ฟัง หรือจากการดูโทรทัศน์ ความสนใจของแหล่งท่องเที่ยวจะสามารถกระตุ้นและดึงดูดความต้องการอยากเดินทางได้มาก (Action) แต่กระบวนการนี้อาจต้องสิ้นสุดหากนักท่องเที่ยวพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่อยากไปไกลเกิน หรือมีราคาที่แพง ซึ่งกระบวนการนี้ต้องขึ้นอยู่กับกระบวนการประเมินความต้องการที่จะแตกต่างกันไปในแต่ละคน

จากความหมายดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง ทางเลือกที่มากกว่า 2 ทางเลือกขึ้นไป เป็นการวางแผนกิจกรรมที่มีเหตุผล กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจึงเกิดขึ้นอย่างมีปัจจัยในการตัดสินใจ และยังส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับความแตกต่าง ความรู้ ประสบการณ์ การรับข้อมูลข่าวสาร ส่งผลไปสู่การประเมินความต้องการที่แตกต่างกัน

2.4.2 การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

หากพิจารณาถึงการตัดสินใจจะเห็นได้ว่า การตัดสินใจต้องผ่านกระบวนการและขั้นตอนการตัดสินใจอย่างเป็นลำดับ ตั้งแต่เริ่มต้นไปจนถึงขั้นตอนการตัดสินใจขั้นสิ้นสุด ที่จะทำให้ทราบถึงผลการตัดสินใจของแต่ละบุคคล นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ มีการอธิบายความหมายและการกำหนดขั้นตอนการตัดสินใจไว้ ดังนี้

Kotler (1997) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) แม้ผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคจะมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติ (Ideal) คือ สภาพที่เขาารู้สึกว่าดีต่อตนเอง และเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริง (Reality) ของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตนเอง จึงก่อให้เกิดความต้องการที่จะเติมเต็มส่วนต่างระหว่างสภาพอุดมคติกับสภาพที่เป็นจริง โดยปัญหาของแต่ละบุคคลจะมีสาเหตุที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของผู้บริโภคอาจเกิดขึ้นจากสาเหตุ ต่อไปนี้

1.1 สิ่งของที่ใช้อยู่เดิมหมดไป เมื่อสิ่งของเดิมที่ใช้ในการแก้ปัญหาเริ่มหมดลง จึงเกิดความต้องการใหม่จากการขาดหายของสิ่งของเดิมที่มีอยู่ ผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องหาสิ่งใหม่มาทดแทน

1.2 ผลของการแก้ปัญหาในอดีตนำไปสู่ปัญหาใหม่ เกิดจากการที่การใช้ผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งในอดีตอาจก่อให้เกิดปัญหาตามมา เช่น เมื่อสายพานรถยนต์ขาดแต่ไม่สามารถหาสายพานเดิมได้ จึงต้องใช้สายพานอื่นทดแทนที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำให้รถยนต์เกิดเสียงดัง จึงต้องไปหาสเปรย์มาฉีดสายพานเพื่อลดการเสียดทาน

1.3 การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล การเจริญเติบโตของบุคคลทั้งด้านวุฒิภาวะและคุณวุฒิหรือแม้กระทั่งการเปลี่ยนแปลงในทางลบ เช่น การเจ็บป่วย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ การเจริญเติบโตหรือแม้กระทั่งสภาพทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงและความต้องการใหม่ๆ

1.4 การเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว เช่น การแต่งงาน การมีบุตร ทำให้มีความต้องการสินค้าหรือบริการเกิดขึ้น

1.5 การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงินทั้งทางด้านบวกหรือด้านลบ ย่อมส่งผลให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลง

1.6 ผลจากการเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิง บุคคลจะมีกลุ่มอ้างอิงในแต่ละวัย แต่ละช่วงชีวิต และแต่ละกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้นกลุ่มอ้างอิงจึงเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค

1.7 ประสิทธิภาพของการส่งเสริมทางการตลาด เมื่อการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การลด แลก แจก แถม การขายโดยใช้พนักงานหรือการตลาดทางตรงที่มีประสิทธิภาพ ก็จะสามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาและเกิดความต้องการขึ้นได้ เมื่อผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เขาอาจจะหาทางแก้ไขปัญหานั้นหรือไม่ก็ได้ หากปัญหาไม่มีความสำคัญมากนัก คือ จะแก้ไขหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าหากปัญหาที่เกิดขึ้นยังไม่หายไป ไม่ลดลงหรือกลับเพิ่มขึ้นแล้ว ปัญหานั้นก็จะกลายเป็นความเครียดที่กลายเป็น

แรงผลักดันให้พยายามแก้ไขปัญหานั้น ซึ่งเขาจะเริ่มหาทางแก้ไขปัญหานั้นโดยการเสาะหาข้อมูลก่อนการเสาะแสวงหา

2. ข้อมูล (Search for Information) เมื่อเกิดปัญหา ผู้บริโภคก็ต้องแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ จากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่เป็นบุคคล เช่น ครอบครัว มิตรสหาย กลุ่มอ้างอิง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือผู้ที่เคยใช้สินค้านั้นแล้ว

2.2 แหล่งธุรกิจ (Commercial Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้ อนุญาตขายสินค้า บริษัทหรือร้านค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย หรือจากพนักงานขาย

2.3 แหล่งข่าวทั่วไป (Public Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ รวมถึงการสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.4 จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง (Experimental Search) เป็นแหล่งข่าวสารที่ได้รับจากการลองสัมผัส ตรวจสอบ การทดลองใช้ ผู้บริโภคบางคนก็ใช้ความพยายามในการเสาะแสวงหาข้อมูลในการใช้ประกอบการตัดสินใจซื้ออย่างมากแต่บางคนก็น้อย ทั้งนี้ อาจขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลที่เขาเมื่ออยู่เดิม ความรุนแรงของความปรารถนา หรือความสะดวกในการสืบเสาะหา

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภค ได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ก็จะประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินทางเลือกอาจจะประเมิน โดยการเปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้าและคัดสรรในการที่จะตัดสินใจเลือกซื้อจากหลากหลายตราหือให้เหลือเพียงตราหือเดียว อาจขึ้นอยู่กับความเชื่อนิยมศรัทธาในตราสินค้านั้น ๆ หรืออาจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ผ่านมาในอดีต และสถานการณ์ของการตัดสินใจรวมถึงทางเลือกที่มีอยู่ด้วยทั้งนี้ มีแนวคิดในการพิจารณา เพื่อช่วยประเมินแต่ละทางเลือก เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ดังต่อไปนี้

3.1 คุณสมบัติ (Attributes) และประโยชน์ของสินค้าที่ได้รับ (Benefit) คือ การพิจารณาถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับ และคุณสมบัติของสินค้าว่าสามารถทำอะไรได้บ้างหรือมีความสามารถแค่ไหน ผู้บริโภคแต่ละรายจะมองผลิตภัณฑ์ว่าเป็นมวบรวมของลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้บริโภคจะมองลักษณะแตกต่างของลักษณะเหล่านี้ว่าเกี่ยวข้องกับตนเองเพียงใด และเขาจะให้ความสนใจมากที่สุดกับลักษณะที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของเขา

3.2 ระดับความสำคัญ (Degree of Importance) คือ การพิจารณาถึงความสำคัญของคุณสมบัติ (Attribute Importance) ของสินค้าเป็นหลักมากกว่าพิจารณาถึงความโดดเด่นของสินค้า (Salient Attributes) ที่เราได้พบเห็น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับลักษณะต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ในระดับแตกต่างกันตามความสอดคล้องกับความต้องการของเขา

3.3 ความเชื่อถือต่อตรายี่ห้อ (Brand Beliefs) คือการพิจารณาถึงความเชื่อถือต่อยี่ห้อของสินค้าหรือภาพลักษณ์ของสินค้า (Brand Image) ที่ผู้บริโภคได้เคยพบเห็น รับรู้จากประสบการณ์ในอดีต ผู้บริโภคจะสร้างความเชื่อในตรายี่ห้อขึ้นชุดหนึ่งเกี่ยวกับลักษณะแต่ละอย่างของตรายี่ห้อ ซึ่งความเชื่อเกี่ยวกับตรายี่ห้อมีอิทธิพลต่อการประเมินทางเลือกของผู้บริโภค

3.4 ความพอใจ (Utility Function) คือการประเมินว่า มีความพอใจต่อสินค้าแต่ละยี่ห้อแค่ไหน ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตรา โดยผู้บริโภคมักจะกำหนดคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่ต้องการแล้วผู้บริโภคมักจะเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการกับคุณสมบัติของตราต่าง ๆ

3.5 กระบวนการประเมิน (Evaluation Procedure) วิธีนี้เป็นอีกวิธีหนึ่งที่น่าเอาไปประยุกต์สำหรับการตัดสินใจหลายตัว เช่น ความพอใจ ความเชื่อถือในยี่ห้อ คุณสมบัติของสินค้ามาพิจารณาเปรียบเทียบให้คะแนน แล้วหาผลสรุปว่ายี่ห้อใดได้รับคะแนนจากการประเมินมากที่สุด ก่อนตัดสินใจซื้อต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ (Decision Marking) โดยปกติแล้วผู้บริโภคแต่ละคนจะต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน คือ ผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมาก ต้องใช้ระยะเวลาในการเปรียบเทียบนาน แต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมักไม่ต้องการระยะเวลาการตัดสินใจนาน

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หลังจากมีการซื้อแล้ว ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจก็ได้ ถ้าพอใจผู้บริโภคจะได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆ ของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้น ๆ ในครั้งต่อไป และอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว จะต้องทำการตัดสินใจก่อนว่า จะเดินทางไปไหน ใช้บริการรูปแบบไหน ใช้ระยะเวลาเท่าไร ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจะมีกระบวนการตัดสินใจอยู่ 10 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังตลาดเป้าหมาย ซึ่งโดยทั่วไปสามารถทำได้ 4 วิธี คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงาน เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่อยากจะเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว 4 รูปแบบ ตามที่ได้กล่าวมาแล้วในขั้นตอนที่ 1 จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาประกอบการตัดสินใจการเดินทางท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว ขั้นตอนนี้เกิดจากหลังจากที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารทางการท่องเที่ยว และจนกระทั่งเกิดความต้องการภายในของนักท่องเที่ยวขึ้นภายในใจ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยว สามารถตอบสนองความต้องการภายในขึ้นภายในใจ

ขั้นตอนที่ 4 สิ่งจูงใจทางการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น การจูงใจการท่องเที่ยวนี้เกิดมาจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ ปัจจัยหลัก อันเป็นสภาพเงื่อนไขที่ผลักดันให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว โดยการหลีกเลี่ยงความจำเจที่เกิดในชีวิตประจำวัน และอีกปัจจัยหนึ่ง คือ ปัจจัยดึง อันเป็นสภาพที่ท่องเที่ยวใหม่ การส่งเสริมการตลาดจากธุรกิจการท่องเที่ยว การขยายตัวของบริษัทนำเที่ยว ระบบคมนาคมที่ดี เป็นต้น ทั้งนี้สิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจด้านกายภาพ สิ่งดึงดูดใจด้านวัฒนธรรม สิ่งดึงดูดใจด้านส่วนตัว และสิ่งดึงดูดใจด้านสภาพแวดล้อม

ขั้นตอนที่ 5 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเสริมแรงกระตุ้นด้วยสิ่งจูงใจทำให้เกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองอยากเดินทางไปมาที่สุดจะถูกเลือก

ขั้นตอนที่ 6 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนในการศึกษาค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการใช้ในการเดินทางตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ตัดสินใจเลือกไปแล้ว ทั้งนี้ต้องวางแผนค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยว อาทิเช่น ค่าที่พัก ค่ายานพาหนะ ค่าอาหาร ค่าเยี่ยมชมสถานที่ เป็นต้น นักท่องเที่ยวอาจขอข้อมูลและการช่วยเหลือด้านการวางแผนค่าใช้จ่ายจากธุรกิจนำเที่ยวได้ และยังคงมีการวางแผนถึงความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยว อันประกอบไปด้วยสิ่งสำคัญ คือ เวลาว่าง การเงิน สุขภาพ อาชีพ และระยะทาง

ขั้นตอนที่ 7 การเตรียมตัวก่อนการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายจะต้องเตรียมตัวที่จะเดินทางก่อนออกไปท่องเที่ยว หลังจากวางแผนค่าใช้จ่ายเรียบร้อยแล้ว การเตรียมตัวก่อนออกเดินทาง ก็ต้องคำนึงถึงสิ่งอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการจองตั๋วเครื่องบิน การแลกเงินตราระหว่างประเทศ และการจัดเตรียมเสื้อผ้า กระเป๋าเดินทาง

ขั้นตอนที่ 8 การเดินทางท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางสู่จุดหมายปลายทางหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้เลือกแล้ว จนกลับสู่ยังที่พักหรือภูมิลำเนา ซึ่งนักท่องเที่ยวจะทำการประเมินการเดินทางท่องเที่ยวเป็นช่วง ๆ ตามที่ได้รับประสบการณ์จากสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอื่น ๆ ระหว่างการเดินทาง

ขั้นตอนที่ 9 ประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะทำการประเมินจากประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ โดยหลังจากเสร็จสิ้นการเดินทาง

ท่องเที่ยวแล้ว การประเมินการท่องเที่ยวที่ได้รับรู้ของแต่ละคน ไม่ว่าจะ เป็นในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว คน สภาพแวดล้อม ตลอดจนการให้บริการธุรกิจนำเที่ยว

ขั้นตอนที่ 10 ทักษะคิดต่อการเดินทางท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวจะเกิดทัศนคติต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายหลังจากการประเมินประสบการณ์แล้ว ทักษะคิดที่ดีนั้นจะเกิดขึ้นได้หากนักท่องเที่ยวได้รับความรู้สึกที่ดี ก็จะเกิดความประทับใจและความพึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการมาเที่ยวซ้ำอีกด้วย แต่ในทางตรงกันข้าม หากนักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกไม่ประทับใจจากการท่องเที่ยว อาจส่งผลให้ไม่เดินทางกลับมาเที่ยวอีก รวมทั้งอาจจะยังไปบอกต่อยังเพื่อนหรือคนรู้จักเพื่อไม่ให้เดินทางมาท่องเที่ยวอีกก็ได้

จากการศึกษากระบวนการตัดสินใจ สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจจะผ่านกระบวนการคิด การวิเคราะห์ ผ่านเหตุผลและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเชื่อมโยงถึงการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวต้องมีกระบวนการคิด การหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเดินทาง ซึ่งการตัดสินใจจะมีส่วนสำคัญในการส่งผลต่อความรู้สึก ระหว่างการเดินทาง ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องอาศัยกระบวนการคิดตลอดเวลา เพื่อให้ได้มาซึ่งความประทับใจ ความคุ้มค่า และความรู้สึกที่ดีจากการเดินทาง ไม่ว่าจะ เป็นการเลือกโปรแกรมการเดินทาง การศึกษาเส้นทาง การเลือกร้านอาหาร ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว ยานพาหนะในการเดินทาง และรวมถึงการใช้ระยะเวลาในการเดินทาง เป็นต้น ซึ่งผลในการตัดสินใจ จะดีหรือไม่ดีนั้น ก็ขึ้นอยู่กับกระบวนการตัดสินใจของแต่ละบุคคล ที่มีปัจจัยในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน

2.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำพุร้อน

กรมทรัพยากรธรณี (2557: ออนไลน์)ให้ความหมายและประเภทของน้ำพุร้อนไว้ว่า น้ำพุร้อน หมายถึง น้ำที่พุ่งออกมาจากผิวดินขึ้นสู่อากาศด้วยความดันจากความร้อนใต้พิภพ ซึ่งโดยทั่วไปเป็นน้ำที่มีอุณหภูมิสูงกว่าอุณหภูมิร่างกาย โดยเฉลี่ยมีอุณหภูมิอยู่ระหว่าง 36.5 และ 37.5 องศาเซลเซียส (97.7 และ 99.5 องศาฟาเรนไฮต์) โดยมีแร่ธาตุที่เป็นองค์ประกอบหลัก 3 ชนิด ได้แก่ คลอไรด์ คาร์บอเนต และซัลเฟต

น้ำพุร้อนมีหลายขนาดและหลายประเภทแตกต่างกันออกไปตามสภาพภูมิประเทศหรือปัจจัย การเกิดของน้ำพุร้อนนั้น ๆ เช่น ความลึกใต้ผิวดินหรือชั้นหินที่เป็นแหล่งต้นกำเนิดน้ำพุร้อน ปริมาณแร่ธาตุที่ ละลายผสมอยู่ในน้ำ เป็นต้น น้ำพุร้อนที่พบในประเทศไทยเกิดจากน้ำที่ไหลออกมาจากทางน้ำใต้ผิวดิน ในลักษณะของการปลดปล่อยพลังงาน และเมื่อน้ำที่ไหลออกมานั้น คลายความร้อนหรือพลังงานลงก็จะไหล กลับคืนสู่แหล่งอีกครั้ง ซึ่งบ่อน้ำพุประเภทนี้มักจะมีแร่ธาตุต่าง ๆ เจือปนอยู่ด้วยทำให้มีสีหรือกลิ่นที่แตกต่าง กันออกไป

ซึ่งเราสามารถแบ่งประเภทของน้ำพุร้อนได้ดังต่อไปนี้

1. น้ำพุร้อนไกเซอร์ (Geyser) เป็นน้ำพุร้อนที่มีขนาดใหญ่และกำลังแรงมาก อาจจะมี น้ำได้สูงขึ้นไปในอากาศได้ถึง 60 เมตรเลยทีเดียว เกิดจากการสะสมความร้อนจากน้ำในโพรงดินใต้ พื้นพิภพ และไม่สามารถระบายออกมาได้ เมื่อความร้อนไม่สามารถระบายออกมาได้ ก็จะสะสมกัก เก็บจนมีแรงดันมหาศาลที่สามารถพ่นน้ำให้สูงขึ้นไปได้ในอากาศ และเมื่อความร้อนคลายออกไป จนหมดแล้ว จะเข้าสู่การเก็บสะสมความร้อนใหม่อีกครั้ง

2. น้ำพุร้อน (Hot Spring) เกิดจากน้ำที่ไหลออกมาจากทางน้ำใต้พื้นดิน ซึ่งมีอุณหภูมิที่ สูงกว่าร่างกายมนุษย์ โดยมากน้ำที่ไหลออกมาจะเป็นลักษณะของการปลดปล่อยพลังงาน และเมื่อ น้ำที่ไหลออกมานั้นคลายความร้อนหรือพลังงานลงก็จะไหลกลับคืนสู่แหล่งอีกครั้ง ซึ่งบ่อน้ำพุ ประเภทนี้มักจะมีแร่ธาตุต่าง ๆ เจือปนอยู่ด้วยทำให้มีกลิ่นหรือกลิ่นที่แตกต่างกันออกไป น้ำพุร้อน ประเภทนี้พบได้มากใน ไทย ไอซ์แลนด์ นิวซีแลนด์ เป็นต้น

3. บ่อไอเดือดหรือพุกำซ (Fumarole) มีลักษณะที่เป็นปล่องหรือหลุม ซึ่งมักจะมี ไอไอน้ำระเหยเป็นไออยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ก็เพราะในบริเวณนั้นมีน้ำน้อย แต่มีอุณหภูมิใต้พื้นดินที่มี ความร้อนสูง ทำให้น้ำที่อยู่บริเวณนั้นระเหยกลายเป็นไออยู่ตลอดเวลา น้ำพุร้อนประเภทบ่อเดือดนี้ พบได้มากในประเทศที่มีภูเขาไฟ

4. บ่อโคลนเดือด หรือบ่อพุเดือด (Mud pot) มีลักษณะเป็นบ่อที่มีน้ำผสมกับดินจน กลายเป็นดินเหลว ประกอบกับเมื่อมีความร้อนใต้ชั้นดินด้านล่างที่สูงจัด จนดันไอน้ำที่มีพลังงาน ความร้อนจัดขึ้นมาทะลุชั้นผิวที่เป็นโคลน ทำให้ดูเหมือนเป็นการระเบิดย่อย ๆ บ่อชนิดนี้มักมี กำมะถันเจือปนอยู่ด้วย ดังนั้นจึงมักจะได้อกลิ่นของกำมะถันกระจายอยู่ทั่วบริเวณ พบบ่อประเภทนี้ ได้บ่อยมากในประเทศที่มีภูเขาไฟ

การใช้ประโยชน์น้ำพุร้อนในรูปแบบต่าง ๆ

หากพิจารณาถึงประโยชน์ที่ได้จากน้ำพุร้อนจะพบว่าน้ำพุร้อนมีประโยชน์โดยตรง มากมายหลายด้าน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิเช่น ลักษณะของน้ำพุร้อนว่าประกอบไปด้วย น้ำร้อน หรือไอน้ำเป็นส่วนใหญ่ อุณหภูมิของน้ำพุร้อน ขนาดของแหล่งเก็บกัก อัตราการไหลของ น้ำพุร้อน ลักษณะโครงสร้างของชั้นหินที่เก็บกักและเป็นช่องทางการนำน้ำร้อนขึ้นมาสู่ผิวโลก ซึ่งจะต้องมีการสำรวจทั้งใต้ดินและผิวดิน แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงขออธิบายถึงประโยชน์ของน้ำพุร้อนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามคำอธิบายของ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2560: ออนไลน์) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การท่องเที่ยวและนันทนาการ แหล่งน้ำพุร้อนหลายแห่งได้ถูกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและนันทนาการ โดยเฉพาะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากความเชื่อที่ว่า การอาบน้ำหรือแช่น้ำพุร้อนจะทำให้สุขภาพดีขึ้น สามารถบรรเทาอาการบางอย่างที่เป็นสาเหตุของโรคภัยต่าง ๆ ได้ เช่น โรคความดันโลหิตสูง อาการปวดกระดูก ไขข้อเสื่อมหรืออักเสบ โรคระบบทางเดินหายใจ โรคผิวหนัง ริดสีดวงทวาร เป็นต้น และถือเป็นการรักษาทางการแพทย์รูปแบบหนึ่ง ที่เรียกว่า วารีบำบัด (Water Therapy) ซึ่งความเชื่อนี้มาก่อนคำว่า ESPA ซึ่งเป็นรากศัพท์ภาษาเบลเยียม และถูกเปลี่ยนมาเป็นคำว่า SPA (Salus per Aquam) ในอังกฤษ โดยน้ำที่มีอุณหภูมิสูงพอเหมาะจะเพิ่มการไหลเวียนของโลหิต มีผลต่อการผ่อนคลายความตึงเครียดของกล้ามเนื้อ ขยายรูขุมขน ทำให้แร่ธาตุเข้าไปตามรูขุมขน จึงชะล้างสิ่งสกปรกในผิวหนังออกได้ดี ในประเทศจีนมีการใช้ประโยชน์น้ำพุร้อนเพื่อการอาบน้ำและแช่กลางแจ้งอย่างแพร่หลายมากกว่า 2,000 ปีแล้ว ในหลายประเทศมีการพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนในเมืองเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น เมืองบารซ์ (Bath) ประเทศอังกฤษ เมืองโรโตรัว ประเทศนิวซีแลนด์ เป็นต้น

2. การเที่ยวชมน้ำพุร้อน เป็นการเดินทางเพื่อไปเที่ยวชมปรากฏการณ์ทางธรรมชาติและทัศนียภาพที่สวยงาม แหล่งชมน้ำพุร้อนที่มีชื่อเสียงได้แก่ เยลโลสโตนส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา แหล่งน้ำพุในประเทศนิวซีแลนด์ ประเทศไอซ์แลนด์ ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

3. การแช่หรืออาบน้ำพุร้อนเพื่อสุขภาพ การใช้ประโยชน์จากน้ำพุร้อนเช่นนี้มีมาตั้งแต่สมัยโรมันแล้ว ในหลายประเทศนิยมแช่หรืออาบน้ำพุร้อนเนื่องจากบริเวณที่อาบน้ำพุร้อนส่วนใหญ่จะใกล้กับภูเขาไฟหรือหินภูเขาไฟ จึงมีซัลเฟอร์หรือกำมะถันติดขึ้นมาซึ่งมีคุณสมบัติในการรักษาโรคผิวหนังได้ และยังมีแร่ธาตุที่มีคุณสมบัติในการรักษาโรคที่แตกต่างกันไป เช่น น้ำพุร้อนคาร์บอเนต (Carbonate Springs) น้ำพุร้อนเกลือ (Salt Springs) น้ำพุร้อนโซเดียมไฮโดรเจนคาร์บอเนต (Saltine Sodium Hydrogen Carbonate Springs) อุณหภูมิน้ำพุร้อนที่เหมาะสมแก่การแช่หรืออาบน้ำจะอยู่ที่ 40 องศาเซลเซียส ทั้งนี้ควรแช่น้ำพุร้อนวันละ 2-3 ครั้ง ครั้งละ 30 นาที โดยการชำระล้างร่างกาย 20 นาที และทำกายภาพบำบัดในน้ำพุร้อนอีก 10 นาที และแร่ธาตุต้องใช้เวลาซึมผ่านรูขุมขน 6-7 ชั่วโมง ดังนั้นควรชำระล้างร่างกายด้วยน้ำสะอาดหรือภายหลังจากอาบน้ำพุร้อนไปแล้ว 7 ชั่วโมง สระแช่น้ำแร่มีทั้งที่มีสระแช่ธรรมชาติ หรือในลักษณะที่เป็นสระว่ายน้ำทั้งที่เป็นสาธารณะและห้องแช่ส่วนตัว ทั้งที่ตั้งอยู่กลางแจ้ง (Outdoor) และในร่ม (Indoor)

4. การดื่มน้ำแร่ น้ำแร่เป็นน้ำบริสุทธิ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติมีแร่ธาตุประกอบมากกว่าน้ำธรรมดาซึ่งเป็นคุณสมบัติตามสภาพทางธรณีวิทยาของแหล่งน้ำนั้น ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปทั้งยุโรป สหรัฐอเมริกาและเอเชียว่าน้ำแร่จากน้ำพุร้อนมีแร่ธาตุที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพมากมาย ในวงการเครื่องสำอางก็พยายามนำแร่ธาตุเหล่านี้ออกมาช่วยประสิทธิผลให้ความ

ชุ่มชื้นและปรับสภาพผิวชั้นนอกสุดที่เสื่อมสภาพ น้ำแร่ที่จัดจำหน่ายต้องเป็นน้ำแร่จากธรรมชาติ ไม่ผ่านกรรมวิธีที่จะทำให้คุณสมบัติทางเคมีของน้ำแร่เปลี่ยนไปจากเดิม ทั้งนี้อนุญาตให้เติมก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หรือก๊าซโอโซนได้ แต่ต้องเติมเพียงชนิดใดชนิดหนึ่งเท่านั้น ต้องมีความสะอาดปราศจากแบคทีเรียที่ทำให้โทษต่อร่างกาย หรือสิ่งที่เป็นพิษ น้ำแร่ปกติจะมีปริมาณสารพวกโลหะหนักอยู่น้อยมาก หากมีมากแสดงว่ามีการปนเปื้อน อันอาจคิดมาตามเครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิตแร่ธาตุใต้ดินมีทั้งที่ไม่ส่งผลและส่งผลเสียต่อร่างกาย จึงต้องมีการตรวจสอบก่อนว่าแร่ที่ปนมานั้นเป็นพิษต่อร่างกายหรือไม่ โดยจะมีมาตรฐานกำหนด คือ Codex (มาตรฐานอาหารระหว่างประเทศ) เป็นมาตรฐานในการกำหนดการตรวจสอบ เนื่องจากแร่ธาตุในน้ำแร่นั้นมีมากมายหลายชนิด ทั้งที่มีประโยชน์และมีโทษ เช่น โซเดียม ไนเตรท ไนโตรเจน สารหนู ฟลูออรีน โบรอน ไอโอดีน โมลิบดีนัม แวนาเดียม ซีลีเนียม โครเมียม แร่ธาตุเหล่านี้อาจคิดมากับน้ำแร่เองตามธรรมชาติ ซึ่งหากมีปริมาณมากอาจเป็นพิษต่อร่างกายได้ ควรดื่มในเวลาที่ท้องว่าง ดื่มทีละน้อยใช้เวลาดื่ม 30-50 นาที ในแต่ละครั้ง ไม่ควรดื่มก่อนเวลานอนหลับ หากดื่มน้ำแร่ในปริมาณที่มากเกินไปจะไม่เป็นผลดีต่อสุขภาพ เด็ก สตรีมีครรภ์และผู้ที่เป็นโรคหัวใจไม่ควรดื่มน้ำแร่

2.6 น้ำพุร้อนหินดาด

บ่อน้ำพุร้อนหินดาด อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี บ่อน้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นิยมมาแช่ตัวเพื่อความผ่อนคลาย บ่อน้ำพุร้อนแห่งนี้เป็นน้ำแร่บริสุทธิ์ที่ถูกรักษาโดยทหารชาวญี่ปุ่นตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่สอง และด้วยความที่เป็นน้ำแร่บริสุทธิ์ที่พุ่งขึ้นมาจากใต้ดินแห่งนี้ จึงเชื่อว่าเมื่อลงไปแช่แล้วจะสามารถรักษาโรคภัยได้

จากประวัติบ่อน้ำพุร้อนแห่งนี้ถูกค้นพบโดยทหารชาวญี่ปุ่นสมัยสงครามโลกครั้งที่สอง ที่คุมเชลยศึกมาเพื่อสร้างทางรถไฟสายมรณะและมาพบบ่อน้ำพุร้อนแห่งนี้โดยบังเอิญและได้สร้างบ่อซีเมนต์ไว้เพื่อลงไปแช่ตัวให้หายจากความเมื่อยล้า ปัจจุบันได้เปิดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เสียค่าบริการเพียง คนละ 20 บาท เมื่อเดินเข้ามาด้านในก็จะพบกับบ่อน้ำแร่ที่มีน้ำสีฟ้า ซึ่งด้านล่างจะมีตาน้ำอยู่ใต้ดินและมีน้ำไหลตลอดทั้งปี มีอุณหภูมิความร้อนของน้ำในบ่อประมาณ 45-55 องศาเซลเซียส มีด้วยกันทั้งหมด 3 บ่อ ซึ่งแต่ละบ่อจะมีความร้อนที่ต่างกันออกไป

บ่อที่ 1 จะเป็นบ่อที่มีความร้อนที่สุด และยังเป็นบ่อที่มีความลึกที่สุดอีกด้วย บ่อนี้สามารถลงไปแช่ได้ทั้งตัวแบบสบาย ๆ หลาย ๆ คน จึงลงไปแช่ตัวกันในบ่อนี้ เพราะความร้อนในบ่อสามารถช่วยผ่อนคลายและยังสามารถรักษาโรคที่เกี่ยวกับกล้ามเนื้อได้อีกด้วย

บ่อที่ 2 บ่อนี้ยู่ติดกับบ่อที่ 1 แต่จะมีความร้อนไม่เท่าบ่อแรก และมีความลึกน้อยกว่า บ่อแรก บ่อนี้มีขอบปูนไว้ให้นั่งเอาเท้าลงไปแช่เพื่อความผ่อนคลายอีกด้วย

บ่อที่ 3 เป็นบ่อเล็ก ๆ สำหรับเด็ก ที่มีความร้อนน้อยที่สุดและไม่ลึก หรือใครที่ชอบแช่น้ำแร่แบบไม่ร้อนมากก็สามารถมาแช่ที่บ่อนี้ได้

น้ำพุร้อนหินดาด เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวและประชาชนทุกวัน วันธรรมดา ระหว่างเวลา 06.00 - 22.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ระหว่างเวลา 06.00 - 22.30 น. อัตราค่าบริการ ชาวไทย ผู้ใหญ่ 10 บาท เด็ก 5 บาท ชาวต่างชาติ ผู้ใหญ่ 40 บาท เด็ก 20 บาท สามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 034-685839 (องค์การบริหารส่วนตำบลหินดาด)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากงานวิจัยทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาและค้นคว้า ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เรื่อง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

งานวิจัยในประเทศ

เพชรรัตน์ ภูพันธ์ (2550) ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการและการประชาสัมพันธ์ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีศักยภาพสูง ที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบค่า "ที" (t-test) ในการเปรียบเทียบความพึงพอใจนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง 2) นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรู้จักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจาก สื่อนิตยสาร/วารสาร มากที่สุด ส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นการนวด/อบ/ประคบสมุนไพร มากที่สุด โดยเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเดือนละ 1 ครั้ง ทั้งนี้พบว่ามักไปคนเดียว หรือไปกับเพื่อนฝูง และรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คาดหวังที่

นักท่องเที่ยวคาดหวังมากที่สุดคือ ทัวร์แนวแผนไทย 3) นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานครในด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจในด้านสถานที่ ด้านการบริการ ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ และด้านข้อมูลข่าวสาร การให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก 4) นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความพึงพอใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร ในด้านสถานที่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นด้านข้อมูลข่าวสารการให้บริการและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศุภนิษา เพ็ญทรัพย์ และ ปวันรัตน์ แสงศิริโรจน์ (2555) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อน รักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี มีอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา ถัดมาได้แก่ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว พนักงาน/เจ้าหน้าที่บริษัท ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และ อื่น ๆ ตามลำดับ มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ของการท่องเที่ยวครั้งนี้ คือ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รองลงมา เพื่อผ่อนคลายความเครียด เพื่อบำบัดโรคภัย และพบปะเพื่อนฝูง ตามลำดับ ความถี่ในการท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา หลายครั้งต่อสัปดาห์ ทุกวัน ไม่เคย ตามลำดับรูปแบบของการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อน/ครอบครัว รองลงมา เที่ยวคนเดียว และบริษัทนำเที่ยว ตามลำดับ เดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสัปดาห์ รองลงมา เดินทางท่องเที่ยวในวันธรรมดา และวันหยุด นักชดถุกษ์ ตามลำดับ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว เที่ยวภายในวันเดียว รองลงมาค้างคืน 1 คืน ค้างคืน 2 คืน และค้างคืน 3 คืน ตามลำดับ และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยว รองลงมา มอเตอร์ไซค์ รถโดยสารประจำทาง และรถจักรยาน ตามลำดับ 2) นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความร่มรื่น บรรยากาศดี เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ มีบริเวณให้นั่งพักผ่อนอย่างเพียงพอกับมีความสะดวกในการเดินทาง มีการดูแลสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว และความสะอาดของบริเวณ โดยรอบตามลำดับ 3) นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านการอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ด้านน้ำแร่มีความสะอาด บริสุทธิ์ โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านบ่อน้ำพุร้อนมีให้บริการเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ป้ายแนะนำเกี่ยวกับวิธีการใช้บ่อน้ำพุร้อน การดูแลและซ่อมแซมบริเวณโดยรอบของบ่อน้ำพุร้อน และมีศาลาและห้องอาบน้ำไว้บริการอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ 4) นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจด้านด้านบุคลากรผู้ให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านความเต็มใจในการให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ

ความสุภาพอ่อนโยน การให้รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และการให้คำแนะนำในเรื่องต่าง ๆ แก่ ผู้ใช้บริการบ่อน้ำพุร้อน ตามลำดับ 5) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านอาบน้ำแร่แช่น้ำเพื่อสุขภาพ มีสปาและนวดแผนไทยไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีบริการเช่าจักรยานเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมทัศนียภาพโดยรอบบ่อน้ำพุร้อน และมีร้านขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมและเลือกซื้อของฝากตามลำดับ 6) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการที่บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง มีความพึงพอใจโดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก 7) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน และนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5

พลอยระพี ชลวณิช (2555) ได้ศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 60 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศชายเพศหญิง เป็นสมาชิกชมรมผู้สูงอายุในสังกัดสหพันธ์ชมรมผู้สูงอายุกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม และได้ทดสอบคุณภาพ มีค่าความตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.93 มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.83 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way : ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 65-69 ปี แต่งงานแล้ว มีวุฒิต่ำกว่าปริญญาตรี และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีอาชีพรับราชการ มีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวคือ การพักผ่อนหย่อนใจ ใ้รถเช่าเป็นพาหนะ และไปกับเพื่อน ใช้ระยะเวลาประมาณ 1-2 วัน ใช้เวลาช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ชอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติและได้รับข่าวสารจากเพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจที่มีผลต่อระดับการท่องเที่ยวระดับมาก ยกเว้นแรงจูงใจทางสถานภาพ และชื่อเสียงอยู่ในระดับน้อยเพศที่แตกต่าง การศึกษาแตกต่างกัน พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่รายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างทางนัยที่สำคัญทางสถิติ

อมรราวดี คำบุญ (2556) ศึกษาเรื่อง การประเมินความพร้อมทางการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็ก อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี ใช้รูปแบบการทำวิจัยเชิงคุณภาพ ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วน โดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 32 ตัวอย่าง และแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเขมราฐ จังหวัด

อุบลราชธานี จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี มีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) เส้นทางคมนาคม เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) และ กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ส่วนใหญ่ความพร้อมทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ ปานกลาง สามารถพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็กแห่งใหม่ได้ จึงมีการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตาม องค์ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อให้มีความพร้อมทางการท่องเที่ยวและเป็นเมืองท่องเที่ยวขนาดเล็ก แห่งใหม่ในอนาคตได้ต่อไป

ชิตพร ประดิษฐ์รอด (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และ ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของคนวัยทำงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากประชากร ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การ วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับ การศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี รายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และประกอบอาชีพพนักงาน บริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑล ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

อัครกิตต์ พัฒนสัมพันธ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่ององค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยว ชาวจีนครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด คือ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เขาชีจรรย์ของ นักท่องเที่ยวชาวจีน จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีน จำนวน 400 คน ส่วน ใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.00 มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.75 มีการศึกษา ส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.25 มีสถานภาพหย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 39.50 อาชีพ นักบวช คิดเป็นร้อยละ 18.75 มีรายได้ต่อเดือน 5,001-7,000 หยวน คิดเป็นร้อยละ 35.50

เพ็ญภา เพ็งประไพ (2558) ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงันจังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในระดับมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ด้านบุคคล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการเกี่ยวกับกิจกรรมด้านสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการสูงสุดในกิจกรรมด้านน้ำดูปะการัง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เกษมณี เหลืองจิตติกานญา (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลและกำหนดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวัน รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มีและไม่มีแผนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันในอนาคต จำนวน 400 คน ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยแต่ละกลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยเรื่องความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยเรื่องการเดินทางที่สะดวกไปท่องเที่ยวประเทศไต้หวันแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและปัจจัยเรื่องค่าขนส่งในการเดินทางเที่ยว ส่วนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด

ชินนภา นิลสนธิ (2559) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านการพัฒนาการฟื้นฟูจิตวิญญาณ: ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษากลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยใช้สถิติถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการผ่อนคลาย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกสูงสุด รองลงมา คือการพบสิ่งใหม่ ความสมบูรณ์ทางกายภาพ ความภูมิใจในตนเอง การหลีกเลี่ยง และการอยู่เหนือตนเอง ตามลำดับ สำหรับปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีอิทธิพลทางบวกต่อความ

พึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการมีบรรยากาศที่สงบ เป็นอทิพผลสูงสุด รองลงมา คือ การตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ การมีสถานที่ ที่อยู่ไกลจากที่พักอาศัยถาวร การมีประสบการณ์ร่วม การมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ ตามลำดับ

พงศ์เสวก เอนกจรรย์พร (2559) ศึกษาพฤติกรรมผู้สูงอายุ เรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่น Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง 312 คน และวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่าง 30 คน และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ประชากรรุ่น Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร นิยมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และท่องเที่ยวสถานที่ธรรมชาติ เดินทางท่องเที่ยวแบบกลุ่มหรือหมู่คณะ มีการจัดการด้วยตนเอง มีครอบครัวหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางและตัดสินใจในการเดินทาง เดินทางครั้งละ 2-3 ครั้งต่อปี และเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการท่องเที่ยวในวันเสาร์- อาทิตย์ และใช้เวลา 1-2 วัน 2) ประชากรรุ่น Baby Boomer ในกรุงเทพมหานคร ที่มีคุณลักษณะด้านเพศ อายุ สถานภาพ จำนวนบุตร ภาระครอบครัว อาชีพ ระดับการศึกษา สุขภาพและระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ และ 3) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่น Baby Boomer อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อรนภา ทศนัยนา (2559) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสำหรับผู้สูงอายุโดยมหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสร้างและประเมินรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและกีฬาสำหรับผู้สูงอายุโดยมหาวิทยาลัย มีกระบวนการ 3 ขั้นตอน คือ 1.วิเคราะห์ สังเคราะห์เอกสาร งานวิจัย หลักการ ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง 2.สร้างรูปแบบโดยใช้กระบวนการวิจัย EDR จากผู้เชี่ยวชาญ 17 คน 3.ตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ด้วยวิธีการสนทนากลุ่มจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 7 คน และการตอบแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยจำนวน 30 คน จากนั้นทำการสรุปและเสนอรูปแบบ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐานและค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาของมหาวิทยาลัยสำหรับผู้สูงอายุประกอบไปด้วย กระบวนการบริหารจัดการ 4 ด้าน คือ 1.ด้านการวางแผน (Planning) คือ การกำหนดหน่วยงานหลัก สรรหาผู้บริหาร และคณะกรรมการดำเนินงาน กำหนดเป้าหมาย นโยบาย วัตถุประสงค์ กำหนดแผนการดำเนินงานและแผนการปฏิบัติงานกำหนดแผนกิจกรรม กำหนดแผนด้านบุคลากร งบประมาณ สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการตลาด 2.ด้านการจัดการองค์กร (Organizing) คือ การกำหนดงาน การออกแบบและการจัดกลุ่มงาน กำหนดขอบเขตและหน้าที่การทำงานกำหนดตัวชี้วัดและประเมินผล 3. ด้านการ

นำไปปฏิบัติ (Implementing) คือ ผู้สูงอายุที่เข้าร่วมกิจกรรมมีอายุ 55 ปีขึ้นไป ช่วยเหลือตนเองได้ ไม่มีโรคเป็นอันตรายต่อการเข้าร่วมกิจกรรม ผลที่ได้รับ คือ ประโยชน์ด้านสุขภาพ คือ ร่างกาย จิตใจ สังคม จิตวิญญาณ และความรู้ และ 4.ด้านการควบคุม (Controlling) จำนวน 3 องค์ประกอบ คือ กำหนดมาตรฐานการควบคุม การประเมินผลที่สอดคล้องกับมาตรฐาน การปรับปรุงแก้ไข ซึ่งรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยมหาวิทยาลัยที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ

จิตพิสูทธิ์ หงส์ขจร (2560) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษา คือนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่มีค่า IOC เท่ากับ 0.82 และมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.96 ใช้การวิเคราะห์ เพื่อการหาค่าถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง มีความคิดเห็น ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เมื่อวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปราณปรียา นพคุณ (2561) ได้ศึกษา ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวค้ำน้ำลึกในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักค้ำน้ำชาวต่างชาติจำนวน 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1) อายุ เชื้อชาติ รายได้ต่อเดือน หลักสูตรค้ำน้ำลึกที่สำเร็จ และประสบการณ์ค้ำน้ำลึกแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวค้ำน้ำลึกในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม เพศของนักค้ำน้ำชาวต่างชาติที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวค้ำน้ำลึกในประเทศไทยของนักค้ำน้ำชาวต่างชาติ 2) ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับกระบวนการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวค้ำน้ำลึกในประเทศไทยของนักค้ำน้ำลึกชาวต่างชาติ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 3) ปัจจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ด้านการกำหนดราคาสินค้าและการบริการแหล่งท่องเที่ยว และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวค้ำน้ำลึกในประเทศไทยของนักค้ำน้ำลึกชาวต่างชาติมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นัฐชัย เสงไพจิตร (2561) ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจการเดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อแพ็คเกจการเดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 20-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 15,000 บาท การศึกษาระดับปริญญาตรี (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการทุกด้าน มีความสำคัญมากที่สุด คือ บุคลากรผู้ให้บริการ (3) ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดคือ ภูมิประเทศของประเทศเกาหลีใต้ จากสมมติฐานสามารถทดสอบได้ว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยทางการท่องเที่ยว ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ อัตราแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ

อารีย์ บินประทาน (2562) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน ในมุมมองของนักท่องเที่ยวต่างชาติ วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอนจากมุมมองนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2) เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์จังหวัดแม่ฮ่องสอน 4) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ของจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สถิติ t-test และการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 26-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 30,000 ถึง 39,000 ดอลลาร์สหรัฐ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลของจังหวัดแม่ฮ่องสอนผ่านทางเว็บไซต์ ส่วนมาเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว หรือพักผ่อน มีเวลาพำนักเฉลี่ย 1-3 วัน และชอบท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนภาพลักษณ์จังหวัดแม่ฮ่องสอนแบ่งออกเป็น 4 ด้าน จากการวิเคราะห์ปัจจัยภาพลักษณ์ (Factor Analysis) ได้แก่ 1.ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีการรับรู้มากที่สุด รองลงมาคือ 2. ด้านความเรียบง่ายและสุขภาพ 3. ด้านร่องรอยประวัติศาสตร์และ 4. ด้านประเพณี ศิลปะและวัฒนธรรมตามลำดับ องค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน (6A's) ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์

จังหวัดแม่ฮ่องสอนมากที่สุดคือ องค์กรประกอบด้านกิจกรรม และองค์กรประกอบด้านการบริการในพื้นที่ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่า จังหวัดแม่ฮ่องสอนมีความเป็นของแท้และดั้งเดิม มีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่แออัด มีบรรยากาศที่ดี มีความสงบ มีความมีไมตรีจิตของเจ้าบ้านมีความน่าตื่นเต้นและประวัติศาสตร์ยาวนาน

งานวิจัยต่างประเทศ

Buhalis (2000) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การแข่งขันทางการตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวในอนาคต (Marketing The Competitive Destination of The Future) ผลการศึกษาพบว่า การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการให้สถานที่หนึ่งกลายเป็นเป้าหมายในการเดินทางไปท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นในการแข่งขันทั่วโลก การศึกษานี้อธิบายถึงแนวคิดของสถานที่ท่องเที่ยวและรูปแบบการที่หลากหลายของกลยุทธ์การตลาดและการจัดการบริหารสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเทคนิคที่ใช้กันแพร่หลายทั่วโลก นอกจากนี้ยังอธิบายว่าการตลาดของสถานที่ท่องเที่ยวควรจะรักษาความสมดุลของวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ของผู้ที่มีส่วนได้เสียทั้งหมดรวมถึงความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น เพื่อประสานงานร่วมกันได้ผลประโยชน์ร่วมกัน นอกจากนี้เทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตยังช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้สถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดได้โดยการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ ช่วยลดค่าใช้จ่ายและเสริมความร่วมมือของชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการตลาดที่สถานที่ท่องเที่ยวจะกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและความสำเร็จของวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ที่มีส่วนได้เสียด้วยกันทั้งหมด

Wai & Kavin (2005) ได้ทำการศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกโรงแรมของนักท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงแรมมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ และเมื่อทำการทดสอบถึงความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ พบว่าผู้เข้าพักที่มีความแตกต่างกันทางด้านประชากรศาสตร์ จะให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียให้ความสำคัญในเรื่องของความคุ้มค่าของเงินมากที่สุดในการเลือกใช้บริการ แต่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันตก จะให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยและการบริการอาหาร เครื่องดื่ม เป็นอันดับแรกของความพึงพอใจ

อาเย็ด และมาเจ็ด (Ayed & Majed, 2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การประเมินความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศจอร์แดน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในด้านความพึงพอใจกับด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเทศจอร์แดน ผลการวิจัย

พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และสถานที่ มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ

Khuong Mai Ngoc and Nguyen Thao Trinh (2015) ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำ Vung Tau City ในประเทศเวียดนาม โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนซ้ำ Vung Tau City ประเทศเวียดนาม กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวจำนวน 301 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญ 4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความปลอดภัย ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านราคา

2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

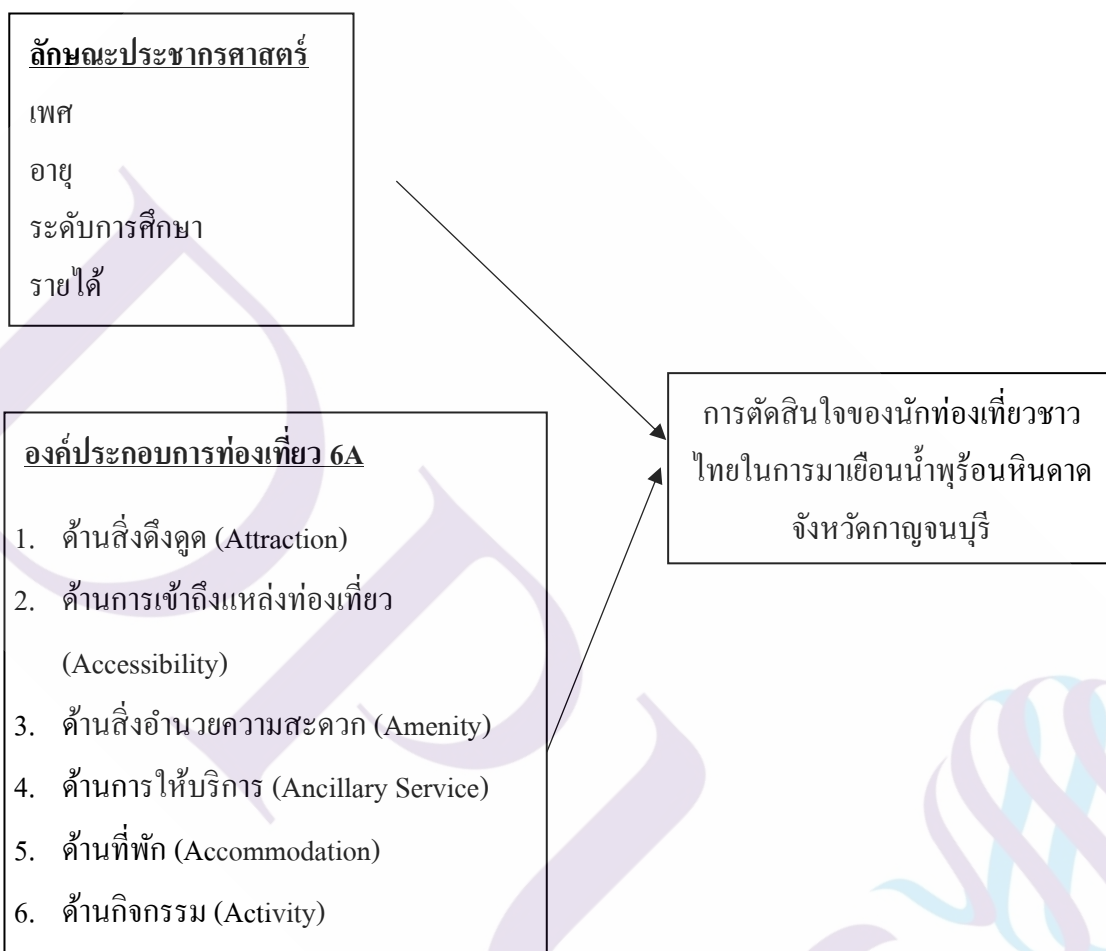
ในการศึกษาเรื่ององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) เพื่อทราบถึงองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีการกำหนดรายละเอียดการดำเนินงานศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่ตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ตัวแทนนักท่องเที่ยวชาวไทยอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ที่ท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากไม่ทราบกลุ่มประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549) ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{\square(1-\square)\square^2}{\square^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50

Z แทน ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 (ระดับ .05)

E แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\begin{aligned}\text{แทนค่า } n &= \frac{(.05)(1-.5)(1.96)^2}{(.05)^2} \\ &= 384.16\end{aligned}$$

ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ซึ่งสร้างขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัย และใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เป็นคำถามปลายปิด วัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำแนกตามแนวความคิดองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 6As ดังนี้

1. ด้านดึงดูดใจ (Attraction)
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)
4. ด้านการให้บริการ (Ancillary Service)
5. ด้านที่พัก (Accommodation)
6. ด้านกิจกรรม (Activity)

โดยแบ่งระดับความสำคัญเป็นมาจากส่วนแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ

คะแนน	ระดับ
5	ความคิดเห็นมากที่สุด
4	ความคิดเห็นมาก
3	ความคิดเห็นปานกลาง
2	ความคิดเห็นน้อย
1	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

ในการประเมินผล จะใช้วิธีการแปลผลแบบสอบถาม โดยใช้ค่าเฉลี่ยตามหลักการแบ่ง
 อนุภาคชั้น (Class Interval) ใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอนุภาคชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา,
 2554)

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลผลการวิจัยลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอนุภาคชั้น
 (Interval scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยการคำนวณ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	ความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 – 4.20	ความคิดเห็นมาก
2.61 – 3.40	ความคิดเห็นปานกลาง
1.81 – 2.60	ความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.80	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวหน้าพู่ร้อนหินดาด จังหวัด
 กาญจนบุรี ลักษณะสอบถามแบบปลายปิด เป็นการวัดแบบมาตรา โดยมีเกณฑ์การตอบ ดังนี้

คะแนน	ระดับ
5	ความคิดเห็นมากที่สุด
4	ความคิดเห็นมาก
3	ความคิดเห็นปานกลาง
2	ความคิดเห็นน้อย
1	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การแปลผลการวิจัยลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยการคำนวณ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 – 5.00	ความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 – 4.20	ความคิดเห็นมาก
2.61 – 3.40	ความคิดเห็นปานกลาง
1.81 – 2.60	ความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.80	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question)

3.2.2 การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

2. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อกำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความครบถ้วนถูกต้องแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

5. นำข้อมูลที่ได้จากการทดลองใช้ มาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยค่าที่หาได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha - coefficient) โดยแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ .918

6. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ไม่ต่ำกว่า 0.7 ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา ให้ความเห็นชอบแล้วนำแบบสอบถามที่ผ่านความเห็นชอบไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ณ น้ำพุร้อนหินดาด ตำบล หินดาด อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยจะนำแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างรวม จำนวน 400 ชุด ทำการแจกแบบสอบถามและชี้แจงให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม หากมีผู้ไม่สะดวกอ่านแบบสอบถามเอง ผู้วิจัยได้ขออนุญาตอ่านคำถามและคำตอบให้ฟังหากผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยให้ข้อมูล

3.3.2 ช่วงระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถาม ระหว่าง เดือนสิงหาคม ถึงกันยายน พ.ศ. 2563 น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

3.3.3 ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม หลังจากทำการเก็บแบบสอบถามคืน หากมีแบบสอบถามชุดใดไม่มีความครบถ้วนสมบูรณ์ ผู้วิจัยจะทำการเก็บแบบสอบถามเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลแบบสอบถามครบทั้ง 400 ชุด จากนั้นนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SPSS) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) เป็นการคำนวณค่าสถิติพื้นฐาน แสดงค่าความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่กรอกแบบสอบถาม

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างและนำผลการวิเคราะห์ที่ได้นั้น อ้างอิงถึงลักษณะของประชากร เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใช้สถิติทดสอบหาค่าความแตกต่างค่าเฉลี่ย (Independent Sample t-test) ในกรณีเปรียบเทียบ 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เก็บจาก

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุตั้งแต่ 25 ปี ขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำพूरอนหินลาด จังหวัดกาญจนบุรี

3. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลตัวอย่างและนำผลการวิเคราะห์ที่ได้นั้น อ้างอิงถึงลักษณะของประชากร เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาความแตกต่าง ผู้วิจัยใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบหาความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยสูงสุด โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และหากพบว่ามี ความแตกต่างกันจะเปรียบเทียบรายคู่ ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

4. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพूरอนหินลาด จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยจึงใช้สถิติทดสอบสมมติฐาน คือ สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

5. นำเสนอหรือวิเคราะห์ข้อมูลเป็นความเรียง โดยสรุปเป็นประเด็นที่คล้ายกัน และแจกแจงความถี่สำหรับคำถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended question)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด โดยแบ่งเนื้อหาการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 4 การตั้งสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ โดยแจกแจงการแสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	159	39.8
หญิง	241	60.3
2. อายุ		
25 -30 ปี	60	15.0
31 -44 ปี	143	35.8
45-60 ปี	142	35.5
60 ปีขึ้นไป	55	13.8

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
3. การศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	181	45.3
ปริญญาตรี	178	44.5
สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.3
4. รายได้ปัจจุบัน		
ไม่เกิน 15,000 บาท	128	32.0
15,001-30,000 บาท	155	38.8
30,001-45,000 บาท	64	16.0
45,001 ขึ้นไป	53	13.3
5. ประสบการณ์ในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี		
มาครั้งแรก	171	42.8
มาครั้งที่ 2-3 ครั้ง	73	18.3
มาครั้งที่ 4-5 ครั้ง	57	9.3
มากกว่า 5 ครั้ง	119	29.8
ท่านทราบและรับรู้ข้อมูลน้ำพุร้อนหินดาดจากช่องทางใดมากที่สุด		
แผ่นป้ายโฆษณา / ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	35	8.8
เพื่อน / คนรู้จัก	317	79.3
สื่อสังคมออนไลน์	48	12.0
ภูมิลำเนา		
กาญจนบุรี	49	12.3
กรุงเทพฯ	204	51.0
อื่น ๆ	147	36.8

จากตารางที่ 4.1 พบว่าข้อมูลประชากรศาสตร์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเดินทางมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ปรากฏดังนี้

เพศ เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และเป็นเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ตามลำดับ

อายุ ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 31-44 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 45-60 ปี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5 ช่วงอายุ ต่ำกว่า 30 ปีขึ้นไป จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา มีระดับการศึกษาใน ต่ำกว่าระดับปริญญามากที่สุด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 สูงกว่า ระดับปริญญาตรี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

รายได้ มีรายได้สูงที่สุด 15,001-30,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา คือ มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รายได้มากกว่า 30,001-45,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และ รายได้ 45,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ประสบการณ์ในการเดินทางมาเขื่อนน้ำพूरร้อนหินดาด เป็นครั้งแรก จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 รองลงมา คือ มามากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมา คือ มา 2-3 ครั้ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 และมา 4-5 ครั้ง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ได้รับข้อมูล น้ำพूरร้อนหินดาด จากเพื่อน/คนรู้จัก จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมา จากสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 รองลงมา จากแผ่นป้ายโฆษณา/ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

ภูมิลำเนา มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ จังหวัดอื่น ๆ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อน หินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.15	.677	เห็นด้วยมาก
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.44	.892	เห็นด้วยมาก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.44	.722	เห็นด้วยมาก
4. ด้านการให้บริการ	3.11	1.055	เห็นด้วยปานกลาง
5. ด้านที่พัก	3.07	.953	เห็นด้วยปานกลาง
6. ด้านกิจกรรม	3.21	.87	เห็นด้วยปานกลาง

หมายเหตุ. *ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ด้านกิจกรรม (Activity) เท่ากับ .889 มีค่ามากที่สุด

จากตารางที่ 4.2 แบ่งองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมา คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่า ($\bar{X} = 3.44$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ค่า ($\bar{X} = 3.44$) ด้านกิจกรรม ($\bar{X} = 3.21$) ด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 3.11$) ด้านที่พัก ($\bar{X} = 3.07$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุน้ำร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุน้ำร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี		ค่า		อธิบาย
		\bar{X}	S.D.	
1. ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction)				
1.	พุน้ำร้อนหินดาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมาก ในจังหวัดกาญจนบุรี	4.05	.824	เห็นด้วยมาก
2.	พุน้ำร้อนหินดาดมีการตกแต่งบริเวณโดยรอบอย่าง สวยงาม	3.77	.844	เห็นด้วยมาก
3.	พุน้ำร้อนหินดาดมีธารน้ำตกจากธรรมชาติที่สมบูรณ์	4.48	.629	เห็นด้วยมาก ที่สุด
4.	พุน้ำร้อนหินดาด ช่วยบรรเทาอาการของโรคได้ เช่น โรคความดันโลหิตสูง อาการปวดกระดูก ไขข้อเสื่อม หรืออักเสบ โรคระบบทางเดินหายใจ เป็นต้น	4.15	.677	เห็นด้วยมาก
รวม		4.15	.677	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) อยู่ที่ระดับ (4.15) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับพุน้ำร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีธารน้ำตกจากธรรมชาติที่สมบูรณ์มีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุด (4.48) รองลงมา พุน้ำร้อนหินดาดช่วยบรรเทาอาการของโรคได้ เช่น โรคความดันโลหิตสูง อาการปวดกระดูก ไขข้อเสื่อมหรืออักเสบ โรคระบบทางเดินหายใจ (4.15) รองลงมา พุน้ำร้อนหินดาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมาก (4.05) และพุน้ำร้อนหินดาดมีการตกแต่งบริเวณโดยรอบอย่างสวยงาม (3.7) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี		ค่า		อธิบาย
		\bar{X}	S.D.	
2.ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)				
1.	น้ำพุร้อนหินดาด มีเส้นทางในการเดินทางเข้าถึงหลายเส้นทาง	3.60	1.050	เห็นด้วยมาก
2.	น้ำพุร้อนหินดาดมีป้ายบอกเส้นทางเข้าถึงชัดเจน	3.78	1.095	เห็นด้วยมาก
3.	น้ำพุร้อนหินดาดมีรถสาธารณะเข้าถึงได้โดยสะดวก	3.38	1.146	เห็นด้วยปานกลาง
4.	น้ำพุร้อนหินดาดมีป้ายบอกทางการทำกิจกรรมชัดเจน	3.27	1.080	เห็นด้วยปานกลาง
รวม		3.44	.892	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) อยู่ที่ระดับ (3.44) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี มีป้ายบอกเส้นทางเข้าถึงชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุด (3.78) รองลงมา มีเส้นทางในการเดินทางเข้าถึงหลายเส้นทาง (3.60) รองลงมา น้ำพุร้อนหินดาดรถสาธารณะเข้าถึงได้โดยสะดวกมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยปานกลาง (3.38) และน้ำพุร้อนหินดาดมีป้ายบอกทางการทำกิจกรรมชัดเจนน้อยที่สุดที่ค่าเฉลี่ย (3.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ว้มน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ว้มน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี		ค่า		อธิบาย
		\bar{X}	S.D.	
3.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)				
1.	น้ำพุร้อนหินดาดมีส่วนบริการแยก ห้องอาบน้ำชาย และห้องอาบน้ำหญิง	3.56	1.024	เห็นด้วยมาก
2.	น้ำพุร้อนหินดาดมีบริการเช่าชุด สะอาด ได้มาตรฐาน	3.70	.929	เห็นด้วยมาก
3.	น้ำพุร้อนหินดาดมีร้านอาหารให้บริการหลากหลายประเภท	2.91	1.236	เห็นด้วยปานกลาง
4.	น้ำพุร้อนหินดาดมีจุดบริการล้างตัว สะอาด นำใช้บริการ	2.77	1.166	เห็นด้วยปานกลาง
5.	น้ำพุร้อนหินดาดมีที่จอดรถให้บริการเพียงพอ	3.32	1.078	เห็นด้วยปานกลาง
รวม		3.44	.722	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) อยู่ที่ระดับ (3.44) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก มีบริการเช่าชุด สะอาด ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (3.70) รองลงมา มีส่วนบริการแยก ห้องอาบน้ำชาย และห้องอาบน้ำหญิง (3.56) รองลงมา น้ำพุร้อนหินดาดมีที่จอดรถให้บริการเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยปานกลาง (3.32) มีร้านอาหารให้บริการหลากหลายประเภท (2.91) และ น้ำพุร้อนหินดาดมีจุดบริการล้างตัว สะอาด นำใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความเห็นน้อยที่สุด (3.32) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ร้อนหินคาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านการให้บริการ (Ancillary Service)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่ร้อนหินคาด จังหวัดกาญจนบุรี		ค่า		อธิบาย
		\bar{X}	S.D.	
4.ด้านการให้บริการ (Ancillary Service)				
1.	น้ำพุร้อนหินคาดมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.17	1.244	เห็นด้วยปานกลาง
2.	น้ำพุร้อนหินคาดมีเจ้าหน้าที่ให้บริการจุดรับฝากทรัพย์สินมีค่า	2.77	1.166	เห็นด้วยปานกลาง
3.	น้ำพุร้อนมีการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว	3.04	1.031	เห็นด้วยปานกลาง
4.	น้ำพุร้อนหินคาดมีป้ายประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	3.05	1.055	เห็นด้วยปานกลาง
รวม		3.11	1.055	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านการให้บริการ (Ancillary Service) อยู่ที่ระดับ (3.11) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (3.17) รองลงมา มีป้ายประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว (3.05) รองลงมา มีการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยปานกลาง (3.04) มีเจ้าหน้าที่ให้บริการจุดรับฝากทรัพย์สินมีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด (2.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ตารางแสดง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวเขื่อนน้ำพूरอนหินดาต จังหวัดกาญจนบุรี ด้านที่พัก (Accommodation)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวเขื่อนน้ำพूरอนหินดาต จังหวัดกาญจนบุรี		ค่า		อธิบาย
		\bar{X}	S.D.	
5. ด้านที่พัก (Accommodation)				
1.	น้ำพूरอนหินดาต มีที่พักที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	2.79	1.071	เห็นด้วยปานกลาง
2.	บริเวณด้านนอกที่ทำกรอุทยานฯ มีที่พักของเอกชนที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.36	1.055	เห็นด้วยปานกลาง
รวม		3.07	.953	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านที่พัก (Accommodation) อยู่ที่ระดับ (3.07) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับ ที่พักบริเวณด้านนอกที่ทำกรอุทยานฯ น้ำพूरอนหินดาตที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เฉลี่ยมากที่สุด (3.36) รองลงมา มีที่พักภายในน้ำพूरอนหินดาต ที่พักที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีค่า น้อยที่สุดที่ค่าเฉลี่ย (2.79) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ด้านกิจกรรม (Activity)

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี		ค่า		อธิบาย
		\bar{X}	S.D.	
6.ด้านกิจกรรม (Activity)				
1.	น้ำพุร้อนหินดาด มีกิจกรรมแช่น้ำแร่จากบ่อน้ำร้อนและแช่น้ำเย็นในธารน้ำจากธรรมชาติ	3.49	.982	เห็นด้วยมาก
2.	น้ำพุร้อนหินดาดมีกิจกรรมนวดแผนไทยที่ได้มาตรฐาน	2.93	1.050	เห็นด้วยปานกลาง
รวม		3.21	.034	เห็นด้วยปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมด้านกิจกรรม (Activity) อยู่ที่ระดับ (3.21) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับ กิจกรรมแช่น้ำแร่จากบ่อน้ำร้อนและแช่น้ำเย็นในธารน้ำจากธรรมชาติ เฉลี่ยมากที่สุด (3.49) รองลงมา น้ำพุร้อนหินดาดมีกิจกรรมนวดแผนไทยที่ได้มาตรฐาน มีค่า น้อยที่สุดที่ค่าเฉลี่ย (2.93) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อน	4.12	.885	เห็นด้วยมาก
2. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาด เพื่อเดินทางมารักษาสุขภาพ	4.21	.907	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาดเพราะสนใจในกิจกรรมแช่น้ำร้อน และ แช่น้ำเย็น	3.76	.839	เห็นด้วยมาก
4. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาด เพราะมีกิจกรรมนวดแผนไทย ก่อนและหลัง การแช่น้ำพุร้อน	3.71	.844	เห็นด้วยมาก
5. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาด เพราะเห็นรีวิวจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ	3.96	1.072	เห็นด้วยมาก
6. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาดจากคำแนะนำของคนรู้จักที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว	2.94	.904	เห็นด้วยปานกลาง
7. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่วน้ำพุร้อนหินดาด เพราะสนใจสินค้าของฝากในสถานที่นั้น ๆ	3.81	1.080	เห็นด้วยมาก
8. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยว จากงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	3.44	1.010	เห็นด้วยมาก
9. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ	4.27	1.236	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	3.80	.854	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ค่าเฉลี่ยหรือประเด็นที่นักท่องเที่ยวชาวไทยตัดสินใจท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด เพื่อผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น ๆ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวไทย ตัดสินใจท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาดเพื่อเดินทางมาศึกษาสุขภาพ ($\bar{X} = 4.21$) และนักท่องเที่ยวชาวไทย ตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะต้องการพักผ่อน ($\bar{X} = 4.12$) ในภาพรวมความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย ตัดสินใจท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จากงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว น้อยที่สุดที่ ($\bar{X} = 3.44$)

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานหลักข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent Samples t-test และสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H1) แทน คือ

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีไม่แตกต่าง

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานความคิดเห็น องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ระดับความคิดเห็น องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี(6'As)				
	\bar{X}	S.D.	t	sig	ผลการทดสอบ
1. เพศ					
1) ชาย	2.78	1.071	2.098	0.063	ไม่แตกต่าง
2) หญิง	3.36	1.055			
2. ระดับอายุ					
1) 25-30 ปี	4.15	.667	16.772	.000	แตกต่าง
2) 31-44 ปี	3.44	.892			
3) 45-60 ปี	3.44	.772			
4) 60 ปีขึ้นไป	1.055	.053			
3.ระดับการศึกษา					
1.) ต่ำกว่าปริญญาตรี	.953	.043	14.163	.000	แตกต่าง
2.) ปริญญาตรี	.878	.044			
3.) สูงกว่าปริญญาตรี	4.15	.677			
4. ระดับรายได้ปัจจุบัน					
1.) ไม่เกิน 15,000 บาท	3.44	.892	6.636	.001	แตกต่าง
2.) 15,001-30,000 บาท	3.44	.722			
3.) 30,001-45,000 บาท	3.11	1.055			
4.) 45,001 บาท ขึ้นไป	3.07	.953			

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่า T-test และ F-test (ANOVA) นักท่องเที่ยวมีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ปัจจุบัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ มีค่า Sig.เท่ากับ 0.063 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันประกอบด้วย อายุ การศึกษา รายได้ปัจจุบัน ค่า Sig. เท่ากับ .000 และ .001 ค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ซึ่งหมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน

สมมติฐานหลักข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ Independent Samples t-test และสถิติของการทดสอบค่าความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แทน คือ

H_0 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน

จากสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 สามารถจำแนกสมมติฐานย่อย ดังนี้

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหน้าพุ่มหินผาด จังหวัดกาญจนบุรี

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ระดับความคิดเห็น ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหน้าพุ่มหินผาด จังหวัดกาญจนบุรี				
	\bar{X}	S.D.	t	sig	ผลการทดสอบ
1. เพศ					
1) ชาย	3.49	.983	.353	.511	ไม่แตกต่าง
2) หญิง	2.94	1.052			
2. ระดับอายุ					
1) 25-30 ปี	4.29	.885	9.229	.000	แตกต่าง
2) 31-44 ปี	4.13	.907			
3) 45-60 ปี	4.22	.839			
4) 60 ปีขึ้นไป	3.77	.844			
3. ระดับการศึกษา					
1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.71	1.072	6.769	.000	แตกต่าง
2) ปริญญาตรี	3.96	.904			
3) สูงกว่าปริญญาตรี	2.94	1.080			
4. ระดับรายได้ปัจจุบัน					
1) ไม่เกิน 15,000 บาท	3.80	1.010	1.229	.294	ไม่แตกต่าง
2) 15,001-30,000 บาท	3.43	1.236			
3) 30,001-45,000 บาท	3.86	.854			
4) 45,001 บาท ขึ้นไป	3.75	1.006			

ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่า T-test และ F-test (ANOVA) นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ปัจจุบัน มีความคิดเห็น เกี่ยวกับอิทธิพลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหน้าพุ่มหินผาด

จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ รายได้ปัจจุบันมีค่า Sig.เท่ากับ 0.511 และ .294 มีค่ามากกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) ซึ่งหมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ รายได้ปัจจุบัน แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยววันหยุดพักผ่อนจังหวัดกาญจนบุรีที่ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันประกอบด้วย อายุ การศึกษา Sig.เท่ากับ .000 ค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ซึ่งหมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยววันหยุดพักผ่อนจังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว					
	ด้านสิ่งดึงดูด	ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ด้านการให้บริการ	ด้านที่พัก	ด้านกิจกรรม
ด้านสิ่งดึงดูด	-	.191**	.017	.059	.053	.127*
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	-	-	.392**	.564**	.482**	.532**
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	-	-	-	.316**	.406**	.256**
ด้านการให้บริการ	-	-	-	-	.722**	.068**
ด้านที่พัก	-	-	-	-	-	.589**
ด้านกิจกรรม	-	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี (โดยใช้วิธี Least Significant Difference : (LSD)) พบว่ามีค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.<0.05) จึงวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความคิดเห็นองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบระดับที่แตกต่างกันคือ คู่ที่ 1 ด้านสิ่งดึงดูด และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (.191**), คู่ที่ 2 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (.392**), คู่ที่ 3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการให้บริการ, (.316**), คู่ที่ 4 ด้านการให้บริการ และด้านที่พัก (.722**), คู่ที่ 5 ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม (.589**)

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

Dependent Variable	การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี (Y)			
Independent Variable (องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว)	ด้านสิ่งดึงดูด (X1) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก(X3) ด้านการให้บริการ (X4) ด้านที่พัก (X5) ด้านกิจกรรม (X6)			
Prediction: Goodness-of-Fit				
Multiple R	.567			
R Square	.270			
Adjusted R Square	.259			
Standard Error	.735			
Analysis of Variance	Degree of Freedom	Sum of Square	Mean Square	
Regression	6	78.499	13.084	
Residual	290.769	212.271	.540	
F = 24.222	Sig. F= .000			
Durbin-Watson	1.821			

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

Explanation: Variables in Equation				
Independent Variable	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	t - Value	Sig.
ด้านสิ่งดึงดูด (X1)	-.142	-.113	-2.554	.000
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2)	.306	.320	5.609	.011
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก(X3)	.043	.036	.736	.000
ด้านการให้บริการ (X4)	.052	.064	-.930	.462
ด้านที่พัก (X5)	.204	.228	3.429	.353
ด้านกิจกรรม (X6)	.112	.050	1.959	.001
ค่าคงที่	2.424	.187	7.878	.051

การวิเคราะห์จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยโดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6$$

โดยที่ Y คือ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด

จังหวัดกาญจนบุรี (Y)

ด้านสิ่งดึงดูด (X1)

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (X2)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก(X3)

ด้านการให้บริการ (X4)

ด้านที่พัก (X5)

ด้านกิจกรรม (X6)

ผลการทดสอบตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ในภาพรวมหรือไม่

ซึ่งเป็นการทดสอบในภาพรวม (Overall Significant)

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์พบว่า $F = 24.222$ Sig. $F = 0.000$ เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า สมการถดถอยที่สร้างขึ้นนี้ ตัวแปรอิสระทั้ง 6 สามารถอธิบายตัวแปรตามในภาพรวม

การทดสอบข้อสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

1. ค่าความคาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระกัน (The model errors are independent) พบว่า Durbin-Watson Statistic = 1.821 ซึ่งมากกว่า 1.809 ที่องศาอิสระ 400 จึงสรุปได้ว่า ไม่มีความสัมพันธ์เชิงบวก หรือไม่เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์

2. ค่า Kolmogorov-Smirnov (K-S) = .103, df. = 399, Sig. = .293 เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 พบว่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญ สรุปได้ว่า ค่าความคาดเคลื่อนต้องแจกแจงแบบโค้งปกติ (The errors are normally distributed) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

3. ค่าความคาดเคลื่อนต้องมีค่าเฉลี่ย เป็น 0.000 (The mean of the errors is zero) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

4. การทดสอบใช้วิธีของ Breusch - Pagan: LM Test

$LM = n \times R^2 e^2$, χ^2 , $5-1 = 4$ เปิดตาราง Chi-Square ได้ค่าเท่ากับ 9.488

จาก $LM = n \times R^2 e^2$, $= 400 \times 0.011 = 4.40$ พบว่า น้อยกว่า 12.60 สรุปได้ว่า ค่าความคาดเคลื่อนมีความแปรปรวนคงที่ (Errors have a constant variance) เป็นไปตามสมมติฐานของการวิเคราะห์การถดถอย

จากค่า Adjusted R Square เท่ากับ .259 อธิบายได้ว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดตัวนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละ 58.3 เหลืออีก 41.7 อธิบายได้ด้วยตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการนี้

การอธิบายผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นค่าสมการที่แสดงว่าค่านี้ได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 2.424 + .142 X_1 + .306 X_2 + .043 X_3 + .052 X_4 + .204 X_5 + .112 X_6$$

$$(-2.554)^* (5.609)^* (.736)^{**} (3.429)^* (1.959)^*$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บคือค่า t statistic

ซึ่งพบว่าตัวแปรอิสระ 6 ตัว สามารถอธิบายได้อย่างมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05

จากค่า $b_1 = .142$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านสิ่งดึงดูด มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูด มีค่าเป็นบวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_2 = .306$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้น ตามไปด้วย

จากค่า $b_3 = .043$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้น ตามไปด้วย

จากค่า $b_4 = .052$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการให้บริการ เพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_5 = .204$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านที่พัก มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พัก เพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า $b_6 = .112$ ซึ่งมีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านกิจกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม เพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการ

ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้น ตามไปด้วย

เมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว ทั้ง 6 ด้าน พบว่า ด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญมากที่สุด ร้อยละ 14 (Beta= -.142) รองลงมาคือ ด้านสิ่งดึงดูดร้อยละ 30 (Beta = .306) ด้านความสามารถในการเข้าถึง ร้อยละ 34 (Beta= .034) ด้านกิจกรรม ร้อยละ 52 (Beta = .052) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกร้อยละ 20 (Beta= .204) และด้านความสามารถในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว ร้อยละ 11 (Beta = .112) ตามลำดับ

โดยสรุปการอธิบายผลการวิเคราะห์ปัจจัยขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีพบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งดึงดูด ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความสามารถในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว ซึ่งมีผลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยวัตถุประสงค์สำหรับการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างในการตัดสินใจท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามหลักประชากรศาสตร์
4. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยโดยในครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นในระดับ 0.728 จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์หาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า t-test ค่า F-test (One-way Anova) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยมีการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยสรุปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยนำเสนอได้เป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1.1 ข้อมูลตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของนักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เป็นเพศหญิง มีอายุ ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 33-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.8 ระดับการศึกษา มีระดับการศึกษาใน ระดับ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีรายได้สูงที่สุด 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 38.8 มีประสบการณ์ในการเดินทางมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด เป็นครั้งแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.8 ได้รับข้อมูล น้ำพุร้อนหินดาด จากเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 79.3 มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.0

5.1.2 ผลการศึกษาความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

การสรุปผลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ค่าเฉลี่ยรวมด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) อยู่ที่ระดับ (4.15) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ที่มีธารน้ำตกจากธรรมชาติที่สมบูรณ์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (4.48) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) อยู่ที่ระดับ (3.44) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี มีป้ายบอกเส้นทางเข้าถึงชัดเจนมีเฉลี่ยมากที่สุด (3.78) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) อยู่ที่ระดับ (3.44) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับ

ถึงอำนวยความสะดวก มีบริการเช่าชุด สะอาด ได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (3.70) ด้านการให้บริการ (Ancillary Service) อยู่ที่ระดับ (3.11) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับ เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำการใช้บริการกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (3.17) ด้านที่พัก (Accommodation) อยู่ที่ระดับ (3.07) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับที่พักบริเวณด้านนอกที่ทำการอุทยานฯ น้ำพุร้อนหินดาดที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เฉลี่ยมากที่สุด (3.36) ด้านกิจกรรม (Activity) อยู่ที่ระดับ (3.21) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมเช่นน้ำแร่จากบ่อน้ำร้อน และแช่น้ำเย็นในธารน้ำจากธรรมชาติ เฉลี่ยมากที่สุด (3.49)

5.1.3 ผลการศึกษาความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับการตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ค่าเฉลี่ยการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก (3.86) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 ได้แก่ ตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะผ่านไปยังจุดหมายปลายทางอื่น (4.29) และตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด เพราะสนใจสินค้าของฝากในสถานที่นั้น ๆ (2.94)

5.1.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการศึกษา

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ไม่แตกต่าง สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่า T-test และ F-test (ANOVA) นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ปัจจุบัน มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) ซึ่งหมายถึง ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ที่ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน อายุ การศึกษา รายได้ปัจจุบัน ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ซึ่งหมายถึง กลุ่มตัวอย่าง ที่มี อายุ การศึกษา รายได้ปัจจุบัน แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่า T-test และ F-test (ANOVA) นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ปัจจุบัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ รายได้ปัจจุบัน ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) ซึ่งหมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ รายได้ปัจจุบัน แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ประกอบด้วย อายุ การศึกษา ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) ซึ่งหมายถึง กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรีที่แตกต่างกัน

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

จากค่า b1 มีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านสิ่งดึงดูด มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูด มีค่าเป็นบวก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b2 มีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้น ตามไปด้วย

จากค่า b3 มีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้น ตามไปด้วย

จากค่า b4 มีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนหน้าพุ่มร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการให้บริการ เพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

จากค่า b5 มีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านที่พัก มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พัก เพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้น ตามไปด้วย

จากค่า b6 มีค่าเป็นบวก อธิบายได้ว่าด้านกิจกรรม มีอิทธิพลทางบวกต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งหมายความว่าหากปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรม เพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี เพิ่มขึ้น ตามไปด้วย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์สำหรับการวิจัย ดังนี้

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ที่มีค่าเฉลี่ยเห็นด้วยมากที่สุด คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ รองลงมา คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cooper & Boniface (1998) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่สำคัญที่จะสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องประกอบด้วย สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว หรือมีลักษณะชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัวการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจได้มากหากมีความสะดวกในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม และบริการเสริมที่คนในท้องถิ่นเป็นผู้จัดหาขึ้นมาเอง แหล่งท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงาน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นเพราะแนวคิดดังกล่าวนี้ได้ทำการค้นคว้ามาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน หรืออาจจะเป็นเพราะสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษาอาจจะมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผลการศึกษานี้ยังมีบางส่วนสอดคล้องกับการศึกษาของ ปกาจิต พันธ์เพ็ง (2553) ได้ ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจ

ที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดจตุจักรของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวตลาดนัดจตุจักร เช่นเดียวกับบุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2548) และ Cooper and Other (1994) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน สอดคล้องกับ งานวิจัยของชิตพร ประดิษฐ์รอด (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของ คนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษา อยู่ช่วงระดับปริญญาตรี รายได้ 15,001-30,000 บาท ต่อเดือนมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แต่ส่วน ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของคนวัย ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร เช่นเดียวกับ อัครกิตต์ พัฒนสัมพันธ์ (2558) ศึกษาเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A's ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ดังนั้นจังหวัดกาญจนบุรี หากต้องการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเยือน น้ำพุร้อนหินดาด ควรให้ความสำคัญกับการดูแล พัฒนาน้ำพุร้อนหินดาด ให้มีความเชื่อมโยงกับ สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง และผสมผสานกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เข้ากับการ ส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิต การส่งเสริมสุขภาพของคนในท้องถิ่น อีกทั้งภาครัฐและเอกชนควรสร้าง ระบบการให้บริการและการสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ การเพิ่ม จิตความสามารถในการดูแลสถานที่ท่องเที่ยวและคุณภาพในการบริการจากหน่วยงานที่มีหน้าที่ ดูแลและการให้บริการทั้งด้านการท่องเที่ยวและข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่มีความทันสมัยเป็น ปัจจุบันและเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัด กาญจนบุรี

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยใน การตัดสินใจท่องเที่ยวมน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

ผลการวิเคราะห์พบว่าความคิดเห็นเดินทางมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าผู้กรอกแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางมาเยือน เพื่อผ่านไปยัง จุดหมายปลายทางอื่น ๆ มากที่สุด และตัดสินใจมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจากคำแนะนำของคนรู้จัก ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จากการทำวิจัยพบว่า การเดินทางเพื่อผ่านไปยังจุดหมาย ปลายทางอื่น ๆ เนื่องจาก น้ำพุร้อนหินดาด มีป้ายประชาสัมพันธ์ น้ำพุร้อนหินดาด และป้ายบอกทาง ชัดเจน จากผลการวิจัยนี้ สอดคล้องกับแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ Kotler & Keller (2012) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดเป้าหมายตัวแปร อาทิ เพศ

(Sex) เป็นตัวแปรสำคัญ ที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติ การรับรู้และการตัดสินใจ และระดับการศึกษา (Education) ทำให้การศึกษาของบุคคลมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมแตกต่างกันไปตามระดับความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Income) เป็นดัชนีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดฐานะทางเศรษฐกิจในครัวเรือน ประกอบกับแนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ McIntosh R. W. & Gupta S. (1980) ได้กล่าวว่าเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายปลายทางต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประการ คือ มูลเหตุจูงใจด้านกายภาพ เช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา หรือรักษาสุขภาพ พักผ่อนตากอากาศชายทะเลหรือร่วมกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ เพื่อประกอบกิจกรรม การเรียนรู้วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมแบบต่าง ๆ เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อการทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ บำบัดฟื้นฟูสุขภาพ ซึ่งการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมทัศนศึกษา แหล่งน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ที่มีอยู่ในหลายจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศไทยและพักในโรงแรมและรีสอร์ท ที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้สถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ โดยมีการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สวยงามในจังหวัดอันเป็นที่ตั้งของน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่และบ่อน้ำแร่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาตลาดน้ำในเขตตลิ่งชัน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่งในระดับมาก โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีความปลอดภัยจากอาชญากรรม และป้ายบอกทางไปยังสถานที่อื่น ๆ ง่ายและชัดเจน

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความแตกต่างในการตัดสินใจท่องเที่ยวพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี จำแนกตามหลักประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี (โดยใช้วิธี Least Significant Difference : (LSD)) พบว่ามีค่าเฉลี่ยขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำแนกตามความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.<0.05) จึงวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความคิดเห็นขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบระดับที่แตกต่างกันคือ คู่ที่ 1 ด้านสิ่งดึงดูดและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (.191**), คู่ที่ 2 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (.392**), คู่ที่ 3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการให้บริการ, (.316**), คู่ที่ 4 ด้านการให้บริการ และด้านที่พัก (.722**), คู่ที่ 5 ด้านที่พัก และด้านกิจกรรม (.589**)

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำพุร้อนหินคาง จังหวัดกาญจนบุรี

จากการศึกษาผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินคาง จังหวัดกาญจนบุรีสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) น้ำพุร้อนหินคาง มีความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ และมีการตกแต่งบริเวณโดยรอบอย่างสวยงาม
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) น้ำพุร้อนหินคางมีป้ายบอกเส้นทางเข้าถึงชัดเจน มีป้ายบอกทางและการทำกิจกรรมที่น่าสนใจและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) น้ำพุร้อนหินคางมีบริการเช่าชุด สะอาด ได้มาตรฐาน มีจุดบริการล้างตัว สะอาด น่าใช้บริการ

ซึ่งค้นพบว่าทั้ง 3 องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ McIntish R.W. & Gupta S. (1980) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท คือ มูลเหตุจูงใจด้านกายภาพ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา หรือรักษาสุขภาพ พักผ่อนตากอากาศชายทะเล หรือร่วมกิจกรรม บันเทิงอื่น ๆ การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยความต้องการและความสมัครใจของตนเอง เพื่อพบกับประสบการณ์และการเรียนรู้สิ่งใหม่ ซึ่งเป็นการเดินทางจากที่แห่งหนึ่งไปสถานที่แห่งอื่น ๆ เพื่อประกอบกิจกรรม การเรียนรู้วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อทำการพักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ บำบัดรักษาสุขภาพ ซึ่งการท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำพุร้อนและการอาบน้ำแร่ เยี่ยมชมทัศนศึกษาแหล่งน้ำพุร้อนและแหล่งน้ำแร่ที่มีอยู่ในหลายจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาคของประเทศ ไทยและพักใน โรงแรม รีสอร์ทที่ตั้งอยู่ในหรือใกล้สถานที่ให้บริการอาบน้ำแร่เพื่อบำบัดสุขภาพ โดยมีการท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจไปในแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สวยงามในจังหวัดอันเป็นที่ตั้งของน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ เช่นเดียวกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) และ Cooper and other (1994) เช่นเดียวกับ พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน สอดคล้องกับ กุลวดี ละม้ายจีน เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ชิตพร ประดิษฐ์รอด (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทผลของคณวิทย์ทำงานในกรุงเทพมหานคร

ดังนั้นจังหวัดกาญจนบุรีจึงจำเป็นต้องส่งเสริมรูปแบบการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และร่วมกับนักการตลาดที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูด

นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด รวมทั้งมีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวก รวดเร็วมากขึ้น มีการบริการในรูปแบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อนักท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกสบาย มีกิจกรรมที่หลากหลายมากขึ้น เช่น การนวดประคบด้วยสมุนไพรธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น ควบคู่กับการนวดแผนไทย, สาธิตการขัดตัวด้วยกาแฟหรือสมุนไพรไทยหลังการแช่น้ำพุร้อน และไปแช่น้ำเย็นที่ธารน้ำธรรมชาติ, การจัดอาหารเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ทั้งสาธิต และจำหน่าย หลังจากการแช่น้ำพุร้อน เพื่อให้ร่างกายสดชื่น และผ่อนคลายยิ่งขึ้น, มีการออกกำลังกายโยคะ ด้วยท่าบริหารง่าย ๆ ในขณะที่แช่น้ำพุร้อน และแช่น้ำเย็น จากธารน้ำธรรมชาติ นอกจากนี้ควรเพิ่มการสื่อสารทางการตลาดให้มากขึ้น จัดทำคู่มือท่องเที่ยว แผ่นพับ แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เพื่อเป็นช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงมากขึ้น มีความรู้ความเข้าใจถึงคุณประโยชน์ที่ได้รับเมื่อแช่น้ำพุร้อน เมื่อเกิดความเข้าใจรู้คุณค่า จำนวนนักท่องเที่ยวก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัย

การศึกษาปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี โดยได้นำผลการวิจัยมาเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการต่อไป

1. สำนักงานท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีควรมีการประสานงานให้แต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการดูแลสถานที่ท่องเที่ยวให้คงความสมบูรณ์ทางธรรมชาติไว้มากที่สุด และควรมีการจัดการพื้นที่ให้มีความสวยงาม เป็นระเบียบ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการน้ำพุร้อนหินดาดเพิ่มขึ้น เมื่อมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นก็จะสามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้คนในท้องถิ่น

2. องค์การบริหารส่วนตำบลหินดาด และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นใกล้เคียง ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ ทำป้ายบอกทางเข้า การเชิญชวน ให้เข้ามาท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อนหินดาดเพิ่มขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยว เปลี่ยนจากการผ่านเข้ามา เป็นการตั้งใจมาใช้บริการ มาแช่น้ำแร่ น้ำร้อนน้ำเย็นที่น้ำพุร้อนหินดาด หากมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม ถึงคุณค่า ประโยชน์จากการแช่น้ำพุร้อน ซึ่งมีธารน้ำตกที่เป็นธรรมชาติที่คงความสมบูรณ์ไว้ จะยังเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวเห็นประโยชน์จากการแช่น้ำพุร้อนเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

3. องค์การบริหารส่วนตำบลหินดาด, องค์การปกครองท้องถิ่น, สำนักพัฒนาชุมชนในพื้นที่ ควรมีการทำป้ายบอกทางที่ชัดเจน สามารถเดินทางเข้าถึงน้ำพุร้อนหินดาดได้สะดวก และ

องค์การบริหารส่วนตำบลหินดาด ควรเพิ่มป้ายบอกเส้นทางทำกิจกรรม ประโยชน์ และวิธีการแช่น้ำพุร้อนให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ให้ใช้บริการที่ถุกวิธี เกิดความประทับใจ และจะนำไปสู่การมาเยือนซ้ำ และการบอกต่อ

5.3.2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

1. เพิ่มการเก็บข้อมูลในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่แตกต่างกัน มีความหลากหลาย และข้อมูลแม่นยำ ยิ่งตรงยิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้สอดคล้องกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึงดูด เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวน้ำพุร้อนหินดาด ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป
3. ควรศึกษาแนวทางการพัฒนา การส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันเกี่ยวกับการพัฒนาให้น้ำพุร้อนหินดาดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีธรรมชาติที่สมบูรณ์ สวยงาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรม และนำไปกำหนดแบบมาตรฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป
4. งานวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยวัดและวิเคราะห์ในเชิงตัวเลขและสถิติ เพื่อให้เกิดคุณภาพและเป็นที่ยอมรับจึงควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพในงานวิจัยเพิ่มเติมและมีการนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อให้ได้ผลวิจัยที่ชัดเจนมากขึ้น



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. สืบค้น 20 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.thaitravelhealth.com/blog/archives/3440>
- กุลวดี ละม้ายเงิน. (2552). *องค์ประกอบการท่องเที่ยว*. อุบลราชธานี : สาขาวิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- จรรยา วุฒิสานทวิ. (2557). *การพัฒนารูปแบบการจัดโปรแกรมนันทนาการเพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผู้สูงอายุที่พำนักระยะยาว*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2563, จาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/45373?mode=full&src=>
- จิตพิสูทธิ์ หงส์จักร. (2560). *ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2563, จาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle>
- ชนิดา ทวีศรี. (2551). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism)*. สืบค้น 5 พฤษภาคม 2563, จาก <http://www.13nr.org/posth/166878>
- ชัยพัฒน์ พุ่มซ้อน, และกันตพัฒน์ พรศิริวัชรสิน. (2561). *แนวทางการแก้ปัญหาสังคมสูงอายุของประเทศไทย*. วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
- ชิตวาร ประดิษฐ์รอด. (2559). *ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณของคณวิทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปราณปรียา นพคุณ. (2561). *ปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยว (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวค่าน้ำลึกในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้น 5 พฤษภาคม 2563, จาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream>

- เปรมกมล หงส์ยนต์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันออนไลน์ (ลาชาต้า) ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลในกรุงเทพมหานคร.* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม. สืบค้น 5 พฤษภาคม 2563, จาก <https://e-research.siam.edu/wp-content>
- พลอยระพี ชลวณิช. (2555). *แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2563, จาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/>
- เพชรรัตน์ ภูพันธ์. (2550). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2563, จาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle>
- วรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2560). *แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีและการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สืบค้น 21 ธันวาคม 2563, จาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis>
- วิคเนีย มายอร์. (2559). *การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำพุร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream>
- ศศิพงศ์ บุญยงค์. (2015). *เที่ยวเทรนด์ใหม่ เที่ยวเชิงสุขภาพ. Horizon Magazine.* สืบค้น 21 ธันวาคม 2563, จาก <http://horizon.sti.or.th/node/5>
- ศุภชัย ศรีสุชาติ, แก้วขวัญ ตั้งติพงษ์กุล, และอนิน อรุณเรืองสวัสดิ์. (2563). *โครงการส่งเสริมการมีรายได้และการส่งเสริมการทำของผู้สูงอายุตามนโยบายภาครัฐ (E6).* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สถาบันเสริมศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้น 21 ธันวาคม 2563, จาก <http://www.dop.go.th/download/knowledge>
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี. (2563). *จำนวนนักท่องเที่ยว/รายได้จากการท่องเที่ยว.* สืบค้น 8 ธันวาคม 2562, จาก <https://kanchanaburi.mots.go.th/>

สุวัฒน์ จูฑากรณ์ และ จริญญา เจริญสุขโกไส. (2552). *แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว. (เอกสารการสอน
ชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหน่วยที่2). นนทบุรี :*

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.*

อรนภา ทศนัยทัศน. (2559). *รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬาสำหรับผู้สูงอายุ.*

(วิทยานิพนธ์คุุณบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.

อริศรา ห่องทรัพย์ และกุลพิชญ์ โภไคยอุดม. (2558). *แนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
แหล่งน้ำพุร้อน ในภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย. วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬา
และสุขภาพ. 16(3). 76 – 90.*

ภาษาอังกฤษ

Ayed, A. and Majed, A. (2012). *Assessing the relationship between marketing mix and loyalty
through tourists satisfaction in jordan curative tourism. American Academic &
Scholarly Research Journal, 2, 1-15.*

Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future. Journal Tourism
Management Special Issue: The Competitive Destination.*

Kotler, P. and Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.*

Lovelock, C. and Wright, L. (2007). *Service marketing. New Jersey: Prentice Hall, Inc.*

Phillip, K. (2003). *Marketing Management (Vol.11). New Jersey: Prentice Hall, Inc.*

Richter, L.K. (2003). "International Tourism and Its Global Public Health Consequence".

Journal of Travel Research, 4(1). Retrieved 3 December 2020, From

<http://www.journals.sagepub.com>

Smith, M., & Puczko, L. (2014). *Health, Tourism & Hospitality 2nd edition. USA. Routledge.*

Swarbrooke, J. and Horner, S. (2007). *Consumer Behavior in Tourism. Oxford: Butterworth-
Heinemann.*

Wai, C. Kevin, L. (2005). *Are Travelers Satisfied with Malaysian Hotel? Journal of
Contemporary Hospitality Management, 217-227*



ภาคผนวก



แบบสอบถาม

เรื่อง องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในการมาเยือนน้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ทำขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ระดับ
บัณฑิตศึกษา ของนิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการการ
ท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนหินดาด
จังหวัดกาญจนบุรี
- ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว
น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี
- ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว
น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี
- ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง หน้าข้อความที่ตรงกับความจริง และความ
คิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ 1.) ชาย 2.) หญิง
2. อายุ 1.) 25- 30 ปี 2.) 31-44 ปี
 3.) 45-60 ปี 4.) 60 ปีขึ้นไป
3. การศึกษาสูงสุด 1.) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.) ปริญญาตรี
 3.) สูงกว่าปริญญาตรี
4. รายได้ปัจจุบัน 1.) ไม่เกิน 15,000 บาท 2.) 15,001-30,000 บาท
 3.) 30,001-45,000 บาท 4.) 45,001 บาท ขึ้นไป
5. ท่านมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี
 1.) มาครั้งแรก 2.) มาครั้งที่ 2-3
 3.) มาครั้งที่ 4-5 4.) มากกว่า 5 ครั้ง
6. ท่านทราบและรับข้อมูลน้ำพุร้อนหินดาดจากช่องทางใดมากที่สุด
 1.) แผ่นป้ายโฆษณา/ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว
 2.) เพื่อน/ คนรู้จัก
 3.) สื่อสังคมออนไลน์
7. ท่านมีภูมิลำเนาอยู่ที่ไหน
 1.) กาญจนบุรี 2.) กรุงเทพฯ
 3.) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว
น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง หน้าข้อความที่ตรงกับความจริง และความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

5	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4	ระดับความคิดเห็นมาก
3	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
2	ระดับความคิดเห็นน้อย
1	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับองค์ประกอบในการตัดสินใจ ท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัด กาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction)					
8. น้ำพุร้อนหินดาดเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากในจังหวัด กาญจนบุรี					
9. น้ำพุร้อนหินดาดมีการตกแต่ง บริเวณโดยรอบอย่างสวยงาม					
10. น้ำพุร้อนหินดาดมีธารน้ำตกจาก ธรรมชาติที่สมบูรณ์					
11. น้ำพุร้อนหินดาด ช่วยบรรเทา อาการของโรคได้ เช่น โรคความดัน โลหิตสูง อาการปวดกระดูก ไขข้อ เสื่อมหรืออักเสบ โรคระบบทางเดิน หายใจ เป็นต้น					

ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวไทย เกี่ยวกับองค์ประกอบในการตัดสินใจ ท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัด กาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)					
12. น้ำพุร้อนหินดาด มีเส้นทางในการ เดินทางเข้าถึงหลายเส้นทาง					
13. น้ำพุร้อนหินดาดมีป้ายบอก เส้นทางเข้าถึงชัดเจน					
14. น้ำพุร้อนหินดาดมีรถสาธารณะ เข้าถึงได้โดยสะดวก					
15. น้ำพุร้อนหินดาดมีป้ายบอก ทางการทำกิจกรรมชัดเจน					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)					
16. น้ำพุร้อนหินดาดมีส่วนบริการ แยก ห้องอาบน้ำชาย และห้องอาบน้ำ หญิง					
17. น้ำพุร้อนหินดาดมีบริการเช่าชุด สระอาบ ได้มาตรฐาน					
18. น้ำพุร้อนหินดาดมีร้านอาหาร ให้บริการหลากหลายประเภท					
19. น้ำพุร้อนหินดาดมีจุดบริการล้าง ตัว สระอาบ นำใช้บริการ					
20. น้ำพุร้อนหินดาดมีที่จอดรถ ให้บริการเพียงพอ					
ด้านการให้บริการ (Ancillary Service)					
21. น้ำพุร้อนหินดาดมีเจ้าหน้าที่ให้ คำแนะนำการใช้บริการกับ นักท่องเที่ยว					

ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวไทย เกี่ยวกับองค์ประกอบในการตัดสินใจ ท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาด จังหวัด กาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
22. น้ำพุร้อนหินดาดมีเจ้าหน้าที่ ให้บริการจากรับฝากทรัพย์สินมีค่า					
23. น้ำพุร้อนมีการรักษาความ ปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว					
24. น้ำพุร้อนหินดาดมีป้าย ประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว					
ด้านที่พัก (Accommodation)					
25. น้ำพุร้อนหินดาด มีที่พักที่มี คุณภาพและได้มาตรฐานให้บริการแก่ นักท่องเที่ยว					
26. บริเวณด้านนอนที่ทำการอุทยานฯ มีที่พักของเอกชนที่มีคุณภาพและได้ มาตรฐานให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
ด้านกิจกรรม (Activity)					
27. บ่อน้ำพุร้อนหินดาดมีกิจกรรมแช่ น้ำแร่จากบ่อน้ำร้อนและแช่น้ำเย็นใน ธารน้ำจากธรรมชาติ					
28. บ่อน้ำพุร้อนหินดาดมีกิจกรรม นวดแผนไทยที่ได้มาตรฐาน					

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับน้ำพุร้อนหินดาด
จังหวัดกาญจนบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง หน้าข้อความที่มีอิทธิพลการตัดสินใจเดินทาง
ท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย

- 5 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
4 ระดับความคิดเห็นมาก
3 ระดับความคิดเห็นปานกลาง
2 ระดับความคิดเห็นน้อย
1 ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
29. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวเพราะ ต้องการพักผ่อน					
30. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อน หินดาดเพื่อเดินทางมารักษาสุขภาพ					
31. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อน หินดาดเพราะสนใจในกิจกรรมแช่น้ำ ร้อน และ แช่น้ำเย็น					
32. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อน หินดาดเพราะมีกิจกรรมนวดแผนไทย ก่อนและหลัง การแช่น้ำพุร้อน					
33. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อน หินดาด เพราะเห็นรีวิวจาก แหล่งข้อมูลต่าง ๆ					

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว น้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
34. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อน หินดาดจากคำแนะนำของคนรู้จักที่ เคยเดินทางมาท่องเที่ยว					
35. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยวที่น้ำพุร้อน หินดาด เพราะสนใจสินค้าของฝากใน สถานที่นั้น ๆ					
36. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยว จาก งบประมาณและค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยว					
37. ท่านตัดสินใจท่องเที่ยว เนื่องจาก เป็นทางผ่านไปยังจุดหมายปลายทาง อื่น ๆ					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือของทุกท่านที่เสียสละเวลา
ในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ-นามสกุล : นางสาวอารดา หรูสกุล
วัน เดือน ปีเกิด : 03 พฤศจิกายน 2517
ที่อยู่ปัจจุบัน : 567/5 โครงการปรัชญาบิโทโฮม ถนนอ่อนนุช แขวงประเวศ เขตประเวศ
จังหวัดกรุงเทพฯ
โทรศัพท์มือถือ : 081-8994225
อีเมล : dear.dare2dream@gmail.com / arada.ceo19@gmail.com
ที่ทำงาน : บริษัท แคร่ ทู ครีม ทราเวลเมท จำกัด
45/ 248 แขวงสามวาตะวันออก เขตคลองสามวา กรุงเทพฯ
บริษัทซีอีโอ 19 จำกัด
567/5 ถนนอ่อนนุช แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพฯ
ตำแหน่งปัจจุบัน : Executive Director
ประวัติการศึกษา : ปริญญาตรี เอกบรรณารักษ์สารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม