

บทความวิจัย

ความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน
จากมุมมองนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ชไมพร กาญจนกิจสกุล^{1*} ปร.ด., จุฑาพร สันตยากร² Ph.D.

Received: May 29, 2023

Revised: June 27, 2023

Accepted: July 6, 2023

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสุขภาพของบุคคลเข้ากับมิติทางสังคมและค่านิยมวิถีชีวิตของบุคคล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน จากมุมมองนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 409 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ผลการวิจัย พบว่า ความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการบริการ ด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อมด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวไทย (ร้อยละ 97.5) และต่างชาติ (ร้อยละ 78.5) มีความสนใจท่องเที่ยวเพื่อการผ่อนคลายด้านร่างกายและจิตใจ ด้านกิจกรรมการบริการ พบว่า มีความต้องการต่างกันเล็กน้อย ความต้องการบริการระดับมากใน 5 กิจกรรมแรก สำหรับนักท่องเที่ยวไทย ได้แก่ ดนตรี (ร้อยละ 70.6) น้ำพุร้อน (ร้อยละ 62.3) การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญในชุมชน (ร้อยละ 57.4) นวด (ร้อยละ 55.4) และศิลปะ/การแสดง (ร้อยละ 54.9) ในขณะที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้แก่ กิจกรรมเรียนรู้งานฝีมือ (ร้อยละ 63.9) อาหารเพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 61.5) การสาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น (ร้อยละ 61.0) การแพทย์ทางเลือก (ร้อยละ 60.5) ดนตรี (ร้อยละ 58.5) และน้ำพุร้อน (ร้อยละ 58.5) และด้านสุดท้าย มาตรฐานและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อมนักท่องเที่ยวไทยจะเน้นความต้องการ การบริการในความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ (ร้อยละ 70.5) มาตรการป้องกันและควบคุมโรคระบาด (ร้อยละ 67.5) การบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน (ร้อยละ 60.9) การดูแลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน (ร้อยละ 55.7) และความสะอาดของสิ่งบริการต่างๆ (ร้อยละ 51.0) ในทางกลับกัน นักท่องเที่ยวต่างชาติจะเน้นไปที่มาตรการป้องกันและควบคุมโรคระบาด (ร้อยละ 76.1) การบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน (ร้อยละ 74.6) ความสะอาดของสิ่งบริการต่างๆ (ร้อยละ 61.5) ความปลอดภัยจากการหลอกลวง/การฉ้อโกง (ร้อยละ 53.2) และความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ (ร้อยละ 52.7) ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรพัฒนาการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน ความต้องการนักท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยว

¹ รองศาสตราจารย์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร² อาจารย์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

* ผู้รับผิดชอบบทความ: ckanchanakisakul@gmail.com

The demand for community-based wellness tourism services from the perspective of Thai and foreign tourists

Chamaiporn Kanchanakijisakul^{1,*} Ph.D., Chuthaporn Santayakorn² Ph.D.

ABSTRACT

Wellness tourism is a form of tourism that links individual health with social aspects and considers individual lifestyles. The objective of this research was to explore the demand for community-based wellness tourism services from Thai and foreign tourists' points of view. The study sample was 409 cases of Thai and foreign tourists aged 20 or over. The study tool was the online questionnaires and descriptive statistics such as frequency and percentage were used.

The results of the study revealed that the demand for services could be categorized into three dimensions: tourism behavior, service activities, and standards/safety in the environment. In the tourism behavior dimension, it was found that Thai tourists (97.5%) and foreign tourists (78.5%) shared a common interest in traveling primarily for physical and mental relaxation. In the service activities dimension, the preferences differed slightly. For Thai tourists, the top five areas of highest demand included music (70.6%), hot springs (62.3%), visiting community landmarks (57.4%), massage (55.4%), and arts/performing (54.9%). In contrast, foreign tourists had a preference for craft learning activities (63.9%), healthy food (61.5%), local cooking demonstrations (61.0%), alternative medicine (60.5%), and music (58.5%) and hot springs (58.5%). Lastly, the dimension of the standards and safety in the environment, Thai tourists prioritize accident safety (70.5%), epidemic prevention and control (67.5%), emergency medical services (60.9%), emergency care (55.7%), and the cleanliness of services (51.0%). Foreign tourists, on the other hand, placed the highest demand on epidemic prevention and control (76.1%), emergency medical services (74.6%), cleanliness of various services (61.5%), safety from deception/fraud (53.2%), and accident safety (52.7%). The stakeholders should develop community-based health promotion tourism in line with the needs of tourists.

Keywords: Wellness tourism, Community-based wellness tourism, Demand tourists, Tourism services

¹ Associate Professor, Faculty of Social Sciences, Naresuan University

² Lecturer, Faculty of Social Sciences, Naresuan University

* Corresponding author: ckanchanakijisakul@gmail.com

บทนำ

ประเทศไทยได้รับการยอมรับด้านคุณภาพและมาตรฐานของระบบสาธารณสุขไทยในระดับนานาชาติ ทั้งนี้ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการท่องเที่ยว โดยกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การพักผ่อนหลังการรักษาพยาบาล สปาเพื่อสุขภาพ เป็นต้น (Marohabutr, 2018) ซึ่งการเป็นศูนย์กลางบริการทางสุขภาพนี้เป็นโอกาสทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทยในการใช้ความเข้มแข็งด้านการสาธารณสุขและการท่องเที่ยวเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการด้านสุขภาพที่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ (Wellness tourism) เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการสุขภาพที่มีฐานรากมาจากแนวคิดด้านการส่งเสริมสุขภาพ (Health promotion) และเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างการจ้างงานและก่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เชื่อมโยงสู่ภาคเศรษฐกิจอื่นๆ อันเป็นการช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากขึ้น (Eiamnakha, Nisamaneepong, Panla-Or, Senglum, & Poosanam, 2021; Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports, 2019) นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Liao, Zuo, Xu, Law, & Zhang (2023) ระบุว่า การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ (Wellness tourism) เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพ ใน 4 ด้าน ได้แก่ ร่างกาย จิตใจ คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน (Community-based wellness tourism) เป็นแนวคิดที่พัฒนาจากฐานคิดด้านการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community base tourism-CBT) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมและบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนด้วยตนเอง โดยเฉพาะในประเด็นของกิจกรรมการให้บริการสุขภาพเพื่อการบำบัดและฟื้นฟูสุขภาพอันก่อให้เกิดความผ่อนคลายทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ เพิ่มการจ้างงาน ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งก่อให้เกิด

การเรียนรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน (Manirochana, 2017; Suansri, 2003) ซึ่งปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมล้วนเป็นปัจจัยกำหนดสุขภาพ (Ullah, Zada, Siddique, Hu, Han, Vega-Muñoz et al., 2021) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน ยังเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lo & Janta (2020) ที่ชี้ให้เห็นว่า สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ คือ การจัดการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น เพิ่มพลังให้กับชุมชนท้องถิ่น อนุรักษ์และปลูกฝังทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อบรรลุการรักษาความยั่งยืนโดยรวมของทรัพยากรการท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustained Development Goal, SDG) เป้าหมายที่ 11 เมืองและถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์มีความปลอดภัยทั่วถึง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและยั่งยืน ข้อย่อย 11.A การสนับสนุนการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในทางบวกระหว่างพื้นที่เมือง รอบเมือง และชนบท โดยการเสริมความแข็งแกร่งของการวางแผนการพัฒนาในระดับชาติและระดับภูมิภาค ดังนั้น จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน เป็นการช่วยเพิ่มการจ้างงานและสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความยั่งยืน ความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่น

นักท่องเที่ยว มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นบุคคลที่มีจุดประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อรับบริการด้านส่งเสริมสุขภาพ โดยอาจเป็นได้ทั้งจุดประสงค์หลักหรือจุดประสงค์รอง อย่างไรก็ตาม จากรายงานการศึกษาที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นว่า สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด 19 ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางได้ อันส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ

ชาวต่างชาติที่ลดลง ส่งผลทำให้ตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละประเทศหดตัวลงตลอด รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ได้มีการคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขภาพอนามัยที่มากขึ้น (Abdullah, Ali, Hussain, Aslam, & Javid, 2021; Saenkam, 2021)

ความต้องการ เป็นความประสงค์ของบุคคลซึ่งมีอิทธิพลก่อให้เกิดแรงผลักดันทั้งภายนอกและภายในให้บุคคลได้ปรับตัวในการตอบสนองแรงผลักดันที่เกิดขึ้น (Royal Institute, 2003) เป็นความปรารถนาเพื่อให้ได้ซึ่งสิ่งต่างๆ มาบริโภคหรือทำความพอใจให้กับตนเองอันถือเป็นกลไกสำคัญที่สามารถก่อให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ทางเศรษฐกิจ รวมถึงสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด (Sukjairungwattana, 2018) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงการปรับตัวเพื่อฟื้นฟูผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด 19 มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับประเด็นความต้องการการบริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการทางสุขภาพของชุมชนและท้องถิ่น ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวในการกลับเข้ามาใช้บริการทางสุขภาพในประเทศไทย (Eiamnakha et al., 2021) ทั้งนี้ โดยมีการคำนึงถึงปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นพื้นฐานสำคัญ ทั้งนี้ ข้อมูลความต้องการต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน ในช่วงหลังการระบาดของโรคโควิด 19 ยังมีจำกัด คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน จากมุมมองนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยผลการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการบริการของชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในอันที่จะเป็นประโยชน์ในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน ตลอดจนออกแบบชุดบริการสุขภาพ (Health service package) ที่สามารถตอบสนองซึ่งความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ ไม่ว่าจะเป็นในด้านร่างกายหรือจิตใจ

เพื่อสร้างสุขภาพที่แข็งแรงและการดำเนินชีวิตด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแบบแผนชีวิตของบุคคลได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนจากมุมมองนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนจากมุมมองนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติในครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยหลัก เรื่อง การพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อสร้างชุมชนต้นแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพแบบสมาร์ทภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ หมายเลขโครงการ : P2-0288/2564

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565 โดยใช้การสอบถามผ่านทางออนไลน์ใน 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ เว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดียประเภท เฟซบุ๊ก (Facebook) เพจของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และเฟซบุ๊กส่วนตัวของคณะผู้วิจัยและเครือข่าย

เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม ครอบคลุมแนวคิดเกี่ยวกับประเด็นด้านการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนด้านนักท่องเที่ยว และด้านความต้องการการบริการด้านการท่องเที่ยว จากนั้นได้นำแบบสอบถามดังกล่าวผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย นักวิจัย นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว และผู้ที่เกี่ยวข้องในหน่วยงานหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-

Objective Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 คะแนน ทั้งนี้ หากข้อรายการถามใดมีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 คะแนน คณะผู้วิจัยได้นำปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ หลังจากนั้นจึงยื่นเสนอต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อขอปรับแก้ไขโครงการภายหลังการรับรอง (Amendment) ก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คำนวณขนาดตัวอย่างได้ 400 คน (Yamane, 1973 cited in Kanchanakijksakul, 2022) และเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูลจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 10.0 ได้ขนาดตัวอย่าง 440 คน เก็บข้อมูลจริงได้จำนวน 409 คน คิดเป็นอัตราการได้รับข้อมูลกลับ (Response rate) คือ ร้อยละ 93.0 เลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เนื่องจากไม่มีบัญชีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป สามารถอ่านออกและหรือเขียนภาษาไทย และหรือภาษาอังกฤษได้ และยินยอมในการเข้าร่วมการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

ผลการศึกษา

1. คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า ร้อยละ 54.7 หรือมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง ในขณะที่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย ร้อยละ 45.3 โดยส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 45.1 เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี รองลงมา ได้แก่ กลุ่มอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 35-49 ปี และกลุ่มอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.5 16.0 และ 5.4 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 51.5 อยู่ในกลุ่มรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท รองลงมา ได้แก่ 20,000-34,999 บาท และตั้งแต่ 35,000 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ 24.5 ตามลำดับ ประมาณครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 49.9 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และอีกประมาณครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 50.1 เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งเป็น

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศแถบเอเชีย ร้อยละ 26.1 และในประเทศแถบยุโรปและอเมริกา ร้อยละ 24.0 มากกว่าครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 63.8 ไม่มีโรคประจำตัว และประมาณครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 51.6 มีความสนใจในประเด็นสุขภาพในระดับมาก รองลงมา คือ ระดับปานกลาง และระดับน้อย คิดเป็น ร้อยละ 36.9 และ 11.5 ตามลำดับ (ตาราง 1)

คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทย พบว่า ร้อยละ 61.4 หรือมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย ในขณะที่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง ร้อยละ 38.6 โดยส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 46.0 เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มอายุ 25-34 ปี รองลงมา ได้แก่ กลุ่มน้อยกว่า 25 ปี กลุ่มอายุ 35-49 ปี และกลุ่มอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 35.6 15.4 และ 3.0 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 58.7 อยู่ในกลุ่มรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท รองลงมา ได้แก่ 20,000-34,999 บาท และตั้งแต่ 35,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็น ร้อยละ 30.9 และ 10.4 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 88.2 ไม่มีโรคประจำตัว และส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 43.6 มีความสนใจในประเด็นสุขภาพในระดับมาก รองลงมา คือ ระดับปานกลาง และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 38.7 และ 17.7 ตามลำดับ (ตาราง 1)

คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า ร้อยละ 52.3 หรือมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง ในขณะที่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย ร้อยละ 47.7 โดยส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 54.4 เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในกลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี รองลงมา ได้แก่ กลุ่มอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 35-49 ปี และกลุ่มอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็น ร้อยละ 21.1 16.7 และ 7.8 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 44.3 อยู่ในกลุ่มรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท รองลงมา ได้แก่ ตั้งแต่ 35,000 บาทขึ้นไป และ 20,000-34,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.4 และ 17.2 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 52.2 เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศแถบเอเชียและเป็นประเทศในแถบยุโรปและอเมริกา ร้อยละ 47.8

มากกว่าครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 60.5 มีโรคประจำตัว และ ปานกลาง และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 35.1 และมากกว่าครึ่งหนึ่ง คือ ร้อยละ 59.5 มีความสนใจ 5.4 ตามลำดับ (ตาราง 1) ในประเด็นสุขภาพในระดับมาก รองลงมา คือ ระดับ

ตาราง 1 คุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

คุณลักษณะทั่วไป	ภาพรวม		ไทย		ต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	217	45.3	124	61.4	93	47.7
หญิง	180	54.7	78	38.6	102	52.3
รวม	397*	100.0	202*	100.0	195*	100.0
กลุ่มอายุ						
น้อยกว่า 25 ปี	183	45.1	72	35.6	111	54.4
25-34 ปี	136	33.5	93	46.0	43	21.1
35-49 ปี	65	16.0	31	15.4	34	16.7
ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	22	5.4	6	3.0	16	7.8
รวม	406*	100.0	202*	100.0	204*	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
น้อยกว่า 20,000 บาท	208	51.5	118	58.7	90	44.3
20,000-34,999 บาท	97	24.0	62	30.9	35	17.2
ตั้งแต่ 35,000 บาทขึ้นไป	99	24.5	21	10.4	78	38.4
รวม	404*	100.0	201*	100.0	203*	100.0
สัญชาติ						
ไทย	204	49.9	204	100.0	-	-
ประเทศในแถบเอเชีย	107	26.1	-	-	107	52.2
ประเทศในแถบยุโรปและอเมริกา	98	24.0	-	-	98	47.8
รวม	409	100.0	204	100.0	205	100.0
การมีโรคประจำตัว						
มี	148	36.2	24	11.8	124	60.5
ไม่มี	261	63.8	180	88.2	81	39.5
รวม	409	100.0	204	100.0	205	100.0
ความสนใจในประเด็นสุขภาพ						
ระดับน้อย	47	11.5	36	17.7	11	5.4
ระดับปานกลาง	151	36.9	79	38.7	72	35.1
ระดับมาก	211	51.6	89	43.6	122	59.5
รวม	409	100.0	204	100.0	205	100.0

*หมายถึง ไม่รวม missing case

2. ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยว

การศึกษาความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติในครั้งนี้ ครอบคลุม 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมบริการ และด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อม

2.1 ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวไทย ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชน ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทย พบว่า โดยส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 97.5 ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยเป็นผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขภาพเพื่อการผ่อนคลายด้านร่างกายและจิตใจ ช่วงฤดูที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด คือ ช่วงฤดูหนาว คิดเป็น ร้อยละ 77.0 รองลงมา ได้แก่ ช่วงฤดูร้อน และช่วงฤดูฝน คิดเป็น ร้อยละ 19.1 และ 3.9 ตามลำดับ นอกจากนี้ ช่วงวันที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด คือ ช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมา ได้แก่ ช่วงวันธรรมดา และช่วงวันหยุดเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 28.9 และ 25.5 ตามลำดับ บุคคลหลักที่ร่วมเดินทางโดยส่วนใหญ่ คือ คนรักและหรือครอบครัว คิดเป็น ร้อยละ 53.4 รองลงมา ได้แก่ เพื่อน และไม่มีผู้ร่วมเดินทาง/เดินทางคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 30.9 และ 15.7 ตามลำดับ (ตาราง 2) ในแง่ของรูปแบบคมนาคมในการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ พบว่า รูปแบบคมนาคมที่นิยมใช้มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็น ร้อยละ 88.7 รองลงมา ได้แก่ ขนส่งสาธารณะ เครื่องบิน รถไฟ และยานพาหนะให้บริการโดยบริษัทท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.4 30.4 25.0 19.1 และ 7.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ ลักษณะที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยนิยมใช้บริการที่พัก รีสอร์ทมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 72.1 รองลงมา ได้แก่ โรงแรม โฮมสเตย์โดยชุมชน เกสต์เฮาส์ และอะพาร์ตเมนต์ คิดเป็นร้อยละ 68.6 27.5 19.1 และ 1.5 ตามลำดับ (ตาราง 2)

นักท่องเที่ยวต่างชาติ ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า โดยส่วนใหญ่ คือ ร้อยละ 78.5 ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขภาพเพื่อการผ่อนคลายด้านร่างกายและจิตใจ ช่วงฤดูที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด คือ ช่วงฤดูร้อน คิดเป็น ร้อยละ 60.0 รองลงมา ได้แก่ ช่วงฤดูหนาว และช่วงฤดูฝน คิดเป็น ร้อยละ 39.0 และ 1.0 ตามลำดับ นอกจากนี้ ช่วงวันที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด คือ ช่วงวันหยุดเทศกาล คิดเป็น ร้อยละ 93.7 รองลงมา ได้แก่ ช่วงวันธรรมดา และช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ คิดเป็น ร้อยละ 3.4 และ 2.9 ตามลำดับ บุคคลหลักที่ร่วมเดินทางโดยส่วนใหญ่ คือ คนรักและหรือครอบครัว คิดเป็น ร้อยละ 42.6 รองลงมา ได้แก่ เพื่อน และไม่มีผู้ร่วมเดินทาง/เดินทางคนเดียว คิดเป็น ร้อยละ 33.3 และ 24.0 ตามลำดับ (ตาราง 2) ในแง่ของรูปแบบคมนาคมในการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ พบว่า รูปแบบคมนาคมที่นิยมใช้มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนบุคคล คิดเป็น ร้อยละ 66.3 รองลงมา ได้แก่ ยานพาหนะให้บริการโดยบริษัทท่องเที่ยว เครื่องบิน รถไฟและขนส่งสาธารณะ คิดเป็น ร้อยละ 65.4 55.1 43.9 และ 33.7 ตามลำดับ นอกจากนี้ ลักษณะที่พึงสำหรับการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้บริการโฮมสเตย์โดยชุมชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมาได้แก่ รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โรงแรม และอะพาร์ตเมนต์ คิดเป็น ร้อยละ 66.8 41.5 41.0 และ 27.3 ตามลำดับ (ตาราง 2)

ตาราง 2 ความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ

ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความสนใจในการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ				
เพื่อการผ่อนคลายด้านร่างกายและจิตใจ	196	97.5	161	78.5
เพื่อการรับบริการแพทย์ทางเลือก	5	2.5	44	21.5
รวม	201*	100.0	205	100.0
ช่วงฤดูที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ				
ฤดูหนาว	157	77.0	80	39.0
ฤดูร้อน	39	19.1	123	60.0
ฤดูฝน	8	3.9	2	1.0
รวม	204	100.0	205	100.0
ช่วงวันที่สนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ				
วันธรรมดา	59	28.9	7	3.4
วันหยุดสุดสัปดาห์	93	45.6	6	2.9
วันหยุดเทศกาล	52	25.5	192	93.7
รวม	204	100.0	205	100.0
บุคคลหลักที่ร่วมเดินทาง				
เดินทางคนเดียว/ไม่มีผู้ร่วมเดินทาง	32	15.7	49	24.0
คนรักและหรือครอบครัว	109	53.4	87	42.6
เพื่อน	63	30.9	68	33.3
รวม	204	100.0	205	100.0
รูปแบบคมนาคมในการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ (ตอบได้หลายข้อ)				
ยานพาหนะให้บริการโดยบริษัทท่องเที่ยว	16	7.8	134	65.4
ขนส่งสาธารณะ	66	32.4	69	33.7
รถไฟ	39	19.1	90	43.9
เครื่องบิน	51	25.0	113	55.1
รถยนต์ส่วนบุคคล	181	88.7	136	66.3
ลักษณะที่พักสำหรับการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ (ตอบได้หลายข้อ)				
โรงแรม	140	68.6	84	41.0
รีสอร์ท	147	72.1	137	66.8
เกสต์เฮาส์	39	19.1	85	41.5
อะพาร์ตเมนต์	3	1.5	56	27.3
โฮมสเตย์โดยชุมชน	56	27.5	161	78.5

*หมายถึง ไม่รวม missing case

2.2 ด้านกิจกรรมการบริการ

นักท่องเที่ยวไทย ความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวไทย ในด้านกิจกรรมการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยมีความต้องการการให้บริการในกิจกรรมที่อยู่ในระดับมากใน 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับตามความต้องการจากระดับมากไปหาน้อย ได้แก่ ดนตรี น้ำพุร้อน การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญในชุมชนท้องถิ่น นวด และศิลปะ/การแสดง คิดเป็น ร้อยละ 70.6 62.3 57.4 55.4 และ 54.9 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยมีความต้องการการให้บริการในกิจกรรมที่อยู่ในระดับน้อยใน 5 อันดับสุดท้าย โดยเรียงลำดับตามความต้องการจากระดับน้อยไปหามาก ได้แก่ ฟังเข็ม โยคะ กอล์ฟ การเรียนรู้ทางศาสนา และชกมวย คิดเป็นร้อยละ 59.4 53.4 53.4 51.0 และ 46.6 ตามลำดับ (ตาราง 3)

นักท่องเที่ยวต่างชาติ ความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในด้านกิจกรรมการบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความต้องการการให้บริการในกิจกรรมที่อยู่ในระดับมากใน 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับตามความต้องการจากระดับมากไปหาน้อย ได้แก่ กิจกรรมเรียนรู้งานฝีมือ อาหารเพื่อสุขภาพการสาธิต การทำอาหารพื้นถิ่น การแพทย์ทางเลือก ดนตรี และ น้ำพุร้อน คิดเป็น ร้อยละ 63.9 61.5 61.0 60.5 58.5 และ 58.5 ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความต้องการการให้บริการในกิจกรรมที่อยู่ในระดับน้อยใน 5 อันดับสุดท้าย โดยเรียงลำดับตามความต้องการจากระดับน้อยไปหามาก ได้แก่ การเรียนรู้ทางศาสนา กอล์ฟ วิ่ง ฟังเข็ม และชกมวย คิดเป็น ร้อยละ 58.0 39.5 34.1 32.2 และ 32.2 ตามลำดับ (ตาราง 3)

ตาราง 3 ความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ ในด้านกิจกรรมการบริการ

ด้านกิจกรรมการบริการ	ระดับความต้องการ							
	นักท่องเที่ยวไทย				นักท่องเที่ยวต่างชาติ			
	ร้อยละ (จำนวน)				ร้อยละ (จำนวน)			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
สปา	54.5 (109)	14.5 (29)	31.0 (62)	100.0 (200*)	41.5 (85)	34.1 (70)	24.4 (50)	100.0 (205)
นวด	55.4 (112)	16.8 (34)	27.7 (56)	100.0 (202*)	44.9 (92)	35.6 (73)	19.5 (40)	100.0 (205)
กิจกรรมเสริมความงาม	45.5 (92)	16.8 (34)	37.6 (76)	100.0 (202*)	31.7 (65)	46.3 (65)	22.0 (45)	100.0 (205)
ฟังเข็ม	22.3 (45)	18.3 (37)	59.4 (120)	100.0 (202*)	35.1 (72)	32.7 (67)	32.2 (66)	100.0 (205)
โยคะ	23.0 (47)	23.5 (48)	53.4 (109)	100.0 (204)	40.0 (82)	31.2 (64)	28.8 (59)	100.0 (205)
น้ำพุร้อน	62.3 (127)	18.1 (37)	19.6 (40)	100.0 (204)	58.5 (120)	22.9 (47)	18.5 (38)	100.0 (205)
ฟิตเนส	45.6 (93)	15.7 (32)	38.7 (79)	100.0 (204)	36.1 (74)	34.1 (70)	29.8 (61)	100.0 (205)

ตาราง 3 ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ
ในด้านการบริการ (ต่อ)

ด้านกิจกรรมการบริการ	ระดับความต้องการ							
	นักท่องเที่ยวไทย				นักท่องเที่ยวต่างชาติ			
	ร้อยละ (จำนวน)				ร้อยละ (จำนวน)			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ปั่นจักรยาน	44.1 (90)	21.1 (43)	34.8 (71)	100.0 (204)	41.5 (85)	29.8 (61)	28.8 (59)	100.0 (205)
ชกมวย	37.7 (77)	15.7 (32)	46.6 (95)	100.0 (204)	41.0 (84)	26.8 (55)	32.2 (66)	100.0 (205)
วิ่ง	41.7 (85)	12.7 (26)	45.6 (93)	100.0 (204)	37.6 (77)	28.3 (58)	34.1 (70)	100.0 (205)
กอล์ฟ	31.4 (64)	15.2 (31)	53.4 (109)	100.0 (204)	37.1 (76)	23.4 (48)	39.5 (81)	100.0 (205)
ดนตรี	70.6 (144)	10.3 (21)	19.1 (39)	100.0 (204)	58.5 (120)	28.8 (59)	12.7 (26)	100.0 (205)
ศิลปะ/การแสดง	54.9 (112)	25.0 (51)	20.1 (41)	100.0 (204)	55.1 (113)	28.8 (59)	16.1 (33)	100.0 (205)
การเรียนรู้ทางศาสนา	22.5 (46)	26.5 (54)	51.0 (104)	100.0 (204)	21.5 (44)	20.5 (42)	58.0 (119)	100.0 (205)
การเรียนรู้สมุนไพร/พันธุ์พืช	41.7 (85)	29.4 (60)	28.9 (59)	100.0 (204)	50.7 (104)	28.3 (58)	21.0 (43)	100.0 (205)
การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	50.0 (102)	27.9 (57)	22.1 (45)	100.0 (204)	55.6 (114)	33.2 (68)	11.2 (23)	100.0 (205)
อาหารเพื่อสุขภาพ	45.1 (92)	27.0 (55)	27.9 (57)	100.0 (204)	61.5 (126)	22.9 (47)	15.6 (32)	100.0 (205)
การสาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น	50.0 (102)	23.5 (48)	26.5 (54)	100.0 (204)	61.0 (125)	28.3 (58)	10.7 (22)	100.0 (205)
การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญ ในชุมชนท้องถิ่น	57.4 (117)	22.5 (46)	20.1 (41)	100.0 (204)	48.3 (35)	34.6 (71)	17.1 (35)	100.0 (205)
การแพทย์ทางเลือก	33.3 (68)	27.9 (57)	38.7 (79)	100.0 (204)	60.5 (124)	22.0 (45)	17.6 (36)	100.0 (205)
กิจกรรมเรียนรู้งานฝีมือ	45.1 (92)	24.0 (49)	30.9 (63)	100.0 (204)	63.9 (131)	22.4 (46)	13.7 (28)	100.0 (205)

* หมายถึง ไม่รวม missing case

2.3 ด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยวไทย ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวไทย ในด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวไทยมีความต้องการการบริการในด้านดังกล่าว อยู่ในระดับมากทุกรายการ ยกเว้น ภาษา/การสื่อสาร โดยเรียงลำดับตามความต้องการจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ มาตรการป้องกันและควบคุมโรคระบาด (เช่น โควิด-19 ฯลฯ) การบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน การดูแลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ความสะอาดของสิ่งบริการต่างๆ ความปลอดภัยจากการหลอกลวง/การฉ้อโกง และสภาพอากาศ/มลภาวะ (ตาราง 4)

นักท่องเที่ยวต่างชาติ ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความต้องการการบริการในด้านดังกล่าว อยู่ในระดับมากทุกรายการ ยกเว้น ภาษา/การสื่อสาร และสภาพอากาศ/มลภาวะ โดยเรียงลำดับตามความต้องการจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มาตรการป้องกันและควบคุมโรคระบาด (เช่น โควิด-19 ฯลฯ) การบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ความสะอาดของสิ่งบริการต่างๆ ความปลอดภัยจากการหลอกลวง/การฉ้อโกงความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ และการดูแลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน (ตาราง 4)

ตาราง 4 ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนในด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อม จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อม	ระดับความต้องการ							
	นักท่องเที่ยวไทย				นักท่องเที่ยวต่างชาติ			
	ร้อยละ (จำนวน)				ร้อยละ (จำนวน)			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม	มาก	ปานกลาง	น้อย	รวม
ภาษา/การสื่อสาร	21.6 (44)	27.9 (57)	50.5 (103)	100.0 (204)	36.6 (75)	39.0 (80)	24.4 (50)	100.0 (205)
ความปลอดภัยจากการหลอกลวง/การฉ้อโกง	42.2 (86)	36.3 (74)	21.6 (44)	100.0 (204)	53.2 (109)	36.1 (74)	10.7 (22)	100.0 (205)
สภาพอากาศ/มลภาวะ	40.4 (82)	28.1 (57)	31.5 (64)	100.0 (203*)	36.1 (74)	43.9 (90)	20.0 (41)	100.0 (205)
การดูแลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	55.7 (113)	25.1 (51)	19.2 (39)	100.0 (203*)	49.3 (101)	37.6 (77)	13.2 (27)	100.0 (205)
ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ	75.0 (153)	17.2 (35)	7.8 (16)	100.0 (204)	52.7 (108)	28.3 (58)	19.0 (39)	100.0 (205)
ความสะอาดของสิ่งบริการต่างๆ	51.0 (104)	29.4 (60)	19.6 (40)	100.0 (204)	61.5 (126)	23.4 (48)	15.1 (31)	100.0 (205)
มาตรการป้องกันและควบคุมโรคระบาด (เช่น โควิด-19 ฯลฯ)	67.5 (137)	22.7 (46)	9.9 (20)	100.0 (203*)	76.1 (156)	18.0 (37)	5.9 (12)	100.0 (205)
การบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน	60.9 (123)	24.3 (49)	14.9 (30)	100.0 (202*)	74.6 (153)	19.5 (40)	5.9 (12)	100.0 (205)

* หมายถึง ไม่รวม missing case

สรุปและอภิปรายผล

1. ความต้องการการให้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า

1.1 นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพเพื่อการผ่อนคลายด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งเป็นไปอย่างสอดคล้องกับรายงานการศึกษาที่ผ่านมาที่พบเช่นกันว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางมาพักผ่อนกับครอบครัวเพื่อการพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกายและจิตใจ เรียนรู้/ทำความเข้าใจวิถีชีวิต วัฒนธรรม และความเชื่อของชุมชน รวมถึงชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม (Krajangchom & Sangkakorn, 2020) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Liao et al. (2023) ที่ระบุว่า การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพส่งผลให้เกิดความสมบูรณ์ทางกาย จิตใจ มีคุณภาพชีวิต และอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งการท่องเที่ยวช่วยให้ผู้คนได้ออกจากสภาพแวดล้อมการทำงานและสัมผัสกับสิ่งใหม่ๆ มีส่วนร่วมในกิจกรรมยามว่าง และช่วยเพิ่มความเป็นอยู่ที่ดี (Wellness) อีกด้วย

1.2 นักท่องเที่ยวไทยสนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในช่วงฤดูหนาวมากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในช่วงฤดูร้อนมากที่สุด นั่นคือ นักท่องเที่ยวโดยมากไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในช่วงฤดูฝน ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปอย่างสอดคล้องกับการรายงานการศึกษาที่ผ่านมา ซึ่งพบเช่นกันว่า ฤดูกาลที่ดีที่สุดสำหรับการท่องเที่ยวประเทศไทย คือ ช่วงฤดูหนาวและฤดูร้อน (Kaewkiriya & Buchain, 2021; Kladkaew & Prakobkit, 2019; Madhyhamapurush, 2013)

1.3 นักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในช่วงวันหยุดเทศกาลมากที่สุด ในขณะที่ นักท่องเที่ยวไทยสนใจเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในช่วงวันวันหยุดสุดสัปดาห์มากที่สุด กล่าวคือ นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพในช่วงวันธรรมดา ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปอย่างสอดคล้องกับรายงานการ

ศึกษาที่ผ่านมาที่พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์/วันหยุดยาวและหรือช่วงที่มีการจัดงานเทศกาล/งานประเพณี (Krajangchom & Sangkakorn, 2020)

1.4 นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีครอบครัวและหรือครอบครัวเป็นบุคคลหลักที่ร่วมเดินทางในการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปอย่างสอดคล้องกับรายงานการศึกษาที่ผ่านมาในหลายพื้นที่พบเช่นกันว่า นักท่องเที่ยวโดยมากมักจะเดินทางมาพักผ่อนกับครอบครัวเพื่อการพักผ่อน (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports, 2019; Krajangchom & Sangkakorn, 2020; Rattanapichit, Keawood, & Nuang-uthai, 2018)

1.5 นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เป็นรูปแบบคมนาคมในการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพมากที่สุด ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปอย่างสอดคล้องกับรายงานการศึกษาที่ผ่านมาในหลายพื้นที่พบเช่นกันว่า นักท่องเที่ยวมักนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัว (Economics Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports, 2019; Rattanapichit et al., 2018) ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการเดินทางท่องเที่ยวโดยการใช้รถยนต์ส่วนบุคคล นอกจากจะมีความสะดวกสบายและความเป็นส่วนตัวแล้ว การเดินทางด้วยรถยนต์พร้อมกับครอบครัวยังเป็นการเดินทางที่มีความหมาย เพราะทุกคนได้ใช้เวลาร่วมกันบนรถ สามารถชื่นชมทิวทัศน์สองข้างทางและสำรวจสภาพภูมิประเทศที่หลากหลาย มีความสะดวกสบาย หากต้องแวะพักรถ เข้าห้องน้ำ หรือรับประทานอาหารระหว่างทาง มากไปกว่านั้น สถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 หรือโควิด-19 ยังอาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามวิถีปกติใหม่ (New normal) โดยคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขภาพอนามัยมากยิ่งขึ้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวใช้รูปแบบการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากกว่ารถสาธารณะ ถึงกระนั้นก็ตาม ในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติยังอาจเลือกใช้บริการเช่ารถยนต์ขับเองเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าการเดินทางโดยใช้รถสาธารณะหรือรถแท็กซี่ เพราะนอกจากจะสามารถเดินทางไปยังสถานที่ตาม

ต้องการได้อย่างอิสระ สะดวกสบาย และมีความเป็นส่วนตัวแล้ว ในสังคมยุควิถีปกติใหม่ (New normal) ธุรกิจบริการเช่ารถยนต์เพื่อขับเองได้มีมาตรการทำความสะอาดด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อรถทุกคันหลังใช้งาน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการเช่ารถยนต์เพื่อขับเอง

1.6 นักท่องเที่ยวไทยนิยมใช้บริการที่พัก รีสอร์ท มากที่สุดในขณะที่ นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้บริการที่พักโฮมสเตย์โดยชุมชนมากที่สุด ทั้งนี้ ในส่วนของความนิยมใช้บริการที่พักโฮมสเตย์โดยชุมชนของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้น อาจเป็นผลอันสืบเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวมีกระแสดูแลความต้องการที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น ดังนั้น การเข้าพักที่โฮมสเตย์ซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ย่อมทำให้ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติชุมชนและวัฒนธรรมวิถีชีวิตได้เป็นอย่างดี (Al-Laymoun et al., 2020 cited in Niemchai, Taweepol, & Sirichodnisakorn, 2021)

2. ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยว ในด้านกิจกรรมการบริการ ผลการศึกษา พบว่า

2.1 นักท่องเที่ยวไทยมีความต้องการการใช้บริการในกิจกรรม 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับตามความต้องการ จากระดับมากไปหาน้อย ได้แก่ ดนตรี น้ำพุร้อน การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญในชุมชนท้องถิ่น นวด และศิลปะ/การแสดง

2.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความต้องการการใช้บริการในกิจกรรม 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับตามความต้องการ จากระดับมากไปหาน้อย ได้แก่ กิจกรรมเรียนรู้งานฝีมือ อาหารเพื่อสุขภาพ การสาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น การแพทย์ทางเลือก ดนตรี และน้ำพุร้อน จากผลการศึกษาในข้างต้น จะเห็นได้ว่า ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวในด้านกิจกรรมการบริการที่สำคัญร่วมกันของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ ได้แก่ ดนตรี และน้ำพุร้อน ซึ่งกิจกรรมทั้งสองชนิดนี้มีลักษณะที่ก่อให้เกิดการผ่อนคลายด้านร่างกายและจิตใจ สอดคล้องกับการวิจัยของ Heranya (2021) ที่ระบุว่า

นักท่องเที่ยวมีความสนใจรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ คือ ฟังดนตรี ชมการแสดง ฟ้อนรำล้านนา นอกจากนี้ การท่องเที่ยวในรูปแบบของการแช่น้ำพุร้อน มีประโยชน์ในการช่วยกระตุ้นการไหลเวียนโลหิตในร่างกาย ผ่อนคลายความตึงเครียดของกล้ามเนื้อ และลดความเครียดได้ กล่าวคือ น้ำพุร้อนมีแร่ธาตุที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ช่วยรักษาสมดุลของความเป็นกรดและด่างของร่างกาย เพิ่มประสิทธิภาพของการเผาผลาญอาหาร บำรุงและควบคุมความชุ่มชื้นของเซลล์ผิว รักษากระบวนสมดุลของน้ำในร่างกาย กระตุ้นการผลัดเปลี่ยนของเซลล์ผิวหนึ่งให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น รวมทั้งช่วยในการเจริญเติบโตของกระดูก อย่างไรก็ตาม แร่ธาตุในน้ำพุร้อนจะต้องมีการตรวจสอบและควบคุมระดับแร่ธาตุให้ไม่เกินค่ามาตรฐาน (Manirochana, 2021) และการให้บริการต้องดำเนินการให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ (Ministry of Tourism and sports, n.d.) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความต้องการในกิจกรรมบริการที่ก่อให้เกิดความผ่อนคลายทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจที่แตกต่างกันออกไประหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้แก่ กิจกรรมเรียนรู้งานฝีมือ ศิลปะ/การแสดง การสาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น อาหารเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญในชุมชนท้องถิ่น นวด และการแพทย์ทางเลือก กิจกรรมเหล่านี้ล้วนมีลักษณะที่มีความผูกโยงอย่างใกล้ชิดกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมภูมิปัญญาของคนในชุมชน ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดความผ่อนคลายทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจแล้ว ยังก่อให้เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนอีกด้วย (Manirochana, 2017; Suansri, 2003)

3. ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยว ในด้านมาตรการและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษา พบว่า

3.1 นักท่องเที่ยวไทยมีความต้องการการบริการ ได้แก่ ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ มาตรการป้องกันและควบคุมโรคระบาด (เช่น โควิด-19 ฯลฯ) การบริการ

ทางการแพทย์ฉุกเฉิน การดูแลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน และความสะอาดของสิ่งบริการต่างๆ

3.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความต้องการใช้บริการในกิจกรรม 5 อันดับแรก โดยเรียงลำดับตามความต้องการจากระดับมากไปหาน้อย ได้แก่ มาตรการป้องกันและควบคุมโรคระบาด (เช่น โควิด-19 ฯลฯ) การบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ความสะอาดของสิ่งบริการต่างๆ ความปลอดภัยจากการหลอกลวง/การฉ้อโกงและความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ

จากผลการศึกษาในช่วงต้น จะเห็นได้ว่า ความต้องการการใช้บริการการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนของนักท่องเที่ยว ในด้านมาตรการและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อมนั้น มีประเด็นที่สำคัญร่วมกันของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ ได้แก่ มาตรการป้องกันและควบคุมโรคระบาด (เช่น โควิด-19 ฯลฯ) การบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ความสะอาดของสิ่งบริการต่างๆ และความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ซึ่งผลการศึกษานี้เป็นไปอย่างสอดคล้องกับรายงานการศึกษาที่ผ่านมาที่พบว่า การบริการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงและให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดและสุขอนามัยรวมทั้ง ปัจจัยต่างๆ ในการลดความเสี่ยงของการแพร่เชื้อโรคไวรัสโควิด-19 อันจะเป็นการช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและรู้สึกปลอดภัยในการท่องเที่ยว (Artharn, Jaroenwisana, & Boonmeesrisanga, 2022) อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติมีความต้องการในมาตรการและความปลอดภัยในอันดับที่อาจแตกต่างกันออกไป ได้แก่ การดูแลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน และความปลอดภัยจากการหลอกลวง/การฉ้อโกง ซึ่งมาตรการและความปลอดภัยเหล่านี้นอกจากจะเป็นตัวสะท้อนถึงภาพลักษณ์ของประเทศแล้ว ยังเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอีกด้วย (Academic office, the Secretariat of the House of Representatives, 2019; Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports, 2019) ดังนั้น การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพโดยชุมชนจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพผนวกควบคู่กับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสาธารณสุข

การศึกษานี้ มีข้อจำกัดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ได้ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) จากการเก็บข้อมูลที่ไม่มียุทธวิธีรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจออนไลน์ อาจส่งผลให้เกิดความลำเอียงในการคัดเลือกตัวอย่าง (Selection bias) จากการเข้าถึงของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสามารถในการใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสารสังคมออนไลน์ ดังนั้น การนำผลการศึกษาไปใช้ ควรให้ความระมัดระวังในการอ้างอิงไปยังกลุ่มประชากรทั่วไป ทั้งนี้ โรคโควิด 19 เป็นโรคติดต่อเฝ้าระวัง มีการฟื้นฟูการท่องเที่ยวจึงออกแบบการเก็บข้อมูลเพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวอย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ สามารถนำไปใช้ในการออกแบบชุดบริการสุขภาพ (Health service package) ของผู้ประกอบการและชุมชนให้มีความสอดคล้องกับความต้องการการบริการส่งเสริมสุขภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ซึ่งเป็นการสร้างเศรษฐกิจและใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเชิงสร้างสรรค์ ทั้งด้านร่างกายจิตใจ คุณภาพชีวิต และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นประชากรโลกให้มีสุขภาพที่แข็งแรงและการดำเนินชีวิตตามแบบการดำเนินชีวิตของตนเอง ทั้งนี้ การศึกษาต่อไปควรมีการศึกษาผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social return on investment- SROI) ที่มีคุณค่าของชุมชนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ โดยชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการบริการด้านการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวร่วมด้วย เพื่อใช้สำหรับการวางแผนการบริการให้เป็นไปอย่างเหมาะสม เช่น ช่วงฤดูกาลที่ชอบเดินทางท่องเที่ยว ช่วงวันที่ชอบเดินทางท่องเที่ยว บุคคลหลักที่ร่วมเดินทาง วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว รูปแบบการคมนาคมที่ใช้ในการเดินทาง และการบริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยว

ในฤดูหนาวและฤดูร้อน เดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดเทศกาล มีคนรักและหรือครอบครัวร่วมเดินทาง โดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคล และนิยมที่พักในลักษณะรีสอร์ท และโฮมสเตย์โดยชุมชน

2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ โดยชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการบริการด้านการท่องเที่ยวในกิจกรรมการบริการของชุมชนที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการผ่อนคลายด้านร่างกายและจิตใจ โดยออกแบบชุดบริการสุขภาพ (Health service package) ที่เน้นด้านดนตรี น้ำพุร้อน การสาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น ศิลปะ/การแสดง กิจกรรมเรียนรู้งานฝีมือ การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญในชุมชนท้องถิ่น อาหารเพื่อสุขภาพ นวด และการแพทย์ทางเลือก ทั้งนี้ เพราะผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า กิจกรรมการบริการที่สำคัญที่มีนักท่องเที่ยวต้องการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ดนตรี น้ำพุร้อน การสาธิตการทำอาหารพื้นถิ่น ศิลปะ/การแสดงกิจกรรมเรียนรู้งานฝีมือ การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญในชุมชนท้องถิ่น อาหารเพื่อสุขภาพนวด และการแพทย์ทางเลือก

3. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ โดยชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างควบคู่กับการสร้างความมั่นใจในด้านมาตรการและความปลอดภัยในสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยในชีวิตหรือทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสถานการณ์การแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัส 2019 หรือโควิด-19 ซึ่งการบริการจำเป็นต้องคำนึงถึงความปลอดภัยด้านสุขภาพอนามัยมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการบริการที่ครอบคลุมในเรื่องมาตรการป้องกันและควบคุมโรคระบาด (เช่น โควิด-19 ฯลฯ) การบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน ความสะอาดของสิ่งบริการต่างๆ ความปลอดภัย

จากอุบัติเหตุและการดูแลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน และความปลอดภัยจากการหลงงง/การฉ้อโกง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในการนำผลการศึกษาไปใช้อ้างอิงยังกลุ่มประชากร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างไม่ได้คัดเลือกด้วยวิธีอาศัยหลักความน่าจะเป็น อีกทั้งยังใช้แบบสำรวจออนไลน์ในการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไป อาจพิจารณาออกแบบการวิจัยเพื่อลดความลำเอียงในการคัดเลือกตัวอย่างและครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ในอันที่จะสามารถนำผลการศึกษาไปใช้อ้างอิงยังกลุ่มประชากรทั่วไปได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social return on investment- SROI) ในกิจกรรมการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพ เพื่อประเมินมูลค่าทางสังคมทั้งผลลัพธ์ที่เป็นทั้งตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ทั้งนี้ เพื่อช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีข้อมูลที่ชัดเจนในการตัดสินใจและวางแผนในทางที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพที่มีคุณค่าของชุมชนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อสร้างชุมชนต้นแบบและเส้นทางท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพแบบสมาร์ทภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- Abdullah, M., Ali, N., Hussain, SA., Aslam, AB. & Javid, MA. (2021). Measuring changes in travel behavior pattern due to COVID-19 in a developing country: A case study of Pakistan. *Transport Policy*, 108(c), 21-33.
- Academic office, the Secretariat of the House of Representatives. (2019). "Tourism safety measures". Electronic academic papers. Retrieved April 8, 2022, from https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=56340&filename=index. (in Thai)
- Artharn, D., Jaroenwisana, K., and Boonmeesrisanga, M. (2022). The enhancement of safety and health protocols for sustainable homestay tourism after the COVID-19 pandemic in Thailand. *Journal of Liberal Arts Thammasat University*, 22(1), 186-204. (in Thai)
- Economics Tourism and Sports Division, Ministry of Tourism and Sports. (2019). "Safe tourism: Thailand tourism situation quarter 1/2019 and quarter 2/2019". Tourism Economic Conditions Report. Retrieved April 8, 2022, from https://www.mots.go.th/download/article/article_20191025094442.pdf. (in Thai)
- Eiamnakha, N., Nisamaneepong, J., Panla-Or, P., Senglum, C. and Poosanam, W. (2021). "To the health path in Thailand: The journey to Thailand health tourism ep.1". Retrieved June 21, 2023, from http://mrd-hss.moph.go.th/mrd1_hss/wp-content/uploads/2021/09/The-Journey-To-Thailand-Health-Tourism-EP.1.pdf. (in Thai)
- Heranya, M. (2564). Wellness tourism behavior of Thai tourists in Chiang Mai. *Sarasatr*, 4(3), 664-677. (in Thai)
- Kaewkiriya, B. and Buchain, R. (2021). Factors influencing foreign tourist's decision to select a hostel in Bangkok. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 16(1), 3-11. (in Thai)
- Kanchanakijisakul, C. (2013). "Research methodology in social sciences". 2nd. Tak: Project five-four. (in Thai)
- Kladkaew, N. and Parkobkit, S. (2019). Developing Thailand as a creative tourism hub for Muslim tourists in ASEAN: Case study Phuket Province. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 1(1), 50-70. (in Thai)
- Krajangchom S., and Sangkakorn K. (2020). Behaviors and needs of Thai and Foreign wellness tourists in Upper North of Thailand. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 40(1), 57-76.
- Liao, C., Zuo, Y., Xu, S., Law, R. & Zhang, M. (2023). Dimensions of the health benefits of wellness tourism: A review. *Frontiers in Psychology*, 13:1071578. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1071578>.
- Lo, Y-C. & Janta, P. (2020). Resident's perspective on developing community-based tourism- A qualitative study of Muen Ngoen Kong community, Chiang Mai, Thailand. *Frontiers in Psychology*, 11:1493. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01493>.
- Madhyhamapurush, W. (2013). Tourism marketing for long stay Japanese pensioner tourists in Chiang Mai. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 8(2), 48-61. (in Thai)
- Manirochana, N. (2017). Community based tourism management. *International Thai Tourism Journal*, 13(2), 25-46.

- Manirochana, N. (2021). Potential development of hot spring destination at Ban Nong Charoen Kanchanaburi province for high value tourism. *Journal of Philosophical Vision*, 26(1), 146-171. (in Thai)
- Marohabutr, T. (2018). Medical hub policy strategy and situations reflecting impact on the health system of Thailand. *Quality of Life and Law Journal*, 14(2), 27-41. (in Thai)
- Ministry of Tourism and sports. (n.d.). "Handbook of quality standard assessment in health tourism sources of natural hot springs". 2nd, Office of tourism development, Department of tourism. Retrieved April 8, 2022, from <https://www.dot.go.th/ebooks/ebooks-view/429>. (in Thai)
- Niemchai S., Taweepol R., Sirichodnisakorn C. (2021). The efficiency driving of wellness service of wellness homestay in Thailand. *MFU Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences*, 10(2), 93-111. (in Thai)
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. (2019). Safety tourism: Situation of Thai tourism. Tourism economic review, 1. 12-20. Office of the Permanent Secretary, Bangkok. Retrieved April 8, 2022, from https://www.mots.go.th/download/article/article_20191025094442.pdf
- Rattanapichit, N., Keawood, R., and Nuang-uthai, T. (2018). "Factors influencing the elderly's health tourism behavior in Nakhon Si Thammarat Province". Research Report. The Faculty of Science and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, Songkhla. (in Thai)
- Royal Institute. (2003). "Dictionary, Royal Institute Edition, 1999". Bangkok: Nanmeebooks Publication Co., Ltd., (in Thai)
- Saenkam, B. (2021). The behavior of Thai tourists after COVID 19 situations. *Journal of Liberal Arts and Service Industry*, 4(1), 160-167.
- Suansri, P. (2003). "Community based tourism handbook". Tourism for Life and Nature Project. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour. (in Thai)
- Sukjairungwattana, T. (2018). Paradigm of alternative flow: Strategies to drive creative economy in Thai society. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and arts)*, 11 (1), 411-427. (in Thai)
- Ullah, N., Zada, S., Siddique, MA., Hu, Y., Han, H., Vega-Muñoz, A., & Salazar-Sepúlveda, G. (2021). Driving factors of the health and wellness tourism industry: A sharing economy perspective evidence from KPK Pakistan. *Sustainability*, 13(23), 13344. <https://doi.org/10.3390/su132313344>.