

ศักยภาพและความต้องการของตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน
จังหวัดเพชรบูรณ์
Capacity and Market Demand of Wellness Tourism for Hot Springs,
Phetchabun Province

นฤมล จันทร์มา¹

Narumon Janma¹

¹คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

¹Faculty of Science and Technology, Phetchabun Rajabhat University

*Corresponding author Narumon Janma, Email: narumon.jan@pcru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการกิจกรรมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อนธรรมชาติและความต้องการด้านศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกแบบโควต้า เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามคุณลักษณะผู้วิจัยสนใจ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการน้ำพุร้อนธรรมชาติ ตำบลน้ำร้อน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 40 คน และกลุ่มเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามชนิดตอบเอง ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค ได้เท่ากับ .78, .72 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ผลการศึกษา พบว่าความต้องการกิจกรรมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากที่สุด ด้านการดูแลร่างกาย คือ บริการสปาทั่วไป (Day Spa) ด้านการดูแลจิตใจ (Mind) คือ การผ่อนคลายความเครียด (Stress Release) ด้านการดูแลจิตวิญญาณ (Spirit) คือ การทำสมาธิบำบัติ (Meditation Retreat) ความต้องการด้านศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านการบริการต้องการให้มีบริการอาหารพื้นถิ่น มีโฮมสเตย์รองรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมดื่มกาแฟแช่น้ำร้อน ให้จุด check-in ชมวิวบ้านไร่เขารูปช้าง ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการสุขภาพกับผู้ให้บริการท่องเที่ยว จุดบริการและพื้นที่อาบน้ำหรือแช่น้ำพุร้อนธรรมชาติ มีจำนวนน้อย บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติขาดเจ้าหน้าที่ดูแลเพื่อให้บริการ และจุดพิกัดตำแหน่ง GPS แนะนำเส้นทางมายังแหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ น้ำพุร้อน ความต้องการของตลาด

Abstract

This study a cross-sectional descriptive study aimed to find the need for activities to support health tourism from natural hot springs and the potential to accommodate health tourism. Using an interview form with a line of Self Administered Questionnaire. By choosing the quota form, it is the selection of samples according to the characteristics of the researcher's interest, that was collected via in-depth interviews from the sample quota sampling of 40 tourists who use the natural hot springs in Nam Ron Sub-district, Mueang District, Phetchabun Province, and was collected through in-depth interviews from a group of tourist officers, community leaders, health tourism business owners, a total of 40 participants. The data analyze by content analysis. The coefficients were .78 and .72, respectively. Descriptive statistics were used to analyze the data.

The results showed the need for activities to support health tourism; tourists. The mind care dimension required. To support health tourists service, participants need to survive for local food, homestay for tourists, drinking coffee in hot springs, and activity check-in at view Ban Rai and Khao Rop Chang, respectively. It was also found that obstacles to tourism in the community of tourists are the lack of connection between health service providers and tourism providers. There are few service points and areas for bathing or bathing in natural hot springs. Natural hot springs lack the staff to provide service, and GPS positioning points suggesting directions to tourism locations are unclear.

Keywords : Wellness Tourism, Hot Springs, Market Demand

บทนำ

ในปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความปลอดภัย กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความปลอดภัยเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพ ทักษะ การให้บริการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพตลอดการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการสุขภาพ ในปี ค.ศ.2020 มีการท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศทั่วโลก จำนวน 1,087 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 1,035 ล้านคน ในปี ค.ศ.2018 ร้อยละ 5 UNWTO คาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2030 จำนวนผู้เดินทางท่องเที่ยวทั่วโลกจะเพิ่ม เป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี โดยตลาดเกิดใหม่หรือกลุ่มประเทศกำลัง พัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่า ตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่ง ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด[1] และสำหรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพมีมูลค่าตลาดโดยรวมในปี ค.ศ. 2020 ประมาณ \$3.4 trillion โดยแบ่งส่วนการตลาดส่วนใหญ่ยังคงอยู่ ในทวีปยุโรป ประเทศไทยนั้นอยู่ในอันดับที่ 13 เมื่อปี ค.ศ. 2013[2]

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีชื่อเสียงระดับโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการ ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และยังคงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการวางแผนไทยซึ่งได้

เป็นที่นิยมของธุรกิจนวดทั่วโลก อีกทั้งยังมีชื่อเสียงทางการบำบัดและการดูแลสุขภาพแผนไทยโบราณ สปา สมุนไพรไทย และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม และแพทย์แผนไทยประยุกต์ที่นำศาสตร์ด้านการดูแลสุขภาพ ของประเทศจีน อินเดีย และประเทศอื่น ๆ นำมาประยุกต์ร่วมด้วย แนวโน้มตลาดท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพที่น่าสนใจและเติบโตสูงขึ้นในประเทศไทย คือ กลุ่มธุรกิจที่ให้บริการรูปแบบการดูแลสุขภาพแผนโบราณ และธุรกิจการสร้างสมดุลร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ และกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนั่งสมาธิ [3] ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นภาคธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้แก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก จนถูกกำหนดให้เป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-curve) ของประเด็นวิจัยด้านอุตสาหกรรมเป้าหมายในนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560 - 2564)[4] นอกจากนี้กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2559) ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ด้วยการ (1) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ (2) ส่งเสริมพัฒนาบริการสุขภาพจำแนกรายผลผลิตหลัก (3) มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์เพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการในทุกระดับ (4) การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย รองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ (5) ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ [5]

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Service) เป็นการดูแลตัวเองเชิงป้องกัน โดยที่ผู้ใช้บริการเลือกที่จะดูแลสุขภาพตัวเองก่อนที่จะเจ็บป่วยด้วยการปรับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมต่าง ๆ [2] โครงสร้างของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพนั้นประกอบไปด้วย กลุ่มธุรกิจหลัก 3 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มธุรกิจสปา กลุ่มธุรกิจบ่อน้ำร้อน และบ่อน้ำแร่ และกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวพร้อมดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีกลุ่มธุรกิจย่อยอื่น ๆ ที่สามารถจัดอยู่ในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ ธุรกิจความงามและชะลอวัย ธุรกิจการแพทย์ทางเลือก ธุรกิจการแพทย์เชิงป้องกัน ธุรกิจอาหารเสริมเพื่อสุขภาพและลดน้ำหนัก ธุรกิจการออกกำลังกายและใจ ธุรกิจการดูแลสุขภาพในสถานที่ทำงาน และธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เชิงการส่งเสริมสุขภาพประมาณการมูลค่าการตลาดของกลุ่มธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในปี ค.ศ. 2013 อยู่ที่ 3.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (\$3.4 trillion) [6]

นักวิชาการจำนวนมากศึกษาถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation) มีทั้งแรงผลักดันกับแรงดึงดูด (Push and Pull factors) ที่ทำให้การเลือกจุดหมายปลายทางของแต่ละคนแตกต่างกันไป โดยแรงจูงใจแบบผลักดันเป็นปัจจัยที่เป็นแรงกระตุ้นภายในให้ผู้คนตัดสินใจออกเดินทางท่องเที่ยวหรือออกจากสภาพแวดล้อมเดิม ๆ และแรงจูงใจแบบดึงดูดส่งผลกระทบต่อแนวคิดของนักท่องเที่ยวในการเลือกจุดหมายปลายทาง เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจและปัจจัยในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยจึงควรปรับตัวและพัฒนาศักยภาพของตนให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ [7]

สถานที่ทำการศึกษาคือ ตำบลบ้านน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ มีจุดท่องเที่ยวและเส้นทางสัญจรเชื่อมต่อหลายจุดเพื่อบริการนักท่องเที่ยวและรับรองญาติพี่น้องที่มาวัดหรือผู้สัญจรผ่านมาพักระหว่างการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว พื้นที่พร้อมให้บริการโฮมสเตย์บ้านน้ำร้อนเปิดให้บริการตลอดทั้งปี ในจุด

บริการบ่อน้ำร้อน อุทยานตาตหมอก ต่อมกแพแช่น้ำร้อน เกษตรอินทรีย์หมู่ 2 วัดป่าสำราญธรรม วัดป่าปฏิหารมหาปัญญา ถ้ำน้ำบึง น้ำตกตาตหมอก มีจุดชมวิวกวาม่าน จุดชมดาวตาตหมอก ศาลเจ้าปู่บ่อน้ำร้อน และเส้นทางเดินปั่นจักรยานประจำปีของตำบลน้ำร้อน ทั้งยังมีอาหารประจำถิ่น เช่น เมี่ยงดอกบัว แป้งจี๋ ขนมจีน บ้านน้ำร้อน น้ำสมุนไพร การบริการด้านการเกษตร ส่งเสริมปลูกผักปลอดสารอาหารปลอดภัยที่ให้บริการเก็บฟรีเพื่อนำมาปรุงอาหาร บุคคลที่นิยมมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน และจังหวัดที่ใกล้เคียง โดยเฉพาะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ของตำบลน้ำร้อนมีจำนวน 200 - 300 คนต่อวัน ในกิจกรรมเดินป่าอุทยานตาตหมอก ต่อมกแพแช่น้ำร้อน และชมน้ำตก ส่วนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นแบบพักผ่อนหย่อนใจ เรียนรู้วิถีชีวิตในแนวธรรมชาติ มีปัญหาอุปสรรคบ้างในฤดูฝน จึงเป็นประเด็นที่สำคัญในการศึกษาศักยภาพและความต้องการของตลาดในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน จังหวัดเพชรบูรณ์ ครั้งนี้ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนต่อไป

เป็นโอกาสที่ดีของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่จะช่วยชุมชนพัฒนากระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้มารับบริการได้เรียนรู้ชุมชนเกิดประสบการณ์ศึกษาวัฒนธรรม ประเพณีอันงดงามของท้องถิ่นบ้านน้ำร้อน ที่มีทั้งวิสาหกิจชุมชน ตลาดชุมชน เคารพสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คู่บ้านคู่เมือง พ่อวรรณตร ไร่บาตรเข้าริมทุ่งนา เพื่อชุมชนมีอาชีพกิจกรรมเสริมรายได้พัฒนาชุมชนภายใต้ “โครงการศึกษาความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน” ต่อไป

วิธีการดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional descriptive study)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน ตำบลน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ

1. ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) กำนัน และผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคม มัคคุเทศก์ในพื้นที่ศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 40 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling Technique) โดยคัดเลือกจากกลุ่มที่รับผิดชอบการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่

2. นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการน้ำพุร้อนธรรมชาติ ตำบลน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 40 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling Technique) เพื่อค้นหาความ

ต้องการกิจกรรมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อนธรรมชาติ จำนวนทั้งสิ้น 40 คน โดยศึกษาตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2564 ถึงวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565

เกณฑ์การคัดเลือกอาสาสมัครเข้าร่วมโครงการ

1) เป็นผู้ที่อยู่ในชุมชนอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 10 ปี เป็นผู้นำที่เป็นทางการ คือ ผู้ที่มีตำแหน่งต่าง ๆ ในชุมชน เช่น เจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นผู้ที่มีความรู้ เกี่ยวกับบริบททางสังคมของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2) นักท่องเที่ยวที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย

3) เป็นผู้ที่ยินดีจะเข้าร่วมการวิจัย และอ่านออกเขียนได้

เกณฑ์การคัดเลือกอาสาสมัครออกจากโครงการ

1) ขออนุญาตออกจากโครงการเข้าร่วมกิจกรรม

2) มีแนวโน้มที่จะไม่สามารถอยู่ทำกิจกรรมจนจบการศึกษา เช่น มีกำหนดการย้ายออกที่อยู่ ภายใน 3 เดือน ข้างหน้านับจากวันที่เก็บข้อมูลครั้งแรก

3) มีอาการเจ็บป่วยด้วยโรคร้ายแรงและอยู่ในระหว่างการรักษา

หลักความยุติธรรม (Justice)

อาสาสมัครได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน เช่น การได้รับของที่ระลึก ค่าเดินทาง รวมไปถึงสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่อาสาสมัครพึงจะได้รับ

เครื่องมือวิจัย ในการเก็บข้อมูล คือ แบบประเมินความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน โดยจำแนกออกเป็น 2 ประเภท

1. แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีจำนวน 24 ข้อ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามชนิดตอบเอง แบ่งเกณฑ์การแปลความหมายคะแนน ได้ดังนี้

ช่วงคะแนนที่ได้	ระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00	สูงที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20	สูง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

2. แบบประเมินความต้องการของตลาดบ่อน้ำร้อน 23 ข้อ เป็นแบบ Check list พื้นที่ในการศึกษา มีขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย คือ ตำบลน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย ดังนี้

ความตรงเชิงเนื้อหา ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-

Objective Congruence หรือ IOC) ได้ค่า IOC ไม่ต่ำกว่า 0.7 ส่วนความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้นำชุมชนและนักท่องเที่ยวตากหมอก ตำบลนาป่า อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 30 คน โดยเครื่องมือที่มีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่านำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้ ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน 0.78 ด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 0.32 - 0.75 ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น 0.53 - 0.72 ด้านการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และชุมชน 0.45 - 0.67 และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบประเมินความต้องการของตลาดบ่อน้ำร้อน ดังนี้ การดูแลร่างกาย 0.78 การดูแลจิตใจ 0.71 การดูแลจิตวิญญาณ 0.72

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการให้ตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามชนิดตอบเอง ในวันทีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการท่องเที่ยวพื้นที่ตำบลน้ำร้อน ณ สวนสาธารณะบ่อน้ำร้อน หมู่ที่ 7 ตำบลน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ นักวิจัยและผู้ช่วยวิจัยแจกแบบสอบถาม ชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย ให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถามและรับแบบสอบถามคืนกลับโดยพนักงานของเอกสารสีน้ำตาลส่งนักวิจัย

ทำการสนทนากลุ่ม ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ สมาชิกร่องการบริหารส่วนตำบล (อบต.) กำนัน และผู้ใหญ่บ้าน ตัวแทนสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์ในพื้นที่ เพื่อวิเคราะห์เชิงเนื้อหาถึงความคิดเห็น ทศนคติ ต่อบริการ ความต้องการ หรือแนวคิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้ใน 3 ลักษณะ (Triangulation) คือ

1. การตรวจสอบโดยใช้แหล่งข้อมูลที่ต่างกัน (Data Sources Triangulation) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวหลายคน ในตำบลน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์

2. ตรวจสอบโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกัน (Methodological Triangulation) ได้แก่ การเก็บข้อมูลด้วยวิธีเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต

3. การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ตรวจสอบความตรงของเนื้อหากับผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีประสบการณ์ในงานวิจัย และมีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิอื่น ๆ ให้ช่วยสะท้อนข้อความรู้ที่ได้จากการตีความของนักวิจัยว่าสอดคล้องกับประเด็นความต้องการของตลาด และศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อนหรือไม่

ข้อมูลปรากฏในภาคสนามจากการสัมภาษณ์และสังเกตพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูล

- การวิเคราะห์ตีความเบื้องต้น เพื่อตรวจสอบรับรองความถูกต้อง
- การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation)

- การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล (Method triangulation)
- การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง (Ethical approved)

งานวิจัยนี้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา วันที่รับรอง 29 กันยายน 2564 เลขที่ใบรับรอง HE-224-2021

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการน้ำพุร้อนธรรมชาติ จำนวน 40 คน และกลุ่มเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 40 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 80 คน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มนักท่องเที่ยว (n = 40 คน) และกลุ่มชุมชน (n = 40 คน)

จำแนกตามลักษณะทั่วไป

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	นักท่องเที่ยว		กลุ่มชุมชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ				
หญิง	27	67.50	25	62.50
ชาย	13	32.50	15	37.50
อายุ (ปี)				
ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	นักท่องเที่ยว		กลุ่มชุมชน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
20 - 40	26	65.00	12	30.00
41 - 60	12	30.00	17	42.50
60 ขึ้นไป	2	5.00	11	27.50
ระดับการศึกษา				
ประถมศึกษา/มัธยมศึกษา	25	62.50	27	67.50
ตั้งแต่ปริญญาตรี	15	37.50	13	42.50
อาชีพ				
อาชีพเกษตรกร	10	25.00	15	37.50
เจ้าของกิจการและผู้ประกอบการ	8	20.00	15	37.50
ทำงานท้องถิ่น	15	37.50	7	17.50
รับจ้างทั่วไป	7	17.50	3	7.50

2. ความต้องการของตลาด

ความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแนวโน้มนในอนาคต โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ การดูแลร่างกาย การดูแลจิตใจ และการดูแลจิตวิญญาณ

การดูแลร่างกาย (Body)	บริการสปาทั่วไป (Day Spa) รีสอร์ทสปา (Resort Spa) สปาเชิงนิเวศ (Eco-Spa) การบำบัดด้วยบ่อน้ำร้อน (Thermal Baths) รีสอร์ทสุขภาพ (Health Resorts) ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Center) บริการเสริมสวย (Beauty Salon) โยคะ/ฟิตเนส (Yoga/Fitness Center) และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Care)
การดูแลจิตใจ (Mind)	ดนตรีบำบัด (Music Therapy) ผ่อนคลายความเครียด (Stress Release)
การดูแลจิตวิญญาณ (Spirit)	สมาธิบำบัด (Meditation Retreat) การบำบัดทางจิตวิญญาณ (Spiritual Retreat)

ความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้แก่ ด้านการดูแลร่างกาย ต้องการบริการสปาทั่วไป (Day Spa) การบำบัดด้วยบ่อน้ำร้อน (Thermal Baths) ด้านการดูแลจิตใจ (Mind) ต้องการการผ่อนคลายความเครียด (Stress Release) ดนตรีบำบัด (Music Therapy) ด้านการดูแลจิตวิญญาณ (Spirit) ต้องการการทำสมาธิบำบัด (Meditation Retreat) การบำบัดทางจิตวิญญาณ (Spiritual Retreat) มีกิจกรรมทางด้านดนตรีบำบัดหรือการดูแลสุขภาพกายและใจ และการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตำบลน้ำร้อนถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน บ่อน้ำพุ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้ง 9 ธุรกิจ เช่น สปา บ่อน้ำร้อนตำบลน้ำร้อน บ้านพักไร่เขาไร่ช้างผู้ประกอบการร้านค้าของฝากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตน้ำแร่ผู้ประกอบการร้านกาแฟผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่พักโฮมสเตย์เจ้าหน้าที่อุทยานตาดหมอก พบว่าผู้ที่มาใช้บริการน้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน ทั้งรูปแบบเช้า-เย็น และทั้งวัน เพื่อจุดประสงค์เพื่อสุขภาพ มีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยจะเข้าไปใช้บริการดูแลสุขภาพ เช่น บริการนวด รีสอร์ทโฮมสเตย์ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองเลือกมาพักผ่อน โดยได้รับการแนะนำหรือทราบข้อมูลท่องเที่ยวจากเว็บเพจต่าง ๆ และบุคคลในพื้นที่

ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว	ปัจจัยด้านบริการสุขภาพ
1. ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 2. ความสวยงามของสถานที่บริการท่องเที่ยว 3. ความสะดวกและค่าใช้จ่ายในการรับบริการ 4. ความน่าสนใจของ Package ท่องเที่ยว การแนะนำจุดท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ที่พัก รีสอร์ท โฮมสเตย์ เจ้าหน้าที่อุทยาน รถบริการ โดยสาร หน่วยงาน และบุคคลอื่น ๆ	1. คุณภาพของบริการ ความหลากหลายด้านงาน บริการ 2. ความหลากหลายของกิจกรรมชุมชน 3. ความพอเพียงของบุคลากรที่ให้บริการการดูแล สุขภาพ 4. ความสามารถด้านการสื่อสารใช้ภาษาต่างประเทศ

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตำบล
น้ำร้อนถึงศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ดังนี้

ศักยภาพรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน	
บริบทด้านการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ	นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสุขภาพในพื้นที่ตำบลน้ำร้อน ส่วนใหญ่เน้นการ บริการส่งเสริมสุขภาพที่เป็นลักษณะ Passive Activity คือ ชอบความ สะดวกสบาย มีคนบริการ/ ดูแล โดยมีธุรกิจต้มกาแฟแช่น้ำร้อน นวด เพื่อสุขภาพ กิจกรรมพักผ่อนสวนสาธารณะบ่อน้ำร้อน นักท่องเที่ยว จำนวนมากสนใจเรื่องความสงบและการบำบัดจิตใจ นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนด้านร่างกาย จิตใจ และสัมผัสกับ วัฒนธรรมพื้นบ้าน
ศักยภาพในการรองรับ นักท่องเที่ยว	ศักยภาพโดยรวมมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับปาน- กลาง โดยเฉพาะด้านการดูแลจิตใจและจิตวิญญาณ บริการสุขภาพที่มี ศักยภาพสูงในพื้นที่ตำบลน้ำร้อน คือ (1) บริการดูแลจิตใจและจิตวิญญาณ เช่น สมาธิบำบัด ดนตรีบำบัด มีบริการวิถีพุทธใส่บาตรเช้าริมทุ่งนา (2) บริการดูแลสุขภาพในชีวิตประจำวัน ได้แก่ นวดไทย สปา เดิน ปั่นจักรยานเพื่อสุขภาพ (3) บ่อน้ำร้อนและน้ำพุร้อนและวาริบำบัด จุดเด่นของตำบลน้ำร้อน คือ มีบริบทชุมชนที่เป็นธรรมชาติและอาหารออร์แกนิก บริการสุขภาพ คือ 1) ที่พัก/โฮมสเตย์เพื่อสุขภาพ 2) ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ 3) มีกิจกรรมเดินป่าส่องนกเงือก ณ อุทยานตาตหมอก พืชต้นน้ำตก เอราวัล น้ำตกสองนาง น้ำตกตาตหมอก

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มเจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตำบลน้ำร้อนถึงประเด็นปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. ปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการสุขภาพกับผู้ให้บริการท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่อุทยาน รถโดยสาร บริษัททัวร์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. จุดบริการและพื้นที่อาบหรือแช่น้ำพุร้อนธรรมชาติมีจำนวนน้อย บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติขาดเจ้าหน้าที่ดูแลเพื่อให้บริการอยู่ในรูปแบบดั้งเดิม ที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. จุดพิกัดตำแหน่ง GPS แนะนำเส้นทางมายังแหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน

ความต้องการกิจกรรมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อนธรรมชาติ

การศึกษาศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อความต้องการด้านการท่องเที่ยวในอนาคต วิธีการและขั้นตอน/กิจกรรมในการศึกษา

1. ศึกษากระแสความนิยมและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ความสวยงามของพื้นที่ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ความน่าสนใจของ Package เพื่อการท่องเที่ยวการแนะนำจากบริษัททัวร์ โฮมสเตย์ รถโดยสาร หน่วยงานและบุคคลอื่น ๆ

2. ศึกษาปัจจัยด้านบริการสุขภาพคุณภาพของบริการ ได้แก่ ความหลากหลายบริการ ความสามารถด้านภาษาพื้นถิ่น ความพอเพียงของบุคลากรที่ให้การดูแลสุขภาพ

- พื้นที่ดำเนินการ กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนบ้านน้ำร้อน ตำบลน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์

- ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่ 1 กันยายน 2564 ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2565

- ผลการศึกษา ได้ข้อมูลปัจจัยต่าง ๆ ของพื้นที่ มีข้อมูลศักยภาพบุคลากรในการให้บริการด้านสุขภาพ พบว่ามีประเด็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. ด้านบริการ คือ มีบริการอาหารพื้นเมือง อาหารธรรมชาติ มีบริการของฝากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน มีกลุ่มแม่บ้านที่เข้มแข็ง สามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ได้รับการจองล่วงหน้าได้ มีตลาดชุมชนร้านค้ามากกว่า 100 ร้านค้า มีสถานที่ท่องเที่ยวพวอรเนตร เพื่อสักการะเป็นขวัญกำลังใจต่อการดำเนินชีวิต มีบริการวิถีพุทธใส่บาตรเช้าริมทุ่งนา

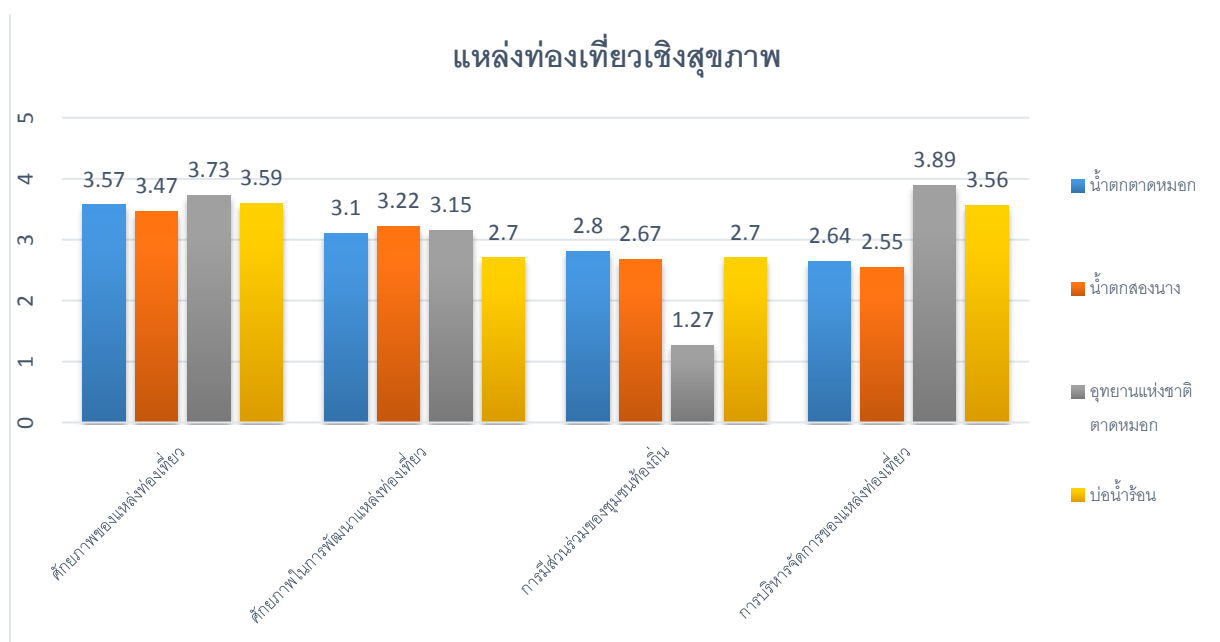
2. ด้านอาหารพื้นบ้าน คือ เมี่ยงกลีบบัว ข้าวเหนียว/น้ำยา แบ่งจี่ มะพร้าวทึนทึก อาหารปรุงสุกในรูปแบบการหลาม และข้าวหลามน้ำร้อน เป็นต้น

3. ด้านจุดท่องเที่ยว ได้แก่ บ่อน้ำร้อน สวนสาธารณะบ่อน้ำร้อน อุทยานตาหมอก กิจกรรมตีหมากแพน้ แช่น้ำร้อน เกษตรอินทรีย์หมู่ 2 วัดป่าสำราญธรรม วัดป่าปฏิหารมหาปัญญา ถ้ำ น้ำตก มีจุดชมวิวกวาม่าน เส้นทางเดิน/ปั่น

ความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ชุมชนต้องการประเด็นดังต่อไปนี้

1. การสร้างเครือข่ายในการทำงานแบบมีส่วนร่วมของชุมชน

2. สร้างสื่อการประชาสัมพันธ์ จองห้องพัก การต้อนรับ การนัดเพื่อสุขภาพ
3. พัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน เครื่องจักรสาน มุ้ง ดาวอินคา แป้งจี จูตรวมของฝากในชุมชน พัฒนาด้านเกษตรอินทรีย์ อาหารปลอดภัยผักสมุนไพรพื้นถิ่น การเก็บเมล็ดพันธุ์พืช การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเมล็ดพันธุ์พืชพื้นเมือง
4. มีความรู้การจัดการบัญชี
5. พัฒนาอาหารเช้า และมือเย็น
6. เมนูการท่องเที่ยว ท่องเที่ยววิถีพุทธ
7. มาตรฐานรักษาความปลอดภัย
8. การจัดการขยะ/การจัดการสิ่งแวดล้อม จุดภูมิทัศน์



ภาพที่ 1 ศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3. ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

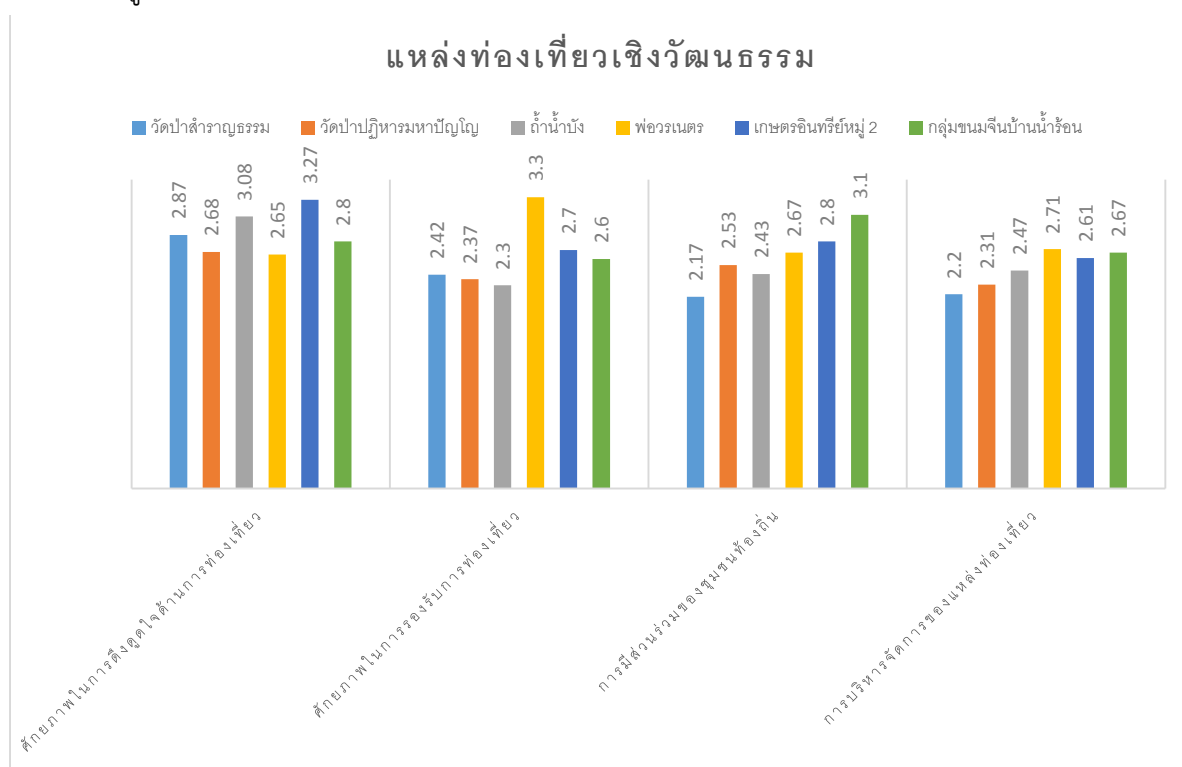
จากข้อมูลการประเมินศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของแหล่งท่องเที่ยวในตำบลน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 4 แหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนการพัฒนาศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

1. น้ำตกตาดหมอก ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับสูง ส่วนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

2. น้ำตกสองนาง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง ส่วนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง และการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย

3. อุทยานแห่งชาติตาหมอก ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับสูง ศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมีศักยภาพอยู่ในระดับต่ำ

4. บ่อน้ำร้อน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพ อยู่ในระดับสูง ส่วนศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง



ภาพที่ 2 ผลการประเมินศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และชุมชน

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และชุมชน จำนวน 6 แหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนการพัฒนาศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

1. วัดป่าสำราญธรรม ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย

2. วัดป่าปฐมหารมหาปัญญา ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย

3. กลุ่มชนมัจฉาบ้านน้ำร้อน ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพในระดับปานกลาง ส่วนศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมีศักยภาพในระดับสูง

4. ถ้ำน้ำบึง ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมีศักยภาพในระดับปานกลาง ส่วนศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

5. เกษตรอินทรีย์หมู่ 2 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

6. พอวรเนตร ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

สรุปผลการวิจัยและวิจารณ์

ผลการศึกษาพบว่าความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบันมีความหลากหลาย โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ การดูแลสุขภาพ การดูแลจิตใจ และการดูแลจิตวิญญาณ กระแสความนิยมและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลน้ำร้อนในอนาคตมีความหลากหลายมากขึ้น และมีความรู้เกี่ยวกับการจัดการรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยสิ่งที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องการ คือ

(1) ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ความสวยงามของสถานที่บริการท่องเที่ยว ความสะดวกและค่าใช้จ่ายในการรับบริการ ความน่าสนใจของ Package ท่องเที่ยว การแนะนำ ผู้ประกอบการ รีสอร์ท โฮมสเตย์ เจ้าหน้าที่อุทยาน รถโดยสาร หน่วยงานต่าง ๆ และบุคคลอื่น ๆ

(2) ปัจจัยด้านบริการสุขภาพคุณภาพของบริการ ได้แก่ คุณภาพของบริการความหลากหลายด้านงานบริการ ความหลากหลายของกิจกรรมชุมชน ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ และความเพียงพอของบุคลากรที่ให้การดูแลสุขภาพ เน้นเรื่องความสงบและการบำบัดจิตใจ การพักผ่อนร่างกาย จิตใจ และสัมผัสกับวัฒนธรรมพื้นบ้านมีส่วนร่วมกิจกรรม

ประเด็นปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตำบลน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ คือ ปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการสุขภาพกับผู้ให้บริการท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่อุทยาน รถโดยสาร บริษัททัวร์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จุดบริการและพื้นที่อาบน้ำหรือแช่น้ำพุร้อนธรรมชาติมีจำนวนน้อย บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติขาดเจ้าหน้าที่ดูแลเพื่อให้บริการอยู่ในรูปแบบดั้งเดิม ที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และจุดพิกัดตำแหน่ง GPS แนะนำเส้นทางมายังแหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นที่ต้องการในปัจจุบันค่อนข้างน้อย แต่ยังไม่มีการประกอบการด้านสปาเชิงนิเวศ (Eco-Spa) ยังไม่มีศักยภาพในการให้บริการด้านการดูแลสุขภาพและจิตวิญญาณที่หลากหลาย การมองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาพรวมด้วยการสร้างเครือข่ายเพื่อความร่วมมือทั้งภาคธุรกิจการท่องเที่ยว และภาคธุรกิจบริการสุขภาพ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและองค์กรอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และขับเคลื่อน พัฒนาในเชิงบูรณาการในทิศทางเดียวกันโดยมุ่งเน้นที่การสร้างความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวและยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการให้สามารถตอบสนองความต้องการและรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

ความต้องการและรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การบูรณาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ	การยกระดับศักยภาพ
ผู้ประกอบการที่ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ - บริษัททัวร์ /ตัวแทนด้านท่องเที่ยวสุขภาพ - โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว - ผู้ผลิตและจำหน่ายอาหารเพื่อสุขภาพ - สถาบันการศึกษา - สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเมืองเพชรบูรณ์ - กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สมาคม/สมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นที่ความเป็นธรรมชาติที่พัก/โฮมสเตย์เพื่อสุขภาพ อาหารออร์แกนิก ฟาร์มเกษตรอินทรีย์และสมุนไพรบำบัด พัฒนาการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อน และน้ำพุร้อน วารีบำบัด	- ศักยภาพด้านภาษาอังกฤษ และอื่น ๆ - ศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อทำการตลาด - ศักยภาพด้านการทำการตลาดดิจิทัล - ศักยภาพด้านความเชี่ยวชาญในการให้บริการสุขภาพ - มาตรฐานและคุณภาพในการให้บริการสนับสนุนให้มีผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านการดูแลสุขภาพและจิตวิญญาณเพิ่มมากขึ้น - พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อน/น้ำพุร้อนให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ - พัฒนาศักยภาพด้านภาษาให้แก่คนในท้องถิ่น - สนับสนุนการปลูกผักปลอดสารพิษเพิ่มขึ้น - สนับสนุนโครงการที่เพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

สรุปผลการศึกษาความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน กิจกรรมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านการดูแลสุขภาพ ต้องการบริการสปาทั่วไป (Day Spa) มากที่สุด รองลงมาคือ การบำบัดด้วยบ่อน้ำร้อน (Thermal Baths) ด้านการดูแลสุขภาพ (Mind) ต้องการการผ่อนคลายความเครียด (Stress Release) มากที่สุด รองลงมาคือ ดนตรีบำบัด (Music Therapy) ด้านการดูแลสุขภาพจิตวิญญาณ (Spirit) ต้องการการทำสมาธิบำบัด (Meditation Retreat) มากที่สุด รองลงมาคือ การบำบัดทางจิตวิญญาณ (Spiritual Retreat) ความต้องการด้านศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้าน

การบริการ ต้องการให้มีบริการอาหารพื้นถิ่น มีโฮมสเตย์รองรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมดื่มกาแฟแช่น้ำร้อน ให้จุด check-in ชมวิวบ้านไร่เขารูปช้าง ตามลำดับ นอกจากนั้นยังพบว่าปัญหาอุปสรรคของการท่องเที่ยวในชุมชนของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ขาดการเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการสุขภาพกับผู้ให้บริการท่องเที่ยว จุดบริการและพื้นที่อาบน้ำหรือแช่น้ำพุร้อนธรรมชาติมีจำนวนน้อย บ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติขาดเจ้าหน้าที่ดูแลเพื่อให้บริการ และจุดพิกัดตำแหน่ง GPS แนะนำเส้นทางมายังแหล่งท่องเที่ยวไม่ชัดเจน

จากผลการวิจัยความต้องการของตลาดและศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำพุร้อน ตำบลน้ำร้อน อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ จังหวัดเพชรบูรณ์ อภิปรายผลดังนี้

การศึกษาความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในโลกปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการเชิงสุขภาพในประเทศไทย พบว่ากระแสนิยมและความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต มีความหลากหลายมากขึ้น และเกี่ยวข้องการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้แก่ ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความสงบและความเป็นธรรมชาติ[8]

ขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยชุมชนใน 5 ชุมชนของพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สตูล สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ซึ่งประกอบด้วย 1) ชุมชนบ้านบากันใหญ่ จังหวัดสตูล 2) ชุมชนวิถีพุทธ คลองแดน จังหวัดสงขลา 3) ชุมชนต้นหยงลูโละ จังหวัดปัตตานี 4) ชุมชนจุฬารณย์พัฒนา 10 จังหวัดยะลา และ 5) ชุมชนจุฬารณย์พัฒนา 12 จังหวัดนราธิวาส ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ การสังเกต การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) ขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม 2) ขีดความสามารถในการรองรับด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ขีดความสามารถในการรองรับด้านสังคม/วัฒนธรรม และ 4) ขีดความสามารถในการรองรับด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน 5 ชุมชน จากการประเมินองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับขีดความสามารถในการรองรับได้โดยไม่ส่งผลกระทบต่อคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยชุมชนควรมีการวางแผนระยะยาว หรือข้อตกลงในการกำกับดูแลอย่างเป็นรูปธรรม ควบคู่ไปกับการพัฒนา และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนให้สอดคล้องกับมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป [9]

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพะด้านการพัฒนาการฟื้นฟูจิตวิญญาณ ปัจจัย แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพะ พบว่าปัจจัยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพะ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยการผ่อนคลายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกสูงสุด รองลงมา คือ การพบสิ่งใหม่ความสมบูรณ์ทางกายภาพ ความภูมิใจในตนเองการหลีกเลี่ยงและการอยู่เหนือตนเอง ตามลำดับ สำหรับปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพะ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการมีบรรยากาศที่สงบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกสูงสุด รองลงมา คือ การอยู่ท่ามกลางธรรมชาติการมีสถานที่ที่มีความไกลจากที่อยู่ถาวร การมีประสบการณ์ร่วมอย่างแท้จริง การมีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ ตามลำดับ [10]

สรุปความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย การผ่อนคลาย (Relaxation) มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) แสดงว่าเมื่อนักท่องเที่ยวรู้สึกสดชื่น รู้สึกลดความตึงเครียด รวมถึงรู้สึกฟื้นฟูจิตวิญญาณของตนเอง ซึ่งสามารถเพิ่มเติมการผ่อนคลายได้ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kassean and Gassita (2013) [11] ที่พบว่า การผ่อนคลายเป็นแรงจูงใจหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Cornelia V., Graham B., and Gray H. (2011) [12] ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยการผ่อนคลายซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยผลประโยชน์ที่ลูกค้าแสวงหาที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการแสดงออกรวมทั้งการศึกษาของ Panchal (2012)[13] ที่พบว่าการผ่อนคลายมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ประโยชน์จากประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้การผ่อนคลายยังเป็นปัจจัยที่สำคัญซึ่งสามารถทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด[14], [15], [16] การพบสิ่งใหม่ (Novelty) มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist Satisfaction) แสดงว่าเมื่อนักท่องเที่ยวได้รู้สึกเพิ่มเติมสิ่งทีตนเองอยากรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการนั่งสมาธิ ได้ค้นหาประสบการณ์ใหม่จากวิถีชีวิตปกติในปัจจุบัน ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของคนที่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตนเอง อีกทั้งได้ร่วมทำกิจกรรมใหม่ ๆ ที่ไม่เคยได้ประสบพบเจอรวมถึงได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ผ่านกฎระเบียบที่ตนไม่เคยกระทำ เมื่อนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าร่ากายถูกกระตุ้นหรือร้อน ผ่านกิจกรรมที่ได้ปฏิบัติ เช่น การส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีแก่นักท่องเที่ยวจากสถานที่ที่ได้ท่องเที่ยว เช่น การกินอาหารสะอาด การอยู่ในสถานที่ที่ปลอดภัยซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มเติมความรู้สึกเกี่ยวกับความสมบูรณ์ทางกายภาพ โดย Kassean, H and Gassita, R. (2013) [11] ได้เน้นย้ำว่ากิจกรรมทางกายภาพและการส่งเสริมให้มีสุขภาพที่แข็งแรงขึ้นมีความสัมพันธ์ ในการคาดการณ์นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังคงเป็นสิ่งที่ต้องการต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมที่สนับสนุนทุนในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณ กลุ่มตัวอย่างผู้บริหาร เจ้าหน้าที่สถานที่ท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวทุกคนที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม และทีมผู้ช่วยผู้วิจัยที่เสียสละเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี จงงานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

- [1] Global Spa Summitt & SRI international. (2020). *Spas and the Global Wellness Market: Synergies and Opportunities* May 2020.
- [2] Global Wellness Institute. (2015). *The Global Wellness Tourism Economy 2013 & 2014*.
- [3] Global Spa Summitt. (2012). RESEARCH REPORT: GLOBAL SPA SUMMIT 2011. *Wellness Tourism and Medical Tourism: Where Do Spas Fit*.
- [4] สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2559). *นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2560 – 2564)*. สืบค้นจาก <http://www.nrms.go.th>

- [5] กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และ กระทรวงสาธารณสุข. (2559). ร่างยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลาง สุขภาพนานาชาติ 2559-2568 ฉบับสมบูรณ์. ครั้งที่ 2/2559.
- [6] Spafinder Wellness 365™ (2014). 2015 Trends Report Top 10 Global Spa and Wellness Trends Forecast. *Spafinder Wellness, Inc.* 2015.
- [7] Nutworadee Kanittingsuttitong. (2016). Motivation and Decision Making in Choosing Medical Tourism Service in Thailand. *ASEAN Journal of Management & Innovation* Volume 2 Number 2. July – December 2015.
- [8] ญัฏฐวรรดี คณิตินสุทธิทอง. (2560). ความต้องการของตลาดและศักยภาพการรองรับ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนครศรีธรรมราช. *มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย*. 26 พ.ค. 2564.
- [9] นรวาดี บัวขวัญ. (2559). ชีตความสามารถในการรองรับของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (สตูล สงขลา ปัตตานียะลา และนราธิวาส). *สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย*.
- [10] ชื่นนภา นิลสนธิ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพะด้านการพัฒนาการฟื้นฟูจิตวิญญาณ: ปัจจัยแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ กรณีศึกษาจังหวัดเชียงใหม่. *คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*.
- [11] Kassean, H and Gassita, R. (2013). Exploring Tourists Push and Pull Motivations to Visit Mauritius as a Tourist Destination. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 12 (3): 1-13.
- [12] Connell, J. (2011). Medical Tourism. *Cambridge, MA: CABI*.
- [13] Panchal, Jenny H. (2012). *The Asian Spa: a Study of Tourist Motivations, “Flow” and the Benefits of Spa Experiences*. Master’s thesis, Cook University.
- [14] Crompton, John. L. (1979). Motivations for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research*. 6 (4):408-424.
- [15] Mak, A. H. N.; Wong, K. K.F.and Chang, R. C. Y. (2009). Health or Self-Indulgence? The Motivations and Characteristics of Spa-Goers. *International Journal of Tourism Research*. 11 (2):185-199.
- [16] Azman, I. and Chan, K. L. J. (2010). Health and Spa Tourism Business: Tourists’ Profiles and Motivational Factors, in Health, Wellness and Tourism: Healthy Tourists, Healthy Business?. *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association 2010*, Budapest, pp. 9-24.