



รายงานการวิจัย

เรื่อง

โครงการศึกษา และวิเคราะห์เพื่อจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวางแผนธุรกิจ  
การท่องเที่ยว เชียงสุภาพ

Study and analysis of sustainable development plans for health products  
and health tourism.

บดี ปุษยานันท์

ปลัดพร เรื่องเชิงชุม

จตุราพร สีหาบุตร

ภาชินี สีบุญเรือง

ผศ.พรหมมินทร์ เมธากาญจนศักดิ์

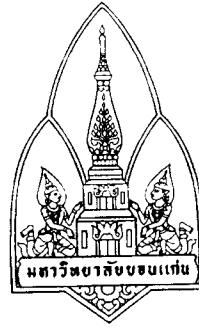
วจ  
G  
156.5  
.H4  
ร451

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยประเภททุนอุดหนุนทั่วไป

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549

ISBN 978 - 974 - 13 - 0109 - 6

พิมพ์ได้ 7 วัน

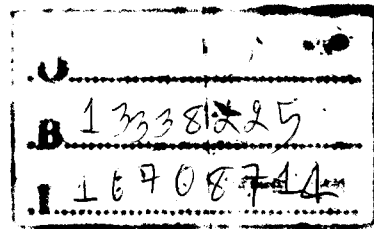


## รายงานการวิจัย

เรื่อง

โครงการศึกษา และวิเคราะห์เพื่อจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวางแผนธุรกิจ  
การท่องเที่ยว สุขภาพ

Study and analysis of sustainable development plans for health products  
and health tourism.



บดี ปุຍายนนท์

ปลั้ทพร รื่องเซิ่งฮุม

จตุรพร สีหาคูตร

ภาคินี สีบุญรื่อง

ผศ.พรหมมินทร์ เมธาคาญจนศักดิ์

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยประเภททุนอุดหนุนทั่วไป

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549

ISBN 978 - 974 - 13 - 0109 - 6

ชื่อเรื่อง	โครงการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยว เชียงสุภาพ
คณะผู้วิจัย	บศิ ปุษยานันท์ ปณัทร เรื่องเชิงชุม จตุราพร สีหาบุตร ภาชนิ สีนุญเรือง พรหมินทร์ เมธากาญจนศักดิ์
หน่วยงานหลัก ที่รับผิดชอบงานวิจัย	วิทยาเขตหนองคาย มหาวิทยาลัยขอนแก่น
แหล่งเงินทุน	ทุนอุดหนุนการวิจัย ประเภททุนอุดหนุนทั่วไป มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2549

#### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน รวมทั้งศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยว ประกอบกับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว รวมทั้งบทบาทของรัฐบาลด้านนโยบายการท่องเที่ยว การส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนท้องถิ่นเกิดความต้องการลงทุนประกอบอาชีพการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อันจะช่วยเกิดการสร้างงานสร้างรายได้แก่คนในท้องถิ่นนั้นอย่างยั่งยืน อีกทั้งเป็นการส่งเสริม และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจ ให้เป็นไปตามแผนของการประกอบอาชีพบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภายใต้กฎเกณฑ์ และมาตรฐานที่กำหนด โดยมีกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 440 ราย และผู้ประกอบการทั้งสิ้น 42 ราย ผลจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพส่วนใหญ่แล้วนั้นมีระดับอายุโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 34.75 ปี และโดยส่วนใหญ่แล้วจะประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 22.70 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 25,858.30 บาท สำหรับวัตถุประสงค์หลักๆ ของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกล่าวว่าเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อน ซึ่งโดย

ส่วนใหญ่แล้วจะเดินทางโดยการใช้รถยนต์ หากว่าจะต้องมีการพักผ่อนก็จะนิยมพักผ่อนยังโรงแรม เกรสเฮาส์ หรือบังกะโล โดยทั้งนี้จะมีค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนอยู่ประมาณ 732.68 บาทต่อวัน และโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าควรส่งเสริมให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนนั้น เป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับการศึกษายกตัวอย่างในส่วนของการศึกษาในส่วนของทัศนคติที่เป็นความสำคัญ ของผลกระทบที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านระดับราคา และความคุ้มค่า ปัจจัยด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ ตลอดจนปัจจัยทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพบว่า ระดับอายุ การประกอบอาชีพ และวุฒิการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน แต่ในขณะที่ระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนแต่อย่างใด

สำหรับแนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรจะต้องมีการพัฒนาในด้านต่างๆ คือ 1. ด้านความรู้ที่นักท่องเที่ยวต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยว 2. ด้านการปลูกจิตสำนึกของประชาชน เพื่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว 3. ด้านบทบาทของตำรวจท่องเที่ยว 4. ด้านของหน่วยงานที่ควรเข้ามากำกับดูแลในด้านการท่องเที่ยว 5. ด้านวิธีการที่จะช่วยเสริมสร้าง ความรู้ความเข้าใจเพื่อความปลอดภัย/สวัสดิภาพในการท่องเที่ยว และ 6. ด้านวิธีการเสริมสร้าง หรือพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสุขภาพ

### คำสำคัญ ของโครงการวิจัย

การพัฒนาธุรกิจ , การท่องเที่ยว , สุขภาพ

<b>Research Title</b>	<b>Study and analysis of sustainable development plans for health products and health tourism.</b>
<b>Researchers</b>	Bodee Putsyainunt Pranatporn Ruangchoengchum Schaturaporn Srihabut Pashinee Sriboonrung Phrommin Matakarnjanasak
<b>Head Office</b>	Khon Kaen University, Nong Khai Campus
<b>Financial Support</b>	Khon Kaen University Research Budget Fiscal Year 2006

---

#### **ABSTRACT**

The objectives of this research were to examine the opinions and attitudes of tourists regarding factors that influence the effectiveness of health tourism in the upper Northeastern region of Thailand and to obtain some general background information of health tourism in the region. The respondents were 440 health tourists and proprietors of 42 health tourism related businesses. From the finding, the average age of the tourists was 34.75 years, almost all were government officers, and the average income was 25,858.30 baht per month. The main purpose of traveling was for relaxation, the main mode of transport was by private car, almost all stayed in hotels, guest houses or bungalows, and spent on average 732.68 baht per night. Most tourists stated that the government should encourage and support the upper northeastern region as a health tourism center. The tourists believed that the following were highly important aspects of health tourism: products, price and quality, distribution channel, promotion, personnel and owner, facilities & amenities, and government policies. The age, career, and education level were found to have some bearing on the opinions and attitudes of the tourists, although the level of income did not. The tourist respondents also believed that health tourism needs to have a development plan focusing on the

following aspects: 1. Increased tourist information for the region; 2. Increased local awareness of tourism issues, such as tourist safety; 3. The role of the tourist police; 4. The instigation of a health tourism governing body; 5. Guidelines for tourist safety and security; 6. The development of health tourism products.

**Key Words**

Business Development, Travel and Health

## กิติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในส่วนของทุนอุดหนุนทั่วไป ประจำปี พ.ศ. 2549 โดยคณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ช่อ วายุภักตร์ ตลอดจนคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้คำปรึกษาการทำวิจัยในครั้งนี้ อีกทั้งขอขอบพระคุณศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวจังหวัดหนองคายที่ได้ให้ความเอื้อเฟื้อในเรื่องของข้อมูล ตลอดจนผู้ให้ข้อมูลต่างๆ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ขอขอบคุณ Mr. Jon M. Warren ในการช่วยตรวจสอบบทคัดย่อภาษาอังกฤษ และที่ขาดไม่ได้คือนักศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย ที่ช่วยเหลือในด้านการเก็บข้อมูล และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วันชัย สุ่มเล็ก ผู้ซึ่งให้สนับสนุนให้ทีมงานได้ทำงานวิจัยดังกล่าวจนสำเร็จได้ด้วยดี ทางคณะผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่ได้กล่าวนามข้างต้นมา ณ โอกาสนี้

คณะผู้วิจัย

พฤษภาคม 2550

สารบัญเรื่อง

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญเรื่อง	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ฉ
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	
ปัญหาการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์	6
<b>บทที่ 2</b> <b>การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง</b>	
ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	7
ข้อมูลพื้นฐานจังหวัด	7
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	25
สมมติฐานการวิจัย	29



## สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b>	
<b>วิธีการวิจัย</b>	
สถานที่ดำเนินการวิจัย	30
ประชากร และการสุ่มตัวอย่าง	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	31
<b>บทที่ 4</b>	
<b>ผลการวิจัย</b>	
ข้อมูลส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขต ภาค	33
ตะวันออกเฉียงเหนือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุครธานี หนองคาย	
และเลย	
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเดินทาง และการพักผ่อนของ	42
นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเขตอำเภอเมือง	
จังหวัดขอนแก่น อุครธานี หนองคาย และเลย	
ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น	45
ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในส่วนของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	47
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	72
แนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทัศนคติของ	80
นักท่องเที่ยว	
ข้อมูลเกี่ยวกับภาครัฐกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	83
<b>บทที่ 5</b>	
<b>สรุป และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการศึกษา	96
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	111
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	113

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
เอกสารอ้างอิง	114
ภาคผนวก 1. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา พ.ศ. 2547-2551	
ภาคผนวก 2. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551	

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1	เกณฑ์ในการตัดสินใจค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ	32
ตารางที่ 2	แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัดหนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และเลย	35
ตารางที่ 3	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และเลย จำแนกตามลักษณะการประกอบอาชีพ	36
ตารางที่ 4	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และเลย จำแนกตามลักษณะวุฒิการศึกษา	38
ตารางที่ 5	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และเลย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว	39
ตารางที่ 6	แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และเลย จำแนกตามรูปแบบการเดินทางของ นักท่องเที่ยว	43
ตารางที่ 7	แสดงรูปแบบการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และเลย จำแนกตามการพักผ่อนของ นักท่องเที่ยว	44
ตารางที่ 8	แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อ ต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใน ภาพรวม	48
ตารางที่ 9	แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อ ต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใน ส่วนของผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด	51
ตารางที่ 10	แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อ ต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใน ส่วนของระดับราคา และความคุ้มค่า โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด	54

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 11 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใน ส่วนของช่องทางในการจัดจำหน่าย โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด	57
ตารางที่ 12 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใน ส่วนของการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด	60
ตารางที่ 13 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใน ส่วนของพนักงาน และเจ้าของกิจการ โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด	63
ตารางที่ 14 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใน ส่วนของลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกออกเป็นราย จังหวัด	66
ตารางที่ 15 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใน ส่วนของนโยบายภาครัฐ โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด	70
ตารางที่ 16 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	73
ตารางที่ 17 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการประกอบอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	75
ตารางที่ 18 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างวุฒิการศึกษากับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	77
ตารางที่ 19 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 20	แสดงความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	93
-------------	--	----

ฉ

สารบัญภาพ

	หน้า
<b>แผนภาพที่ 1</b> การบริหารธุรกิจบริการแบบผสมผสาน	17
<b>แผนภาพที่ 2</b> แบบจำลองแนวความคิดรวบยอด	28

## บทที่ 1

### บทนำ

#### (Introduction)

#### ความสำคัญ และที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย (Research Problem)

จากการที่ประเทศไทยเริ่มมีแผนพัฒนาท่องเที่ยวแห่งชาติครั้งแรกปี 2519 ซึ่งครั้งนั้นนักท่องเที่ยวประมาณ 1.10 ล้านคน สร้างรายได้สู่ประเทศ 3.99 พันล้านบาท และบรรจุการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 ครั้งแรก (ปี 2520-2524) และบรรจุในแผนพัฒนาฯ ตลอดมาจวบจนทุกวันนี้ปี 2544 นักท่องเที่ยวประมาณ 10 ล้านคน สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเกือบ 3 แสนล้านบาท แม้บางช่วงเวลาประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ ที่กระทบไทยและทั่วโลก อาทิ วิกฤตน้ำมันทั่วโลกปี 2519 วิกฤตเศรษฐกิจทั่วโลกปี 2526 วิกฤตสงครามอ่าวเปอร์เซียปี 2533 วิกฤตการณ์การท่องเที่ยวยังสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศสูง โดยเฉพาะวิกฤตเศรษฐกิจเอเชียปี 2540 ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจประเทศ การท่องเที่ยวทำรายได้ถึง 2.21 แสนล้านบาท ทางการค้าปี 2549 ซึ่งเป็นปีสุดท้ายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (ปี 2545-2549) ไทยจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ เดินทางเข้าประเทศมากกว่า 14 ล้านคน ขยายตัวเฉลี่ย 7% ต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization-WTO) ที่ประมาณการแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทยช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 จะเติบโตเฉลี่ย 7.8% ต่อปี อย่างไรก็ตาม แม้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว และรายได้ สู่ประเทศจำนวนมาก จากอดีตถึงปัจจุบัน แต่อันดับจำนวนนักท่องเที่ยวของไทยตลาดโลกเริ่มลดลงจากอันดับ 19 ปี 2542 เป็นอันดับ 21 ปี 2543 เนื่องจากประเทศคู่แข่งการท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้การแข่งขันการตลาดสูง อีกทั้งแต่ละประเทศ ต่างมีสินค้า หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน แหล่งท่องเที่ยวในประเทศ ขาดการพัฒนา ทำให้เสื่อมโทรม ไม่มีการสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวไทย ประกอบกับนักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวกด้านเดินทาง โดยเฉพาะการขกเลิกเที่ยวบินมาไทยสายการบินอื่นๆ ทำให้ส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวไทยเริ่มลดลง (บทความด้านการท่องเที่ยว ผู้จัดการออนไลน์ 2545) โดยทางภาครัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อในระยะยาวจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศ ส่งผลต่อไปธุรกิจอุตสาหกรรมอื่น ที่เชื่อมโยงกัน ภาครัฐ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กำหนดยุทธศาสตร์ด้านท่องเที่ยวในแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวไทย ปี 2545-2547 เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ควบคู่กับอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและขนบธรรมเนียมวิถีชีวิตไทย ททท. จึงกำหนดแผนท่องเที่ยวปี 2546 ซึ่งดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวไทยปี 2545-2547 ใช้แนวคิดเดิมคือ

“Amazing Thailand Experience Variety โดยเน้นจุดขายสำคัญเอกลักษณ์ไทย ความเป็นไทย วิถีชีวิตคนไทย อาหาร และผลไม้ไทย เป็นดินแดนท่องเที่ยวที่ปลอดภัย

จากแผนพัฒนาท่องเที่ยวปี 2546 กำหนดพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว โดยการแบ่งสินค้าและบริการท่องเที่ยวเป็น 5 กลุ่ม (Cluster) กำหนดเป็นพื้นที่หลักและรอง พื้นที่หลัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวศักยภาพสูง จะเร่งปรับปรุงก่อน ส่วนพื้นที่รอง จะดำเนินการระยะต่อไป โดยเราสามารถที่จะจำแนกการบริการด้านการท่องเที่ยวออกได้ดังนี้

Cluster 1 ได้แก่ ชายทะเลและหมู่เกาะ (Sun, Sand, and Sea) กำหนดพื้นที่หลักที่จะพัฒนาประกอบด้วย พัทยา (เกาะล้าน) ระยอง (เกาะเสม็ด) ภูเก็ต หัวหิน-ชะอำ เกาะสมุย หมู่เกาะอ่างทอง เกาะพะงัน เกาะนางยวน เกาะเต่า เกาะช้างและหมู่เกาะโดยรอบ กระบี่ (เกาะพีพี ลันตา อุทยานแห่งชาติอินทรธรรมา) พื้นที่รอง ประกอบด้วย ปรานบุรี บางสะพาน ห้วยวิวัฒน์ ตะรุเตา พังงา (เกาะห้อง เกาะพนัก เกาะยาว เขาหลัก สิมิลัน สุรินทร์) โดยจะแก้ไขพื้นที่มีปัญหาเร่งด่วน หรือพื้นที่หลักก่อน และแก้ไขพื้นที่รอง

Cluster 2 ได้แก่ ธรรมชาติและอุทยานป่าเขา (Nature) กำหนดพื้นที่หลักพัฒนาประกอบด้วย เชียงใหม่ (อินทนนท์ วัดจันทร์ ห้วยน้ำดัง) เพชรบูรณ์ (เขาค้อ ห้วยสแลงหลวง) นครราชสีมา (เขาใหญ่) เพชรบุรี (แก่งกระจาน) สุราษฎร์ธานี (เขาสก) นราธิวาส (พรุโต๊ะแดง) พื้นที่รอง ประกอบด้วย เลย (ภูกระดึง) กาญจนบุรี (เขื่อนศรีนครินทร์) ระนอง (ศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนหงาว) ยะลา (ป่าฮาลาบาลา) มุ่งพัฒนาพื้นที่ธรรมชาติศักยภาพโดดเด่น

Cluster 3 ได้แก่ ประวัติศาสตร์โบราณสถาน (Culture and Heritage) กำหนดพื้นที่หลักพัฒนา ประกอบด้วย เชียงใหม่ สุโขทัย กาญจนบุรี อุทยาน และจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี (Mythical I-san : แคนโบราณอีสานใต้) พื้นที่รอง ประกอบด้วย เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน (Serene Lanna : ถิ่นฟ้าล้านนาตะวันออก) หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น กาฬสินธุ์ (Spicy I-san) นครศรีธรรมราช (ลังกาสุกะ) เน้นพัฒนาพื้นที่ประวัติศาสตร์ และโบราณสถานโดดเด่น แนวโน้มเป็นที่ต้องการของตลาด

Cluster 4 ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม และความสนใจเฉพาะ (Niche Market) ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมน่าสนใจ มีศักยภาพ 13 ประเภท ได้แก่ การประชุมสัมมนา (MICE-Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) ท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว หรือ ล่องสเคย์ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา ช้อปปีง ท่องเที่ยวเรือสำราญ (Cruise) ท่องเที่ยวเชิงเกษตร



ท่องเที่ยวเชิงศาสนา อาหารไทย Wedding/Honeymoon ศูนย์กลางถ่ายทำภาพยนตร์ กิจกรรม ประเพณีหลัก และท่องเที่ยวเชิงนิเวศ/ผจญภัย

Cluster 5 ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Government Sites) เพื่อสร้างจุดขายเอกลักษณ์ของชาติ เช่น พัฒนาเกาะรัตนโกสินทร์ ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย จ.ลำปาง Elephant World จ. สุรินทร์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2545)

ซึ่งโดยเฉพาะอย่างยิ่งใน Cluster 4 จะเห็นได้ว่าได้มีการบรรจุในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(Health Tourism) เข้ามาร่วมด้วย ซึ่งปัจจุบันคนเราก็ได้ให้ความสนใจในด้านของสุขภาพกันมากขึ้นอยู่แล้ว จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นจึงได้เกิดเป็น โครงการที่ทางภาครัฐให้การสนับสนุนในด้านธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีบทบาทต่อความอยู่รอด และความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีความสำคัญพอสรุปได้ดังนี้

1. โครงการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการจัดการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างมีระบบตามที่ต้องการ
2. โครงการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพช่วยชี้ให้ทราบถึงปัญหาของธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อหาหนทางแก้ไขปัญหานั้น ๆ ได้ทันทั่วทั้ง
3. โครงการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพช่วยให้มีการใช้ทรัพยากรของธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปเป็นอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพ
4. โครงการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพช่วยเป็นเครื่องมือกำหนดทิศทางในอนาคต ตลอดจนค่านิยมและเป้าหมายของธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ชัดเจนยิ่งขึ้น
5. โครงการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพช่วยเป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายให้ทุกฝ่ายของธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประสานกันเป็นทีม
6. โครงการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพช่วยขยายขอบเขตความคิดของผู้จัดการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีวิสัยทัศน์กว้างไกลยิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถปรับตัวได้ดียิ่งขึ้น
7. โครงการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพช่วยให้ผู้จัดการธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตระหนักถึงความรับผิดชอบได้ดีขึ้น และก่อให้เกิดความมั่นใจในการนำธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เจริญก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้นไป

จากข้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่าปัจจุบันนี้มนุษย์เรานั้นหันมาใส่ใจในเรื่องของสุขภาพของตนเองมากขึ้น ซึ่งเราจะเห็นได้จากกรณีมี สินค้า หรือบริการต่างๆ ที่มุ่งเป้าการตลาดในเรื่อง

เกี่ยวกับสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นพวกร้านอาหาร การจัดสถานที่ในการออกกำลังกาย การนวด ฯลฯ ซึ่งไม่เว้นแม้กระทั่งเรื่องของการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบหนึ่ง โดยเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ผสมผสานกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรมสำคัญในการท่องเที่ยวที่นั่น เช่น การพักผ่อนในรีสอร์ทที่มีบริการรักษาสุขภาพ การท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมการรับประทานอาหารชีวจิต อาหารมังสวิรัต การฝึกสมาธิ การฝึกออกกำลังกาย เป็นต้น มักมีกำหนดเวลาช่วงหนึ่งเพื่อให้เกิดผล เช่น 7 วัน 5 วัน หรือ 3 วัน ซึ่งในปัจจุบันนี้เราสามารถที่จะแบ่งความหมายตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health healing) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพต่างๆที่หลากหลาย รวมทั้งการทำฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม หรือการผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ ในโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาล
2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพอันประกอบด้วยกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และพักผ่อนในโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ซึ่งมีการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่นั้นๆ จัดขึ้น อาทิ การนวดแผนไทย การอบสมุนไพรไทย กิจกรรมบริการสுகนธบำบัด (Aroma Therapy) การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) เป็นต้น

จากข้างต้นคงเราทราบกันดีอยู่แล้วว่าในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันต้องพึ่งพิงรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งอุตสาหกรรมดังกล่าวนี้ได้ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ และการสร้างงานให้กับท้องถิ่นดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถนำเม็ดเงินให้ไหลเข้ามาในประเทศไทยได้อีกวิธีหนึ่ง ซึ่งจากความสำคัญดังกล่าวจึงมีความจำเป็นต้องจัดทำโครงการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และการวางแผนธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนอย่างยั่งยืน ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นประโยชน์ให้ผู้ประกอบการและบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการวางแผนการผลิตและพัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต

#### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย (Objective of Study)

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
2. เพื่อทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
4. เพื่อศึกษาบทบาทของรัฐบาลด้านนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในการสนับสนุน และส่งเสริมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เข้ามาสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างมีคุณภาพ และมาตรฐานการบริการในระดับสากล
5. เพื่อเป็นการส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนท้องถิ่น เกิดความต้องการลงทุนประกอบอาชีพ การทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อันจะช่วยเกิดการสร้างงานสร้างรายได้แก่คนในท้องถิ่นนั้นอย่างยั่งยืน
6. เพื่อส่งเสริม และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้เป็นไปตามแผนของการประกอบอาชีพบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภายใต้กฎเกณฑ์และมาตรฐานที่กำหนด

#### ขอบเขตของโครงการวิจัย (Scope of the Study)

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา และจัดทำแผนปฏิบัติการในส่วนของการตลาด (4 Ps) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แผนการผลิตสินค้าและบริการ แผนการจัดการองค์กร โดยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ตลอดจนทัศนคติที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นจากนโยบายภาครัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีพื้นที่การศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดร จังหวัดเลย และจังหวัดหนองคาย

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Results)

1. ได้แผนปฏิบัติการ การพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. ทราบถึงองค์ประกอบที่มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
3. ทราบถึงบทบาทของรัฐบาลด้านนโยบายการท่องเที่ยวที่สนับสนุนผู้ประกอบการท่องเที่ยวพัฒนาธุรกิจของตนเองสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้มีคุณภาพ และมาตรฐานการบริการในระดับสากล

4. ได้แนวทางการส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน รวมถึงเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นเกิดความต้องการลงทุนประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน
5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้

#### นิยามศัพท์ (Definition of Term)

ในการวิจัยครั้งนี้ ทางผู้วิจัยได้นิยามศัพท์บางคำเพื่อให้เหมาะสมกับงานวิจัย โดยได้กำหนดนิยามศัพท์ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	หมายถึง	แหล่งที่มีการบริการ และดำเนินงานด้านสุขภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง
แผนธุรกิจ	หมายถึง	แผนที่ประกอบด้วย แผนการตลาด แผนการผลิต และแผนการจัดการองค์กร ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
อุตสาหกรรมบริการ	หมายถึง	อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ การอำนวยความสะดวก ฯลฯ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	หมายถึง	การนำทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศมาจัดเป็นกิจกรรม หรือจัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยว โดยมีเรื่องของการบริการด้านสุขภาพเข้ามาประกอบ เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพรไทย กิจกรรมบริการ สูดนธบำบัด (Aroma Therapy) การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) เป็นต้น
อุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	หมายถึง	ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บริษัทจัดนำเที่ยว มังสุเทศน์ การคมนาคมขนส่ง และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ผู้ประกอบการ	หมายถึง	ผู้เป็นเจ้าของกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก
ทัศนคติ	หมายถึง	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการได้รับบริการจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีอยู่ 5 ระดับ กล่าวคือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน	หมายถึง	จังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ในการศึกษา ซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งประกอบไปด้วย จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย

## บทที่ 2

### การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

#### (Review of Related Literature)

ในการวิจัยครั้งนี้ ทางคณะวิจัยได้ทำการค้นคว้าเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความกระจ่างในปัญหา และการดำเนินงานวิจัย โดยเนื้อหาของเอกสารจะครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ ดังนี้

1. ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2. ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดหนองคาย อุดรธานี เลข ขอนแก่น
3. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
4. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัจจุบันเราสามารถแบ่งความหมายตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health healing) ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพต่างๆที่หลากหลาย รวมทั้งการทำฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม หรือการผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ ในโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาล และ
2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีการจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพอันประกอบด้วยกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และพักผ่อนในโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ซึ่งมีการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่นั้นๆ จัดขึ้น อาทิ การนวดแผนไทย การอบสมุนไพรไทย กิจกรรมบริการสுகนธบำบัด (Aroma Therapy) การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) เป็นต้น

#### ข้อมูลพื้นฐานจังหวัด

##### ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดหนองคาย

จังหวัดหนองคายอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 615 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 7,332 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดแม่น้ำโขงมากที่สุดเป็นระยะทาง 320 กิโลเมตร เหมาะแก่การทำเกษตรกรรมและประมงน้ำจืด ทั้งยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถเดินทางเข้าไปเที่ยวยังฝั่ง

ลาวได้โดยสะดวก มีวัดวาอารามและวัฒนธรรมวิถีชีวิตชาวบ้านที่น่าสนใจ โรงแรมที่พักที่สะดวกสบาย หลากหลายไปด้วยอาหารและสินค้าของฝาก ล้วนเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาเยือนเมืองริมโขงแห่งนี้ โดยจังหวัดหนองคายมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ	ติดกับแม่น้ำโขงซึ่งเป็นพรมแดนระหว่างไทย-ลาว
ทิศใต้	ติดกับจังหวัดอุดรธานี สกลนคร
ทิศตะวันออก	ติดกับจังหวัดนครพนม
ทิศตะวันตก	ติดกับจังหวัดเลย

เนื่องจากจังหวัดหนองคายมีภูมิประเทศติดกับแม่น้ำโขง ทำให้มีฝนตกชุกในฤดูฝนระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม ในฤดูหนาวราวเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์จะมีอากาศหนาวเย็นเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่สูง อุณหภูมิต่ำสุดประมาณ 11 องศาเซลเซียส ส่วนในฤดูร้อนตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเมษายนอากาศจะร้อนจัด อุณหภูมิสูงสุดประมาณ 35 องศาเซลเซียส

#### ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดอุดรธานี

จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางการคมนาคม และการท่องเที่ยวทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะภาพของการเป็นดินแดนแห่งวัดป่า ประคองประเทศลาว ดินแดนอินโดจีน และยังเป็นดินแดนที่มีอารยธรรมเก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และมีหัตถกรรมผ้าจิดที่มีชื่อเสียง จังหวัดอุดรธานีมีเนื้อที่ประมาณ 11,730 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมืองอุดรธานี อำเภอหนองวัวซอ อำเภอหนองหาน อำเภอบ้านผือ อำเภอบ้านดุง อำเภอกุมภวาปี อำเภอโนนสะอาด อำเภอเพ็ญ อำเภอน้ำโสม อำเภอกุฉินชัย อำเภอศรีธาตุ อำเภอวังสามหมอ อำเภอทุ่งฝน อำเภอสร้างคอม อำเภอไชยวาน อำเภอหนองแสง อำเภอนาหวาง อำเภอพิบูลย์รักษ์ กิ่งอำเภอกู่แก้ว และกิ่งอำเภอประจักษ์ศิลปาคม โดยจังหวัดอุดรธานีมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดหนองคาย
ทิศใต้	ติดต่อกับจังหวัดขอนแก่น และกาฬสินธุ์
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดสกลนคร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดเลย และหนองบัวลำภู

#### ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดเลย

จังหวัดเลยเมืองท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โอบล้อมด้วยภูเขาสลับซับซ้อนท่ามกลางสายหมอกปกคลุมเหนือยอดภู อุดมไปด้วยพืชพรรณป่าไม้นานาชนิดที่รู้จักกันดีคือ ภูกระดึง ภูหลวง และภูเรือ อากาศอันเย็นสบาย ภูมิประเทศที่งดงาม ประเพณีวัฒนธรรมอันแตกต่างไปจากถิ่นอื่นซึ่งได้แก่การเล่นผีตาโขน จังหวัดเลยอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 520 กิโลเมตร มีพื้นที่ 11,424

ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดชายแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ริมฝั่งแม่น้ำโขง ในอดีตนั้นเป็นเพียงชุมชนเล็กๆ ของอาณาจักรที่มีความรุ่งเรืองควบคู่กับกรุงศรีอยุธยาของไทย ภายหลังอาณาจักรล้านช้างเริ่มอ่อนแอลง จึงมาขึ้นอยู่กับกรุงศรีอยุธยา ต่อมาชุมชนนี้ได้รับการยกฐานะเป็นเมืองเลขในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จังหวัดเลขแบ่งการปกครองออกเป็น 12 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมืองเลข วังสะพุง ปากชม เชียงคาน ท่าลี่ ภูเรือ ค่านซ้าย ภูกระดึง นาแห้ว นาด้วง ภูหลวง ผาขาว กิ่งอำเภอเอราวัณ และกิ่งอำเภอหนองหิน โดยจังหวัดเลขมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ	ติดกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศใต้	ติดกับจังหวัดขอนแก่น
ทิศตะวันออก	ติดกับจังหวัดหนองคาย และจังหวัดหนองบัวลำภู
ทิศตะวันตก	ติดกับจังหวัดพิษณุโลก

#### ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่นซึ่งเริ่มก่อตั้งเป็นเมืองมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 อายุเพียงแค่สองร้อยกว่าปี แต่ที่จริงแล้วจังหวัดขอนแก่นดินแดนบนที่ราบสูงแห่งนี้มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานมากไม่ว่าจะเป็นทางธรรมชาติ หรือทางอารยธรรม ดังที่มีการค้นพบซากสิ่งมีชีวิตดึกดำบรรพ์อายุนับล้านปี พบชุมชนเมืองโบราณสมัยก่อนประวัติศาสตร์หลายแห่ง ตลอดจนปราสาทขอมสมัยพุทธศตวรรษที่ 18 ด้วยอารยธรรมที่สั่งสมมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ สิ่งที่พบที่นี่ไม่ว่าจะเป็น วัฒนธรรม ประเพณี โบราณสถานต่างๆ จึงล้วนเป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้ทราบความเป็นมาของคนไทย และชาติไทย ขอนแก่นไม่เพียงจะเป็นศูนย์กลางของภาคอีสานโดยเหตุผลทางภูมิศาสตร์เท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาและเทคโนโลยี ด้วยเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภายในอำเภอเมืองรถโดยสารประจำทางวิ่งบริการหลายสาย มีที่พักบริการหลายระดับตั้งแต่ห้องพักราคาข่อมเยาว์ ไปจนถึงโรงแรมระดับห้าดาว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้วย ขอนแก่นมีพื้นที่ประมาณ 10,885 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 20 อำเภอ 5 กิ่งอำเภอ โดยจังหวัดขอนแก่นมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ	ติดกับจังหวัดอุดรธานี หนองบัวลำภู และเลย
ทิศใต้	ติดกับจังหวัดนครราชสีมาและบุรีรัมย์
ทิศตะวันออก	ติดกับจังหวัดกาฬสินธุ์และมหาสารคาม
ทิศตะวันตก	ติดกับจังหวัดเพชรบูรณ์และชัยภูมิ

## ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry)

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้ความหมายของ “ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ” ว่า หมายถึง อุตสาหกรรมใดๆ ที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรไทย มีค่าตอบแทนและหมายความรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว สถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจสำหรับนักท่องเที่ยว และการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง ออกกร้าน การเผยแพร่หรือดำเนินการอื่นใดโดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่เด่นชัด 4 ประการ โดยเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตได้ดังนี้

“ โรงงาน ” หมายถึง แหล่งที่ผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ในการประกอบกิจการท่องเที่ยว

“ ลูกค้า ” หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โดยสิ่งที่ได้รับคือ ความพอใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การได้สิ่งแปลกใหม่ ความสะดวกสบาย การพักผ่อน และความทรงจำที่ประทับใจ สิ่งเหล่านี้คือ สินค้าที่โรงงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องผลิตสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า

“ สินค้า ” ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีข้อได้เปรียบคือ สินค้าสามารถนำมาขายได้เรื่อยๆ เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ สิ่งสวยงามที่เกิดจากการสร้างขึ้น วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

“ การขนส่ง ” ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งเป็นทั้ง “ โรงงาน ” และ “ สินค้า ” ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ นักท่องเที่ยวจึงต้องเดินทางมาซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ณ แหล่งผลิตหรือโรงงานด้วยตนเอง

### นักท่องเที่ยว (Tourist)

นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นิยามความหมายโดยแยกเป็น

“ นักท่องเที่ยว ” (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งก็จะไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยว และผู้โดยสารผ่านที่แวะพักเพื่อต่อเครื่องบินก็จะไม่นับว่าเป็นนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน



“ นักทัศนจร ” (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักแรมของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราว ในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามมิใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้ที่โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่พักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนจร แต่ผู้โดยสารผ่านที่แวะพักเพื่อต่อเครื่องบินจะไม่นับว่าเป็นนักทัศนจร

นอกจากนี้ยังจะพบคำว่า “ ผู้มาเยือน ” (Visitor) ซึ่งหมายรวมถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศ โดยจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนจรก็ได้ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใด

### ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางหรือท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและเพิ่มพูนความรู้ตลอดจนทัศนคติที่กว้างขวางในแง่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวเปรียบเสมือน “สินค้า” และเป็นสินค้าที่สามารถดึงดูด “ลูกค้า” หรือนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาซื้อถึงที่ตั้งของสินค้าได้อีกด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ตามลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประการดังนี้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงามหรือน่าสนใจต่อการเดินทางไปชม

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่าที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นตามวัตถุประสงค์ และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกทางอดีต และที่ได้สร้างขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งมักมีลักษณะเป็นวัตถุ พื้นที่ หรือสิ่งก่อสร้าง แต่มีผลดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อาทิ อนุสรณ์สถาน เมืองโบราณ ปราสาทหิน พระราชวัง ถ้ำมืองแดง อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ฯลฯ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือสืบทอดกันต่อมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

### องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ไว้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยการจัดธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม

ร้านอาหารและภัตตาคาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก ความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง การจัดการบริการอื่นๆ สำหรับนักท่องเที่ยว และการเผยแพร่โฆษณา

ราไพพรพรณ (2546) ได้อธิบายไว้ว่า หากนำทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมาจัดรูปแบบการท่องเที่ยวตามความสนใจของนักท่องเที่ยวในสมัยโลกไร้พรมแดนแล้ว สามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลาย ได้แก่ 1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) 2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) 3. การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geotourism) 4. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) 5. การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) 6. การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) 7. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) 8. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) 9. การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Longstay) 10. การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-meditation Tourism) 11. การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural & Traditional Tourism)

#### พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การกระทำหรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาทางร่างกาย ความคิด และความรู้สึก เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว เช่น จำนวนวันพำนักของนักท่องเที่ยว เพื่อนร่วมเดินทาง รูปแบบการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ถูกกำหนดจากสิ่งกระตุ้น ความปรารถนา ความต้องการ และความคาดหวังของบุคคลต่างๆ ในสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สิ่งต่างๆเหล่านี้ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นในการเดินทาง เช่น สิ่งต่างๆที่กระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การแนะนำจากบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานรัฐบาล

- ข้อกำหนดของบุคคลในสังคม เป็นลักษณะของข้อบังคับในการตั้งวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน

- การเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบภายนอก กำหนดความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการให้บริการของผู้ประกอบการ ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดทางด้านราคาและเวลา เป็นต้น

## ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) กล่าวว่า ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการมีดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งงานเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่อยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ภูเขา น้ำตก ถ้ำน้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วยหนอง คลอง บึง ) เป็นต้น

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของงานพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิตเช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่/สวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมือง

2. ความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

2.1 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำ ประปา ระบบสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปรกติแล้ว รัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นก็ยังสามารถได้รับประโยชน์อย่างถาวร

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสถานที่ หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการทางธุรกิจแต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

3. การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทางคือ
    - 3.1 ทางบก มีถนนที่พาหนะต่างๆผ่านเข้า – ออก ได้สะดวก หรือมีบริการรถไฟ
    - 3.2 ทางน้ำมีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ
    - 3.3 ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก
  4. พิธีการเข้าเมือง และบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลากระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองห้องพัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น
  5. ที่พักมีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาดและมีบริการตามมาตรฐานสากล
  6. ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้ว จะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม
  7. บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีธรรมาภิบาล และมีควมรับผิดชอบต่อหน้าที่
  8. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม การโฆษณาเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)
  9. ภาพลักษณ์ (Image) เป็นตัวกำหนดค่านักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชายนักท่องเที่ยว ที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร
- ทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จัก และสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

#### การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวและการตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทางและขนาดของและขนาดของ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างออกไปตามข้อจำกัดที่คนมีรายได้สูง มีเวลามาก และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวในที่ที่ทันสมัยและมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

สำหรับความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งมักจะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ นั้น แมคอินทอช และเกลเนอร์ (Mc Intosh and Goeldner 1980:124–125) ระบุว่า เกิดจากการกระตุ้น 4 ด้าน คือ

กายภาพ(Physical Motivators) ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายทางกายภาพหรือเพื่อร่างกาย การทำกิจกรรมทางกีฬา การได้ไปตากอากาศชายทะเล

วัฒนธรรม (Cultural Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนต่างๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติ หรือเพื่อพบปะกับบุคคลต่างๆ

ด้านฐานะและชื่อเสียง (Status and Prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของตนเองให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศและชื่อเสียง เช่น การเดินทางไปต่างประเทศ ไปประชุมสัมมนา หรือการศึกษาดูงาน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อแสดงออกถึงความเป็นคนที่มีเกียรติและมีความสำเร็จในการทำงานของตน

นอกจากนี้แล้ว ยังมีตัวกระตุ้นที่สำคัญมากขึ้นเรื่อยๆคือ ตัวกระตุ้นด้านการทำงานและอาชีพ อันเป็นตัวที่เกิดจากการปฏิบัติหน้าที่การทำงาน หรือการได้รับสวัสดิการจากหน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนา การไปศึกษาดูงาน การไปฝึกงาน การได้รับรางวัลจากความสำเร็จในการประกอบธุรกิจการทำงานในรูปการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งตัวกระตุ้นที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น คือที่มาของวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลนั่นเอง

#### การจัดการด้านอุปสงค์และด้านอุปทานของการท่องเที่ยว

Page (2003) ได้จำแนกปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์เพื่อการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ด้าน คือ (1) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ รายได้ของนักท่องเที่ยว การจ้างงาน ระดับค่าครองชีพ ทั้งในเมืองที่เป็นต้นทางและเมืองปลายทางต่างๆ ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นต้น (2) ปัจจัยทางด้านสังคมและจิตวิทยา ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อุปนิสัยการเดินทาง การรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาว่าง สุขภาพ เป็นต้น (3) ปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น การมีอยู่ของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ภูมิอากาศ ภาวะเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ กฎหมาย และกฎระเบียบต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นหากแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งประสงค์จะให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักผ่อนแล้ว แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวควรศึกษาและควบคุมปัจจัยที่ควบคุมได้ให้ส่งผลบวกต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

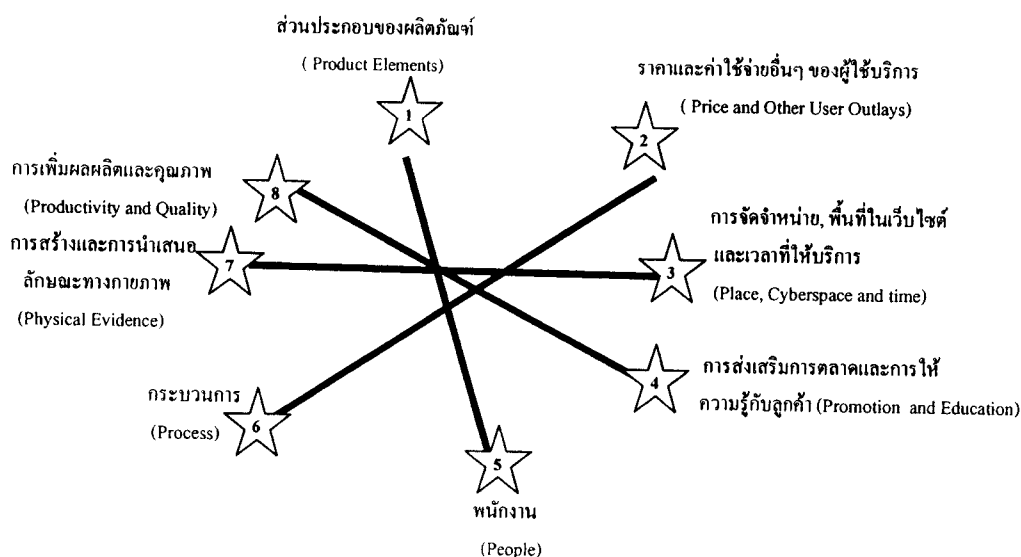
นอกจากพยายามสร้างเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ที่ช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวที่ถือการแล้ว การจัดการทางอุปทานที่ดีก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวรายอื่นๆ Page (2003) ได้เสนอให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการบริหารตามสายการผลิตที่ดีกล่าว คือ มีการบริหารจัดการจุดต่างๆ ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวตามกระแสการไหลเวียนของนักท่องเที่ยว (เช่น ควรมีการบริหารการให้บริการนักท่องเที่ยวตั้งแต่ที่สนามบิน ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว การเดินทางไปยังที่พัก โรงแรม ร้านอาหาร ตัวแทนท่องเที่ยว บริษัทรถเช่า จุดท่องเที่ยวต่างๆ ไปจนกระทั่งถึงโรงพยาบาล) ทั้งนี้เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความพอใจสูงสุดในการท่องเที่ยว

#### แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหาร และการตลาด

การบริหารธุรกิจบริการแบบประสมประสาน 8 ประการ (The Eight components of Intergrated Service Management) หมายถึงการวางแผนและการบริหารกิจกรรมการตลาด (Marketing) การปฏิบัติการ (Operations) และทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) โดยให้มีการประสานงานกันเป็นอย่างดีเพื่อให้บรรลุความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 8 ประการ ดังรูป 2 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Elements) หมายถึง ทุกส่วนประกอบของการให้บริการที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ซึ่งแสดงถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ และเป็นการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ในเรื่องของบริการนั้นจะต้องเน้นที่ประโยชน์หลักที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์หลัก และยังคงพิจารณาถึงประโยชน์เพิ่มเติมที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์เสริมด้วย

ราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ของผู้ใช้บริการ (Price and Other User Outlays) เป็นค่าใช้จ่ายในรูปของเงิน เวลา และความพยายามที่เกิดขึ้นในการซื้อและใช้บริการของลูกค้า



ที่มา: สรุปจากแนวคิดของ Lovelock and Wright (อ้างถึงใน Lovelock and Wright, 2002)

### แผนภาพที่ 1 การบริหารธุรกิจบริการแบบประสมประสาน

การจัดจำหน่าย (Place) พื้นที่ในเว็บไซต์ (Cyberspace) และเวลาที่ให้บริการ (Time) เป็น การตัดสินใจว่าจะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเมื่อใด (ควรใช้เวลาเท่าใดในการส่งมอบบริการ) ที่ ไหน ผลการตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) และอย่างไร [การตัดสินใจว่าจะใช้ช่องทางการ จัดจำหน่าย (Distribution) ทางด้านกายภาพ เช่น จัดจำหน่ายโดยบริษัทตัวแทนจำหน่าย (Travel Agent) และ (หรือ) ทางด้านอิเล็กทรอนิกส์] ซึ่งการตัดสินใจทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจ บริการ

การให้บริการข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตจะใช้ฐานข้อมูลที่ส่งมอบผ่านพื้นที่ในเว็บไซต์ใน คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์ ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงสถานที่และเวลา ธุรกิจสามารถส่งมอบบริการไปยังลูกค้าโดยตรง ในการให้บริการและการติดต่อกับลูกค้าจะต้อง คำนึงถึงความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) ในด้านความรวดเร็วและความสะดวก ซึ่งเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์การส่งมอบบริการให้กับผู้บริโภค

การส่งเสริมการตลาดและการให้ความรู้กับลูกค้า (Promotion and Education) เป็นกิจกรรม การสื่อสารและการออกแบบสิ่งจูงใจเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสำหรับการให้บริการ ใน เรื่องใดเรื่องหนึ่ง

พนักงาน (People) พนักงานผู้ให้บริการเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจบริการ พนักงานสามารถสร้างการรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการให้กับลูกค้า กล่าวคือ

ลูกค้ามักจะพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการจากการประเมินสิ่งที่เขารับรู้ในบริการที่ได้รับจากพนักงาน ดังนั้นธุรกิจให้บริการที่ประสบความสำเร็จจะต้องให้ความพยายามอย่างมากในการวางแผนด้านกำลังคน การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา และการจูงใจ พนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นพนักงานที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรงหรือพนักงานในสำนักงานที่ทำหน้าที่ด้านบริหารและด้านอื่นๆ ด้วย

กระบวนการ (Process) เป็นวิธีการดำเนินการหรือการปฏิบัติ (Operations) ซึ่งเกี่ยวข้องกับขั้นตอนที่จำเป็นของการให้บริการ กล่าวคือ การสร้างและการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าจะต้องอาศัยการออกแบบและปฏิบัติตามกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในกระบวนการจะอธิบายถึงลักษณะและขั้นตอนในระบบการปฏิบัติงานทางด้านบริการ ซึ่งการออกแบบระบบที่ไม่ดีอาจจะทำให้ลูกค้าได้รับบริการล่าช้าได้ โดยกระบวนการในการบริการประกอบด้วย

- กระบวนการให้บริการโดยบุคคล (People Processing Services) เป็นบริการที่เกี่ยวข้องกับเวลาและการเคลื่อนไหวของพนักงาน เช่น ขั้นตอนการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน เป็นต้น
  - กระบวนการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการ (Possession Processing Services) เป็นขั้นตอนการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการทำให้ลูกค้าได้เป็นเจ้าของบริการนั้น เช่น ระบบการจองตั๋ว ระบบการจัดคิวต่างๆ เป็นต้น
  - กระบวนการจัดสิ่งกระตุ้นทางด้านความคด (Mental Stimulus Processing Service) เป็นการปฏิบัติการโดยมุ่งให้เกิดทัศนคติที่ดีในจิตใจของลูกค้า เช่น การอธิบายถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้บัตรเครดิต
  - กระบวนการให้บริการข้อมูลสารสนเทศ (Information Processing Services) เป็นการให้บริการทางด้านข้อมูลกับลูกค้า เช่น การให้คำแนะนำหรือการให้ข้อมูลโดยการสาธิตในกรณีที่เกิดภาวะฉุกเฉินแก่ผู้โดยสารขณะอยู่บนเครื่องบิน
- การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งจูงใจที่สามารถมองเห็นได้ ซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพในการให้บริการ

การเพิ่มผลผลิต (Productivity) และคุณภาพ (Quality) ดังนี้ การเพิ่มผลผลิต(Productivity) เป็นวิธีการใช้ปัจจัยนำเข้า(Inputs) ในการให้บริการ เพื่อแปรสภาพเป็นผลผลิต (Outputs) และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า ดังนั้นผลผลิต (Outputs) ก็คือ ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ของผู้ให้บริการ กล่าวคือ เป็นผลประโยชน์ที่ส่งมอบให้กับลูกค้า ส่วนปัจจัยนำเข้า (Inputs) ก็คือปัจจัยการผลิตที่ผู้ให้บริการใช้ ซึ่งเป็นต้นทุนของผู้ให้บริการ โดยจะนำมาเป็นแนวทางในการตั้งราคาซึ่งถือเป็น



ต้นทุนของลูกค้า โดยจะต้องให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าได้รับความประหยัดหรือประสิทธิภาพ (Efficiency)

ส่วนคุณภาพ (Quality) เป็นระดับบริการที่สามารถตอบสนองความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (Wants) และความคาดหวังของลูกค้า (Expectations) ได้ ซึ่งคุณภาพการให้บริการจะต้องพิจารณาด้านต่างๆ ดังนี้

ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสามารถในการให้บริการตามที่สัญญาไว้ อย่างมีคุณภาพและถูกต้องแม่นยำ

การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นความเต็มใจที่ช่วยเหลือ และให้บริการแก่ลูกค้าอย่างกระตือรือร้น

ความมั่นใจได้ (Assurance) เป็นการแสดงถึงความรู้และมนุษยสัมพันธ์ ของผู้ให้บริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ

ความเห็นใจ (การเข้าถึงจิตใจ) (Empathy) เป็นการดูแลเอาใจใส่และให้ความสนใจ ที่ผู้ให้บริการมีต่อผู้ใช้บริการ

ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) เป็นลักษณะที่ปรากฏให้เห็นหรือสิ่งที่สามารถจับต้องได้ เช่น วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ อาคารสถานที่ บุคคล เป็นต้น

#### การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) กล่าวว่า ทริพยากรการท่องเที่ยวจัดเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่รักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนนี้เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1980 ทั้งนี้ในการประชุมสุดยอดแห่งสหประชาชาติที่นครริโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล ในปี 2535 ที่เรียกว่า Rio Summit หรือ Earth Summit มีอนุสัญญา 1 ใน 5 ฉบับ คือ Agenda 21 หรือแผนแม่บทของโลกที่กล่าวถึงการพัฒนาทุกประเภทต้องเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืนสำหรับประเทศไทยในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) ได้มีการกำหนดเป้าหมายสูงสุดในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยวและจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะยาวได้

การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีความจำเป็นในการรักษาสมดุลของทรัพยากรการท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญและมีความสัมพันธ์โดยตรงกับประชาชนในพื้นที่และสังคมดังนั้น

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงหมายถึง การกำหนดแนวทางการใช้ประโยชน์และการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สมาชิกของสังคมในปัจจุบันและอนาคต โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดไป

อย่างไรก็ตามแนวคิดของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
  2. การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน
  3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว
1. การประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อย่างยั่งยืน

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญ ดังนี้ เพื่อให้การใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นไปอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวให้คงอยู่อย่างยั่งยืนและเพื่อป้องกันผลกระทบต่างๆ ที่จะเกิดกับทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

### การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยหลักการ 10 ประการ ดังนี้

1. **อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอคิ (Using Resource Sustainable)** หมายถึงผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องมีวิธีการจัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม ทั้งมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ดั้งเดิมอย่างเพียงพอ หรือใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้อย่างประหยัดให้คุ้มค่า โดยคำนึงถึงต้นทุนอันเป็นคุณค่า คุณภาพของธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ประกอบด้วย

- 1.1 การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง การสงวนรักษาคุณภาพของทรัพยากรให้มีคุณค่าต่อชีวิตที่ดี รู้วิธีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ปรับปรุงบำรุงให้เกิดประโยชน์ได้นาน เพิ่มพูนและเสริมสร้างไว้ให้มีมากเพียงพอต่อการใช้ในการดำรงชีวิตอย่างเหมาะสม

1.2 การปรับปรุงและฟื้นฟูทรัพยากรต้องคงความเป็นเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิมไว้ให้มากที่สุด เกิดผลกระทบอันเป็นผลเสียน้อยที่สุด โดยการ ใช้ภูมิปัญญาพื้นบ้านประยุกต์กับเทคโนโลยีแบบใหม่ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและเหมาะสมนั้น จะเป็นแนวทางให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยาวนาน

2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นและลดการก่อของเสีย (Reducing Over consumption and Waste) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องร่วมกันวางแผนกับผู้เกี่ยวข้องจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพหรือจัดหาทรัพยากรอื่นที่มีคุณสมบัติ มีคุณภาพเหมือนกัน ใช้ทดแทนกันได้ เพื่อลดการใช้ทรัพยากรที่หายาก เช่น สิ่งก่อสร้างที่ใช้ไม้จากธรรมชาติ หากลดการใช้ไม้ลง โดยใช้วัสดุที่มีคุณสมบัติคล้ายไม้สร้างเสริมประกอบจะเป็นการช่วยลดการตัดต้นไม้ลงได้หรือการสร้างอาคารเพื่อบริการนักท่องเที่ยว อาจใช้วัสดุโปร่งแสงประกอบ เพื่อรับแสงสว่างจากธรรมชาติเพื่อลดแสงสว่างจากการใช้ไฟฟ้า เป็นต้น การลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและลดการใช้พลังงานไฟฟ้ามีส่วนช่วยในการลดค่าใช้จ่าย หรือลดต้นทุนการผลิตของผู้ประกอบการสามารถนำงบประมาณที่เหลือไปใช้ในการฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม และเพิ่มคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้

ส่วนการลดการก่อของเสีย เช่น ขยะปฏิภูลต้องหาวิธีการจัดการ โดยการแยกประเภทขยะ ขยะแห้ง อาจนำระบบการหมุนเวียนการใช้ การใช้ซ้ำ และการแปรรูปกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ ส่วนขยะเปียกอาจนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์ได้

3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม (Maintain Diversity) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องวางแผนขยายฐานการท่องเที่ยว โดยการรักษาและส่งเสริมให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยการเพิ่มคุณค่าและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่นั้นนานขึ้น หรือกลับไปเที่ยวซ้ำอีก เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นน้ำตก อาจเพิ่มกิจกรรมการดูนก การปีนหน้าผา หรือหมู่บ้านวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดี อาจเพิ่มกิจกรรมการนั่งเกวียนเทียมวัวหรือควาย เป็นต้น

4. การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำงานตามแผนที่วางไว้ จะต้องประสานแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกับแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ แผนพัฒนาของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น แผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การปกครองท้องถิ่น แผนพัฒนาของสำนักงานโยธาและสิ่งแวดล้อม แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาของกระทรวง ทบวง กรมที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. **ต้องนำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Supporting Local Economy)**

ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องประสานงานกับองค์กรปกครองท้องถิ่นและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยสรรหาความโดดเด่นของทรัพยากรในท้องถิ่นนำไปประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวให้มากขึ้น เป็นการสร้างรายได้กระจายสู่ประชากรที่ประกอบการในท้องถิ่น ตัวอย่างเช่น การส่งเสริมโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลเพื่อการขยายฐานสร้างรายได้เสริมให้กับท้องถิ่น

6. **การมีส่วนร่วมการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น (Involving Local Communities)**

ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมทำงานกับท้องถิ่นแบบเป็นองค์กรร่วม โดยเข้าร่วมในลักษณะหน่วยงานร่วมจัด เช่น เป็นหน่วยร่วมทำกิจกรรมสาธารณประโยชน์ เป็นหน่วยงานร่วมวิเคราะห์หรือร่วมแก้ปัญหาเป็นหน่วยงานร่วมส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องประสานเครือข่ายระหว่างองค์กรและท้องถิ่นเพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7. **ประชุมปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน (Consulting Stakeholders and the Public)**

ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องประสานกับประชาคมในพื้นที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มประกอบการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา สถาบันการศาสนา หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบในพื้นที่ร่วมประชุมปรึกษาหารือทั้งการเพิ่มศักยภาพให้กับแหล่งท่องเที่ยว การประเมินผลกระทบการท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาที่เกิดจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและการตลาด โดยจัดการประชุมกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อร่วมปฏิบัติในทิศทางเดียวกัน เป็นการลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่ต่างกัน เช่น การใช้ที่สาธารณประโยชน์ น้ำดื่มเพื่อบริโภคในแหล่งเดียวกัน การจัดการขยะ การบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

8. **การพัฒนาบุคลากร (Training Staff)** หมายถึง การพัฒนาคุณภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว ทั้งในส่วนภาครัฐและเอกชน โดยการพัฒนาดังกล่าวจะเป็นการให้ความรู้ การฝึกอบรม การส่งพนักงานดูงานอย่างสม่ำเสมอ ให้มีความรู้ มีแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นับเป็นการพัฒนาบุคคลในองค์กร เป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการการท่องเที่ยว

9. **จัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม (Marketing Tourism Responsibly)** ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมมือกับผู้เกี่ยวข้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวข่าวสารการบริการการขายให้พร้อมเพรียงต่อการเผยแพร่อาจจัดทำในรูปแบบสื่อ

ทัศนูปกรณ์รูปแบบต่างๆ เช่น คู่มือการท่องเที่ยว คู่มือการตลาด การท่องเที่ยวที่เป็นเอกสารแผ่นพับ หนังสือคู่มือ วีดีโอ แผ่นซีดีรอม เป็นต้น

**10. ประเมินผลตรวจสอบการวิจัย (Undertaking Research)** ความจำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหาและเพิ่มคุณค่าคุณภาพต่อแหล่งท่องเที่ยวต่อการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการจะต้องมีการประเมินผลการตรวจสอบผลกระทบและการศึกษา วิจัยอย่างสม่ำเสมอ โดยการสอบถามจากผู้ใช้บริการ โดยตรง จากใบประเมินผล หรือการวิจัยตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบผลของการบริการ นำมาปรับปรุงและแก้ไขการจัดการการบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความประทับใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้

อย่างไรก็ตามนอกจากหลักการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวยังขึ้นทั้ง 10 ประการแล้ว การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีความสัมพันธ์สอดคล้องกับทิศทางด้านขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying capacity) ของทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นหมายถึงปริมาณการใช้ประโยชน์พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งที่พื้นที่นั้นสามารถจะแบกรับไว้ได้ ก่อนที่จะเกิดความเสื่อมโทรมกับพื้นที่นั้นๆ ดังนั้นขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากรท่องเที่ยวจึงวัดได้ด้วยปริมาณนักท่องเที่ยวสูงสุดที่สามารถอยู่ได้ในทุกเวลา ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหนึ่งๆ ในปริมาณที่จะทำให้สภาพแวดล้อมถูกทำลายน้อยที่สุด ยังคงรักษาสภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีไว้มากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวมีความพอใจและได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม รวมถึงความรู้สึกรื่นเริงของประชาชนในท้องถิ่นด้วย สำหรับแนวคิดขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากรท่องเที่ยวจึงมีแนวคิดพื้นฐานของขีดความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อม ด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ

### ทฤษฎีความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นลักษณะนามธรรมไม่สามารถที่จะมองเห็นเป็นรูปร่างได้ แต่สามารถสังเกตได้จากการแสดงออก โดยที่ Benjamin B. Wolman ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลตามความมุ่งหมาย และความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ Bullock ที่กล่าวว่า เป็นทัศนคติซึ่งเป็นคุณภาพรวบยอดของความรู้สึกพอใจ และไม่พอใจ โดยแสดงออกให้ทราบได้ว่าพอใจหรือไม่อย่างไร โดย Barnard (อ้างใน บดี ปุษยานันท์, 2547 : 16) ได้กล่าวถึงสิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจมีดังนี้

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ เช่น รางวัล เงิน เป็นต้น
2. สิ่งจูงใจที่เป็นโอกาสของบุคคล เช่น เกียรติภูมิ อำนาจ สิทธิพิเศษ เป็นต้น

3. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา คือ สิ่งแวดล้อมในการทำงาน อันได้แก่ สถานที่ทำงาน เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน
  4. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ คือ สมรรถภาพของหน่วยงานที่สนองความต้องการของบุคคล ในด้านความภูมิใจที่ได้แสดงออก การได้มีโอกาสในการช่วยเหลือครอบครัวตนเอง ผู้อื่น และความภาคภูมิใจในหน่วยงาน
  5. ความตั้งใจทางสังคม คือ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน
  6. การปรับสภาพการทำงานให้เหมาะสมกับวิธีการ และทัศนคติ เช่น ปรับปรุงตำแหน่งงาน หรือปรับปรุงวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับบุคคล
  7. โอกาสในการมีส่วนร่วมในการทำงาน
- สำหรับการวัดความพึงพอใจ โดยแนวทางของ อมรลักษณ์ ปรีชาหาญ (อ้างในบตี ปุษ-ยายนันท์ 2547 หน้า 16) สามารถกระทำได้โดยใช้มาตรการในการวัดดังต่อไปนี้
1. การใช้แบบสอบถาม
  2. การสัมภาษณ์
  3. การสังเกต ด้านพฤติกรรมการทำงาน กิริยาท่าทาง

#### การวิเคราะห์ SWOT

องค์กรจะบรรลุวัตถุประสงค์ ตามที่ได้ตั้งไว้นั้น สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ กลยุทธ์ แต่ละองค์กร จะมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากลักษณะที่ไม่เหมือนกันขององค์กรจะกำหนดกลยุทธ์ได้ ต้องรู้ถึงสถานภาพ หรือสภาวะขององค์กรของตนเสียก่อน เทคนิคหนึ่งในการวิเคราะห์ ความสามารถภายในองค์กรเพื่อเข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกได้ คือ การวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS

#### ความหมายของ SWOT

ความหมายของ SWOT สามารถอธิบายได้แต่ละปัจจัยได้โดยความหมายก็คือ Strengths Weaknesses Opportunities และ Threats โดยที่ จุดเด่น (Strengths) หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กร ทรัพยากร ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุ วัตถุประสงค์ จุดด้อย (Weaknesses) หมายถึงข้อจำกัดภายในองค์กรที่ด้อยความสารลซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ โอกาส (Opportunities) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกองค์กรที่เอื้ออำนวยให้การทำงานภายในองค์กรบรรลุ วัตถุประสงค์ และอุปสรรค (Threats) หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ไม่เอื้ออำนวยต่อ การทำงานขององค์กร ให้บรรลุวัตถุประสงค์



สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้วยการวิเคราะห์ SWOT ในความหมายก็คือ การตรวจสอบสภาพแวดล้อม ภายในองค์กรธุรกิจ ( บุคลากร เงิน ผู้บริหาร ผลิตภัณฑ์ โครงสร้าง การผลิต ฯลฯ ) เพื่อให้ทราบถึงจุดเด่นและจุดด้อย ซึ่งองค์กรก็สามารถค้นหาจุดเด่นเพื่อถกถวย โอกาสหรือหนีอุปสรรคทั้งการค้นพบจุดด้อยเพื่อพัฒนาให้ดีขึ้นไป นอกจากนี้การวิเคราะห์ SWOT ยังช่วยให้องค์กรทราบจุดเด่นที่ถูกอำพรางเพราะมิได้ให้ความสำคัญ และจุดด้อยที่ถูกกลบไปแต่ ละช่วงเวลา จุดเด่นขององค์กรสามารถพิจารณาได้จากความสามารถ (Capabilities) ทรัพยากร (Resources) หรือปัจจัยอื่นๆภายในองค์กรที่มีเหนือกว่า คู่แข่งขันรวมทั้งจะเป็นสิ่งที่จะช่วยให้ องค์กรได้เปรียบในการแข่งขันเช่นคุณภาพสินค้าและบริการที่ดีกว่าคู่แข่ง เทคโนโลยีที่ เหนือกว่าคู่แข่ง เป็นต้น ในขณะที่จุดด้อยเป็นปัจจัยภายในขององค์กรที่องค์กรขาดหรือทำได้แ่ กว่าคู่แข่งและก่อให้เกิดความเสียเปรียบในการแข่งขัน เช่นเทคโนโลยีที่ล้าหลังกว่าคู่แข่ง ช่อง ทางการจัดจำหน่ายที่ไม่เข้มแข็ง

การพิจารณาจุดเด่น และจุดด้อยขององค์กรสามารถกระทำได้โดยพิจารณาเปรียบเทียบกับ คู่แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน พิจารณาผลงานในอดีตของตัวเองในแต่ละปีแต่ละไตรมาส สุดท้ายเป็นการเปรียบเทียบผลงานของตัวเองกับค่าเฉลี่ยภายในอุตสาหกรรม ในแต่ละองค์กรจะมี จุดเด่นและจุดด้อยอยู่เป็นจำนวนมาก ปัจจัยจุดเด่นบางประการมีอิทธิพลต่อการแข่งขันมากกว่า จุดเด่นปัจจัยอื่น ตัวอย่างเช่น องค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมค้าปลีกจุดเด่นด้านทำเลที่ตั้ง (Location) จะส่งผลต่อการแข่งขันหรือมีความสำคัญมากกว่าจุดเด่นด้านการวิจัยและพัฒนาในทาง กลับกันปัจจัยด้านจุดด้อยบางประการก็มีความสำคัญและอิทธิพลต่อการแข่งขันทางธุรกิจมากกว่า จุดด้อยปัจจัยอื่น เช่น การมีช่องทางการจำหน่ายที่น้อย อาจไม่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร เหมือนกับการขาดแคลนนักวิทยาศาสตร์ในฝ่ายวิจัย และพัฒนาขององค์กรที่อยู่ในอุตสาหกรรมยา เป็นต้น

#### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นายแพทย์อมร นนทสูตร (2543) ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนางานส่งเสริมสุขภาพว่าเป็น แนวคิดทางสังคมเป็นตัวนำ จะมีบทบาทโดดเด่นมากกว่า แนวคิดทางเศรษฐกิจ เพราะจากการที่ได้มี การทดลองวิธีการทางเศรษฐกิจมานาน และมีการพัฒนามาหลายแผน ผลที่สุด ช่องว่างก็ยิ่งห่างกัน ไปทุกที เกิดช่องว่างทางสังคม จึงมีคณพยายามนำแนวคิดทางสังคมขึ้นมาเป็นตัวหลัก ในการ กำหนดนโยบาย แนวคิดทางสังคมที่เสนอใช้คือ 1.ความเสมอภาค 2.การให้คนเป็นศูนย์กลางของ การพัฒนา 3. ความยั่งยืนของการพัฒนา 4.ทำให้ทุกอย่างมีประสิทธิภาพคุ้มค่ากับการลงทุน

**ธงชัย พุ่มพวง (2544)** เสนอว่า ภูเก็ต จังหวัดพะเยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกษตรแห่งใหม่ทั้งดงและบริสุทธิ์ ด้วยการมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยกลุ่มเกษตรกรได้รวมตัวกันเป็นชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูเก็ต และกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวทั้ง 1 วัน และ 2 วัน 1 คืน ดังเช่น

- โปรแกรมที่ 1 ชมการถ่ายภาพทะเลหมอก ถ้ำพระเหล็กไหล สัมผัสชีวิตชาวไทยภูเขา ชมโครงการหลวงน้ำกร ชมสวนลิ้นจี่
- โปรแกรมที่ 2 พิษณุโลกที่ 1,700 เมตร ชมไม้ดอกและพืชผักเมืองหนาว ปลอดภัย
- โปรแกรมที่ 3 เส้นทางภูดินน้ำยม ชมพญาเหยี่ยวคำ ชมไร่ไร่ก่อ ความหลากหลายทางธรรมชาติ

**วิระพงษ์ แสนจันทร์ และคณะ (2545)** ได้รายงานว่ารัฐบาลได้กำหนดเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวให้มีรายได้เพิ่มในปีละ 5 หมื่นล้านบาท จากปัจจุบันมีรายได้ปีละประมาณ 3 แสนล้านบาท โดยได้กำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี 2545 ซึ่งมีประเด็นสำคัญดังเช่น 1) ให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) การบริหารการท่องเที่ยวให้เกิดการกระจายด้านเศรษฐกิจไปยังชุมชนต่าง ๆ เกิดการเชื่อมโยงกับนโยบาย 1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม 4) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เชิงสุขภาพ เชิงกีฬา และเชิงเกษตร เป็นต้น

**นิติภูมิ นวรัตน์ (2546)** ได้เสนอเรื่องการท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับ ในปี 2503 ได้ส่งสินค้าออกได้เงิน 8,614 ล้านบาท มีรายได้จากการท่องเที่ยว 196 ล้านบาท มีนักท่องเที่ยว 81,340 คน เมื่อปี 2516 มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยว 1 ล้านคนเป็นปีแรก มีรายได้ 3,457 ล้านบาท ขณะที่ส่งสินค้าออกมีรายได้เพียง 32,226 ล้านบาท ปี 2533 มีนักท่องเที่ยว 5 ล้านคน เป็นปีแรก ปี 2544 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเมืองไทย 10 ล้านคน เป็นครั้งแรก ทำรายได้ถึง 299,047 ล้านบาท ขณะที่มูลค่าส่งออก 2.8 ล้านล้านบาท จึงถือว่าประสบความสำเร็จทั้งการท่องเที่ยวและส่งออก ขณะที่ประเทศมาเลเซีย ในปี 2537 มีนักท่องเที่ยว 7.19 ล้านคน ปี 2544 และ 2541 ลดลงเหลือ 6.21 ล้านคน และ 5.55 ล้านคน ตามลำดับจากสาเหตุไฟฟ้าในประเทศอินโดนีเซีย แต่รัฐบาลใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ จนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในปี 2542 เป็น 7.93 ล้านคน ปี 2543 มี 10 ล้านคน เป็นปีแรก ปี 2544 มี 12.77 ล้านคน และปี 2545 มีนักท่องเที่ยว 13.29 ล้านคน มาเลเซียมีประชากรน้อยกว่าไทยเกือบ 3 เท่า มีพื้นที่ของประเทศน้อยกว่าไทย ทรัพยากรธรรมชาติก็น้อยกว่าไทย แต่มีนักท่องเที่ยวมากกว่า ปัญหาต่าง ๆ ทั้งคนและระบบงานต้องรีบช่วยกันแก้ไข

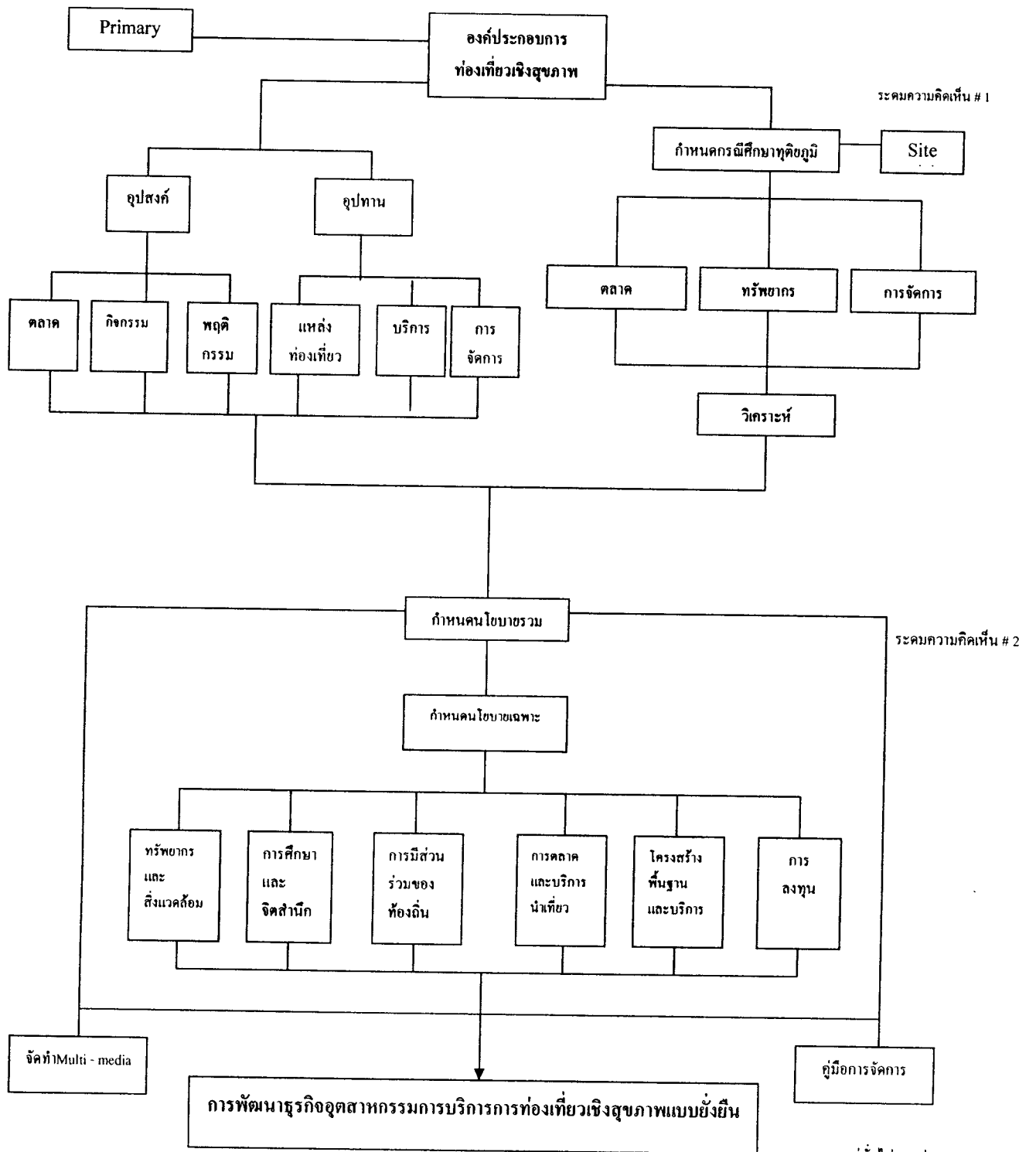


สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ได้รายงานในการประชุมสัมมนา เรื่อง การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งได้สรุปประเด็นปัญหาด้านการท่องเที่ยวหลัก 5 เรื่อง คือ

- 1) ปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม
- 2) พฤติกรรมผู้ประกอบการและการค้าที่ไม่เป็นธรรม
- 3) การเข้าถึงจากต่างประเทศและการเชื่อมโยงภายในประเทศ
- 4) การสร้างมูลค่าเพิ่ม
- 5) ความปลอดภัยและภัยจากการก่อการร้าย

ในขณะเดียวกัน ในรายงานได้เสนอแนะมาตรการแก้ปัญหาประเด็นต่าง ๆ ไว้ เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องนำสู่การปฏิบัติต่อไป

กรอบแนวความคิด (Conceptual FrameWork)



แผนภาพที่ 2 แบบจำลองแนวความคิดรวบยอด (Conceptual Framework)

เผยแพร่ทั่วไปและประชุม  
กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

**สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)**

ในการวิจัยในครั้งนี้คาดว่าข้อมูลที่สนับสนุนสมมติฐานงานวิจัย เพื่อการทดสอบที่ว่า ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

**บทที่ 3**  
**วิธีการวิจัย**  
**(Research Methodology)**

**สถานที่ดำเนินการวิจัย (Local of the Study)**

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา และวิเคราะห์การจัดทำแผนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยมีพื้นที่ในการศึกษาได้แก่ จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 จังหวัด ซึ่งประกอบด้วย 1.จังหวัดหนองคาย 2.จังหวัดอุดรธานี 3.จังหวัดขอนแก่น และ 4.จังหวัดเลย โดยแต่ละจังหวัดได้ทำการกำหนดสถานที่คือในเขตอำเภอเมือง และเขตอำเภอใกล้เคียง

**ประชากร และการสุ่มตัวอย่าง (Population and Sampling Procedures)**

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ลักษณะการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Prospective Sampling) โดยทำการเก็บตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ จำนวน 440 ราย และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 42 ราย

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument)**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้แบบสัมภาษณ์ โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

**การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)**

**ข้อมูลปฐมภูมิ** ใช้การศึกษาแบบ RRA (Rapid Rural Appraisal) โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Performance) โดยการใช้แบบสอบถามเชิงลึก สัมภาษณ์รายตัว

**ข้อมูลทุติยภูมิ** โดยการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งสวนราชการ และเอกชน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ นี้ทางคณะวิจัยจะได้ทำการประสานงานดังนี้

1. ทำหนังสือออกจากมหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล ไปยังเจ้าของ หรือผู้รับผิดชอบในพื้นที่ๆ ทำการศึกษา
2. ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการใช้แบบสัมภาษณ์ตามวัน เวลา และสถานที่ๆ ได้กำหนดไว้

### การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยรูปแบบตารางร้อยละและรูปภาพเพื่อตอบวัตถุประสงค์ที่ 1, 4, 5 และ 6

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการใช้โปรแกรม SPSS วิเคราะห์แบบจำลองในรูปแบบการหาความสัมพันธ์ (Chi-Squar Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในข้อที่ 3 ตลอดจนการวิเคราะห์ทัศนคติของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระดับความสำคัญของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในข้อที่ 2 โดยการใช้วิธีการคำนวณค่าน้ำหนักเฉลี่ย (Weight Mean Score : WMS) โดยมีวิธีการคือ

$$\text{WMS} = \frac{5f_1 + 4f_2 + 3f_3 + 2f_4 + 1f_5}{\text{TNR}}$$

โดยที่

WMS	=	น้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญ
$f_1$	=	จำนวนของผู้เลือกตอบมีความสำคัญมากที่สุด
$f_2$	=	จำนวนของผู้เลือกตอบมีความสำคัญมาก
$f_3$	=	จำนวนของผู้เลือกตอบมีความสำคัญปานกลาง
$f_4$	=	จำนวนของผู้เลือกตอบมีความสำคัญน้อย
$f_5$	=	จำนวนของผู้เลือกตอบมีความสำคัญน้อยที่สุด
TNR	=	จำนวนผู้ตอบข้อมูลทั้งหมด

โดยการกำหนดระดับความสำคัญ และค่าคะแนนในแต่ละระดับดังนี้คือ

5	=	ระดับความสำคัญมากที่สุด
4	=	ระดับความสำคัญมาก
3	=	ระดับความสำคัญปานกลาง
2	=	ระดับความสำคัญน้อย
1	=	ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

จากนั้นนำค่าคะแนนที่ได้มาคิดคำนวณน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์ในการตัดสินใจคือ

ตารางที่ 1 เกณฑ์ในการตัดสินใจค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจ (อ้างอิงใน บดี และคณะ 2547 : 27)

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3. SWOT Analysis ของนโยบายจากภาครัฐ เพื่อนำมาใช้ในการจัดทำแผนปฏิบัติการ และการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการวางแผนในการลงทุน ตามวัตถุประสงค์ในข้อที่ 5 และ 6

**บทที่ 4**  
**ผลการวิจัย**  
**(Results and Discussion)**

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงผลกระทบอันเกิดจากทัศนคติของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตลอดจนศึกษาถึงผลกระทบอันเกิดจากนโยบายของภาครัฐ ตลอดจน การจัดการด้านการตลาด (4 Ps) และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีพื้นที่การศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดร หนองคาย และเลย โดยผลการวิจัยทางทฤษฎีได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 7 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย และเลย
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเดินทาง และการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย และเลย
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น
4. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในส่วนของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
5. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
6. แนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทัศนคติของนักท่องเที่ยว
7. ข้อมูลเกี่ยวกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

**ข้อมูลส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย และเลย**

จากการศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตอำเภอเมืองภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น จังหวัด อุดรธานี จังหวัดหนองคาย และจังหวัดเลย จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพส่วนใหญ่แล้วนั้นมีระดับอายุอยู่ระหว่าง 30 – 40 ปี โดยมีอายุโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 34.75 ปี และโดยส่วนใหญ่แล้วจะประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 22.70 รองลงมาจะเป็นนิสิตนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.10 และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 19.10 และอีกร้อยละ 37.10 จะประกอบอาชีพอื่นๆ กระจายกันไป จากการศึกษาดังต่อไปนี้พบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่แล้วนั้น จะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีซึ่งคิดเป็นร้อยละ 43.90 รองลงมาร้อยละ 19.80 จะมีระดับ

การศึกษาที่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าบุคคลกลุ่มนี้นั้นมักจะมีอายุที่ค่อนข้างมาก กล่าวคือมีอายุในระดับ 45 ปีขึ้นไป ซึ่งมักจะนิยม และเป็นวัยที่ต้องให้ความใส่ใจในด้านของการรักษาสุขภาพมากกว่าบุคคลที่มีระดับอายุที่ต่ำกว่า

#### ระดับอายุ

ผลจากการศึกษานี้พบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยที่ 34.82 ปี โดยมีผู้ที่มีอายุน้อยที่สุดมีระดับอายุที่ 15 ปี และผู้ที่มีอายุมากที่สุดมีระดับอายุที่ 80 ปี จากข้อมูลดังกล่าวสามารถที่จะกล่าวได้ว่าอายุโดยเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลเป็นช่วงอายุที่อยู่ในวัยทำงาน อีกทั้งยังเป็นวัยที่ชอบในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เลือกมาท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพทั้ง 4 จังหวัดจะมีอายุในระดับที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นพฤติกรรม แนวคิด นั้นอาจจะเป็นไปได้ที่จะมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน แต่สิ่งที่น่าสังเกตในการศึกษารั้งนี้คือกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมากในสถานที่ท่องเที่ยวทั้ง 4 จังหวัด ที่ได้เข้ามาสนใจในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยทั้งนี้อาจจะเนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าคอร์สสำหรับออกกำลังกาย การทานอาหารเพื่อสุขภาพ การนวดแผนโบราณ หรือแม้กระทั่งพอกสปา นั้นเป็นสิ่งที่บุคคลวัยหนุ่ม-สาวได้ให้ความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมืองใหญ่ๆ รวมไปถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยใช้ดารานักร้อง วิทยุ นมาช่วยในการโฆษณา หรือชักชวน ประกอบกับบุคคลที่มีระดับอายุดังกล่าวนั้นยังคงเป็นวัยที่มีความสนุกสนาน ร่าเริง ชอบการเลียนแบบ เมื่อเห็น บุคคลที่มีชื่อเสียงทำ ก็อยากที่จะทำตาม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ย่อมส่งผลไปถึงรสนิยมในการบริโภคของวัยหนุ่มสาว ณ ปัจจุบัน นั้นแตกต่างไปจากรสนิยมของวัยหนุ่มสาวสมัยก่อนอย่างสิ้นเชิง และเมื่อพิจารณาข้อมูลจากตารางนั้นเราสามารถที่จะแสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลโดยจำแนกตามจังหวัดแต่ละแห่งดังนี้

ระดับอายุของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดหนองคายมีอายุโดยเฉลี่ยที่ 37.36 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.82 รองลงมาอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.73 ร้อยละ 21.82 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 15.45 มีอายุมากกว่า 50 ปี และ ร้อยละ 8.18 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี

ระดับอายุของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดอุดรธานีมีอายุโดยเฉลี่ยที่ 35.92 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.27 รองลงมาอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.82 ร้อยละ 20.91 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 16.36 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และร้อยละ 13.64 มีอายุมากกว่า 50 ปี



ระดับอายุของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นมีอายุโดยเฉลี่ยที่ 34.22 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.64 รองลงมาอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.09 ร้อยละ 19.09 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ร้อยละ 11.82 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และร้อยละ 6.36 มีอายุมากกว่า 50 ปี

ระดับอายุของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเลยมีอายุโดยเฉลี่ยที่ 31.76 ปี โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.18 รองลงมาอายุระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.91 ร้อยละ 19.09 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 14.55 มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี และร้อยละ 7.27 มีอายุมากกว่า 50 ปี

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว จำแนกตามจังหวัดหนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และเลย

	หนองคาย		อุดรธานี		ขอนแก่น		เลย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	9	8.18	18	16.36	13	11.82	21	19.09
21 - 30 ปี	35	31.82	23	20.91	37	33.64	42	38.18
31 - 40 ปี	24	21.82	30	27.27	32	29.09	23	20.91
41 - 50 ปี	25	22.73	24	21.82	21	19.09	16	14.55
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	17	15.45	15	13.64	7	6.36	8	7.27
<b>รวม</b>	<b>110</b>	<b>100.00</b>	<b>110</b>	<b>100.00</b>	<b>110</b>	<b>100.00</b>	<b>110</b>	<b>100.00</b>
ค่าเฉลี่ย (ปี)	37.36 ปี		35.92 ปี		34.22 ปี		31.76 ปี	
S.d.	13.91		12.86		11.67		12.34	
อายุโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ใน 4 จังหวัด (n = 440 คน)			34.82 ปี		Min - Max (ปี)		15.00 - 80.00	

หมายเหตุ : ค่าร้อยละที่ได้ ได้มาจากการปัดจุดทศนิยม

## อาชีพ

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพจะมีอาชีพรับราชการ โดยคิดเป็นร้อยละ 22.73 รองลงมาร้อยละ 21.14 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 19.09 ประกอบอาชีพเป็นลูกจ้าง หรือพนักงานบริษัทเอกชนต่างๆ ร้อยละ 15.00 ประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ หรือทำธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 8.18 ประกอบอาชีพด้านอื่นๆ เช่น การเป็นแม่บ้าน หรือ หมายความเป็นต้น ร้อยละ 5.68 ประกอบอาชีพในการรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 4.55 ประกอบอาชีพด้านการเกษตรกรรม และร้อยละ 3.64 ประกอบอาชีพในการรับราชการรัฐวิสาหกิจ และเมื่อพิจารณาข้อมูลจากตารางนั้นเราสามารถที่จะแสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวผู้ใช้ข้อมูลโดยจำแนกตามจังหวัดแต่ละแห่งดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และ  
เลย จำแนกตามลักษณะการประกอบอาชีพ

อาชีพ	หนองคาย		อุดรธานี		ขอนแก่น		เลย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.รับราชการ	31	28.18	26	23.64	21	19.09	22	20.00
2.รัฐวิสาหกิจ	3	2.73	6	5.45	3	2.73	4	3.64
3.เจ้าของกิจการ /ธุรกิจส่วนตัว	13	11.82	18	16.36	15	13.64	20	8.18
4.นักเรียน/นักศึกษา	19	17.27	21	19.09	16	14.55	37	33.64
5.เกษตรกรรม	6	5.45	6	5.45	4	3.64	4	3.64
6.ลูกจ้าง /พนักงานเอกชน	24	21.82	17	15.45	26	23.64	17	15.45
7.รับจ้างทั่วไป	4	3.64	8	7.27	11	10.00	2	1.82
8.อื่นๆ เช่น แม่บ้าน หมายความ	10	9.09	8	7.27	14	12.73	4	3.64
รวม	110	100.00	110	100.00	110	100.00	110	100.00

จากตารางจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายนั้น โดยส่วนใหญ่แล้วจะมีอาชีพในการรับราชการ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 28.18 ซึ่งบุคคลเหล่านี้โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นข้าราชการที่ลาพักก่อน หรือบางรายก็รับราชการในเขตจังหวัดหนองคายเอง รองลงมาคือ พนักงานบริษัท หรือห้างร้านเอกชนต่างๆ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 21.82 ร้อยละ 17.27 เป็นนักเรียน และนักศึกษา ร้อยละ 11.82 เป็นเจ้าของธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 9.09 ประกอบอาชีพด้านอื่นๆ เช่น แม่บ้าน หรือทนายความ ร้อยละ 5.45 ประกอบอาชีพด้านการเกษตรกรรม ร้อยละ 3.64 ประกอบอาชีพในการรับจ้างทั่วไป และร้อยละ 2.73 ประกอบอาชีพการรับราชการทางรัฐวิสาหกิจ

สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดอุดรธาณินั้น โดยส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพรับราชการเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย แต่โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นจะรับราชการอยู่ในพื้นที่ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 23.64 รองลงมา ร้อยละ 19.09 จะเป็นนักเรียน และนักศึกษา ร้อยละ 16.36 จะเป็นเจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 15.45 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท หรือห้างร้านเอกชนต่างๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพ อื่นๆ เช่น แม่บ้าน หรือทนายความ และ การรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 7.27 เท่ากัน และอีกร้อยละ 5.45 นั้นจะประกอบอาชีพทางการเกษตรกรรม และเป็นข้าราชการรัฐวิสาหกิจ

สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น โดยส่วนใหญ่แล้วจะประกอบอาชีพในการเป็นพนักงานบริษัท หรือห้างร้านเอกชนต่างๆ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 23.64 รองลงมา ร้อยละ 19.09 ประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ ร้อยละ 14.55 เป็นนักเรียน และนักศึกษา ร้อยละ 13.64 เป็นเจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 12.73 ประกอบอาชีพด้านอื่นๆ คือเป็นแม่บ้าน หรือทนายความ ร้อยละ 10.00 ประกอบอาชีพในการรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 3.64 ประกอบอาชีพในด้านการเกษตรกรรม และ ร้อยละ 2.73 เป็นข้าราชการรัฐวิสาหกิจ

สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเลย โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเป็นนักเรียน และนักศึกษา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 33.64 รองลงมา ร้อยละ 20.00 จะประกอบอาชีพเป็นข้าราชการ ร้อยละ 15.45 จะประกอบอาชีพในการเป็นพนักงานบริษัท หรือห้างร้านเอกชนต่างๆ ร้อยละ 8.18 64 เป็นเจ้าของกิจการธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 3.64 จะประกอบอาชีพเป็นข้าราชการรัฐวิสาหกิจ ประกอบอาชีพด้านการเกษตรกรรม และอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน หรือทนายความ เป็นจำนวนที่เท่ากัน และ ร้อยละ 1.82 จะประกอบอาชีพในการรับจ้างทั่วไป

### วุฒิการศึกษา

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีโดยคิดเป็นร้อยละ 43.86 รองลงมาร้อยละ 19.77 จะมีระดับการศึกษาที่ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 18.64 มีระดับการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ร้อยละ 9.77 มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่าชั้นมัธยมศึกษา คือ ประถมศึกษา ซึ่งโดยส่วนมากแล้วจะเป็นผู้สูงอายุ และมักจะประกอบอาชีพด้านการเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 7.27 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโท และร้อยละ 0.68 จะมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาเอก และเมื่อพิจารณาข้อมูลจากตารางนี้เราสามารถที่จะแสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวผู้ใช้ข้อมูลโดยจำแนกตามจังหวัดแต่ละแห่งดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และ  
เลข จำแนกตามลักษณะวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	หนองคาย		อุดรธานี		ขอนแก่น		เลย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.มัธยมศึกษา	23	20.91	21	19.09	19	17.27	24	21.82
2.ปวช / ปวส.	21	19.09	17	15.45	24	21.82	20	18.18
3.ปริญญาตรี	49	44.55	50	45.45	45	40.91	49	44.55
4.ปริญญาโท	6	5.45	6	5.45	15	13.64	5	4.55
5.สูงกว่าปริญญาโท	2	1.82	1	0.91	-	-	-	-
6. อื่นๆ เช่น ประถมศึกษา	9	8.18	15	13.64	7	6.36	12	10.91
รวม	110	100.00	110	100.00	110	100.00	110	100.00

### ระดับรายได้ต่อเดือน

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยคือ 25,858.30 บาท และเมื่อจำแนกแล้วจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.95 รองลงมาจะมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.23 รายได้ต่อเดือนที่ระดับ 50,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.64 รายได้ต่อเดือนที่ระดับ 100,001 – 150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.82 รายได้ต่อเดือนที่ระดับ 150,001 – 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.91 และรายได้ต่อเดือนที่ระดับมากกว่า 200,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.45 และเมื่อพิจารณาจากข้อมูลข้างต้น และรวมถึงตารางในด้านของรายได้จะเห็นได้ว่าผู้ที่เป็นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเป็นกลุ่มคนที่มึระดับรายได้อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งจะเห็นได้ว่าค่าเฉลี่ยของระดับรายได้ต่อเดือนนั้นไม่ค่อสูงมากนัก และเมื่อพิจารณาถึงข้อมูลในตารางจะพบในสิ่งที่ไม่น่าจะเป็นไปได้คือจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดเลย ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน่าจะมีศักยภาพในเรื่องของการแสวงหารายได้ต่อเดือนที่มากกว่าจังหวัดหนองคาย หรืออุดรธานี และเมื่อพิจารณาถึงข้อมูลไม่ว่าจะเป็นในด้านของอายุ วุฒิการศึกษา หรือการประกอบอาชีพ จะเห็นได้ว่าในจังหวัดขอนแก่น และเลยนั้นนักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลโดยส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่มีอายุไม่มากนัก และยังคงเป็นนิสิตนักศึกษา ดังนั้นจากสิ่งที่กล่าวมาก็เป็นไปได้อีกว่ากลุ่มบุคคลเหล่านี้โดยเฉพาะนิสิตนักศึกษานั้นยังคงมีรายได้ต่อเดือนที่ไม่มากนัก และหากจะพิจารณาถึงข้อมูลในแต่ละจังหวัดเราสามารถพิจารณาได้ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และ  
เลข จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว

ระดับรายได้ต่อเดือน	หนองคาย		อุดรธานี		ขอนแก่น		เลย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	27	24.55	35	31.82	35	31.82	36	32.73
2. 10,001 – 50,000 บาท	61	55.45	58	52.73	69	62.73	67	60.91
3. 50,001 – 100,000 บาท	17	15.45	11	10.00	6	5.45	4	3.64
4. 100,001 – 150,000 บาท	3	2.73	2	1.82	-	-	3	2.73
5. 150,001 – 200,000 บาท	1	0.91	3	2.73	-	-	-	-
6. มากกว่า 200,000 บาท	1	0.91	1	0.91	-	-	-	-
รวม	110	100.00	110	100.00	110	100.00	110	100.00

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด หนองคาย อุดรธานี ขอนแก่น และ  
 เลย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ระดับรายได้ต่อเดือน	หนองคาย		อุดรธานี		ขอนแก่น		เลย	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย (บาท)	32,075.00 บาท		31,172.73 บาท		21,960.00 บาท		18,225.45 บาท	
S.d.	0.86		0.94		0.55		0.53	
ระดับรายได้โดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ใน 4 จังหวัด ( n = 440 คน)			25,858.30 บาท		Min - Max (บาท)		300,000 – 3,000	

หมายเหตุ : ค่าร้อยละที่ได้ ได้มาจากการปัดจุดทศนิยม

จากตารางจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคายนั้น โดยส่วนใหญ่แล้วจะระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 32,075.00 บาท ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระดับ 10,001 – 50,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 55.45 รองลงไปที่มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระดับต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.55 และอีกร้อยละ 20.00 จะมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป

สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดอุดรธาณินั้น โดยส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้ที่คล้ายๆ กับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดหนองคาย ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 31,172.73 บาท ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระดับ 10,001 – 50,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 52.73 รองลงไปที่มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระดับต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.82 และอีกร้อยละ 15.46 จะมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป

สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น โดยส่วนใหญ่แล้วจะระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 21,960.00 บาท ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระดับ 10,001 – 50,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62.73 รองลงไปที่มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระดับต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.82 และระดับรายได้ต่อเดือนที่ระดับมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.45

สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเลยโดยส่วนใหญ่แล้วจะระดับรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 18,225.45 บาท ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระดับ 10,001 – 50,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 60.91 รองลงไปที่มีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ระดับต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.73 และอีกร้อยละ 6.37 จะมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ขึ้นไป

และจากการศึกษานั้นยังพบต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวในวัน ร้อยละ 79.55 เป็นนักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละจังหวัดนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนั้น ซึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือก็จะเป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย เป็นหลักๆ และนอกจากนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัด สกลนคร หนองบัวลำภู ร้อยเอ็ด มหาสารคาม ชัยภูมิ กาฬสินธุ์ โยธาธร และอำนาจเจริญ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี และนครพนม รองลงมาร้อยละ 5.45 เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภาคเหนือ ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ ลำปาง แพร่ น่าน สุโขทัย พิษณุโลก และตาก และอีกร้อยละ 6.14 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ใน ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้ และภาคตะวันตก เช่น กรุงเทพฯ นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ราชบุรี นนทบุรี สมุทรปราการ ราชบุรี พัทลุง ภูเก็ต และพังงา และจากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากภาคใต้ และภาคตะวันตก นั้นโดยส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวมายังจังหวัดเลย และหนองคาย โดยไม่ได้มีการที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ณ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี ซึ่งผู้ให้ข้อมูลดังกล่าวให้เหตุผลที่ว่าตนเองนั้น อาศัยอยู่ไกล และต้องการบรรยากาศที่ค่อนข้างสงบในการพักผ่อน และมีภูมิประเทศที่สวยงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเลย และหนองคายมีพรมแดนใกล้กับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งการเดินทางมายังจังหวัดทั้งสองแห่งนี้ มีผลพลอยได้ก็คือสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวได้อีกด้วย ซึ่งแตกต่างกับจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี ถึงแม้จะมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มาก แต่ด้วยเหตุที่ว่าไม่ได้มีพรมแดนติดกับต่างประเทศ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็อาจจะเป็นเหตุที่การศึกษาในครั้งนี้ ณ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี ทางคณะผู้วิจัยไม่ได้พบผู้ให้ข้อมูลที่มาจากภาคใต้ และภาคตะวันตก ดังที่ควรจะเป็น

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเดินทาง และการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย และเลย

#### วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

จากการศึกษาในส่วนของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเดินทาง และการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย และเลย พบว่าวัตถุประสงค์หลักๆ ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือการเดินทางเดินทางเพื่อมาพักผ่อน ซึ่งเป็นจำนวนมากกว่าร้อยละ 74.03 รองลงไปที่คือการเดินทางกลับมาเยี่ยมครอบครัว หรือญาติ และได้ถือโอกาสมาท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 10.48 การเดินทางมาเยี่ยมเยียนเพื่อนสนิทมิตรสหาย คิดเป็นร้อยละ 9.57 และอีกร้อยละ 4.92 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แท้จริงคือการเดินทางมาทำธุรกิจ และการเข้าร่วมการสัมมนา จากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเดินทางมาท่องเที่ยวโดยเป็นครอบครัวคิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงไปกล่าวว่าเดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 27.27 และร้อยละ 21.14 นั้นจะเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยลำพัง

#### รูปแบบการเดินทาง

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง จากตารางที่ 6 พบว่าการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยว นั้นจะเดินทางมาโดยการใช้อัตราส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 59.97 รองลงไปที่การเดินทางโดยอาศัยรถประจำทางคิดเป็นร้อยละ 22.50 ร้อยละ 11.39 เป็นการเดินทางโดยใช้รถจักรยานยนต์ จากการศึกษาพบว่าซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วในการเดินทางประเภทใช้รถจักรยานยนต์นั้นจะเป็นการเดินทางในรูปแบบของการขับรถจักรยานยนต์ข้ามจังหวัด ซึ่งเรามักจะพบเห็นได้บ่อยๆ ในเชิงท่องเที่ยวแบบคาราวาน ร้อยละ 4.55 เป็นการเดินทางโดยการเช่า และนอกนั้นเป็นการเดินทางโดยการใช้อัตราของหน่วยงาน หรือบริษัท ที่นำมาใช้ในการติดต่อธุรกิจ หรือการประชุมสัมมนา จากการศึกษาข้อมูลในเชิงลึกยังพบต่อไปอีกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวโดยประมาณร้อยละ 35 กล่าวว่าเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก สำหรับส่วนที่เหลือจะเป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนตั้งแต่ครั้งที่ 2 ขึ้นไป และผลจากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 40.00 มีระยะเวลาท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัดเพียงแค่ 1 วันเท่านั้น ส่วนที่เหลือเป็นผู้ที่มีเวลาท่องเที่ยวมากกว่า 1 วัน ซึ่งจากให้ข้อมูลพบว่าโดยส่วนใหญ่ผู้ที่มีเวลาท่องเที่ยวมากกว่า 1 วันนั้นจะมีเวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยคือ 2 วัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 20.00 จากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นไม่ต้องการที่จะเดินทางยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อ



ซึ่งมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 50.00 ด้วยเหตุผลที่ว่า มีข้อจำกัดในด้านของเวลาในการท่องเที่ยว สำหรับที่เหลืออกแล้วจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดอื่นๆ ต่อไปเพราะโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นอยู่ในช่วงของการพักผ่อน

ตารางที่ 6 แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัดหนองคาย  
 อุดรธานี ขอนแก่น และเลย จำแนกตามรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว

รูปแบบการเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รถยนต์ส่วนตัว	263	59.97
2. รถจักรยานยนต์	51	11.39
3. รถโดยสารประจำทาง	99	22.50
4. รถเช่า	20	4.55
5. รถของหน่วยงาน / บริษัท	7	1.59
รวม	440	100.00

#### การพักผ่อนของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพร้อยละ 56.82 จะมีการพักผ่อนในจังหวัดที่มาท่องเที่ยว ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเป็นผู้ที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวตั้งแต่ 2 วันขึ้นไป จากข้อมูลในตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีการพักผ่อนในจังหวัดที่มาท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นร้อยละ 46.00 จะพักตามโรงแรม เกสเฮ้าส์ หรือบังกะโล รองลงมาร้อยละ 35.60 จะเป็นการพักกับญาติพี่น้อง หรือบ้านของเพื่อน ร้อยละ 12.00 เป็นการพักที่บ้านของตนเอง และร้อยละ 6.40 เป็นการพักที่บ้านพักรับรองของหน่วยงานที่ตนสังกัด ซึ่งจากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่า ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวต่อวัน ต่อ บุคคล มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยประมาณ 732.68 บาท/วัน/คน จากการสอบถามยังพบต่อไปอีกว่า โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นนักท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมักจะนิยมกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเดิมเป็นครั้งที่สองขึ้นไป หากจะพิจารณาถึงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวมีเวลาพักผ่อนแล้วนั้น โดยเฉลี่ยแล้วจะนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีเวลาพักผ่อนโดยเฉลี่ยคือ 2 วัน จากการสอบถามพบว่าเหตุที่มีเวลาในการพักผ่อนที่น้อย เพราะต้องรีบเดินทางกลับไปทำงานตามที่ตนต้องรับผิดชอบ และเมื่อศึกษาต่อไปยังพบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่นั้นคิดเป็นร้อยละ 56.82 จะมีการพักผ่อน นอกนั้นอีกร้อยละ 43.18 จะไม่มีการพักผ่อนด้วยเหตุที่ว่า เป็นบุคคลในพื้นที่ หรืออยู่ในจังหวัดใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว

ตารางที่ 7 แสดงรูปแบบการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัดหนองคาย  
 อุดรธานี ขอนแก่น และเลย จำแนกตามการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว

การพักผ่อน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. บ้านตนเอง	30	12.00
2. บ้านญาติ / เพื่อน	89	35.60
3. โรงแรม / เกสเฮ้าส์ / บังกะโล	115	46.00
4. บ้านพักรับรองของหน่วยงานที่สังกัด	16	6.40
รวม	250	100.00
ค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนโดยเฉลี่ย	732.68	บาท/วัน/คน

จากตารางที่ 7 พบว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีการพักผ่อนโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นจะนิยมพักผ่อนยัง โรงแรม เกสเฮ้าส์ และบังกะโล ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 46.00 ของนักท่องเที่ยวที่กล่าวว่ามี การพักผ่อนทั้งหมด รองลงมา ร้อยละ 35.60 กล่าวว่าการพักผ่อนที่บ้านญาติของตน หรือบ้านของเพื่อน ร้อยละ 12.00 มีบ้านเป็นของตนเองที่ตนเอง และร้อยละ 6.40 เป็นการพักบ้านรับรองของหน่วยงานที่ตนเองสังกัด จากการศึกษาข้างพบต่อไปอีกว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีการพักผ่อนโดยเฉพาะ การพักผ่อนใน โรงแรม เกสเฮ้าส์ หรือบังกะโล รวมทั้งบ้านพักรับรองของหน่วยงานที่สังกัด นักท่องเที่ยวจะมีค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนโดยเฉลี่ยประมาณ 732.68 บาทต่อวัน หรือกล่าวคือราคา ค่าที่พักจะอยู่ในช่วงระหว่าง 500 – 1,000 บาท ต่อวัน ซึ่งนักท่องเที่ยวกล่าวว่าเป็นราคาที่พอรับได้ และไม่สูงเกินไปนัก จากการศึกษาข้างพบต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวร้อยละ 47.27 กล่าวว่าการเดินทางที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังจังหวัดอื่นๆ ต่อไป ทั้งนี้เนื่องจากว่ามีเวลาเพียงพอสำหรับการพักผ่อน และสำหรับนักท่องเที่ยวอีกร้อยละ 52.73 กล่าวว่าการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดในด้านของเวลาพักผ่อน แต่จากการศึกษาพบว่าถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวที่กล่าวว่าจะไม่สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ นั้นกว่า ร้อยละ 70.00 นั้นก็ยังมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งอื่นๆ แต่ทั้งนี้ทั้งนี้มีข้อจำกัดใน ด้านของเวลาพักผ่อน และหากมีโอกาสก็จะเดินทางไป

### ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น

ในส่วนที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 91.82 กล่าวว่าเห็นด้วยที่จะส่งเสริมให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนนั้นเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่ได้รับจากการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการเป็นแหล่งพักผ่อน อีกทั้งยังมีจังหวัดหนองคายที่ติดอันดับเมืองน่าอยู่อันดับ 7 ของโลก
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีพรมแดนอยู่ติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวต่อได้ง่าย
3. การที่สนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น เพราะว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนประชากรที่ค่อนข้างมาก และต้องการให้ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสุขภาพที่ดี
4. เรื่องของความเจริญที่จะตามมาจากการพัฒนาให้ศูนย์กลางในการท่องเที่ยว ซึ่งจะโยงไปถึงการยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตามจุดมุ่งหมายของยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุขของภาครัฐ
5. อีกทั้งเป็นช่องทางในการเผยแพร่ และส่งเสริมวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สำหรับกลุ่มที่ตอบว่าไม่เห็นด้วยที่จะให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 8.18 ให้เหตุผลที่ว่าการไม่เห็นด้วยที่จะให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนนั้นเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะว่า ยังคงมีความไม่เพียงพอในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบกับการควบคุมราคาในการใช้บริการนั้นยังไม่ได้มีการควบคุมกันอย่างจริงจัง และที่สำคัญแหล่งท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือเชิงประวัติศาสตร์มากกว่า ซึ่งน่าจะให้การส่งเสริมมากกว่าจะทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เมื่อศึกษาถึงลงไปยังพบต่อไปอีกว่า นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 59.82 ไม่ต้องการให้ทางจังหวัดนั้นปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เปลี่ยนไปจากเดิม ด้วยเหตุผลที่ว่าเดิมนั้นคืออยู่แล้ว แต่อีกร้อยละ 40.68 กล่าวว่าควรที่จะปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพราะเป็นการรองรับในด้านของมาตรฐานการท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวที่น่าจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

โดยผลจากการศึกษาข้างต้นสามารถที่จะสรุปได้ว่าในมุมมองด้านการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่นั่นต้องการให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนนั้นควรเน้นจุดขายที่เป็นเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรม มากกว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ โดยทั้งนี้ก็สามารถที่จะนำเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาผนวกเข้ากับการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวข้างต้นได้

### ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในส่วนของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การศึกษารุ่นนี้เป็นการศึกษาถึงทัศนคติในส่วนที่เป็นความสำคัญของผลกระทบที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งก็คือจังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย โดยวิธีการสัมภาษณ์ข้อมูลในด้านทัศนคติต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับสิ่งที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน โดยเป็นการระบุ หรือกล่าวถึงระดับความสำคัญในด้านนั้นๆ ซึ่งแสดงความคิดเห็นตามความเป็นจริง ในลักษณะความรู้สึกว่าสิ่งนั้นมีความสำคัญ โดยได้กำหนดระดับความสำคัญ และ ค่าคะแนนในแต่ละระดับดังนี้ คือ

ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนน
มากที่สุด	5.00
มาก	4.00
ปานกลาง	3.00
น้อย	2.00
น้อยที่สุด	1.00

โดยได้นำคะแนนที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลมาคิดคำนวณน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight mean score : WMS) โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจดังนี้

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ซึ่งผลจากการวิจัยที่ได้คณะผู้วิจัย จะจำแนกระดับความสำคัญของผลกระทบที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกเป็นรายจังหวัด และได้นำเสนอเป็นภาพรวมดังนี้

**ความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน**

ผลจากการศึกษาจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่เน้นระบุว่า ปัจจัยต่างๆ โดยภาพรวมนั้นมีความสำคัญที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าค่าคะแนนที่ได้นั้นจะเป็นค่าคะแนนที่อยู่ในช่วงกลางๆ และก่อนไปทางค่าคะแนนในช่วงปลาย นั่นก็คือปัจจัยต่างๆ ย่อมที่จะมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยเมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดแล้วนั้น เพื่อให้ง่ายต่อการอธิบายสามารถอธิบายตามตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 8 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อ**  
**ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในภาพรวม**

ปัจจัย (n = 440)	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
<b>ผลิตภัณฑ์ (Product)</b>	<b>3.91</b>	<b>สำคัญมาก</b>
จำนวนร้านค้า	3.79	สำคัญมาก
ความหลากหลายของสินค้า	3.85	สำคัญมาก
รูปแบบของสินค้า	3.86	สำคัญมาก
คุณภาพของสินค้า	4.05	สำคัญมาก
คุณค่าที่ได้รับจากสินค้า	4.00	สำคัญมาก
<b>ด้านระดับราคา และคุณภาพ (Price and Quality)</b>	<b>3.77</b>	<b>สำคัญมาก</b>
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยรวม	3.74	สำคัญมาก
ระดับราคาสินค้า	3.75	สำคัญมาก
ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า	4.00	สำคัญมาก
ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณค่าของสินค้า	3.93	สำคัญมาก
ความสะดวกในการรับชำระด้วยบัตรเครดิต	3.43	สำคัญมาก
<b>ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>	<b>3.68</b>	<b>สำคัญมาก</b>
ความสะดวกในการติดต่อจองบริการโดยทางโทรศัพท์	3.78	สำคัญมาก
ความสะดวกในการติดต่อจองบริการโดยทาง internet	3.58	สำคัญมาก
<b>การส่งเสริมการตลาด (Promotion)</b>	<b>3.86</b>	<b>สำคัญมาก</b>
การโฆษณาผ่านสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ Web-Site	3.78	สำคัญมาก
การโฆษณา ณ แหล่งท่องเที่ยว เช่น โปรชัวร์ แผ่นพับ	3.90	สำคัญมาก
ป้ายโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว	4.00	สำคัญมาก
การเข้าร่วมแสดงในงานนิทรรศการต่างๆ	3.76	สำคัญมาก

ตารางที่ 8 (ต่อ) แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อกร  
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในภาพรวม

ปัจจัย (n = 440)	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
<b>พนักงาน และเจ้าของกิจการ (Officer and Owner)</b>	<b>4.06</b>	<b>สำคัญมาก</b>
จำนวนของเจ้าหน้าที่ ที่ให้บริการ	3.78	สำคัญมาก
รูปแบบของการให้บริการจากเจ้าหน้าที่	4.03	สำคัญมาก
อรรถาศัยไมตรีในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.25	สำคัญมากที่สุด
กิริยามารยาทของผู้ให้บริการ	4.25	สำคัญมากที่สุด
ทักษะด้านภาษาของเจ้าหน้าที่	4.01	สำคัญมาก
<b>สิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูด (Facilities &amp; Amenities)</b>	<b>3.94</b>	<b>สำคัญมาก</b>
ความสะดวกในการเดินทาง เช่น การคมนาคม	3.85	สำคัญมาก
การมีรถประจำทางยังแหล่งท่องเที่ยว	3.92	สำคัญมาก
ความยากง่ายของเส้นทางทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.95	สำคัญมาก
ท่าเล และที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	3.91	สำคัญมาก
จำนวนธุรกิจที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว	3.70	สำคัญมาก
การมีไฟฟ้าเข้าถึง	3.99	สำคัญมาก
ความเพียงพอของแหล่งน้ำที่มีให้ใช้	4.06	สำคัญมาก
จุดให้บริการข่าวสาร	3.87	สำคัญมาก
ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง	3.63	สำคัญมาก
จำนวนห้องสุขา หรือห้องน้ำที่มีไว้ให้บริการ	3.96	สำคัญมาก
สถานที่จอดรถ	3.98	สำคัญมาก
ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของผู้มาเยี่ยมชมเยือน	4.21	สำคัญมากที่สุด
การจัดสถานที่ทิ้งสิ่งปฏิกูล เช่น ถังขยะ	4.04	สำคัญมาก
ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว	4.09	สำคัญมาก
<b>นโยบายภาครัฐ (Government policy)</b>	<b>4.02</b>	<b>สำคัญมาก</b>
นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐ	4.00	สำคัญมาก
กฎระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยว	4.03	สำคัญมาก
กฎหมาย และข้อบังคับของรัฐ	4.05	สำคัญมาก
การลงโทษผู้กระทำความผิด	4.01	สำคัญมาก
<b>ระดับความสำคัญของปัจจัยโดยรวม</b>	<b>3.92</b>	<b>สำคัญมาก</b>

ผลการศึกษาค้นคว้าที่แสดงในตารางที่ 8 พบว่าความสำคัญในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ความสำคัญในภาพรวมของระดับราคา และคุณภาพ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ความสำคัญในภาพรวมของช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ความสำคัญในภาพรวม ของการส่งเสริมการตลาด มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนน เฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ความสำคัญในภาพรวมของพนักงาน และเจ้าของกิจการ มีผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ความสำคัญในภาพรวมของสิ่ง อำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมี ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และนโยบายภาครัฐ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดปลีกย่อยสามารถ พิจารณาได้ดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาพบว่าในภาพรวมของด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในระดับมาก เมื่อพิจารณาถึง ข้อปลีกย่อยแล้วจะเห็นได้ว่าส่วนที่มีความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบก็คือในเรื่องของคุณภาพ ของสินค้า และด้านคุณค่าของสินค้าเมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการซื้อ หรือใช้ไปโดยทั้งสองปัจจัยมีค่า คะแนนเท่ากับ 4.05 และ 4.00 ตามลำดับ ซึ่งนับได้ว่าปัจจัยด้านที่กล่าวมานี้สมควรอย่างยิ่งที่จะต้อง ได้รับการดูแล และส่งเสริมอย่างใกล้ชิด แต่ทั้งนี้ในส่วนของผู้ประกอบการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้าน ผลิตภัณฑ์ก็ควรที่จะได้รับการดูแล และส่งเสริมด้วยเช่นกัน และเมื่อจะพิจารณาแยกตามพื้นที่ โดย จำแนกออกเป็นจังหวัดต่างๆ แล้วนั้นสามารถอธิบายได้ดังตารางดังนี้



ตารางที่ 9 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ตอนบนในส่วนของผลิตภัณฑ์ โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์ (Product)	(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 440)	
	จังหวัดขอนแก่น		จังหวัดเลย		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย	
	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
จำนวนร้านค้า	3.56	สำคัญมาก	3.78	สำคัญมาก	3.96	สำคัญมาก	3.85	สำคัญมาก
ความหลากหลายของสินค้า	3.71	สำคัญมาก	3.65	สำคัญมาก	4.00	สำคัญมาก	4.04	สำคัญมาก
รูปแบบของสินค้า	3.82	สำคัญมาก	3.74	สำคัญมาก	3.92	สำคัญมาก	3.96	สำคัญมาก
คุณภาพของสินค้า	4.05	สำคัญมาก	3.94	สำคัญมาก	4.11	สำคัญมาก	4.13	สำคัญมาก
คุณค่าที่ได้รับจากสินค้า	4.02	สำคัญมาก	3.87	สำคัญมาก	4.01	สำคัญมาก	4.10	สำคัญมาก
ระดับความสำคัญ	3.83	สำคัญมาก	3.80	สำคัญมาก	4.00	สำคัญมาก	4.02	สำคัญมาก

หมายเหตุ : วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยใช้วิธี Weight Mean Score : WMS โดยคำนวณจากโปรแกรม SPSS และมีการใช้สถิติเพียงแค่ 2 ค่าแห่ง

ผลการศึกษาศึกษาค้างที่แสดงในตารางที่ 9 พบว่าความสำคัญในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ซึ่งเมื่อพิจารณาออกเป็นรายพื้นที่ที่เป็นจังหวัดคือ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และ จังหวัดหนองคาย แล้วจะพบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่แตกต่างกัน โดยทั้งนี้ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนนั้นมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยคือ 3.83, 3.80, 4.00 และ 4.02 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาค่าคะแนนเฉลี่ยจะเห็นได้ว่าช่วงของค่าคะแนนที่ได้ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเหตุที่ส่งผลให้ค่าคะแนนนั้นอยู่ในช่วงที่ค่อนข้างสูงน่าจะอยู่ที่ในส่วนของคุณภาพของสินค้า และในส่วนของคุณค่าของสินค้าเมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการซื้อ หรือ ใช้ไป ซึ่งได้กล่าวมาแล้วข้างต้น โดยที่ทั้งสองเรื่องนี้สมควรอย่างยิ่ง ที่จะต้องได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิด แต่ทั้งนี้ต้องทำร่วมกับส่วนอื่นๆ ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของรูปแบบของสินค้าที่ควรที่จะต้องมีการพัฒนา โดยทั้งนี้ก็มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.86 ซึ่งหมายถึงว่ามีความสำคัญในระดับ มาก โดยทั้งนี้จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวนั้นให้ความคิดเห็นว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ หรือการให้บริการนั้น หากมีความหลากหลายมากขึ้นก็น่าจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพิจารณาถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ควรจะมีการซ้ำแบบใคร ทั้งนี้รวมไปถึงการให้บริการต่างๆ ด้วย

### ด้านระดับราคา และคุณภาพ (Price and Quality)

จากการศึกษาพบว่าในภาพรวมของด้านระดับราคา และคุณภาพมีระดับความสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในระดับมาก เมื่อพิจารณาถึงข้อปลีกย่อยแล้วจะเห็นได้ว่าส่วนที่มีความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบก็คือในเรื่องของความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย เมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ได้รับ อีกทั้งยังรวมไปถึงในเรื่องของจิตใจในด้านความคุ้มค่าทางกาย และจิตใจ เช่น มีความสุขใจ สุขกายหลังจากที่ได้รับบริการ หรือได้รับบริโภคในผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นๆ โดยทั้งสองปัจจัยมีค่าคะแนนเท่ากับ 4.00 และ 3.93 ตามลำดับ ซึ่งนับได้ว่าปัจจัยด้านที่กล่าวมานี้สมควรอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการดูแล และส่งเสริมอย่างใกล้ชิด โดยทั้งนี้จะสอดคล้องกับตารางด้านบนในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่กว่าที่นักท่องเที่ยวนั้นมีทัศนคติที่ว่า คุณค่า คุณภาพ และรูปแบบของผลิตภัณฑ์นั้นจะเป็นส่วนสำคัญที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน แต่ทั้งนี้ในส่วนของปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับด้านระดับราคา และความคุ้มค่าก็ควรที่จะได้รับการดูแล และส่งเสริมด้วยเช่นกัน และเมื่อจะพิจารณาแยกตามพื้นที่ โดยจำแนกออกเป็นจังหวัดต่างๆ แล้วนั้นสามารถอธิบายได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ตอนบนในส่วนของคุณภาพ โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด

ปัจจัยด้าน ระดับราคา และคุณภาพ (Price and Quality)	(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 440)	
	จังหวัดขอนแก่น		จังหวัดเลย		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย	
	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยรวม	3.76	สำคัญมาก	3.65	สำคัญมาก	3.84	สำคัญมาก	3.73	สำคัญมาก
ระดับราคาสินค้า	3.75	สำคัญมาก	3.77	สำคัญมาก	3.80	สำคัญมาก	3.69	สำคัญมาก
ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า	3.98	สำคัญมาก	3.92	สำคัญมาก	4.00	สำคัญมาก	4.08	สำคัญมาก
ความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณค่าของสินค้า	3.93	สำคัญมาก	3.85	สำคัญมาก	3.95	สำคัญมาก	4.00	สำคัญมาก
ความสะดวกในการรับชำระค่าบริการ	3.42	สำคัญมาก	3.26	สำคัญมาก	3.68	สำคัญมาก	3.37	สำคัญมาก
ระดับความสำคัญ	3.77	สำคัญมาก	3.69	สำคัญมาก	3.85	สำคัญมาก	3.77	สำคัญมาก

หมายเหตุ : วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยใช้วิธี Weight Mean Score : WMS โดยคำนวณจากโปรแกรม SPSS และมีการใช้ทศนิยมเพียงแค่ 2 ตำแหน่ง

ผลการศึกษาดังที่แสดงในตารางที่ 10 พบว่าความสำคัญในภาพรวมของระดับราคา และคุณภาพ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ซึ่งเมื่อพิจารณาออกเป็นรายพื้นที่ที่เป็นจังหวัดคือ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย แล้วจะพบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่แตกต่างกัน โดยทั้งนี้ความสำคัญของระดับราคา และความคุ้มค่าที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนนั้นมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยคือ 3.77, 3.69, 3.85 และ 3.77 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาค่าคะแนนเฉลี่ยจะเห็นได้ว่าช่วงของค่าคะแนนที่นั้นไม่แตกต่างกันมากนัก โดยเหตุที่ส่งผลให้ค่าคะแนนนั้นอยู่ในช่วงของระดับกลาง และค่อนข้างไปทางคะแนนด้านที่สูง น่าจะอยู่ที่ด้านของ ความคุ้มค่าของราคา เมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่บริโภค และความคุ้มค่าของราคาเมื่อเทียบกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ แต่เป็นที่น่าแปลกกว่าความสะดวกในการชำระด้วยบัตรเครดิตนั้นกลับมีค่าคะแนนน้อยที่สุดคือมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.43 ซึ่งหมายถึงเป็นช่วงของค่าคะแนนที่กล่าวว่ามีมีความสำคัญในระดับ มาก ในช่วงของค่าคะแนนต้นๆ นั่นก็หมายถึงว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่ค่อยได้ให้ความสนใจในวิธีการชำระค่าบริการ หลังจากที่เข้ามาใช้บริการมากนัก โดยอาจจะใช้เงินสดที่ติดตัวมา หรืออาจจะใช้วิธีการจ่ายค่าบริการในรูปแบบอื่นๆ ก็ได้ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่น่าเป็นห่วงก็คือในเรื่องของระดับราคาของผลิตภัณฑ์นั้นทางนักท่องเที่ยวได้เสนอว่าหากจะมีการควบคุมมาตรฐานของราคาให้เป็นไปในแนวทาง หรือระดับเดียวกัน (Fixed Price) แล้วนั้นก็จะเป็นสิ่งที่ดีต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ แต่ทั้งนี้ในส่วนที่เป็นปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องก็ควรที่จะต้องเข้ามาดูแล และปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

จากการศึกษาพบว่าในภาพรวมของด้านของช่องทางในการจัดจำหน่ายมีระดับความสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในระดับ มาก เมื่อพิจารณาถึงข้อปลีกย่อยแล้วจะเห็นได้ว่าส่วนที่มีความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบก็คือในเรื่องของความสะดวกในการติดต่อโดยทางโทรศัพท์ โดยมีค่าคะแนนเท่ากับ 3.68 ซึ่งนับได้ว่าปัจจัยด้านที่กล่าวมานี้สมควรอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการดูแล แต่สำหรับในด้านการติดต่อโดยระบบการทางอินเทอร์เน็ต หรือเวปไซต์ นั้นถึงแม้จะมีค่าคะแนนที่น้อยกว่า คือ 3.58 แต่ก็ยังคงอยู่ในช่วงของความหมายในระดับที่มีความสำคัญต่อผลกระทบที่มาก ดังนั้นจึงไม่อาจที่จะละเลย หรือเพิกเฉยที่จะปรับปรุงระบบ หรือ โครงสร้างเพื่อรองรับเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ เหล่านี้ และเมื่อจะพิจารณาแยกตามพื้นที่ โดยจำแนกออกเป็นจังหวัดต่างๆ แล้วนั้นสามารถอธิบายได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 11 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ตอนบนในส่วนของช่องทางในการจัดจำหน่าย โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด

ปัจจัยด้าน ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 440)	
	จังหวัดขอนแก่น		จังหวัดเลย		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย		ภาพรวม	
	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ความสะดวกในการติดต่อของ การบริการ โดยทางโทรศัพท์	3.80	สำคัญมาก	3.81	สำคัญมาก	3.75	สำคัญมาก	3.78	สำคัญมาก	3.78	สำคัญมาก
ความสะดวกในการติดต่อของ การบริการ โดยทาง internet	3.44	สำคัญมาก	3.68	สำคัญมาก	3.63	สำคัญมาก	3.59	สำคัญมาก	3.58	สำคัญมาก
ระดับความสำคัญ	3.62	สำคัญมาก		สำคัญมาก	3.69	สำคัญมาก	3.69	สำคัญมาก	3.68	สำคัญมาก

หมายเหตุ : วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยใช้วิธี Weight Mean Score : WMS โดยคำนวณจากโปรแกรม SPSS และมีการใช้ทศนิยมเพียงแค่ 2 ตำแหน่ง

ผลการศึกษาศึกษาดังที่แสดงในตารางที่ 11 พบว่าความสำคัญในภาพรวมของช่องทางในการจัดจำหน่าย มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ซึ่งเป็นค่าคะแนนที่ไม่สูงมากนัก และเมื่อพิจารณาออกเป็นรายพื้นที่ที่เป็นจังหวัดคือ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย แล้วจะพบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่แตกต่างกัน โดยทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะให้คะแนนค่าความสำคัญของผลกระทบบนเรื่องของการติดต่อโดยทางโทรศัพท์มากกว่า การติดต่อผ่านระบบอินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์ โดยมีค่าคะแนนอยู่ที่ 3.78 และ 3.58 ตามลำดับ โดยทั้งสองปัจจัยนั้นมีความสำคัญในระดับ มาก จากสิ่งที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวนั้นให้ความใส่ใจในวิธีการติดต่อด้วยทางโทรศัพท์มากกว่า นั้นอาจจะเป็นเพราะว่าภาวะปัจจุบันบุคคลส่วนใหญ่แล้วนั้นมักจะมีโทรศัพท์มือถือ ซึ่งสามารถพกพาติดตัวไปได้ และมีความสะดวกในการใช้มากกว่าที่จะใช้วิธีการติดต่อกันทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะต้องหาสถานที่ที่มีความพร้อมในการใช้ และจะต้องมีในเรื่องของการลงทะเบียนในการใช้ หรือหากจะใช้ระบบอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือก็จะมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงเป็นเหตุที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวนั้นกล่าวว่าวิธีการติดต่อ หรือรูปแบบการติดต่อโดยทางโทรศัพท์นั้นมีความสำคัญที่จะส่งผลกระทบมากกว่าจะติดต่อโดยใช้วิธีทางอินเทอร์เน็ต



### ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

จากการศึกษาพบว่าในภาพรวมของด้านของการส่งเสริมการตลาดมีระดับความสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในระดับมาก เมื่อพิจารณาถึงข้อปลีกย่อยแล้วจะเห็นได้ว่าส่วนที่มีความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบก็คือในเรื่องของการโฆษณา ณ แหล่งท่องเที่ยว เช่น โปรชัวร์ แผ่นพับ และป้ายโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าคะแนนเท่ากับ 4.00 และ 3.90 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาจากค่าคะแนนจะเห็นได้ว่า ปัจจัยทั้งสองนี้มีค่าคะแนนที่ค่อนข้างสูงกล่าวคือ อยู่ในช่วงปลายของระดับที่ตอบว่ามีความสำคัญมาก ซึ่งนับได้ว่าปัจจัยด้านที่กล่าวมานี้สมควรอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการเอาใจใส่ ซึ่งมีอาจที่จะปล่อยละเลยหรือเพิกเฉยได้ และเมื่อจะพิจารณาแยกตามพื้นที่ โดยจำแนกออกเป็นจังหวัดต่างๆ แล้วนั้นสามารถอธิบายได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 12 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุนความสำคัญที่คิดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ตอนบน ในส่วนของการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด

ปัจจัยด้าน ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 440)	
	จังหวัดขอนแก่น		จังหวัดเลย		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย		ภาพรวม	
	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
การโฆษณาผ่านสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ Web-Site	3.68	สำคัญมาก	3.94	สำคัญมาก	3.72	สำคัญมาก	3.76	สำคัญมาก	3.78	สำคัญมาก
การโฆษณา ณ แหล่งท่องเที่ยว เช่น โปรพัลัวร์ แผ่นพับ	3.77	สำคัญมาก	4.01	สำคัญมาก	3.85	สำคัญมาก	3.98	สำคัญมาก	3.90	สำคัญมาก
ป้ายโฆษณาแหล่งท่องเที่ยว	3.80	สำคัญมาก	4.13	สำคัญมาก	3.90	สำคัญมาก	4.16	สำคัญมาก	4.00	สำคัญมาก
การเข้าร่วมแสดงในงาน นิทรรศการต่างๆ	3.65	สำคัญมาก	3.67	สำคัญมาก	3.80	สำคัญมาก	3.92	สำคัญมาก	3.76	สำคัญมาก
<b>ระดับความสำคัญ</b>	<b>3.73</b>	<b>สำคัญมาก</b>	<b>3.94</b>	<b>สำคัญมาก</b>	<b>3.82</b>	<b>สำคัญมาก</b>	<b>4.02</b>	<b>สำคัญมาก</b>	<b>3.86</b>	<b>สำคัญมาก</b>

หมายเหตุ : วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยใช้วิธี Weight Mean Score : WMS โดยคำนวณจากโปรแกรม SPSS และมีการใช้ทศนิยมเพียงแค่ 2 ตำแหน่ง

ผลการศึกษาดังที่แสดงในตารางที่ 12 พบว่าความสำคัญในภาพรวมของการส่งเสริมการตลาด มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ซึ่งเป็นค่าคะแนนที่อยู่ในช่วงที่ค่อนข้างไปทางช่วงปลาย และเมื่อพิจารณาออกเป็นรายพื้นที่ที่เป็นจังหวัดคือ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย แล้วจะพบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่แตกต่างกัน โดยทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะให้คะแนนค่าความสำคัญของผลกระทบอยู่ในเรื่องของการโฆษณา ณ แหล่งท่องเที่ยว เช่น โปรชัวร์ แผ่นพับ และป้ายโฆษณา แหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าคะแนนเท่ากับ 4.00 และ 3.90 ตามลำดับ โดยทั้งสองปัจจัยนั้นมีความสำคัญในระดับ มาก จากผลการศึกษาทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวนั้นจะให้ความสนใจในเรื่องข้อมูล การรู้จัก เพราะการที่มีการโฆษณา ด้วยวิธีการใช้โปรชัวร์ แผ่นพับ หรือติดป้ายแสดงแหล่งท่องเที่ยว นั้น ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวได้เกิดความรู้สึก ว่าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ หรือแห่งนั้นคืออะไร แต่อย่างไรก็ตามวิธีการโฆษณาผ่านสื่อ เช่นหนังสือพิมพ์ web-site ก็เป็นวิธีการหนึ่งที่น่าสนใจและมีค่าคะแนนที่ไม่ได้ห่างจากปัจจัยทั้งสองข้างต้นมากนัก คือมีค่าคะแนนเท่ากับ 3.78 เพราะว่าเป็นยุคของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนส่วนใหญ่นั้นสามารถใช้อินเทอร์เน็ต ในการค้นหาข้อมูลได้ การที่มีการโฆษณาผ่านทางสื่อสารสนเทศนี้ ย่อมที่จะทำให้เกิดการรับรู้ ว่าสถานที่แห่งใดมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอะไรบ้าง อีกทั้งเครื่องมือในด้านสารสนเทศได้ถูกนำมาใช้ในการตลาดมากขึ้นกว่าแต่ก่อน ดังนั้นสิ่งที่น่าสนใจอยู่ที่ว่าสิ่งที่จะมารองรับเรื่องสารสนเทศต่างๆ เหล่านี้ เช่นระบบที่เป็นอยู่ เช่น ระบบเครือข่าย ได้ถูกวางมาถึงแล้ว หรือไม่ ซึ่งผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องควรได้พิจารณาต่อไป

### **ด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ (Officer and Owner)**

จากการศึกษาพบว่าในภาพรวมของด้านของพนักงาน และเจ้าของกิจการมีระดับความสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานที่เกี่ยวข้องเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในระดับ มาก เมื่อพิจารณาถึงข้อปลีกย่อยแล้วจะเห็นได้ว่าส่วนที่มีความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบก็คือในเรื่องของการกิริยามารยาท และความมีอัธยาศัยไมตรี ของตัวพนักงาน หรือเจ้าของกิจการเอง ซึ่งกล่าวได้ว่าปัจจัยทั้งสองด้านนี้มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเท่ากับคือ 4.25 จากค่าคะแนนที่ได้รับนั้นจะเห็นได้ว่าเป็นค่าคะแนนที่อยู่ในช่วงที่สูงในระดับมากที่สุด ซึ่งหมายถึงสิ่งเหล่านี้ไม่สามารถที่จะเพิกเฉย ละเลย หรือก่อให้เกิดความเสียหาย โดยสิ่งเหล่านี้จะมีความสำคัญที่สามารถส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่า จะเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาใช้บริการในครั้งต่อไป และเมื่อจะพิจารณาแยกตามพื้นที่ โดยจำแนกออกเป็นจังหวัดต่างๆ แล้วนั้นสามารถอธิบายได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ตอนบนในส่วนของพนักงาน และเจ้าของกิจการ โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด

ปัจจัยด้าน ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 440)	
	จังหวัดขอนแก่น	จังหวัดเลย	จังหวัดอุดรธานี	จังหวัดหนองคาย	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
จำนวนของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70	ระดับความสำคัญ 3.86	ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.79	ระดับความสำคัญ 3.77	ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.78	ระดับความสำคัญ 3.78	ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.78	ระดับความสำคัญ 3.78
รูปแบบของการให้บริการจากเจ้าหน้าที่	ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.93	ระดับความสำคัญ 4.14	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.06	ระดับความสำคัญ 3.97	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.03	ระดับความสำคัญ 4.03	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.03	ระดับความสำคัญ 4.03
อخصยไม่ตรีในการให้บริการ ของเจ้าหน้าที่	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.14	ระดับความสำคัญ 4.29	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.33	ระดับความสำคัญ 4.23	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.25	ระดับความสำคัญ 4.25	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.25	ระดับความสำคัญ 4.25
กิริยามารยาทของผู้ให้บริการ	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.10	ระดับความสำคัญ 4.35	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.30	ระดับความสำคัญ 4.25	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.25	ระดับความสำคัญ 4.25	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.25	ระดับความสำคัญ 4.25
ทักษะด้านภาษาของเจ้าหน้าที่	ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.86	ระดับความสำคัญ 4.20	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11	ระดับความสำคัญ 3.88	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.01	ระดับความสำคัญ 4.01	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.01	ระดับความสำคัญ 4.01
ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.95	ระดับความสำคัญ 4.17	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.12	ระดับความสำคัญ 4.02	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.06	ระดับความสำคัญ 4.06	ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.06	ระดับความสำคัญ 4.06

หมายเหตุ : วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยใช้วิธี Weight Mean Score : WAMS โดยคำนวณจากโปรแกรม SPSS และมีการใช้เทคนิคเพียงแต่ 2 ตำแหน่ง

ผลการศึกษาดังที่แสดงในตารางที่ 13 พบว่าความสำคัญในภาพรวมของพนักงาน และเจ้าของกิจการ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ซึ่งเป็นค่าคะแนนที่อยู่ในช่วงที่ค่อนข้างปลาย และเมื่อพิจารณาออกเป็นรายพื้นที่ที่เป็นจังหวัดคือ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย แล้วจะพบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่แตกต่างกัน โดยทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะให้คะแนนค่าความสำคัญของผลกระทบ โดยเน้นในเรื่องของอัตราค่าไม่ตรี และกิริยามารยาทของผู้ให้บริการ โดยทั้งสองปัจจัยนี้มีระดับความสำคัญในระดับ มากที่สุด และมีค่าคะแนนเท่ากันคือ 4.25 โดยผลจากการศึกษาพบว่าการที่นักท่องเที่ยวเน้น และให้ความสำคัญในด้านปัจจัยทั้งสองนี้เป็นพิเศษ ด้วยเหตุว่านักท่องเที่ยว นั้นเป็นผู้ใช้บริการเมื่อผู้บริการไม่อาจจะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจได้ก็จะส่งผลให้เกิดความรู้สึกที่ไม่ดี ไม่ต้องการมาใช้บริการอีกครั้ง หากผู้บริการนั้นบริการดี มีอัตราค่าดี และมีกิริยามารยาทที่ดี ก็ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะมาเยี่ยมชมอีกครั้ง หรือกลับมาใช้บริการอีกครั้ง แต่มีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอาจจะมองข้ามได้ก็คือ รูปแบบของการให้บริการ และทักษะในด้านภาษาของผู้ให้บริการ โดยปัจจัยทั้งสองนั้นมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 และ 4.01 ตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของภาษาซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะปัจจุบันผู้ที่ เป็นนักท่องเที่ยวนั้นมีจำกัดอยู่ในเฉพาะชาวไทย อีกทั้งการคมนาคมในปัจจุบันมีความสะดวกมากขึ้น ดังนั้นในเรื่องของการสื่อสารนั้นจึงเป็นส่วนสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาษา อังกฤษ โดยทั้งนี้อาจจะรวมไปถึงภาษาอื่นๆ ที่มีการใช้มากขึ้นอย่างแพร่หลาย เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเยอรมัน ภาษาสเปน รวมทั้งภาษาในกลุ่มประเทศอินโดจีน โดยทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พนักงาน และเจ้าของกิจการจะต้องให้ความสำคัญมากขึ้น เพราะหากที่จะสื่อสารให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นั้นเกิดความเข้าใจก็อาจจะเป็นการง่ายต่อการตัดสินใจในการใช้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งยังเป็นการทำให้เกิดความอบอุ่นแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ว่าไม่รู้สึกละเคียดเมื่อเดินทางมาเยี่ยมชม ณ สถานที่แห่งนั้นๆ แต่ทั้งนี้ก็รวมไปถึงการให้บริการ และความมีอัตราค่าไม่ตรีจิตของผู้ให้บริการด้วย โดยให้สมกับคำกล่าวที่ว่า ท่องเที่ยวทั่วไทย สุขใจทุกที่ หรือคำว่าสยามเมืองยิ้ม เป็นต้น

### สิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูด (Facilities & Amenities)

จากการศึกษาพบว่าในภาพรวมของด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวมีระดับความสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในระดับ มาก เมื่อพิจารณาถึงข้อปลีกย่อยแล้วจะเห็นได้ว่าส่วนที่มีความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบก็คือในเรื่องของ ความปลอดภัย ความสะอาด ความเพียงพอของแหล่งน้ำใช้ การจัดสถานที่ที่ปลอดภัยที่เป็นระเบียบ รวมถึงการมีไฟฟ้าใช้ โดยนักท่องเที่ยวระบุว่าความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินนั้นมีความสำคัญในระดับ มากที่สุด กล่าวคือมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 นั้นหมายถึง สิ่งนี้อาจที่จะเพิกเฉย หรือละเลย หรือทำให้เกิดขึ้น ซึ่งในด้านของชีวิต และทรัพย์สินนั้นจัดได้ว่ามีความสำคัญที่สุดมากกว่าสิ่งใด และจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศได้มากที่สุด และในส่วนของปัจจัยด้านอื่นๆ ที่มีค่าคะแนนรองลงมานั้นนั้นมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเท่ากับ 4.09 , 4.06 , 4.04 และ 3.99 ตามลำดับ นั้นหมายถึงสิ่งที่ควรให้ความเอาใจใส่ และปรับปรุงให้ดีขึ้นอยู่เสมอ เพราะว่ายังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาใช้บริการในครั้งต่อไป และเมื่อจะพิจารณาแยกตามพื้นที่ โดยจำแนกออกเป็นจังหวัดต่างๆ แล้วนั้นสามารถอธิบายได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 14 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
ตอนบน ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด

สิ่งอำนวยความสะดวก และ ความน่าดึงดูด (Facilities & Amenities)	(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 440)	
	จังหวัดขอนแก่น		จังหวัดเลย		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย		ภาพรวม	
	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ความสะดวกในการเดินทาง เช่น การคมนาคม	3.90	สำคัญมาก	3.81	สำคัญมาก	3.92	สำคัญมาก	3.76	สำคัญมาก	3.85	สำคัญมาก
การมีรถประจำทางซึ่ง แหล่งท่องเที่ยว	4.01	สำคัญมาก	3.90	สำคัญมาก	3.95	สำคัญมาก	3.83	สำคัญมาก	3.92	สำคัญมาก
ความยากง่ายของเส้นทาง ทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.03	สำคัญมาก	3.85	สำคัญมาก	3.97	สำคัญมาก	3.97	สำคัญมาก	3.95	สำคัญมาก
ทำเล และที่ตั้งของแหล่ง ท่องเที่ยว	3.93	สำคัญมาก	3.69	สำคัญมาก	4.06	สำคัญมาก	3.95	สำคัญมาก	3.91	สำคัญมาก
จำนวนธุรกิจที่มีอยู่ใน แหล่งท่องเที่ยว	3.78	สำคัญมาก	3.46	สำคัญมาก	3.81	สำคัญมาก	3.73	สำคัญมาก	3.70	สำคัญมาก
การมีไฟฟ้าเข้าถึง	4.02	สำคัญมาก	3.94	สำคัญมาก	3.98	สำคัญมาก	4.03	สำคัญมาก	3.99	สำคัญมาก
ความเพียงพอของแหล่งน้ำ ที่มีให้ใช้	4.10	สำคัญมาก	4.11	สำคัญมาก	4.07	สำคัญมาก	3.97	สำคัญมาก	4.06	สำคัญมาก
จุดให้บริการข่าวสาร	3.81	สำคัญมาก	4.26	สำคัญมากที่สุด	3.71	สำคัญมาก	3.68	สำคัญมาก	3.87	สำคัญมาก

หมายเหตุ : วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยใช้วิธี Weight Mean Score : WMS โดยคำนวณจากโปรแกรม SPSS และมีการใช้ทศนิยมเพียงแค่ 2 ตำแหน่ง



ตารางที่ 14 (ต่อ) แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด

สิ่งอำนวยความสะดวก และ ความน่าดึงดูด (Facilities & Amenities)	(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 440)	
	จังหวัดขอนแก่น		จังหวัดเลย		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย		ภาพรวม	
	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
ค่าธรรมเนียมในการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง	3.65	สำคัญมาก	3.65	สำคัญมาก	3.63	สำคัญมาก	3.61	สำคัญมาก	3.63	สำคัญมาก
จำนวนห้องสุขา หรือห้องน้ำที่มีไว้ให้บริการ	3.89	สำคัญมาก	4.15	สำคัญมาก	3.78	สำคัญมาก	4.00	สำคัญมาก	3.96	สำคัญมาก
สถานที่จอดรถ	3.96	สำคัญมาก	4.15	สำคัญมาก	3.93	สำคัญมาก	3.86	สำคัญมาก	3.98	สำคัญมาก
ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของผู้มาเยี่ยมชม	4.19	สำคัญมาก	4.45	สำคัญมากที่สุด	4.06	สำคัญมาก	4.12	สำคัญมาก	4.21	สำคัญมากที่สุด
การจัดสถานที่ตั้งสิ่งปลูกสร้าง เช่น ดงขี้เหล็ก	4.01	สำคัญมาก	4.22	สำคัญมากที่สุด	3.96	สำคัญมาก	3.95	สำคัญมาก	4.04	สำคัญมาก
ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว	4.00	สำคัญมาก	4.14	สำคัญมาก	4.14	สำคัญมาก	4.11	สำคัญมาก	4.09	สำคัญมาก
ระดับความสำคัญ	3.95	สำคัญมาก	3.98	สำคัญมาก	3.93	สำคัญมาก	3.90	สำคัญมาก	3.94	สำคัญมาก

หมายเหตุ : วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยใช้วิธี Weight Mean Score : WMS โดยคำนวณจากโปรแกรม SPSS และมีการใช้ศนนิยมเพียงแค่ 2 ตำแหน่ง

ผลการศึกษาดังที่แสดงในตารางที่ 14 พบว่าความสำคัญในภาพรวมของสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ซึ่งเป็นค่าคะแนนที่อยู่ในช่วงที่ค่อนข้างปลาย และเมื่อพิจารณาออกเป็นรายพื้นที่ที่เป็นจังหวัดคือ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย แล้วจะพบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะให้คะแนนค่าความสำคัญของผลกระทบ โดยเน้นในเรื่องของความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินมากที่สุด ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ซึ่งหมายถึงว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องในด้านชีวิต และทรัพย์สินนั้นมีค่ามากกว่าอื่นๆ ทั้งหมด ซึ่งนับได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญมากที่สุด และยอมรับที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศได้ แต่ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ที่มีค่าคะแนนรองลงไปคือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ความเพียงพอของแหล่งน้ำที่มีให้ใช้ การจัดการสถานที่ ทั้งสิ่งปลูกสร้าง และการมีไฟฟ้าเข้าถึง โดยมีค่าคะแนนเท่ากับ 4.09 , 4.06 , 4.04 และ 3.99 ตามลำดับนั้นเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ และดูแลอย่างใกล้ชิด เพราะปัจจัยดังกล่าวยอมรับที่จะส่งผลกระทบถึงการตัดสินใจที่จะเข้ามาใช้บริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวได้ แต่ทั้งนี้ยังคงมีปัจจัยอื่นๆ ที่ต้องนำเข้ามาพิจารณาร่วมก็คือ สถานที่จอดรถ จำนวนห้องสุขา หรือห้องน้ำที่มีไว้รองรับในการให้บริการ และความยาก-ง่ายของเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยปัจจัยเหล่านี้มีระดับความสำคัญในระดับ มาก และมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 , 3.96 และ 3.95 ซึ่งเป็นค่าคะแนนที่ไม่ห่างกับปัจจัยอื่นๆ ที่กล่าวในช่วงแรกมากนัก ดังนั้นฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการปรับปรุง หรือพัฒนาปัจจัยต่างๆ ดังที่กล่าวมานี้ ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

### ด้านนโยบายภาครัฐ (Government Policy)

จากการศึกษาพบว่าในภาพรวมของด้านนโยบายภาครัฐมีระดับความสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในระดับ มาก เมื่อพิจารณาถึงข้อปลีกย่อยแล้วจะเห็นได้ว่าส่วนที่มีความสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อในเรื่องของกฎหมาย และข้อบังคับของรัฐ รวมถึงกฎระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญในระดับ มาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และ 4.02 ตามลำดับ จากค่าคะแนนที่ได้นี้จะเห็นได้ว่าเป็นค่าคะแนนที่อยู่ในช่วงปลายของความสำคัญในระดับมาก ดังนั้นจึงมีความสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความเอาใจใส่กับปัจจัยด้านต่างๆ เหล่านี้ โดยที่มีอาจจะที่จะละเอียด หรือเพิกเฉยได้ และเมื่อพิจารณาแยกตามพื้นที่ โดยจำแนกออกเป็นจังหวัดต่างๆ แล้วนั้นสามารถอธิบายได้ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ที่ระบุความสำคัญที่คิดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ตอนบนในส่วนของนโยบายภาครัฐ โดยจำแนกออกเป็นรายจังหวัด

ปัจจัยด้าน ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	(n = 110)		(n = 110)		(n = 110)		(n = 440)			
	จังหวัดขอนแก่น		จังหวัดเลย		จังหวัดอุดรธานี		จังหวัดหนองคาย			
	ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับความ สำคัญ	ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับความ สำคัญ	ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับความ สำคัญ	ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับความ สำคัญ		
นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว ของรัฐ	3.98	สำคัญมาก	3.86	สำคัญมาก	4.08	สำคัญมาก	4.05	สำคัญมาก	4.00	สำคัญมาก
กฎระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยว	4.01	สำคัญมาก	4.00	สำคัญมาก	4.04	สำคัญมาก	4.09	สำคัญมาก	4.03	สำคัญมาก
กฎหมาย และข้อบังคับของรัฐ	4.05	สำคัญมาก	3.87	สำคัญมาก	4.12	สำคัญมาก	4.15	สำคัญมาก	4.05	สำคัญมาก
การลงโทษผู้กระทำความผิด	4.00	สำคัญมาก	3.90	สำคัญมาก	4.16	สำคัญมาก	4.09	สำคัญมาก	4.01	สำคัญมาก
ระดับความสำคัญ	4.01	สำคัญมาก	3.91	สำคัญมาก	4.08	สำคัญมาก	4.10	สำคัญมาก	4.02	สำคัญมาก

หมายเหตุ : วิธีการคำนวณค่าเฉลี่ยใช้วิธี Weight Mean Score : WMS โดยคำนวณจากโปรแกรม SPSS และมีการใช้ศนิยมเพียงแค่ 2 ตำแหน่ง

ผลการศึกษาดังที่แสดงในตารางที่ 15 พบว่าความสำคัญในภาพรวมของนโยบายภาครัฐมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ซึ่งเป็นค่าคะแนนที่อยู่ในช่วงที่ค่อนข้างปลาย และเมื่อพิจารณาออกเป็นรายพื้นที่ที่เป็นจังหวัดคือ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย แล้วจะพบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่อาจจะแตกต่างกันในเฉพาะส่วนปัจจัย แต่ค่าคะแนนก็ไม่แตกต่างกันมากนัก โดยทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้คะแนนค่าความสำคัญในเรื่องของกฎหมาย และข้อบังคับของรัฐ รวมถึงกฎระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก และมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และ 4.02 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาถึงค่าคะแนนของปัจจัยทั้งหมดในด้านของนโยบายภาครัฐแล้วจะเห็นได้ว่าค่าคะแนนเฉลี่ยนั้นมีค่าสูงกว่า 4.00 ทั้งหมด นั้นหมายถึงนอกเหนือจากเรื่องกฎหมาย ข้อบังคับ และกฎระเบียบของสถานที่ท่องเที่ยวแล้วนั้นยังมีเรื่องของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ และการลงโทษผู้กระทำความผิด ที่ต้องนำมาพิจารณาอีกด้วย ด้วยเหตุที่ว่าสิ่งเหล่านี้เมื่อประกาศออกมาใช้ ย่อมทั้งที่จะส่งผลดี และผลเสียต่อการท่องเที่ยวโดยภาพรวม ผลดีด้วยเหตุที่ว่าความเป็นระเบียบ และการอนุรักษ์ แต่ผลเสียจะอยู่ที่ว่าความเคร่งครัดของตัวบทกฎหมาย กฎระเบียบ รวมถึงการลงโทษ ซึ่งอาจจะเป็นเงื่อนไขหนึ่งในการตัดสินใจในการใช้บริการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้รวมไปถึงการจัดตั้งสถานประกอบการของผู้ประกอบการด้วยเช่นกัน

## ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ในการศึกษาลักษณะของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยว ผู้ให้ข้อมูล ในเขตจังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย ซึ่งในการศึกษาในด้านปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ครั้งนี้ได้อยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานที่ว่า ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยผลจากการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

### 1. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

จากการศึกษาพบว่าระดับอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $\chi^2 = 40.868 : P = 0.000$ ) โดยทั้งนี้จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลนั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องของระดับอายุ ซึ่งการที่มีระดับของอายุที่แตกต่างกันนี้อาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้บุคคลนั้นมีความคิด มีทัศนคติที่แตกต่างกัน โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ สุรางค์ จันทร์อม (2527 : 47-54) ที่กล่าวว่าบุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน อาจจะมีผลให้เกิดแนวคิดที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการทำงาน หรือความคิดเห็น ด้วยเหตุที่ว่าบุคคลนั้นอาจจะมีประสบการณ์ในการเรียนรู้ที่แตกต่างด้วยเช่นกัน

หากเราจะจำแนกถึงลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านต่างๆ สามารถอธิบายผลจากการศึกษาที่แสดงไว้ในตารางว่า ระดับอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว และด้านนโยบายของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ( $\chi^2 = 28.103 : P = 0.031, \chi^2 = 65.268 : P = 0.000, \chi^2 = 25.799 : P = 0.057, \chi^2 = 41.228 : P = 0.000, \chi^2 = 22.539 : P = 0.032$ ) ตามลำดับ แต่ผลการศึกษาในส่วนของปัจจัยด้านระดับราคา และคุณภาพ รวมถึงปัจจัยในด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย กลับไม่พบว่ามีความสัมพันธ์แต่อย่างใดกับระดับอายุของนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 18.138 : P = 0.112, \chi^2 = 21.230 : P = 0.170$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับอายุกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน  
เขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ค่า Chi-Square ( $\chi^2$ )	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	28.103	0.031 <sup>*</sup>
2. ด้านระดับราคา และคุณภาพ (Price and Quality)	18.138	0.112 <sup>ns</sup>
3. ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	21.230	0.170 <sup>ns</sup>
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	65.268	0.000 <sup>**</sup>
5. ด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ (Officer and Owner)	25.799	0.057 <sup>*</sup>
6. สิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูด (Facilities & Amenities)	41.228	0.000 <sup>**</sup>
7. ด้านนโยบายภาครัฐ (Government Policy)	22.539	0.032 <sup>*</sup>
ความสำคัญของปัจจัยโดยรวม	40.868	0.000 <sup>**</sup>

หมายเหตุ : 1. \* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. \*\* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. ns หมายถึง ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

## 2. ความสัมพันธ์ระหว่างการประกอบอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

จากการศึกษาพบว่า การประกอบอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $\chi^2 = 47.953 : P = 0.001$ ) โดยทั้งนี้ จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลนั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องของการประกอบสัมมาอาชีพ ซึ่งความแตกต่างกันในด้านการประกอบอาชีพนี้เอง อาจส่งผลให้บุคคลนั้นมีทัศนคติที่แตกต่างกัน เพราะเนื่องด้วยประสบการณ์ต่างๆ ที่ได้รับ หรือแนวความคิด จากการประกอบอาชีพ โดยสอดคล้องกับแนวความคิดของ บดี ปุชยายนันท์ และคณะ (2548 : 62) ที่กล่าวว่าจากประสบการณ์ในการประกอบอาชีพที่แตกต่างกันระหว่างบุคคลย่อมส่งผลกระทบต่อแนวคิด หรือทัศนคติที่แตกต่างกัน มากกว่ากลุ่มคนที่มีประสบการณ์ที่ใกล้เคียงกัน โดยบุคคลกลุ่มนี้จะได้รับ และได้ทราบอะไรที่คล้ายๆ กัน ดังนั้นกลุ่มคนเหล่านั้นก็จะมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกันมากนัก หรือแนวคิดของ สุรางค์ จันทร์เอม (2529 : 59) ที่ได้กล่าวว่าทัศนคติของคนเกิดจากรู้ และประสบการณ์ ดังนั้นจากสิ่งที่ได้กล่าวมาข้างต้นน่าจะเป็นสิ่งที่ยืนยันได้ถึงการที่นักท่องเที่ยวที่มีการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้มีทัศนคติ หรือแนวคิดที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน

หากเราจะจำแนกถึงลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างการประกอบอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านต่างๆ สามารถอธิบายผลจากการศึกษาที่แสดงไว้ในตารางว่า การประกอบอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านระดับราคา และคุณภาพ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว และด้านนโยบายของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ( $\chi^2 = 58.111 : P = 0.001, \chi^2 = 41.412 : P = 0.005, \chi^2 = 85.062 : P = 0.000, \chi^2 = 61.095 : P = 0.000, \chi^2 = 62.836 : P = 0.000, \chi^2 = 52.900 : P = 0.000$  และ  $\chi^2 = 41.286 : P = 0.005$ ) ตามลำดับ



ตารางที่ 17 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการประกอบอาชีพกับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ค่า Chi-Square ( $\chi^2$ )	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	58.111	0.001**
2. ด้านระดับราคา และคุณภาพ (Price and Quality)	41.412	0.005**
3. ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	85.062	0.000**
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	61.095	0.000**
5. ด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ (Officer and Owner)	62.836	0.000**
6. สิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูด (Facilities & Amenities)	52.900	0.000**
7. ด้านนโยบายภาครัฐ (Government Policy)	41.286	0.005**
ความสำคัญของปัจจัยโดยรวม	47.953	0.001**

หมายเหตุ : 1. \* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. \*\* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. ns หมายถึง ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

### 3. ด้านวุฒิการศึกษากับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

จากการศึกษาพบว่าด้านวุฒิการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 25.692 : P = 0.041$ ) โดยทั้งนี้จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลนั้นมีความแตกต่างกันในเรื่องของวุฒิการศึกษา ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นนักท่องเที่ยวจะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป รองลงไปก็คือกลุ่มที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา และระดับ ปวส. โดยทั้งนี้การที่นักท่องเที่ยวนั้นมีวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมอาจจะก่อให้เกิดความแตกต่างกันในแนวความคิด หรือทัศนคติ ก็อาจจะเป็นได้ โดยทั้งนี้อาจจะขึ้นกับประสบการณ์ส่วนบุคคลที่ได้ รับรู้ เรียนรู้ และสัมผัส มา ซึ่งแต่ละบุคคลนั้นอาจจะมีทัศนคติ ความคิด ความรู้ ที่แตกต่างกันได้ ซึ่งสอดคล้องกับ รัชนิกร เศรษฐรัฐ ในพราวพรรณ สงวนแก้ว (2542 : 21) ที่กล่าวเอาไว้ว่า การศึกษานั้นเป็นกรรมวิธี หรือกระบวนการต่างๆ ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ในการเรียนรู้ในชีวิต อันจะทำให้บุคคลนั้นสามารถพัฒนาความสามารถ เจตคติ ค่านิยม และคุณธรรมได้

หากเราจะจำแนกถึงลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างวุฒิการศึกษากับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านต่างๆ สามารถอธิบายผลจากการศึกษาที่แสดงไว้ในตารางว่า วุฒิการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว และรวมถึงด้านนโยบายของภาครัฐ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ( $\chi^2 = 35.826 : P = 0.016, \chi^2 = 40.469 : P = 0.004, \chi^2 = 33.896 : P = 0.027, \chi^2 = 27.431 : P = 0.025, \chi^2 = 27.842 : P = 0.023$ ) ตามลำดับ แต่ผลการศึกษาในส่วนของปัจจัยด้านระดับราคา และคุณภาพรวมถึงปัจจัยในด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการกลับไม่พบว่ามีความสัมพันธ์แต่อย่างใด กับวุฒิการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 19.949 : P = 0.174, \chi^2 = 27.238 : P = 0.129$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างวุฒิการศึกษากับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ  
ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ค่า Chi-Square ( $\chi^2$ )	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	35.826	0.016*
2. ด้านระดับราคา และคุณภาพ (Price and Quality)	19.949	0.174 <sup>ns</sup>
3. ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	40.469	0.004**
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	33.896	0.027*
5. ด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ (Officer and Owner)	27.238	0.129 <sup>ns</sup>
6. สิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูด (Facilities & Amenities)	27.431	0.025*
7. ด้านนโยบายภาครัฐ (Government Policy)	27.842	0.023*
ความสำคัญของปัจจัยโดยรวม	25.692	0.041*

หมายเหตุ : 1. \* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. \*\* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. ns หมายถึง ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

#### 4. ด้านระดับรายได้กับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

จากการศึกษาพบว่าระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 20.891 : P = 0.140$ ) โดยที่นี้ผลจากการศึกษาจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะมีระดับรายได้ตั้งแต่ 10,000 – 50,000 บาท ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 60.91 รองลงมา มีรายได้ที่ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.73 นอกนั้นมีรายได้สูงกว่า 50,000 บาท ซึ่งก็มีจำนวนไม่มากนัก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าถึงแม้นักท่องเที่ยวจะมีรายได้ที่แตกต่างกัน แต่กว่าระดับรายได้โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นก็จะอยู่ในระดับที่มีความใกล้เคียงกัน ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวก็ยอมที่จะทราบคืออยู่แล้วว่าอัตราค่าใช้จ่ายในการให้บริการนั้นเป็นอย่างไร แต่สิ่งที่สำคัญคือความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการว่าจะต้องได้รับในสิ่งที่ดีที่สุด ดังนั้นจากผลการศึกษาที่กล่าวว่าระดับรายได้ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนก็น่าจะเป็นด้วยเหตุที่ว่าถึงแม้บุคคลจะมีรายได้ที่แตกต่างกัน แต่บุคคลที่ยังคงต้องสิ่งที่ดีที่สุด โดยแลกกับความคุ้มค่ากับรายจ่ายที่ตนได้ใช้จ่ายไปเช่นเดียวกัน โดยทั้งนี้มีความสอดคล้องกับ สุกรี หลวงตั้งใจ (2541 : 89) ที่กล่าวว่า ระดับรายได้นั้นไม่ได้มีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นของบุคคล นั้นหมายถึงระดับรายได้นั้นไม่ได้ทำให้ระดับความคิดเห็นในด้านปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน

หากเราจะจำแนกถึงลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านต่างๆ สามารถอธิบายผลจากการศึกษาที่แสดงไว้ในตารางว่าระดับรายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และในส่วนของด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ( $\chi^2 = 37.331 : P = 0.011, \chi^2 = 36.089 : P = 0.015, \chi^2 = 43.987 : P = 0.002, \chi^2 = 75.824 : P = 0.000$ ) ตามลำดับ สำหรับผลการศึกษาในส่วนของ ปัจจัยด้านระดับราคา และคุณภาพ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว และด้านนโยบายภาครัฐ กลับไม่พบความสัมพันธ์แต่อย่างใดกับระดับรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 17.900 : P = 0.268, \chi^2 = 12.531 : P = 0.638, \chi^2 = 16.715 : P = 0.336$ ) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ  
ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ค่า Chi-Square ( $\chi^2$ )	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	37.331	0.011 <sup>*</sup>
2. ด้านระดับราคา และคุณภาพ (Price and Quality)	17.900	0.268 <sup>ns</sup>
3. ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place)	36.089	0.015 <sup>*</sup>
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	43.987	0.002 <sup>**</sup>
5. ด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ (Officer and Owner)	75.824	0.000 <sup>**</sup>
6. สิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูด (Facilities & Amenities)	12.531	0.638 <sup>ns</sup>
7. ด้านนโยบายภาครัฐ (Government Policy)	16.715	0.336 <sup>ns</sup>
ความสำคัญของปัจจัยโดยรวม	20.891	0.140 <sup>ns</sup>

หมายเหตุ : 1. \* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

2. \*\* หมายถึง ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

3. ns หมายถึง ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ

## แนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทัศนคติของนักท่องเที่ยว

สำหรับแนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยทางคณะผู้วิจัยได้ทำการสรุป ทัศนคติ ของนักท่องเที่ยว โดยการจำแนกออกเป็นหัวข้อต่างๆ ได้ 6 หัวข้อดังต่อไปนี้

### 1. ด้านความรู้ที่นักท่องเที่ยวต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยว

สำหรับแนวทางในด้านของความรู้ที่นักท่องเที่ยวต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยว ในส่วนของทัศนคติของประชาชนผลจากการศึกษาสามารถที่จะจำแนกออกเป็นรายหัวข้อดังนี้

1. ความรู้ในด้านของประวัติศาสตร์ ความสำคัญ และความเป็นมาของสถานที่ หรือจังหวัด ที่ได้ท่องเที่ยว
2. ความรู้ในด้านของวิถีการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวต้องรู้จักการปรับตัวให้เข้ากับสังคม เป็นต้น
3. ความรู้ในด้านศิลปะ วัฒนธรรม ในด้านสังคม และศาสนา ของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ
4. ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น รูปแบบของการให้บริการ หรือวิธีการจัดการ เป็นต้น
5. ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ เช่น การนวด การออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร รวมทั้งยาสมุนไพร

### 2. ด้านการปลูกจิตสำนึกของประชาชน เพื่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

สำหรับแนวทางในด้านของการปลูกจิตสำนึกของประชาชน เพื่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ในส่วนของทัศนคติของประชาชนผลจากการศึกษาสามารถที่จะจำแนกออกเป็นรายหัวข้อดังนี้

1. การปลูกจิตสำนึกให้รู้จักการรักษาความสะอาด ความมีระเบียบของสถานที่
2. การปลูกจิตสำนึกในเรื่องของการรู้จักอนุรักษ์ทรัพยากรเพื่อให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต
3. การปลูกจิตสำนึกในด้านของความปลอดภัยในรูปแบบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เช่น การกำชับให้ปฏิบัติตามกฎ หรือตามข้อแนะนำ ทั้งจากผู้นำทาง จากสถานที่ จากเจ้าหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการแต่งกาย รวมถึงการให้ความเคารพในสถานที่นั้น

4. การปลูกจิตสำนึกแก่ผู้ประกอบการ และคนในพื้นที่ในเรื่องของความเอื้อเฟื้อ และความซื่อสัตย์กับนักท่องเที่ยว
5. การปลูกจิตสำนึกในด้านของความเป็นพลเมืองที่ดี

### 3. บทบาทของตำรวจท่องเที่ยว

สำหรับแนวทางในด้านของบทบาทของเจ้าหน้าที่ตำรวจท่องเที่ยวที่จะต้องมีการพัฒนา หรือ ส่งเสริม ในส่วนของทัศนคติของประชาชน ผลจากการศึกษาสามารถที่จะจำแนกออกเป็นรายหัวข้อ ดังนี้

1. การปฏิบัติงานด้วยความเคร่งครัดตามจุดต่างๆ ที่คาดว่าจะก่อให้เกิดอันตราย หรือ อาจจะมีอันตรายแอบแฝงได้
2. หลักของการให้บริการแก่ประชาชน เช่น การให้คำแนะนำ ความมีน้ำใจ ความเอื้อเฟื้อ แก่นักท่องเที่ยว
3. การเสริมทักษะความสามารถในด้านภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทักษะในด้านของ ภาษาอังกฤษ
4. การควบคุม จัดระเบียบของการจราจรไม่ว่าจะเป็นการจอด หรือการเข้า-ออก

### 4. หน่วยงานที่ควรเข้ามากำกับดูแลในด้านการท่องเที่ยว

สำหรับหน่วยงานที่ควรเข้ามากำกับดูแล หรือเข้ามารับผิดชอบในด้านการท่องเที่ยวใน ส่วนของทัศนคติของประชาชน ผลจากการศึกษาสามารถที่จะจำแนกออกเป็นรายหัวข้อ ได้ดังนี้

1. สำนักงานตำรวจภูธรจังหวัด และสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว ควรที่จะเข้ามาดูแลใน เรื่องของความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ หรือสถานที่ท่องเที่ยวพื้นที่
2. องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และสำนักงานเทศบาล ควรที่ จะเข้ามาประสานดูแลในเรื่องของความสะอาด รวมถึงการจัดงบประมาณในการ พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ หรือบางครั้งอาจจะจัดทำใน รูปแบบของโครงการอาสาสมัครมักคฤเทศน์ นำเที่ยว หรืออาจจะประสานกับสำนักงาน ตำรวจภูธรจังหวัด หรือตำรวจท่องเที่ยวในการจัดหากำลังเจ้าหน้าที่เสริมในการ ปฏิบัติงาน
3. ศูนย์ประสานงานงานด้านการท่องเที่ยวจังหวัด ควรมีการประสานงานกับหน่วยงาน ต่างๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ อย่างยิ่งการประสานงานกับภาคเอกชนในเรื่องของการให้บริการ

4. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ควรมีการตรวจตราในเรื่องของสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของอาหาร เรื่องของยาสมุนไพร เพิ่มมากขึ้น
5. สำนักพาณิชย์จังหวัด ควรมีการควบคุมระดับราคาสินค้า และรวมไปถึงมาตรฐานของสินค้า โดยอาจจะร่วมมือกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

#### 5. วิธีการที่จะช่วยเสริมสร้าง ความรู้ความเข้าใจเพื่อความปลอดภัย/สวัสดิภาพในการท่องเที่ยว

สำหรับวิธีการที่จะช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ เพื่อความปลอดภัย/สวัสดิภาพในการท่องเที่ยวในส่วนของทัศนคติของประชาชน ผลจากการศึกษาสามารถที่จะจำแนกออกเป็นรายหัวข้อได้ดังนี้

1. การอบรมในเรื่องเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัย แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
2. มีติดป้ายประกาศ ที่มีความชัดเจน และทั่วถึง
3. ทักษะในการสื่อสารในคำณภาษาต่างประเทศ เช่นภาษาอังกฤษ
4. การประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นทาง อินเทอร์เน็ต โปรชัวร์ แผ่นพับ รวมทั้งการออกอากาศทางโทรทัศน์ หรือวิทยุ
5. การเพิ่มกำลังเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน และรวมถึงการเพิ่มจุดให้บริการนักท่องเที่ยว
6. การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ

#### 6. วิธีการที่จะช่วยเสริมสร้าง หรือพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. การส่งเสริมโดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ในการจัดหางบประมาณ หรือส่งเสริมการประกอบอาชีพ โดยการจัดตั้งเป็นกลุ่ม และมีการสร้างเครือข่ายในการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน
2. สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยในเรื่องของการวิจัย การออกแบบ รวมถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการในด้านธุรกิจ การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด รวมถึงในเรื่องของการนำความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ โดยอาจจะใช้ปราชญ์ชาวบ้านมาช่วยในการเสนอ หรือถ่ายทอดองค์ความรู้
3. การโฆษณาโดยอาศัยสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โปรชัวร์ แผ่นพับ รวมทั้งการออกอากาศ เป็นต้น
4. มีการจัดอบรมโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่เข้ามาเป็นผู้ประกอบการใหม่ รวมทั้งการนำผู้เข้าอบรมไปศึกษาดูงานจากสถานที่ต่างๆ ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว เพื่อนำกลับมาเป็นแบบอย่างในการดำเนินการต่อไป



5. มีการปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยจะเน้นในเรื่องของความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่นั้น รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ทำออกมาต้องได้รับมาตรฐานในด้านการผลิต เช่น ม.ผ.ช. , อ.ย. เป็นต้น

#### ข้อมูลเกี่ยวกับภาคธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการศึกษาพบว่าในส่วนข้อมูลทั่วไปของภาคธุรกิจที่ได้ศึกษานั้นส่วนใหญ่แล้วจะมีการให้บริการด้านการนวด การขัดตัว อบตัว ด้วยสมุนไพร และด้านการดูแลสุขภาพ เช่น การนวดเพื่อบำบัด เช่นการนวดกดจุด การรักษาสิวฝ้า ด้วยสมุนไพร การดูแลสุขภาพพรรณ และรวมถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อันเป็นอาหารเสริม หรือจำหน่ายยาสมุนไพร แก่ผู้ใช้บริการ และลักษณะของการประกอบการ โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเป็นธุรกิจที่จดทะเบียนในด้านการประกอบการ และมีใบรับรองในการประกอบการให้บริการด้านการนวดแผนไทย โดยมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 80 ของกิจการที่ได้เข้าไปสำรวจทั้งหมดจำนวน 42 แห่งในเขตจังหวัด ขอนแก่น เลย อุดรธานี และหนองคาย ส่วนที่เหลือจะมีลักษณะของการทำเป็นอาชีพเสริมโดยอาจจะมีการรวมตัวเป็นกลุ่ม หรืออาจจะไม่เป็นกลุ่ม ซึ่งทำได้โดยการรับบริการตามบ้านต่างๆ ผลจากการศึกษาพบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นภาคธุรกิจนั้นมีการดำเนินงานมาโดยเฉลี่ยประมาณ 3- 4 ปีโดยประมาณ และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มักจะเป็นประกอบอาชีพรับราชการ นิสิต-นักศึกษา คนทำงาน และประชาชนทั่วไป ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ จากการศึกษาในเชิงลึกพบว่าภาคธุรกิจร้อยละ 59.52 กล่าวว่าได้ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ หรือภาคเอกชนต่างๆ ในลักษณะของการเข้าร่วมการจัดอบรมในเรื่องของการให้บริการ การนวดที่ถูกวิธี หรือความรู้ในด้านของสมุนไพร โดยมีหน่วยงานที่ทางภาคธุรกิจกล่าวว่าได้มีการประสานงานคือ สำนักงานบริการการท่องเที่ยว สำนักงานเทศบาลจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานสาธารณสุข โรงพยาบาลศูนย์ประจำจังหวัด และสถานศึกษาต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัย และสถาบันราชภัฏ และอีกร้อยละ 40.48 กล่าวว่าไม่เคยเข้าร่วมหรือได้รับการติดต่อใดๆ จากหน่วยงานในภาครัฐ

#### ด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix in Core Products and Services : 4Ps)

สำหรับการศึกษาในด้านของส่วนประสมทางการตลาดทางคณะวิจัยได้ทำการศึกษาโดยพิจารณาถึงสินค้าและบริการหลักๆ ตามที่แต่ละหน่วยธุรกิจได้ดำเนินการ โดยได้แยกประเด็นของส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 4 ประเด็น คือในด้านของผลิตภัณฑ์ (Products) ด้านของระดับราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยในแต่ละด้านนั้นสามารถที่จะจำแนกรายละเอียดดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์ (Products)** จากการศึกษาพบว่าภาคธุรกิจได้ดำเนินการทำธุรกิจในรูปแบบของการให้บริการดังนี้

1. บริการตัดตัว ขัดผิว ด้วยสมุนไพร
2. บริการอบตัวด้วยสมุนไพร
3. บริการขัดหน้า
4. บริการนวดด้วยลูกประคบ
5. บริการนวดฝ่าเท้า
6. บริการนวดน้ำมัน
7. บริการนวดคลายไขมันเฉพาะส่วน
8. ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการสกัดจากสมุนไพรเพื่อนำมาใช้ในการผลิตลูกประคบ
9. การรักษาสิวฝ้า ด้วยสมุนไพร

**ด้านระดับราคา (Price)** จากการศึกษาพบว่าภาคธุรกิจได้มีหลักการกำหนดระดับราคาในการให้บริการ หรือกำหนดราคาในตัวสินค้า และบริการดังนี้

1. การตั้งระดับราคาที่ไม่แตกต่างกับราคาโดยทั่วไป และให้มีความพอเหมาะกับ กลุ่มผู้ใช้บริการที่เป็นกลุ่มวัยทำงาน หรือนิสิต-นักศึกษา หรืออาจจะกล่าวได้ว่า ไม่แพงและไม่ถูกเกินไป
2. การไม่ปรับราคาให้สูงขึ้น จากที่ได้เคยโฆษณาเอาไว้ในโปรชัวร์ แผ่นพับ หรือตามสื่อต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกที่ไม่เชื่อถือในตัวกิจการ
3. หลักการปรับระดับราคาของการให้บริการตามภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน้าฝน ซึ่งเป็นช่วง Low Season จึงทำให้ต้องลดระดับราคาจากระดับราคาปกติ
4. หลักการตั้งราคาโดยยึดหลักของทางผู้ให้บริการนั้นอยู่ได้ และผู้ใช้บริการสบายใจ และอยากจะกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป
5. การจัดรูปแบบการบริการในรูปแบบต่างๆ ให้มีลักษณะเป็นชุด หรือ แพคเกจ ของการให้บริการ และเมื่อใช้ครบจะมีส่วนลดมากกว่าการใช้บริการตามปกติในรูปแบบต่างๆ
6. มีการลดราคาให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการประจำ

**ด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ (Place)** จากการศึกษาพบว่าภาคธุรกิจได้มีแนวทางในการดำเนินการทางธุรกิจ โดยวิธีการดังนี้

1. มีการให้บริการนอกสถานที่
2. หลักการให้บริการเฉพาะจุดที่ตั้ง
3. ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์ หรือทางเว็บไซต์ เป็นต้น

**การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** จากการศึกษาพบว่าภาคธุรกิจได้มีแนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานดังนี้

1. การโฆษณา โดยการใช้แผ่นป้าย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของสื่ออื่นๆ เช่น แผ่นพับ โปรชัวร์ วิทิว หรือเคเบิลทีวี
2. การยึดหลักการบริการที่ดี เพื่อให้ผู้ใช้บริการนั้นเกิดความประทับใจ และนำไปบอกต่อ
3. การสนับสนุนผู้ที่ร้องขอเข้ามาดูวิธีการดำเนินงานของกิจการ
4. การจัดทำของที่ระลึกสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ
5. การมีบริการแบบครอสพิเศษ เช่น ใช้บริการครบตามจำนวนที่กำหนด ใช้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย 1 ครั้ง เช่น ใช้บริการ 5 ครั้ง ครั้งต่อไปไม่คิดค่าบริการ
6. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

#### ด้านการพัฒนาตลาด

**การปรับปรุง / พัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ** จากการศึกษาในส่วนของ การปรับปรุง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ผลจากการศึกษาสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

1. หน่วยงานมีการจัดอบรมแก่พนักงานในเรื่องของการให้บริการดี เช่น ทักษะในการปฏิบัติงาน มารยาทในการให้บริการที่ดี การเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องของเทคนิคการนวด ความรู้ในเรื่องของสมุนไพร
2. ผลิตภัณฑ์ที่ทางหน่วยธุรกิจได้ทำการผลิตขึ้นเองนั้นจะมีหลากหลายแสดงส่วนผสม วันเดือนปีที่ผลิต เวลาหมดอายุ รวมถึงวิธีการใช้ และระบุชัดเจนว่าผลิตที่ใด
3. หน่วยงานได้มีการเพิ่มรูปแบบการให้บริการมากขึ้น เช่น การนำเรื่องของความงามเข้ามาใช้ เช่น การขัดหน้า ขัดผิว ด้วยสมุนไพร หรือการนำเรื่องของอาหารทางชีวจิตมาแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ
4. เน้นที่วิธีการให้บริการมากกว่าที่จะเน้นในเรื่องของการส่งเสริมการโฆษณาผลิตภัณฑ์
5. การปรับปรุงความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ หรือตามความต้องการของผู้ใช้บริการที่เรียกร้อง เช่นการเน้นที่กลิ่น สี หรือรูปลักษณะในการบรรจุภัณฑ์

โดยจากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่าปัญหาที่ภาคธุรกิจส่วนใหญ่พบในปัจจุบันนั้นส่วนใหญ่มักจะเป็นปัญหาที่คล้ายคลึงกัน ก็คือในเรื่องของ การมีคู่แข่งที่มากขึ้น เพราะการมีคู่แข่งที่มากขึ้นนี้ย่อมทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากัน และหากต้องการให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในธุรกิจของตนมากขึ้นก็จำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุง ซึ่งจะนำไปสู่ในเรื่องทุนที่ต้องใช้ โดยทั้งนี้อาจจะต้องหาแหล่งเงินกู้ยืม ซึ่งบางครั้งอาจจะต้องยอมเสียดอกเบี้ยในอัตราที่สูงจากสถาบันการเงิน ประกอบกับสถานะทางเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดีมากนัก ส่งผลให้นักท่องเที่ยว หรือผู้ใช้บริการที่เคยมาใช้อยู่เป็นประจำนั้นหยุดการใช้บริการไป แต่อย่างไรก็ตามในวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นหน่วยธุรกิจบางรายได้มีการนำผลิตภัณฑ์อื่นๆ เข้ามาช่วยเป็นตัวเสริมจากสิ่งที่มีไว้สำหรับให้บริการอยู่ เช่น ในเรื่องของยาสมุนไพร รวมทั้งการยึดหลักของการให้บริการที่ดี โดยเน้นที่ความแตกต่างของการให้บริการเมื่อเทียบกับหน่วยธุรกิจอื่นๆ อีกทั้งมีการจัดการส่งเสริมการขายโดยการจัดเป็นชุดของสินค้า หรือชุดของการให้บริการ โดยอาจจะมีส่วนลดในเรื่องของความประหยัดจากอัตราค่าบริการปกติ และวิธีการสุดท้ายที่ทางหน่วยธุรกิจเลือกดำเนินการคือ การลดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่ง เมื่อต้องการให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในหน่วยธุรกิจของตนมากขึ้น

#### ด้านการพัฒนาบุคลากรของภาคธุรกิจ

การพัฒนาบุคลากรนั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของการดำเนินกิจการ เพราะทั้งนี้หากบุคลากรนั้นปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการแล้วนั้น ย่อมที่จะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยธุรกิจ และรวมถึงการสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไป ผลจากการศึกษาพบว่า หน่วยธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการพัฒนาบุคลากรของตนเอง โดยคิดเป็นร้อยละ 71.43 ซึ่งอาจจะทำการพัฒนาบุคลากรโดยลักษณะการสอนภายในหน่วยงานเอง หรือการส่งไปฝึกอบรมยังสถาบันการฝึกอบรมอื่นๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นหัวข้อที่มีการอบรมก็คือเรื่องของเทคนิคในการปฏิบัติงาน ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร การดูแลรักษาสุขภาพของตนเองในการที่จะเป็นผู้ให้บริการ ภาษาต่างประเทศสำหรับการสื่อสาร เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น หรือภาษาจีน รวมไปถึงการเข้าอบรมในหัวข้อการเป็นเจ้าบ้านที่ดีจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น และสำหรับอีกร้อยละ 28.57 กล่าวได้ว่าไม่ได้มีการจัดฝึกอบรมบุคลากร หรือส่งบุคลากรไปเพิ่มทักษะในการปฏิบัติงาน จากการศึกษาในเชิงลึกยังพบต่อไปอีกว่าปัญหาในด้านของการฝึกอบรมบุคลากรที่ทางหน่วยธุรกิจประสบอยู่นั้น โดยส่วนใหญ่จะขาดผู้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน รวมถึงขาดบุคลากรที่มีทักษะในการประกอบการทางธุรกิจ และปัญหาในด้านสุขภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในเรื่องของการปวดเมื่อยข้อมือ กล้ามเนื้อ และหลัง

ซึ่งวิธีที่การแก้ไขปัญหาดังกล่าวในเบื้องต้นทางหน่วยธุรกิจก็ได้ทำการส่งบุคลากรไปเพิ่มทักษะความรู้ และเทคนิคในการปฏิบัติงานโดยเน้นถึงการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้สอดคล้องกับยุคของการแข่งขัน รวมทั้งการให้สวัสดิการในการเรื่องของการดูแล การรักษา เมื่อมีการเจ็บป่วย และการสร้างเครือข่ายในการดำเนินงานทั้งนี้เพื่อแก้ไขปัญหามาในเรื่องของการขาดแคลนบุคลากรในการปฏิบัติงาน

#### **การมีส่วนร่วม หรือการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ**

จากการศึกษาในเรื่องของการมีส่วนร่วม หรือการสนับสนุนจากหน่วยงานในภาครัฐ พบว่าทางภาคธุรกิจกล่าวว่าทางหน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนคิดเป็นร้อยละ 54.76 แต่ไม่ได้ให้การสนับสนุนโดยตลอด โดยมีการดำเนินการเป็นครั้งคราว แต่อีกร้อยละ 45.24 กล่าวว่าหน่วยงานภาครัฐไม่เคยได้เข้ามาช่วยสนับสนุนในเรื่องใดๆ เลย ดังนั้นข้อเสนอที่ทางหน่วยธุรกิจเรียกร้องจากภาครัฐ ก็คือ 1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจังในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากกว่าที่เป็นอยู่ 2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจะตั้งงบประมาณสำหรับการฝึกอบรมไปยังศูนย์ฝึกอบรมต่างๆ และประกาศให้ผู้ที่ดำเนินงานเข้ามาฝึกอบรม และ 3. หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนในเรื่องของภูมิปัญญาพื้นบ้านให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิปัญญาในเรื่องของสมุนไพร ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ประชาชนมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานแก่ประชาชนในพื้นที่

### การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (SWOT Analysis Method)

จากการศึกษาถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด ขอนแก่น เลย อุดรธานี และหนองคาย สามารถสรุปได้ดังนี้

#### จุดแข็ง (Strength: S)

1. การมีเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจ
2. สถานที่ในการดำเนินธุรกิจมีพื้นที่กว้างขวาง ทำให้ง่ายต่อการเพิ่มการบริการในรูปแบบอื่นๆ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกที่ผ่อนคลาย
3. มีการตกแต่งจัดบรรยากาศของสถานที่ให้เป็นแบบพื้นบ้าน หรือนั้นความเป็นธรรมชาติ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเหมือนกับอยู่บ้านของตน
4. บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ มีทักษะในการประกอบการ และมีผลงานไว้อย่างเด่นชัด
5. สามารถจัดหาวัตถุดิบในการผลิตสมุนไพรได้ง่าย และมีราคาถูก ทั้งนี้เพราะมีเครือข่ายในการดำเนินงาน ประกอบกับการรู้จัก ความคุ้นเคย โดยส่วนตัวกับ ผู้ประกอบการที่นำสมุนไพรมาจำหน่าย
6. สถานประกอบการมีสูตรในการผลิตสมุนไพรที่เป็นของตนเอง และมีการรับรองมาตรฐานในการผลิต เช่น ม.ผ.ช. อ.ย. เป็นต้น
7. สถานประกอบการมีทำเลที่ตั้งอยู่กลางเมือง หรือชุมชน ซึ่งทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ หรือค้นหา
8. พนักงานมีทักษะในด้านการสื่อสารกับชาวต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น
9. การให้สวัสดิการในการรักษาพยาบาลแก่พนักงานยามเจ็บป่วย
10. การส่งเสริมให้บุคลากรนั้นเข้ารับการอบรมในเรื่องของทักษะในการปฏิบัติงาน และรวมถึงหลักการบริการที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ

**จุดอ่อน (Weakness: W)**

1. ต้นทุนของวัตถุดิบที่มีความจำเป็นต้องใช้นั้นมีราคาที่สูง เพราะว่ามีเรื่องของค่าใช้จ่ายในการขนส่งเข้ามาเกี่ยวข้อง ประกอบกับไม่ได้มีความสนิท หรือคุ้นเคยเป็นส่วนตัวกับผู้ประกอบการที่นำมาจำหน่าย
2. ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้มีการรู้จักอย่างแพร่หลายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือแม้กระทั่งในส่วนของสถานประกอบการเอง
3. โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นสถานประกอบการจะเป็นธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งบริหารงานโดยคนในครอบครัว ซึ่งไม่มีความรู้ หลักการ ในการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้อง ส่งผลให้บางครั้งเกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาด และก่อให้เกิดผลเสียหายแก่ธุรกิจ เช่น การขยายกิจการ
4. ข้อจำกัดในด้านของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของที่จอดรถ
5. ขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้ ทักษะในการดำเนินงาน
6. ขาดแคลนทุนทรัพย์ในการดำเนินงาน ซึ่งไม่อาจที่จะทำการขยายกิจการให้มากขึ้นได้
7. ข้อจำกัดในด้านของภาษาของพนักงาน เมื่อมีชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ ซึ่งบางครั้งอาจจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการสื่อสารได้

**โอกาส (Opportunity : O)**

1. หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายให้การสนับสนุนในเรื่องของการฝึกอบรม
2. การมีตลาด หรือห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ใกล้กับสถานประกอบการ
3. การเข้าร่วมงานเทศกาลที่ทางจังหวัดได้จัดขึ้น
4. ระบบการติดต่อสื่อสารสามารถทำได้รวดเร็วขึ้น

**อุปสรรค (Treat : T)**

1. ขาดหน่วยงานที่เป็นหลักในการดูแล หรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับการประกอบการ
2. การส่งเสริมจากหน่วยงานของภาครัฐนั้นมีน้อย และจัดทำไม่ต่อเนื่อง
3. สภาพการณ์ด้านเศรษฐกิจที่ค่อนข้างตกต่ำ ส่งผลให้มีจำนวนผู้ใช้บริการที่ลดลง
4. มลภาวะทางเสียง และกลิ่น ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการตั้งอยู่ใกล้กับชุมชน เช่น ตลาด
8. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการต้องการลูกค้า กล่าวคือ มีการต่อสู้กันโดยการใช้ราคา เช่นการตัดราคาในการให้บริการ จากสถานประกอบการคู่แข่ง

### การประเมินความสำเร็จของธุรกิจ

สำหรับการประเมินความสำเร็จของธุรกิจ จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของสถานประกอบการ ร้อยละ 59.52 กล่าวว่า ธุรกิจของตนนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยมีเครื่องชี้วัดดังนี้

1. พิจารณาจากจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี
2. พนักงานมีการพัฒนาตนเอง โดยดูได้จาก การให้บริการ เทคนิค ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น
3. มีเครือข่ายทางธุรกิจที่มีความเข้มแข็ง
4. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการหลังจากที่ใช้บริการแล้ว โดยการสอบถาม
5. การกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปของผู้ที่เคยมาใช้บริการก่อนหน้านี้

แต่อย่างไรก็ตามอีกร้อยละ 40.48 กล่าวว่า การดำเนินงานในส่วนของธุรกิจที่ทำอยู่นั้นยังไม่ค่อยที่จะประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ด้วยเหตุผลในการชี้วัดคือ

1. สถานประกอบการนั้นขาดการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้คนทั่วไปรู้จัก
2. มีค่าใช้จ่ายที่ไม่คุ้มกับรายรับ ด้วยเหตุผลที่ว่า มีลูกค้าน้อย และมีรายได้ไม่สม่ำเสมอ โดยทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงสาเหตุของการไม่ประสบความสำเร็จแล้วนั้น ผลการศึกษาสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1. ไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นด้านการส่งเสริมหรืองบประมาณ
2. มีภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนวดเปิดกิจการเพิ่มมากขึ้น
3. พนักงานที่มีความชำนาญมีไม่เพียงพอ
4. ลูกค้ามีตัวเลือกในการใช้บริการที่มากขึ้นกว่าแต่ก่อน
5. ปัญหาในเรื่องของความคับแคบของสถานประกอบการ โดยเฉพาะที่จอดรถ
6. การเป็นที่รู้จักของผู้ที่จะเข้ามาใช้บริการยังมีไม่มากนัก

สำหรับวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในเบื้องต้นของสถานประกอบการที่ได้ดำเนินการไปแล้วก็คือ

1. พยายามติดต่อขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนในเรื่องของการฝึกอบรม
2. จัดข้อเสนอพิเศษสำหรับผู้มาใช้บริการ เช่น การใช้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เมื่อใช้บริการได้ตามจำนวนครั้งที่กำหนด
3. รักษามาตรฐานในการให้บริการที่ดีของสถานประกอบการที่ตนดำเนินงานอยู่



4. การเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบของการให้บริการมากขึ้น
5. การส่งพนักงานไปฝึกอบรมในด้านของทักษะในการปฏิบัติงาน
6. การรักษา สุขอนามัย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของในเรื่องของความสะอาดของสถานที่ประกอบการ รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับบริการลูกค้า กล่าวคือเมื่อใช้เสร็จต้องทำความสะอาด ด้วยการล้าง หรือใช้น้ำยาฆ่าเชื้อ ทันทันที
7. เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โปรชัวร์ วิทยุชุมชน หรือเคเบิลทีวีในท้องถิ่น

### ส่วนของทัศนคติที่มีต่อการวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน

สำหรับการศึกษาในส่วนของทัศนคติของผู้ประกอบการที่มีต่อการวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน ในเขตจังหวัดขอนแก่น เลข อุคร และหนองคาย นั้นทางคณะผู้วิจัยสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

#### ผลิตภัณฑ์ (Products)

1. ควรเน้น และรักษารูปแบบของการให้บริการที่ดี
2. ผลิตภัณฑ์ควรเน้นออกมาในรูปแบบของการผ่อนคลาย
3. ผลิตภัณฑ์ควรเน้นในเรื่องของความหลากหลาย และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค
4. ผลิตภัณฑ์ควรมีความโดดเด่นในความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ หรือชุมชน ซึ่งอาจจะจัดทำโดยการออกแบบลวดลายต่างๆ ที่ไม่ซ้ำซ้อนกับชุมชน หรือพื้นที่อื่นๆ
5. ผลิตภัณฑ์ควรเน้นในเรื่องของการรักษาสุขภาพให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาผิว หรืออาหารประเภทของชีวจิต รวมไปถึงการแนะนำในเรื่องของการออกกำลังกายที่เหมาะสม

#### ระดับราคา (Prices)

1. เกณฑ์ในการตั้งราคาควรมีการตกลงกันให้เป็นราคากลาง เพื่อป้องกันการแข่งลูกค้ากัน ด้วยการตัดราคาในการบริการ
2. เกณฑ์ในการตั้งราคาจะต้องยึดหลักของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือไม่สูง หรือต่ำเกินไป เพราะต้องคำนึงเสมอว่าธุรกิจนั้นต้องอยู่ได้ และผู้ใช้บริการเต็มใจที่จะจ่าย

#### ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Places)

1. เพิ่มลักษณะของการบริการนอกสถานที่
2. ปรับปรุงระบบ โครงสร้างในเรื่องของการติดต่อ เช่น การติดต่อทางอินเทอร์เน็ต ที่มีความเร็วเพิ่มขึ้น หรือ การเดินสายโทรศัพท์ ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการติดต่อ

#### การส่งเสริมการตลาด (Promotions)

1. การเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นกว่าที่ผ่านมา โดยทาง วิทยุ หรือป้ายประกาศ แผ่นพับ โปสเตอร์
2. การจัดให้มีสินค้าทดลอง โดยอาจจะมีการทดลองให้ลูกค้านำไปใช้ ในรูปแบบของสินค้าที่ระลึก
3. การมีส่งเสริมในการใช้บริการ เช่น ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ หรือการให้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการครบตามจำนวนที่กำหนด
4. การเพิ่มช่องทางในการติดต่อทางโทรศัพท์ หรืออินเทอร์เน็ต ให้มากขึ้นกว่าเดิม

#### พนักงาน และเจ้าของกิจการ (Staffs)

1. ควรมีการจัดให้ไปอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ และเทคนิคใหม่ อย่างสม่ำเสมอ
2. ส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นทีม และความรักในหน่วยงาน
3. ควรมีการอบรมในเรื่องของมารยาทในการให้บริการ รวมถึงทัศนคติในการให้บริการที่ดี

#### สิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูด (Facilities & Amenities)

1. ควรมีการนำเอาเอกลักษณ์ประจำถิ่นฐานต่างๆ เข้ามาเป็นจุดขาย เช่น การตกแต่งสถานประกอบการให้อยู่ในรูปแบบที่ใกล้เคียงกับธรรมชาติ หรือการนำภาพศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี ของถิ่นฐานมาติดตกแต่ง
2. มีแผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่งในการให้บริการ โดยอาจจะอยู่ตามป้ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามท้องถนนต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน
3. การตกแต่งสถานที่ประกอบการควรเน้นในความเป็นธรรมชาติ เพื่อให้ผู้ใช้บริการนั้นสามารถผ่อนคลายความเมื่อยล้า และความเครียดให้มากที่สุด
4. การนำกลิ่นเข้ามาช่วยสร้างบรรยากาศภายในร้าน เช่น กลิ่นของหอมของผลไม้ หรือดอกไม้ต่างๆ เป็นต้น

#### ผลิตภาพ และคุณภาพ (Productivity and Quality)

1. มีการกำหนดระยะเวลาของการใช้ยาสมุนไพร ไว้แน่นอนว่าจะหมดอายุเมื่อใด และที่สำคัญต้องได้รับการรับรองในเรื่องของความปลอดภัยจากสำนักงานสาธารณสุข หรือกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
2. มีการฝึกฝนเทคนิคในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ
3. ควรเน้นรูปแบบของการให้บริการที่ดี และมีการสะท้อน หรือให้กลมกลืนกับวิถีชีวิต หรือเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่นนั้นๆ

4. การสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน

#### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืน

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ในส่วนที่เป็นทัศนคติของผู้ประกอบการนั้น ผลจากการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 20 แสดงความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ปัจจัย (n = 42)	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1. ถนน	3.83	มีความสำคัญมาก
2. ไฟฟ้า	4.07	มีความสำคัญมาก
3. แหล่งน้ำ	3.93	มีความสำคัญมาก
4. แหล่งเงินทุน / ปริมาณเงินทุน	4.52	มีความสำคัญมากที่สุด
5. ตลาด / ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.38	มีความสำคัญมาก
6. นโยบายส่งเสริมของรัฐบาล	3.21	มีความสำคัญปานกลาง
7. ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ	4.62	มีความสำคัญมากที่สุด
8. คุณภาพของพนักงานในสถานประกอบการ	4.19	มีความสำคัญมาก
9. จำนวนพนักงานในสถานประกอบการ	3.57	มีความสำคัญมาก
10. จำนวนคู่แข่งชั้นทางธุรกิจ	3.79	มีความสำคัญมาก
11. สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ	4.29	มีความสำคัญมากที่สุด
12. กฎหมาย และกฎข้อบังคับของทางราชการ	2.95	มีความสำคัญปานกลาง
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.95</b>	<b>มีความสำคัญมาก</b>

หมายเหตุ : ค่าคะแนนที่ได้ใช้วิธีการจากการถ่วงน้ำหนักเฉลี่ย weight mean score : WMS โดยได้มีการกำหนดระดับค่าคะแนนเฉลี่ยดังนี้ ค่าคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด ค่าคะแนน 3.41 – 4.20 มีระดับความสำคัญมาก ค่าคะแนน 2.61 – 3.40 มีระดับความสำคัญปานกลาง ค่าคะแนน 1.81 – 2.60 มีระดับความสำคัญน้อย และค่าคะแนน 1.00 – 1.80 มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ข้อมูลจากตารางที่ 20 แสดงให้ทราบถึงมุมมองของภาคธุรกิจในส่วนของปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมของปัจจัยต่างๆ ที่ได้ทำศึกษานั้นมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และเมื่อพิจารณาถึงแต่ละปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนแล้วนั้นจะพบว่าปัจจัยในด้านถนนหนทางในการคมนาคมมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ปัจจัยในเรื่องของการมีไฟฟ้าใช้ หรือการมีไฟฟ้าเข้าถึงมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ปัจจัยในเรื่องของแหล่งน้ำบริโภคมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ปัจจัยในด้านของแหล่งเงินทุน และปริมาณเงินทุนที่มีอยู่นั้นภาคธุรกิจกล่าวว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด เพราะทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่ว่า การที่ภาคธุรกิจจะดำเนินกิจการ หรือการขยาย ปรับปรุง กิจการนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยเงินทุน เพราะในบางครั้งการที่จะหาแหล่งเงินทุนเข้ามาจนเจือกิจการก็ต้องประสบกับอัตราดอกเบี้ยที่ค่อนข้างสูง ซึ่งส่งผลทำให้ต้องพิจารณาถึงการกู้ หรือยืม ในครั้งนั้นๆ ว่าจะสามารถชำระคืนครบถ้วนเมื่อใด ปัจจัยด้านการตลาด หรือช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ปัจจัยด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีความสำคัญในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการมีความสำคัญในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ด้วยเหตุผลที่ว่าส่งผลทำให้มีผู้เข้ามาติดต่อกันเกิดความสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ และปริมาณผู้เข้ามาใช้บริการ ซึ่งก็หมายถึงรายได้ของภาคธุรกิจที่ได้รับ ปัจจัยในด้านคุณภาพของพนักงานในสถานประกอบการมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ปัจจัยด้านจำนวนของพนักงานในสถานประกอบการมีระดับความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ปัจจัยด้านจำนวนคู่แข่งบนทางธุรกิจมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เพราะทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่ว่าถึงแม้จำนวนสถานประกอบการนั้นอาจจะมามาก แต่สุดท้ายสิ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคนั้นเข้ามาใช้บริการก็คือในเรื่องของคุณภาพในการให้บริการ เช่น คำแนะนำต่างๆ ทัศนคติไมตรีจิต บรรยากาศของสถานประกอบการที่มีความรู้สึกที่ผ่อนคลาย รวมถึงทักษะในการปฏิบัติงานของพนักงาน ปัจจัยด้านสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ มีความสำคัญในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เพราะทั้งนี้สภาพการณ์ทางเศรษฐกิจหมายถึงสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศ หากสภาพทางเศรษฐกิจไม่ค่อยที่จะเอื้ออำนวยแล้วจะเห็นได้ว่าประชาชนส่วนใหญ่มักจะเก็บเงินเอาไว้ โดยจะมีการใช้จ่ายในส่วนที่มีความสำคัญจริงๆ เช่น อาหาร หรือสินค้าที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตมากกว่าที่จะใช้จ่ายเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน หรือเพื่อความสนุกสนาน และปัจจัยสุดท้ายคือปัจจัย

ในด้านของกฎหมาย และกฎข้อบังคับของทางราชการจากการศึกษาพบว่าภาคธุรกิจมีความเห็นที่วุ่นวายน่าจะมีความสำคัญในการส่งผลกระทบต่อระดับ ปานกลาง โดยทั้งหมดนี้มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 ทั้งนี้ทางภาคธุรกิจได้ให้เหตุผลที่ว่าถึงแม้จะเรื่องของนโยบายภาครัฐ หรือกฎหมาย ที่ได้ประกาศใช้ จะมีผลบังคับใช้กับบุคคล นิติบุคคล ในประเทศ แต่ว่าในส่วนของแสวงหาความเพละเลื้อย และความสุขกาย สุขใจในการท่องเที่ยว หรือพักผ่อนนั้นมิได้กำหนดให้เป็นข้อยกเว้น เพราะทั้งนี้ กฎหมาย หรือ นโยบายที่ออกไม่ได้ทำการจำกัดสิทธิของความเป็นมนุษย์แต่อย่างใด ดังนั้นการที่บุคคลที่จะเข้ามาใช้บริการย่อมเป็นสิทธิส่วนบุคคล และภาคธุรกิจที่เปิดให้บริการหากมิได้กระทำในสิ่งที่ผิดกฎหมายก็ไม่จำเป็นที่จะต้องเกรงกลัวสิ่งใด ดังนั้นจึงเป็นเหตุผลที่ว่ากฎระเบียบข้อบังคับ นั้นเป็นเพียงแค่กรอบแนวทางเพื่อส่งผลให้เกิดความเป็นระเบียบ ซึ่งไม่ได้มีผลต่อการท่องเที่ยวแต่อย่างใด

## บทที่ 5

### สรุป และข้อเสนอแนะ

#### (Summary and Recommendations)

#### สรุปผลการศึกษา (Summary)

ในการศึกษา และวิเคราะห์เพื่อจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการวางแผนธุรกิจการ  
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดขอนแก่น  
จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย โดยมีกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการศึกษา  
ทั้งสิ้น 440 ราย และผู้ประกอบการทั้งสิ้น 42 ราย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ

1. เพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
2. เพื่อทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
4. เพื่อศึกษาบทบาทของรัฐบาลด้านนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในการสนับสนุน  
และส่งเสริมผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมธุรกิจการ  
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เข้ามาสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างมีคุณภาพ และ  
มาตรฐานการบริการในระดับสากล
5. เพื่อเป็นการส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงเป็นการกระตุ้น  
ให้ประชาชนท้องถิ่น เกิดความต้องการลงทุนประกอบอาชีพ การทำธุรกิจการ  
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อันจะช่วยเกิดการสร้างงานสร้างรายได้แก่คนในท้องถิ่นนั้นอย่าง  
ยั่งยืนยาว
6. เพื่อส่งเสริม และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจบริการการ  
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้เป็นไปตามแผนของการประกอบอาชีพบริการการท่องเที่ยว  
เชิงสุขภาพภายใต้กฎเกณฑ์และมาตรฐานที่กำหนด

โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

**ข้อมูลส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย และเลย**

จากการศึกษาถึงข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตอำเภอเมืองภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น จังหวัด อุดรธานี จังหวัดหนองคาย และจังหวัดเลย จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพส่วนใหญ่แล้วนั้นมีระดับอายุอยู่ระหว่าง 30 – 40 ปี โดยมีอายุโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 34.75 ปี และโดยส่วนใหญ่แล้วจะประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 22.70 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 25,858.30 บาท จากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นจะจบการศึกษาในระดับปริญญาตรีซึ่งคิดเป็นร้อยละ 43.90 จากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่าบุคคลที่มีอายุที่ค่อนข้างมาก คือ ในระดับ 45 ปีขึ้นไป มักจะให้ความใส่ใจในด้านของการรักษาสุขภาพมากกว่าบุคคลที่มีระดับอายุที่ต่ำกว่า

**ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเดินทาง และการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย และเลย**

สำหรับการศึกษาในส่วนของวัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยวจากการศึกษาพบว่าข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่าวัตถุประสงค์หลักๆ ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือการเดินทางเดินทางเพื่อมาพักผ่อน รองลงไปคือการเดินทางกลับมาเยี่ยมครอบครัว หรือญาติ และได้ถือโอกาสมาท่องเที่ยว จากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเดินทางมาท่องเที่ยวโดยเป็นครอบครัว โดยทั้งนี้ในส่วนจากรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นมักจะเดินทางมาท่องเที่ยวโดยการเช่ารถยนต์เดินทาง เนื่องจากว่าต้องการความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นการเช่ารถยนต์ส่วนตัว การเช่ารถจักรยานยนต์ขี่ข้ามจังหวัด รวมทั้งการเช่าเหมารถตู้ จากการศึกษายังพบต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 35 กล่าวว่าเดินทางมาเยี่ยมเยียนยังสถานที่ท่องเที่ยวที่นั้น โดยส่วนใหญ่แล้วจะมาเป็นครั้งแรก และมีระยะเวลาพำนัก หรือการท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นๆ โดยเฉลี่ยเพียงแค่ 1 วัน แต่สำหรับผู้ที่มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 1 วันแล้วนั้น จากการศึกษาพบว่าจะมีเวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยคือ 2 วันเท่านั้น ซึ่งนับได้ว่ามีเวลาที่ค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจจะด้วยเหตุผลของข้อจำกัดในด้านของเวลาในการหยุดพักจากการประกอบอาชีพ หรือการลาพักผ่อน และสำหรับในส่วนของการพักผ่อนโดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวกล่าวว่านิยมนักพักผ่อนยังโรงแรม เกสเฮ้าส์ หรือบังกะโล โดยทั้งนี้ก็มีค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนโดยเฉลี่ยประมาณ 732.68 บาทต่อวัน หรืออาจจะกล่าวได้ว่ามีค่าใช้จ่ายด้านห้องพักอยู่ระหว่าง 500 – 1,000 บาท

### ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น

ในส่วนที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 91.82 กล่าวว่าเห็นด้วยที่จะส่งเสริมให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนนั้นเป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งนี้ด้วยเหตุผลที่ได้รับจากการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีภูมิอากาศที่เหมาะสมกับการเป็นแหล่งพักผ่อน อีกทั้งยังมีจังหวัดหนองคายที่ติดอันดับเมืองน่าอยู่อันดับ 7 ของโลก
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีพรมแดนอยู่ติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวต่อได้ง่าย
3. การที่สนับสนุนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น เพราะภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวนประชากรที่ค่อนข้างมาก และต้องการให้ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสุขภาพที่ดี
4. เรื่องของความเจริญที่จะตามมาจากการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางในการท่องเที่ยว ซึ่งจะไปถึงการยกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นตามจุดมุ่งหมายของยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุขของภาครัฐ
5. อีกทั้งเป็นช่องทางในการเผยแพร่ และส่งเสริมวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โดยผลจากการศึกษาในเชิงลึกนั้นทำให้ทราบต่อไปอีกว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 50 ไม่ต้องการให้ทางจังหวัดนั้นปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เปลี่ยนไปจากเดิม ด้วยเหตุที่ว่ายังคงต้องการอนุรักษ์สภาพของทรัพยากรเดิมๆ เอาไว้ แต่อีกส่วนหนึ่งนั้นมีความเห็นที่ว่าควรที่จะปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพราะเป็นการรองรับในด้านของมาตรฐานการท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวที่น่าจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต และควรเน้นจุดขายที่เป็นเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และเชิงวัฒนธรรม มากกว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ โดยทั้งนี้ก็สามารถที่จะนำเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมาผนวกเข้ากับการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวข้างต้นได้



### ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในส่วนของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงทัศนคติในส่วนที่เป็นความสำคัญของผลกระทบที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งก็คือจังหวัดขอนแก่น จังหวัดเลย จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย โดยวิธีการสัมภาษณ์ข้อมูลในด้านทัศนคติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยเป็นการระบุ หรือกล่าวถึงระดับความสำคัญในด้านนั้นๆ ซึ่งแสดงความคิดเห็นตามความเป็นจริง ในลักษณะความรู้สึกว่าสิ่งนั้นมีความสำคัญ โดยวิธีการคิดคำนวณน้ำหนักของค่าคะแนนเฉลี่ย (Weight mean score : WMS) ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยต่างๆ โดยภาพรวมนั้นมีความสำคัญที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยในแต่ละหัวข้อพบว่าด้านภาพรวมของผลิตภัณฑ์ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ด้านภาพรวมของระดับราคา และคุณภาพมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ด้านภาพรวมของช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ด้านภาพรวมของการส่งเสริมการตลาด มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ด้านภาพรวมของพนักงาน และเจ้าของกิจการ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านภาพรวมของสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และด้านนโยบายภาครัฐ มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

สำหรับลักษณะของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนภายใต้ข้อสมมติฐานที่ว่า ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยผลการศึกษพบว่า

ระดับอายุมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $\chi^2 = 40.868 : P = 0.000$ )

การประกอบอาชีพมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ( $\chi^2 = 47.953 : P = 0.001$ )

วุฒิการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 25.692$  :  $P = 0.041$ )

ระดับรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $\chi^2 = 20.891$  :  $P = 0.140$ )

### แนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในทัศนคติของนักท่องเที่ยว

สำหรับแนวทางในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนในทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถจำแนกออกเป็นหัวข้อต่างๆ ได้ดังนี้

#### 1. ด้านความรู้ที่นักท่องเที่ยวต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยว

1. ความรู้ในด้านของประวัติศาสตร์ ความสำคัญ และความเป็นมาของสถานที่ หรือจังหวัด ที่ได้ท่องเที่ยว
2. ความรู้ในด้านของวิถีการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวต้องรู้จักการปรับตัวให้เข้ากับสังคม เป็นต้น
3. ความรู้ในด้านศิลปะ วัฒนธรรม ในด้านสังคม และศาสนา ของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ
4. ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น รูปแบบของการให้บริการ หรือวิธีการจัดการ เป็นต้น
5. ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ เช่น การนวด การออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร รวมทั้งยาสมุนไพร

#### 2. ด้านการปลูกจิตสำนึกของประชาชน เพื่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

1. การปลูกจิตสำนึกให้รู้จักการรักษาความสะอาด ความมีระเบียบของสถานที่
2. การปลูกจิตสำนึกในเรื่องของการรู้จักอนุรักษ์ทรัพยากรเพื่อให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต
3. การปลูกจิตสำนึกในด้านของความปลอดภัยในรูปแบบต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เช่น การกำชับให้ปฏิบัติตามกฎ หรือตามข้อแนะนำ ทั้งจากผู้นำทาง จากสถานที่ จากเจ้าหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการแต่งกาย รวมถึงการให้ความเคารพในสถานที่แห่งนั้น

4. การปลูกจิตสำนึกแก่ผู้ประกอบการ และคนในพื้นที่ในเรื่องของความเอื้อเฟื้อ และความซื่อสัตย์กับนักท่องเที่ยว
5. การปลูกจิตสำนึกในด้านของความเป็นพลเมืองที่ดี

### 3. บทบาทของตำรวจท่องเที่ยว

1. การปฏิบัติงานด้วยความเคร่งครัดตามจุดต่างๆ ที่คาดว่าจะก่อให้เกิดอันตราย หรือ อาจจะมีอันตรายแอบแฝงได้
2. หลักของการให้บริการแก่ประชาชน เช่น การให้คำแนะนำ ความมีน้ำใจ ความเอื้อเฟื้อ แก่นักท่องเที่ยว
3. การเสริมทักษะความสามารถในด้านภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทักษะในด้านของ ภาษาอังกฤษ
4. การควบคุม จัดระเบียบของการจราจรไม่ว่าจะเป็นการจอด หรือการเข้า-ออก

### 4. หน่วยงานที่ควรเข้ามากำกับดูแลในด้านของการท่องเที่ยว

1. สำนักงานตำรวจภูธรจังหวัด และสำนักงานตำรวจท่องเที่ยว ควรที่จะเข้ามาดูแลในเรื่องของความเป็นระเบียบเรียบร้อยในพื้นที่ หรือสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น
2. องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และสำนักงานเทศบาล ควรที่จะเข้ามาประสานดูแลในเรื่องของความสะอาด รวมถึงการจัดงบประมาณในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ หรือบางครั้งอาจจะจัดทำในรูปแบบของโครงการอาสาสมัครมักเทศน์ นำเที่ยว หรืออาจจะประสานกับสำนักงานตำรวจภูธรจังหวัด หรือตำรวจท่องเที่ยวในการจัดหากำลังเจ้าหน้าที่เสริมในการปฏิบัติงาน
3. ศูนย์ประสานงานงานด้านการท่องเที่ยวจังหวัด ควรจะมีการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประสานงานกับภาคเอกชนในเรื่องของการให้บริการ
4. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ควรจะมีการตรวจตราในเรื่องของสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของอาหาร เรื่องของยาสมุนไพร เพิ่มมากขึ้น
5. สำนักพาณิชย์จังหวัด ควรจะมีการควบคุมระดับราคาสินค้า และรวมไปถึงมาตรฐานของสินค้า โดยอาจจะร่วมมือกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด

### 5. วิธีการที่จะช่วยเสริมสร้าง ความรู้ความเข้าใจเพื่อความปลอดภัย/สวัสดิภาพในการท่องเที่ยว

1. การอบรมในเรื่องเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัย แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน
2. มีติดป้ายประกาศ ที่มีความชัดเจน และทั่วถึง
3. ทักษะในการสื่อสารในด้านภาษาต่างประเทศ เช่นภาษาอังกฤษ
4. การประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นทาง อินเทอร์เน็ต โปรชัวร์ แผ่นพับ รวมทั้งการออกอากาศทางโทรทัศน์ หรือวิทยุ
5. การเพิ่มกำลังเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน และรวมถึงการเพิ่มจุดให้บริการนักท่องเที่ยว
6. การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ

### 6. วิธีการที่จะช่วยเสริมสร้าง หรือพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิง

#### สุขภาพ

1. การส่งเสริม โดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ในการจัดหางบประมาณ หรือส่งเสริมการประกอบอาชีพ โดยการจัดตั้งเป็นกลุ่ม และมีการสร้างเครือข่ายในการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกัน
2. สถาบันการศึกษาเข้ามาช่วยในเรื่องของการวิจัย การออกแบบ รวมถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการในด้านธุรกิจ การผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาด รวมถึงในเรื่องของการนำความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ โดยอาจจะใช้ปราชญ์ชาวบ้านมาช่วยในการเสนอ หรือถ่ายทอดองค์ความรู้
3. การโฆษณาโดยอาศัยสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต โปรชัวร์ แผ่นพับ รวมทั้งการออกอากาศ เป็นต้น
4. มีการจัดอบรมโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่เข้ามาเป็นผู้ประกอบการใหม่ รวมทั้งการนำผู้เข้าอบรมไปศึกษาดูงานจากสถานที่ต่างๆ ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว เพื่อนำกลับมาเป็นแบบอย่างในการดำเนินการต่อไป
5. มีการปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาจจะเน้นในเรื่องของความเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่นั้น รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ทำออกมาต้องได้รับมาตรฐานในด้านการผลิต เช่น ม.ผ.ช. , อ.ย. เป็นต้น

### ข้อมูลเกี่ยวกับภาครัฐกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการศึกษาพบว่าในส่วนข้อมูลทั่วไปของภาครัฐกิจที่ได้ศึกษานั้นส่วนใหญ่แล้วจะมีการให้บริการด้านการนวด การขัดตัว อบตัว ด้วยสมุนไพร และด้านการดูแลสุขภาพ เช่น การนวดเพื่อบำบัด เช่นการนวดกดจุด การรักษาสิวฝ้า ด้วยสมุนไพร การดูแลผิวพรรณ และรวมถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อันเป็นอาหารเสริม หรือจำหน่ายยาสมุนไพร แก่ผู้ใช้บริการ และลักษณะของการประกอบการ โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นจะเป็นธุรกิจที่จดทะเบียนในด้านการประกอบการ และมีใบรับรองในการประกอบการให้บริการด้านการนวดแผนไทย โดยทั้งนี้พบว่าภาครัฐกิจโดยส่วนใหญ่มีการดำเนินงาน โดยเฉลี่ยประมาณ 3- 4 ปี จากการศึกษาในเชิงลึกพบว่าภาครัฐกิจร้อยละ 59.52 กล่าวว่าได้ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ หรือภาคเอกชนต่างๆ ในลักษณะของการเข้าร่วมการจัดอบรมในเรื่องของการให้บริการ การนวดที่ถูกวิธี หรือความรู้ในด้านของสมุนไพร โดยมีหน่วยงานที่ทางภาครัฐกิจกล่าวว่าได้มีการประสานงานคือ สำนักงานบริการการท่องเที่ยว สำนักงานเทศบาลจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด สำนักงานสาธารณสุข โรงพยาบาลศูนย์ประจำจังหวัด และสถาบันการศึกษาต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัย และสถาบันราชภัฏ และมีบางส่วนคิดเป็นร้อยละ 40.48 กล่าวว่าไม่เคยเข้าร่วมหรือได้รับการติดต่อใดๆ จากหน่วยงานในภาครัฐ

สำหรับแนวคิดด้านธุรกิจ และพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถอธิบายได้โดยจำแนกออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

#### ด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix in Core Products and Services : 4Ps)

สำหรับการศึกษาในด้านของส่วนประสมทางการตลาดทางคณะวิจัยได้ทำการศึกษาโดยพิจารณาถึงสินค้าและบริการหลักๆ ตามที่แต่ละหน่วยธุรกิจได้ดำเนินการ โดยได้แยกประเด็นของส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 4 ประเด็น คือในด้านของผลิตภัณฑ์ (Products) ด้านของระดับราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยในแต่ละด้านนั้นสามารถที่จะจำแนกรายละเอียดดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์ (Products)** จากการศึกษพบว่าภาครัฐกิจได้ดำเนินการทำธุรกิจในรูปแบบของการให้บริการคือ ในเรื่องของการบริการขัดตัว ขัดผิว อบตัว ขัดหน้า ด้วยสมุนไพร รวมไปถึงการนวดฝ่าเท้า นวดน้ำมัน การนวดด้วยลูกประคบ การสลายไขมันเฉพาะส่วน การรักษาสิวฝ้า และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากสมุนไพร

**ด้านระดับราคา (Price)** จากการศึกษพบว่าภาครัฐกิจได้มีหลักเกณฑ์การกำหนดระดับราคาในการให้บริการ หรือกำหนดราคาในตัวสินค้า คือ การอิงระดับราคาค่าบริการทั่วไป และไม่ปรับราคาให้เพิ่มขึ้นจากที่ได้ประชาสัมพันธ์ไว้ หรือในบางครั้งเมื่อเกิดภาวะทางเศรษฐกิจที่

จะต้องมีการปรับราคาค่าบริการ โดยทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับการณ์เพิ่มขึ้น หรือลดลงของต้นทุน รวมไปถึงการมีส่วนลดราคาในการใช้บริการสำหรับผู้ที่ใช้บริการประจำ หรือมากกว่า 1 ครั้ง เป็นต้น

**ด้านช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการ (Place)** จากการศึกษาพบว่าภาคธุรกิจได้มีแนวทางในการดำเนินการทางธุรกิจ คือ การให้บริการภายนอกสถานที่ และการบริการเฉพาะที่ กล่าวคือไม่ได้ออกไปรับบริการนอกสถานที่ประกอบการ และที่สำคัญคือผู้ใช้บริการสามารถที่จะติดต่อทางโทรศัพท์ หรือทางเว็บไซต์ได้

**การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** จากการศึกษาพบว่าภาคธุรกิจได้มีแนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานคือ หลักการโฆษณาโดยการให้แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์ หรือใช้สื่ออื่นๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ วิทยู หรือเคเบิลทีวี อีกทั้งยังยึดหลักในด้านของมาตรฐานในการบริการ หรือรูปแบบการบริการที่เป็นชุด หรือ Course รวมถึงการให้ความสนับสนุนผู้ที่ร้องขอเข้ามาดูงาน และมีในส่วนของการจัดทำของที่ระลึกสำหรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการในโอกาสต่อไป

**ด้านการพัฒนาตลาด** ในส่วนของการปรับปรุง / พัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ผลการศึกษาสามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

1. หน่วยงานมีการจัดอบรมแก่พนักงานในเรื่องของการให้บริการดี เช่น ทักษะในการปฏิบัติงาน มารยาทในการให้บริการที่ดี การเพิ่มพูนความรู้ในเรื่องของเทคนิคการนวด ความรู้ในเรื่องของสมุนไพร
2. ผลิตภัณฑ์ที่ทางหน่วยธุรกิจได้ทำการผลิตขึ้นเองนั้นจะมีตลาดแสดงส่วนผสม วันเดือนปีที่ผลิต เวลาหมดอายุ รวมถึงวิธีการใช้และระบุชัดเจนว่าผลิตที่ใด
3. หน่วยงานได้มีการเพิ่มรูปแบบการให้บริการมากขึ้น เช่น การนำเรื่องของความงามเข้ามาใช้ เช่น การขัดหน้า ขัดผิว ด้วยสมุนไพร หรือการนำเรื่องของอาหารทางชีวจิตมาแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ
4. เน้นที่วิธีการให้บริการมากกว่าที่จะเน้นในเรื่องของการส่งเสริมการโฆษณาผลิตภัณฑ์
5. การปรับปรุงความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ หรือตามความต้องการของผู้ใช้บริการที่เรียกร้อง เช่นการเน้นที่กลิ่น สี หรือรูปลักษณะในการบรรจุภัณฑ์

โดยจากการศึกษาข้างพบต่อไปอีกกว่าปัญหาที่ภาคธุรกิจส่วนใหญ่พบในปัจจุบันนั้นส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาที่คล้ายคลึงกัน ก็คือในเรื่องของ การมีคู่แข่งที่มากขึ้น และทำให้เกิดการแข่งขันกัน และหากต้องการให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการในธุรกิจของตนมากขึ้นก็จำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุง ซึ่งจะนำไปสู่ในเรื่องทุนที่ต้องใช้ แต่อย่างไรก็ตามในวิธีการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นหน่วยธุรกิจบางรายได้มีการนำผลิตภัณฑ์อื่นๆ เข้ามาช่วยเป็นตัวเสริมจากสิ่งที่มีไว้สำหรับให้บริการอยู่

เช่น ในเรื่องของยาสมุนไพร รวมทั้งการยึดหลักของการให้บริการที่ดี โดยเน้นที่ความแตกต่างของการให้บริการเมื่อเทียบกับหน่วยธุรกิจอื่นๆ ซึ่งจากการศึกษาในเชิงลึกวิธีการสุดท้ายที่ทางหน่วยธุรกิจเลือกดำเนินการเมื่อต้องการลูกค้าอย่างจริงจังก็คือการลดราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่ง ซึ่งก็จะก่อให้เกิดเป็นสงครามราคาต่อไป

ด้านการพัฒนาบุคลากรของภาคธุรกิจ ผลจากการศึกษาพบว่า หน่วยธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการพัฒนาบุคลากรของตนเอง โดยทั้งนี้อาจจะทำการพัฒนาบุคลากรโดยลักษณะการสอนภายในหน่วยงานเอง หรือการส่งไปฝึกอบรมยังสถาบันการฝึกอบรมอื่นๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วนั้นหัวข้อที่มีการอบรมก็คือเรื่องของเทคนิคในการปฏิบัติงาน ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพร การดูแลรักษาสุขภาพของตนเองในกรณีที่จะเป็นผู้ให้บริการ ภาษาต่างประเทศสำหรับการสื่อสาร เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น หรือภาษาจีน รวมไปถึงการเข้าอบรมในหัวข้อการเป็นเจ้าบ้านที่ดีจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น จากการศึกษาในเชิงลึกพบว่าปัญหาในด้านของการฝึกอบรมบุคลากรที่ทางหน่วยธุรกิจประสบอยู่นั้น โดยส่วนใหญ่จะขาดผู้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน รวมถึงขาดบุคลากรที่มีทักษะในการประกอบการทางธุรกิจ และปัญหาในด้านสุขภาพของบุคลากรผู้ปฏิบัติงานในเรื่องของการปวดเมื่อยข้อมือ กล้ามเนื้อ และหลัง ซึ่งวิธีที่การแก้ไขปัญหาดังกล่าวในเบื้องต้นทางหน่วยธุรกิจได้ทำการส่งบุคลากรไปเพิ่มทักษะความรู้ และเทคนิคในการปฏิบัติงาน โดยเน้นถึงการพัฒนาศักยภาพเพื่อให้สอดคล้องกับยุคของการแข่งขัน รวมทั้งการให้สวัสดิการในการเรื่องของการดูแล การรักษา เมื่อมีการเจ็บป่วย และรวมถึงการสร้างเครือข่ายในการดำเนินงานทั้งนี้เพื่อแก้ไขปัญหาด้านเรื่องของการขาดแคลนบุคลากรในการปฏิบัติงาน

การมีส่วนร่วม หรือการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จากการศึกษาพบว่าทางหน่วยงานภาครัฐได้ให้การสนับสนุนแต่ไม่ได้ให้การสนับสนุนโดยตลอด โดยทั้งนี้มีลักษณะการดำเนินการสนับสนุนที่เป็นครั้งคราว โดยข้อเสนอส่วนใหญ่ที่ทางหน่วยธุรกิจเรียกร้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ก็คือ 1. การให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง และจริงจังในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากกว่าที่เป็นอยู่ 2. การสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรทำอย่างต่อเนื่อง โดยทั้งนี้อาจจะมีการตั้งงบประมาณสำหรับการฝึกอบรมไปยังศูนย์ฝึกอบรมต่างๆ และประกาศให้ผู้ดำเนินงานเข้าร่วมฝึกอบรม และ 3. หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนในเรื่องของภูมิปัญญาพื้นบ้านให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งภูมิปัญญาในเรื่องของสมุนไพร ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ประชาชนมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างงานแก่ประชาชนในพื้นที่

**การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (SWOT Analysis Method)**

จากการศึกษาถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตจังหวัด ขอนแก่น เลข อุรธานี และหนองคาย สามารถสรุปได้ดังนี้

**จุดแข็ง (Strength: S)**

1. การมีเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจ
2. สถานที่ในการดำเนินธุรกิจมีพื้นที่กว้างขวาง ทำให้ง่ายต่อการเพิ่มการบริการในรูปแบบอื่นๆ และส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกที่ผ่อนคลาย
3. มีการตกแต่งจัดบรรยากาศของสถานที่ให้เป็นแบบพื้นบ้าน หรือนั้นความเป็นธรรมชาติ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเหมือนกับอยู่บ้านของตน
4. บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพ มีทักษะในการประกอบการ และมีผลงานไว้อย่างเด่นชัด
5. สามารถจัดหัตถุดิบในการผลิตสมุนไพรได้ง่าย และมีราคาถูก ทั้งนี้เพราะมีเครือข่ายในการดำเนินงาน ประกอบกับการรู้จัก ความคุ้นเคย โดยส่วนตัวกับ ผู้ประกอบการที่นำสมุนไพรมาจำหน่าย
6. สถานประกอบการมีสูตรในการผลิตสมุนไพรที่เป็นของตนเอง และมีการรับรองมาตรฐานในการผลิต เช่น ม.ผ.ช. อ.ย. เป็นต้น
7. สถานประกอบการมีทำเลที่ตั้งอยู่กลางเมือง หรือชุมชน ซึ่งทำให้เกิดความสะดวกในการติดต่อ หรือค้นหา
8. พนักงานมีทักษะในด้านการสื่อสารกับชาวต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน หรือภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น
9. การให้สวัสดิการในการรักษาพยาบาลแก่พนักงานยามเจ็บป่วย
10. การส่งเสริมให้บุคลากรนั้นเข้ารับการอบรมในเรื่องของทักษะในการปฏิบัติงาน และรวมถึงหลักการบริการที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ

**จุดอ่อน (Weakness: W)**

1. ต้นทุนของวัตถุดิบที่มีความจำเป็นต้องใช้นั้นมีราคาที่สูง เพราะว่ามีเรื่องของการใช้จ่ายในการขนส่งเข้ามาเกี่ยวข้อง ประกอบกับไม่ได้มีความสนิท หรือคุ้นเคยเป็นส่วนตัวกับผู้ประกอบการที่นำมาจำหน่าย
2. ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์ให้มีการรู้จักอย่างแพร่หลายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือแม้กระทั่งในส่วนของสถานประกอบการเอง



3. โดยส่วนใหญ่แล้วนั้นสถานประกอบการจะเป็นธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งบริหารงานโดยคนในครอบครัว ซึ่งไม่มีความรู้ หลักการ ในการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้อง ส่งผลให้บางครั้งเกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาด และก่อให้เกิดผลเสียหายแก่ธุรกิจ เช่น การขยายกิจการ
4. ข้อจำกัดในด้านของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของที่ดิน
5. ขาดแคลนพนักงานที่มีความรู้ ทักษะในการดำเนินงาน
6. ขาดแคลนทุนทรัพย์ในการดำเนินงาน ซึ่งไม่อาจที่จะทำการขยายกิจการให้มากขึ้นได้
7. ข้อจำกัดในด้านของภาษาของพนักงาน เมื่อมีชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ ซึ่งบางครั้งอาจจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดในการสื่อสารได้

#### โอกาส (Opportunity : O)

1. หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายให้การสนับสนุนในเรื่องของการฝึกอบรม
2. การมีตลาด หรือห้างสรรพสินค้าตั้งอยู่ใกล้กับสถานประกอบการ
3. การเข้าร่วมงานเทศกาลที่ทางจังหวัด ได้จัดขึ้น
4. ระบบการติดต่อสื่อสารสามารถทำได้รวดเร็วขึ้น

#### อุปสรรค (Treat : T)

1. ขาดหน่วยงานที่เป็นหลักในการดูแล หรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับการประกอบการ
2. การส่งเสริมจากหน่วยงานของภาครัฐนั้นมีน้อย และจัดทำไม่ต่อเนื่อง
3. สภาพการณ์ด้านเศรษฐกิจที่ค่อนข้างตกต่ำ ส่งผลให้มีจำนวนผู้ใช้บริการที่ลดลง
4. มลภาวะทางเสียง และกลิ่น ที่เกิดขึ้นเนื่องจากการตั้งอยู่ใกล้กับชุมชน เช่น ตลาด
8. ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการต้องการลูกค้า กล่าวคือ มีการต่อสู้กันโดยการ ใช้ราคา เช่นการ ตัดราคาในการ ให้บริการ จากสถานประกอบการคู่แข่ง

#### การประเมินความสำเร็จของธุรกิจ

สำหรับการประเมินความสำเร็จของธุรกิจ จากผลการดำเนินกิจการที่ผ่านมาของสถานประกอบการ ร้อยละ 59.52 กล่าวว่า ธุรกิจของตนนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ โดยมีเครื่องชี้วัดคือ 1.พิจารณาจากจำนวนผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี 2.พนักงานมีการพัฒนาตนเอง โดยดูได้จากการให้บริการ เทคนิค ความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น 3. มีเครือข่ายทางธุรกิจที่มีความเข้มแข็ง 4.ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการหลังจากที่ใช้บริการแล้ว โดยการสอบถาม 5.การกลับมาใช้บริการในครั้งต่อไปของผู้ที่เคยมาใช้บริการก่อนหน้านี้

แต่อย่างไรก็ตามอีกร้อยละ 40.48 กล่าวว่า การดำเนินงานในส่วนของธุรกิจที่ทำอยู่นั้นยังไม่ค่อยที่จะประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ด้วยเหตุผลในการชี้วัดคือ สถานประกอบการนั้นขาดการ

ประชาสัมพันธ เพื่อทำให้คนทั่วไปรู้จัก และมีค่าใช้จ่ายที่ไม่คุ้มกับรายรับ ด้วยเหตุผลที่ว่ามีลูกค้า น้อย และมีรายได้ไม่สม่ำเสมอ โดยทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงสาเหตุของการไม่ประสบความสำเร็จแล้ว นั้น ผลการศึกษาสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้ 1.ไม่มีหน่วยงานใดเข้ามาให้การสนับสนุนอย่าง จริงจัง ไม่ว่าจะเป็นด้านการส่งเสริม หรืองบประมาณ 2.มีภาครัฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการนวดเปิด กิจการเพิ่มมากขึ้น 3.พนักงานที่มีความชำนาญมีไม่เพียงพอ 4.ลูกค้ามีตัวเลือกในการใช้บริการที่ มากขึ้นกว่าแต่ก่อน 5.ปัญหาในเรื่องของความคับแคบของสถานประกอบการ โดยเฉพาะที่จอดรถ และ 6.การเป็นที่รู้จักของผู้ที่จะเข้ามาใช้บริการยังมีไม่มากนัก โดยวิธีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นใน เบื้องต้นของสถานประกอบการที่ได้ดำเนินการไปแล้วก็คือ 1.พยายามติดต่อขอความช่วยเหลือจาก หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนในเรื่องของการฝึกอบรม 2.จัดข้อเสนอพิเศษ สำหรับผู้มาใช้บริการ เช่น การใช้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย เมื่อใช้บริการได้ตามจำนวนครั้งที่ กำหนด 3.รักษามาตรฐานในการให้บริการที่ดีของสถานประกอบการที่ตนดำเนินงานอยู่ 4.การเพิ่ม ความหลากหลายของรูปแบบของการให้บริการมากขึ้น 5. การส่งพนักงานไปฝึกอบรมในด้านของ ทักษะในการปฏิบัติงาน 6.การรักษา สุขอนามัย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องในเรื่องของความสะอาดของ สถานประกอบการ รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับบริการลูกค้า กล่าวคือเมื่อใช้เสร็จต้องทำความสะอาด ด้วยการล้าง หรือใช้น้ำยาฆ่าเชื้อ ทันที และ 7.เพิ่มการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โปสเตอร์ วิทยุชุมชน หรือเคเบิลทีวีในท้องถิ่น

#### การวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนโดยทัศนของภาครัฐกิจ

ผลจากการศึกษาสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

##### ผลิตภัณฑ์ (Products)

1. ควรเน้น และรักษารูปแบบของการให้บริการที่ดี
2. ผลิตภัณฑ์ควรเน้นออกมาในรูปแบบของการผ่อนคลาย
3. ผลิตภัณฑ์ควรเน้นในเรื่องของความหลากหลาย และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค
4. ผลิตภัณฑ์ควรมีความโดดเด่นในความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ หรือชุมชน ซึ่งอาจจะ จัดทำโดยการออกแบบสวดลายต่างๆ ที่ไม่ซ้ำซ้อนกับชุมชน หรือพื้นที่อื่นๆ
5. ผลิตภัณฑ์ควรเน้นในเรื่องของการรักษาสุขภาพให้มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้ สมุนไพรเพื่อรักษาผิว หรืออาหารประเภทของชีวจิต รวมไปถึงการแนะนำในเรื่องของ การออกกำลังกายที่เหมาะสม

### ระดับราคา (Prices)

1. เกณฑ์ในการตั้งราคาควรมีการตกลงกันให้เป็นราคากลาง เพื่อป้องกันการแย่งลูกค้ากัน ด้วยการตัดราคาในการบริการ
2. เกณฑ์ในการตั้งราคาจะต้องยึดหลักของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือไม่สูง หรือต่ำเกินไป เพราะต้องคำนึงเสมอว่าธุรกิจนั้นต้องอยู่ได้ และผู้ใช้บริการเต็มใจที่จะจ่าย

### ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Places)

1. เพิ่มลักษณะของการบริการนอกสถานที่
2. ปรับปรุงระบบโครงสร้างในเรื่องของการติดต่อ เช่น การติดต่อทางอินเทอร์เน็ต ที่มีความเร็วเพิ่มขึ้น หรือ การเดินสายโทรศัพท์ ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการติดต่อ

### การส่งเสริมการตลาด (Promotions)

1. การเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มีมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา โดยทาง วิทยุ หรือป้ายประกาศ แผ่นพับ โปรชัวร์
2. การจัดให้มีสินค้าทดลอง โดยอาจจะมีการทดลองให้ลูกค้านำกลับไปใช้ ในรูปแบบของสินค้าที่ระลึก
3. การมีส่งเสริมในการใช้บริการ เช่น ส่วนลดสำหรับลูกค้าประจำ หรือการให้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการครบตามจำนวนที่กำหนด
4. การเพิ่มช่องทางในการติดต่อทางโทรศัพท์ หรืออินเทอร์เน็ต ให้มากขึ้นกว่าเดิม

### พนักงาน และเจ้าของกิจการ (Staffs)

1. ควรมีการจัดให้ไปอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ และเทคนิคใหม่ อย่างสม่ำเสมอ
2. ส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นทีม และความรักในหน่วยงาน
3. ควรมีการอบรมในเรื่องของมารยาทในการให้บริการ รวมถึงทัศนคติในการให้บริการที่ดี

### สิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าดึงดูด (Facilities & Amenities)

1. ควรมีการนำเอาเอกลักษณ์ประจำถิ่นฐานต่างๆ เข้ามาเป็นจุดขาย เช่น การตกแต่งสถานประกอบการให้อยู่ในรูปแบบที่ใกล้เคียงกับธรรมชาติ หรือการนำภาพศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ของถิ่นฐานมาติดตกแต่ง
2. มีแผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยว หรือแหล่งในการให้บริการ โดยอาจจะอยู่ตามป้ายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามท้องถนนต่างๆ ที่เห็นได้ชัดเจน
3. การตกแต่งสถานที่ประกอบการควรเน้นในความเป็นธรรมชาติ เพื่อให้ผู้ใช้บริการนั้นสามารถผ่อนคลายความเมื่อยล้า และความเครียดให้มากที่สุด

4. การนำกลิ่นเข้ามาช่วยสร้างบรรยากาศภายในร้าน เช่น กลิ่นของหอมของผลไม้ หรือ ดอกไม้ต่างๆ เป็นต้น

#### ผลิตภาพ และคุณภาพ (Productivity and Quality)

1. มีการกำหนดระยะเวลาของการใช้ยาสมุนไพร ไว้แน่นอนว่าจะหมดอายุเมื่อใด และที่สำคัญต้องได้รับการรับรองในเรื่องของความปลอดภัยจากสำนักงานสาธารณสุข หรือกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์
2. มีการฝึกฝนเทคนิคในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ
3. ควรเน้นรูปแบบของการให้บริการที่ดี และมีการสะท้อน หรือให้กลมกลืนกับวิถีชีวิต หรือเอกลักษณ์ของคนในท้องถิ่นนั้นๆ
4. การสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน

#### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในทัศนของภาคธุรกิจ

จากผลการศึกษาพบว่าภาพรวมของปัจจัยต่างๆ ที่ได้ทำศึกษานั้นมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และเมื่อพิจารณาถึงแต่ละปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนแล้วนั้น จะพบว่าปัจจัยในด้านถนนหนทางในการคมนาคมมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ปัจจัยในเรื่องของการมีไฟฟ้าใช้ หรือการมีไฟฟ้าเข้าถึงมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ปัจจัยในเรื่องของแหล่งน้ำบริโภคมีความสำคัญอยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ปัจจัยในด้านของแหล่งเงินทุน และปริมาณเงินที่มีอยู่นั้น ภาคธุรกิจกล่าวว่ามีค่าความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด ปัจจัยด้านการตลาด หรือช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ปัจจัยด้านนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีความสำคัญในระดับ ปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการมีความสำคัญในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ปัจจัยในด้านคุณภาพของพนักงานในสถานประกอบการมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ปัจจัยด้านจำนวนของพนักงานในสถานประกอบการมีระดับความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ปัจจัยด้านจำนวนคู่แข่งทางธุรกิจมีความสำคัญในระดับ มาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ปัจจัยด้านสภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจ มีความสำคัญในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และปัจจัยสุดท้ายคือปัจจัยในด้านของ

กฎหมาย และกฎข้อบังคับของทางราชการจากการศึกษาพบว่าภาคธุรกิจมีความเห็นที่ว่าจะมีความสำคัญในการส่งผลกระทบต่อปานกลาง โดยทั้งนี้มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.95

#### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย (Recommendation)

ผลการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะบางประการสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อนำไปกำหนดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนารูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างยั่งยืนต่อไป

ด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของผลิตภัณฑ์นั้นหากจะเป็นไปได้ควรให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้นเข้ามาช่วยในการวางแผนในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ โดยอาจจะเน้นความแตกต่าง ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องของเอกลักษณ์ หรือสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของพื้นที่นั้นๆ โดยอาจจะทำการจัดกิจกรรมประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือการสัมมนาในรูปแบบของการผลิต เช่น มาตรฐาน เทคนิคการผลิต เป็นต้น

ด้านระดับราคา และความคุ้มค่า ในส่วนของระดับราคา และความคุ้มค่านั้นในฐานะของผู้บริโภคคงต้องการในสิ่งที่ดีที่สุด ให้คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป ดังนั้นในการตั้งระดับราคาในปัจจุบันนั้นอาจจะมีการตั้งราคาในลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละสถานประกอบการ ดังนั้นหากเป็นไปได้ที่อาจจะส่งผลดีต่อการบริโภค คือ การควบคุมระดับราคาให้มีมาตรฐานเดียวกัน โดยสิ่งที่จะตามมาคือหากหน่วยธุรกิจต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการก็ต้องปรับปรุงมาตรฐานของการให้บริการของตนให้ดีขึ้นกว่าคู่แข่ง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะเห็นได้ว่าในโลกปัจจุบัน ซึ่งเป็นโลกแห่งการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นทางโทรศัพท์ หรือการใช้ระบบอินเทอร์เน็ต โดยสิ่งที่ทางหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องต้องให้ความเอาใจใส่ก็คือโครงสร้าง หรือระบบที่ใช้ในการรองรับเทคโนโลยีในการสื่อสารต่างๆ เช่นนี้โดยทั้งนี้จะต้องมีการปรับปรุงระบบการติดต่อของพื้นที่ให้มีความทันสมัย และมีความทั่วถึงเพิ่มมากขึ้น และในส่วนของภาคธุรกิจเองนั้น นอกจากจะมีโทรศัพท์สำหรับการติดต่อแล้วนั้น อาจจะต้องมีการพัฒนาช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นเช่นอาจจะจัดทำเว็บไซต์ของตนเอง โดยที่ผู้ที่สนใจที่จะใช้บริการจากต่างพื้นที่สามารถเข้าจองการใช้บริการ รวมไปถึงการแนะนำสถานประกอบการของตนว่ามีบริการในรูปแบบใดบ้าง

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยทั่วไปแล้วการส่งเสริมการตลาดนั้นมีวัตถุประสงค์ให้คนรู้จักกิจการของตนเองมากขึ้น และได้เข้ามาใช้บริการในสถานประกอบการของตน แต่หากจะต้องมีการปรับปรุงด้านการส่งเสริมการตลาดของภาคธุรกิจนั้น สามารถที่จะทำได้อย่างง่าย คือ การตั้งป้ายโฆษณา ซึ่งอาจจะตั้งในแหล่งที่มีระบบการขนส่ง เช่น สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ รวมไปถึง

ถึงสนามบิน ซึ่งเมื่อผู้โดยสาร หรือนักท่องเที่ยวลงรถ หรือเครื่องบินมาแล้วจะได้พบเห็นว่าที่จังหวัดที่ตนเดินทางไปนั้นมีอะไรบ้างที่เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ทั้งนี้รวมถึงแผนผัง หรือโปรซัวร์ที่ควร จะจัดทำไว้ และนำไปทิ้งไว้ตามสถานที่ต่างๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ด้านพนักงาน และเจ้าของกิจการ สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือการบริการที่ดี โดยทั้งนี้จำเป็นต้อง ระลึกเสมอว่าทางผู้ให้บริการเป็นผู้ที่นำรายได้มาให้แก่ธุรกิจ และหากไม่มีผู้มาใช้บริการธุรกิจก็ไม่สามารถที่จะอยู่รอดได้ ดังนั้นรูปแบบของการให้บริการด้วยความจริงใจ ด้วยความมีอัธยาศัยไมตรี จิต นั้นย่อมที่จะส่งผลให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการนั้นเกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการอีกในครั้ง ต่อไป และยังเป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานประกอบการภายในตัวด้วยเช่นกัน

ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งที่สำคัญคือความเพียบพร้อมในระบบ สาธารณูปโภคที่มีอยู่ เช่น ความสะอาด จำนวนห้องน้ำที่มีใช้ การมีไฟฟ้าเข้าถึง ความยาก-ง่ายใน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของ นักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในส่วนของลักษณะทางกายภาพนี้จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยว นั้นตัดสินใจว่าจะมาท่องเที่ยว หรือไม่มาท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงาน หรือภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องควร จะให้ความใส่ใจเป็นพิเศษ โดยอาจจะจัดกำลังเจ้าหน้าที่เข้ามารักษาความปลอดภัยในจุดที่คิดว่า ล่อแหลมต่อการก่อให้เกิดอุบัติเหตุ หรืออันตราย รวมทั้งการพัฒนาาระบบสาธารณสุข หรือระบบ ต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องขั้นมูลฐานให้มีความทั่วถึง และถูกสุขลักษณะมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

ด้านนโยบายภาครัฐ สำหรับในด้านของนโยบายภาครัฐ จากที่ผ่านมามองเห็นได้ว่าการ ท่องเที่ยวนั้นเป็นกลไกอย่างหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในประเทศ ดังนั้นเพื่อเป็นการ สนับสนุนเรื่องของการท่องเที่ยวทางภาครัฐบาลควร ให้ความใส่ใจกับการท่องเที่ยวในประเทศให้ มากยิ่งขึ้น โดยอาจจะจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่อยู่ในรูปของเชิงบูรณาการ และรวมถึง การออกข้อกำหนดเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และที่สำคัญคือการผลิตบุคลากร ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้เพียงพอกับความต้องการ และรวมถึงการออกกฎหมาย หรือ พระราชบัญญัติเกี่ยวกับมาตรฐานของการท่องเที่ยวในประเทศ เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป (Recommendations for Further Study)

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยว และของภาคธุรกิจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และรูปแบบการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพของเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งในการทำวิจัยครั้งต่อไป สมควรที่จะเพิ่มขอบเขตในการทำวิจัยไปยังพื้นที่อื่นๆ เช่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง หรือภาคอื่นๆ ซึ่งมีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังมีความแตกต่างกันในด้านของสภาพแวดล้อม ชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงศักยภาพในการดำเนินงานของแต่ละพื้นที่ ตลอดจนสภาพของปัญหาที่ประสบอยู่ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลการวิจัยที่มีประโยชน์ในการพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความอยู่ดีกินดีมากขึ้น ภายใต้ยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานของรัฐบาลที่ชื่อว่า ยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุข

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการจัดทำแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานที่มีความเฉพาะด้าน เช่น ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดต่างๆ โดยอาจจะทำการเชิญผู้ประกอบการ หรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องเข้ามาร่วมระดมความคิดเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดนั้นๆ ทั้งนี้เพื่อที่จะส่งผลให้เกิดการพัฒนา รูปแบบของผลิตภัณฑ์ และรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

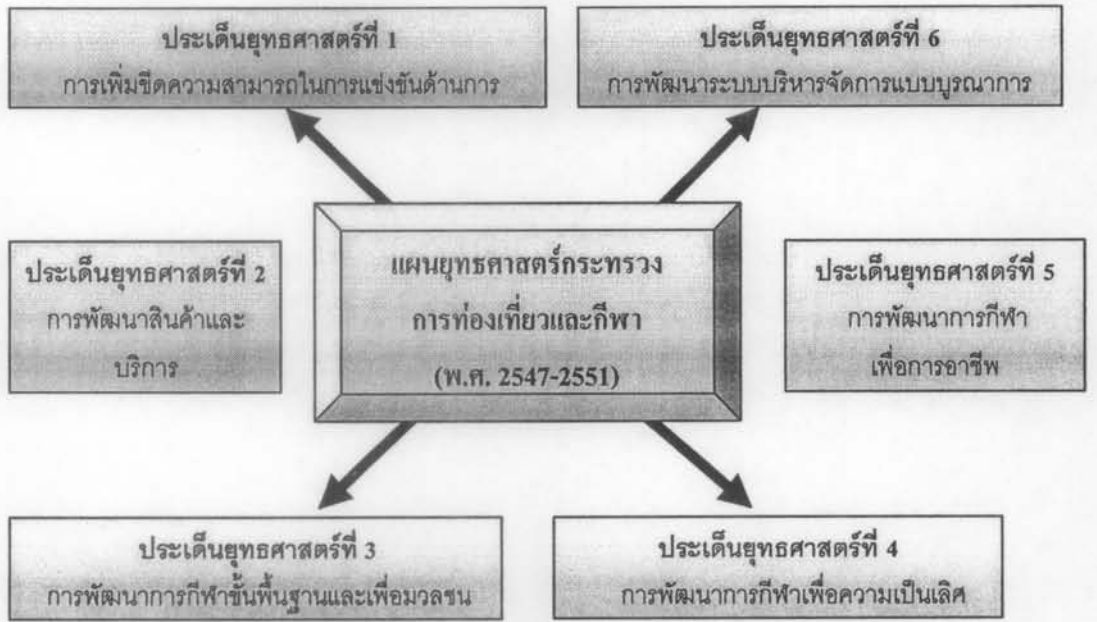
### (References)

- กาญจ วัฒนศรีสัง. 2545. การศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ของโครงการสถานที่พักผ่อนเพื่อตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 5. 2547. ข้อมูลพื้นฐานสำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อุดรธานี หนองบัวลำภู หนองคาย เลย. เอกสารเผยแพร่.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2542. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์., กรุงเทพฯ.
- ทวิวงศ์ ศรีบุรี พุทธกาล รัชชและคณะ. 2536. การศึกษาเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดสระแก้ว. สำนักบริการวิชาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ เล็กสมบูรณ์ และ สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ. 2545. การศึกษาธุรกิจบริการอาหารเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (ม.ป.ท.).
- ประไพศรี ศิริจระवाल. 2540. มหัศจรรย์ผัก 108. มูลนิธิโตโยต้าแห่งประเทศไทย.
- เพ็ญศรี เจริญวานิช บุญเลิศ เล็กสมบูรณ์และสุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ. 2547. การเพิ่มศักยภาพในการพัฒนารูปแบบการผลิตสินค้าประเภทของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว ในเขตอีสานตอนบน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พวงศิลป์ เปศรี ทรงพล อุปจิตกุล และจริยาทร สุธ. 2547. การพัฒนาตลาดสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พราวพรรณ สงวนแก้ว. 2542. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสหกรณ์ของสมาชิกสหกรณ์การเกษตรคอยสะเกิด จำกัด จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยแม่โจ้. เชียงใหม่.
- พิมลพรรณ ลาภยงยศ. 2541. การกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น : กรณีศึกษาเกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- สุกรี หลวงตั้งใจ. 2541. ความคิดเห็นของเกษตรกรในจังหวัดเชียงรายที่เข้าร่วมโครงการสนับสนุนแผนพัฒนาการผลิตของเกษตรกร. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยแม่โจ้. เชียงใหม่.



- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2535.การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะพีพี.รายงานการศึกษาลับสมบูรณ.สถาบันวิจัยเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย,กรุงเทพฯ.
- สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย .2546. การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. เอกสารประกอบการประชุม สัมมนา ชื่อ โรงแรมอิมพีเรียล ควินปาร์ค .วันจันทร์ 8 กันยายน 2546.
- สมพงศ์ และฉลองศรี พิมล.2542.การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,กรุงเทพฯ.
- สายชล พงศ์กระวี. 2540.การศึกษาแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา.บัณฑิตวิทยาลัย,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,กรุงเทพฯ.
- สุรางค์ จันทร์อม.2529.จิตวิทยาสังคม.โรงพิมพ์อักษรบัณฑิต,กรุงเทพฯ.
- วีระพงษ์ แสนจันทร์ และคณะ.2545. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น กาพลินธุ์ อุดรธานี หนองคาย.ศูนย์บริการวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น.ขอนแก่น.
- เศกสรรค์ ยวงนิษฐ์ และ คณะ .2546. การศึกษาการจัดการและพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ :กรณีศึกษาการวางแผนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ลาว กัมพูชา และเวียดนาม. (ม.ป.ท.).
- Goldman George , Anthony Nakazawa, David Taylor. 1994. **Impact of Visitor Expenditures on Local Revenues.** The University of Missouri, Department of Recreation and Park Administration.
- Gollub, James. 1998. **Cluster-based Economic Development: A Key to Regional Competitiveness, US.** Department of Commerce, Economic Development Administration.
- Taweekul, K. 2002.**Sky Irrigation Project For Training on Low Cost Housing and Sustainable Cities.** Cebu City, Philippines.
- Thxro, R .1997. **Eyewitness and Travel Guides Thailand.** DK. London.
- Xuyen, D, Thai, T and NGOC, L. 2002. **The Development of the Green productivity program and ecotourism for year in Vietnam.** Paper Presentation at APO. Janpan.

**ภาคผนวก 1. (Appendix 1.)**  
**แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2547-2551**



แผนภาพ แสดงแผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา พ.ศ. 2547 - 2551

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว  
กลยุทธ์**

1. ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ตลาดเชิงรุก ทั้งในและต่างประเทศ
2. ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ในภูมิภาคเอเชีย
3. พัฒนาระบบสารสนเทศ
4. ส่งเสริม World Event Marketing

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว  
กลยุทธ์**

1. สร้าง พัฒนา พื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว
2. ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ
3. เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
4. พัฒนามาตรฐานการ รักษาความปลอดภัยใน ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : การพัฒนาการกีฬาขั้นพื้นฐานและเพื่อมวลชน  
กลยุทธ์**

1. ส่งเสริมการพัฒนา การเพิ่มศักยภาพในการเล่นกีฬาขั้นพื้นฐานและเพื่อมวลชน
2. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับ การกีฬาขั้นพื้นฐานและเพื่อมวลชน
3. การส่งเสริมการทำกิจกรรมและการแข่งขันกีฬา ทั้งระดับชาติและนานาชาติ รวมทั้งการ  
ประชาสัมพันธ์

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 : การพัฒนาการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศ  
กลยุทธ์**

1. ส่งเสริมการพัฒนามาตรฐานการจัดการแข่งขันกีฬาทุกระดับ
2. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในการแข่งขันกีฬา
3. การส่งเสริมการทำตลาด การทำประชาสัมพันธ์เชิงรุก รวมทั้งการจัดการแข่งขันระดับชาติ และ  
นานาชาติ

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 : การพัฒนาการกีฬาเพื่อการอาชีพ  
กลยุทธ์**

1. ส่งเสริมการพัฒนากีฬาให้เป็นกีฬาอาชีพได้มาตรฐาน
2. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันกีฬาเพื่อการอาชีพ
3. กำหนด กฎ ระเบียบ และการปฏิบัติเพื่อการกีฬาอาชีพ
4. ส่งเสริมการทำตลาดการประชาสัมพันธ์

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 6 : การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ  
กลยุทธ์**

1. เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงฯ เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การ  
ท่องเที่ยว และกีฬา
2. ส่งเสริมประสิทธิภาพบริหารจัดการการท่องเที่ยว กีฬา การออกกำลังกาย และนันทนาการแบบ  
บูรณาการในทุกระดับ ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในประเทศและ ต่างประเทศ
3. การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว กีฬา การออกกำลังกาย  
และนันทนาการ

**ภาคผนวก 2. (Appendix 2.)**  
**ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551**

## ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว กลยุทธ์

### 1. ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งใน และต่างประเทศ

- จัดทำสื่อการขายที่มุ่งเน้นคุณภาพสินค้าและความหลากหลาย ให้ตรง กลุ่มเป้าหมาย การตลาดท่องเที่ยวตามภารกิจยุทธศาสตร์
- สร้างโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
- การเพิ่มประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมการตลาด
- ส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย

### 2. ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway ในภูมิภาคเอเชีย

- นำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะ Combined Destination ทั้งโดยภาคเอกชนและ ครอบคลุมความร่วมมือของภาครัฐ (ทางบก, ทางอากาศ)
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางบกกับประเทศเพื่อนบ้าน
- ส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมือ ระหว่างประเทศ

### 3. พัฒนาระบบสารสนเทศ

- ระบบสารสนเทศด้านการตลาดและพัฒนา
- ปรับปรุง Website ให้เป็น Portal Site เพื่อเพิ่มช่องทางให้บริการ 2 ลักษณะ คือ E-commerce และ B to B
- ระบบ Call Thailand ทาง Internet เพื่อพัฒนาระบบ Call Center ให้สามารถบริการได้ 24 ชั่วโมง
- จัดทำ Database ของกลุ่ม High-yield และ Expats เพื่อใช้ เสนอขาย Package/Promotion ทาง Direct Mail
- จัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
  - ระบบสารสนเทศด้านการบริหาร
- จัดทำระบบ Excellent Center ที่เป็นศูนย์ข้อมูลด้าน การท่องเที่ยวเพื่อการวางแผนอ้างอิง และ บริการประชาชน
- จัดทำระบบฐานข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว เผยแพร่ประชาชน และ นักท่องเที่ยวทั่วโลก
- สร้างระบบเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูลกับ หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายใน และ ภายนอก
- พัฒนาระบบบูรณาการข้อมูลทางการท่องเที่ยวระหว่าง ภาคที่เกี่ยวข้อง

#### 4. ส่งเสริม World Event Marketing

- เสนอขายเทศกาลงานประเพณี และกิจกรรม ให้เป็นสินค้า การท่องเที่ยวหลัก ทั้งกับ Trade และ Consumer ในตลาดที่มีศักยภาพ และมีความสนใจอย่างครบวงจร
- สร้างความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอในการจัด World Event Marketing เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำและเกิดค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยว
- สร้างช่องทางการขายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน

#### ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว

##### กลยุทธ์

##### 1. สร้าง พัฒนา พื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

- สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่เป็น Magnet และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาคและประเทศเพื่อนบ้าน
- พื้นฟู อนุรักษ์ และพัฒนาเพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีศักยภาพให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักตามประเภทสินค้า การท่องเที่ยว
- ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการดูแล รักษา และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ตามศักยภาพและโอกาส

##### 2. ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

- ส่งเสริมให้ชุมชน และประชาชนสามารถพัฒนาและบริหารธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อขยายฐานเศรษฐกิจ และวิสาหกิจชุมชน
- สร้าง และบูรณาการระบบพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพมาตรฐานสากล เป็นศูนย์การเรียนรู้ในภูมิภาค
- เพิ่มปริมาณและคุณภาพของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ฯ ทั้งใน และต่างประเทศ
- สนับสนุน และสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก



### 3. เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

- เพิ่มประสิทธิภาพของภาครัฐในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในการผ่านเข้าออกประเทศไทย
- ประสานความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการอำนวยความสะดวกการผ่านแดน
- จัดให้มีระบบบริการข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
- ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานให้ได้ มาตรฐานสากลในแหล่งท่องเที่ยว
- การปรับปรุงระบบการขนส่ง และการเชื่อมโยงเส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับนานาชาติ ชาติ ภูมิภาค กลุ่มจังหวัด และจังหวัด

### 4. พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

- พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกและเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการของภาครัฐเกี่ยวกับความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
- ประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในและ ต่างประเทศในการส่งเสริมบริการที่เป็นธรรมและแก้ไขปัญหาการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว
- จัดทำมาตรฐานความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และให้มีการบังคับใช้อย่างทั่วถึง

## ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ

### กลยุทธ์

#### 1. เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงฯ เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

- ปรับโครงสร้าง บทบาท ภารกิจของหน่วยงานภายในกระทรวงฯ ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามนโยบายรัฐบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน
- พัฒนาทักษะและขีดความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้สามารถปฏิบัติภารกิจตามยุทธศาสตร์ฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมาตรฐาน
- พัฒนาระบบบริหารจัดการภายในของกระทรวงฯ ให้สอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการ บ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546
- สร้างระบบการวางแผน จัดการงบประมาณ และติดตามประเมินผลของหน่วยงานตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว



**2. ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการในทุกระดับทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในประเทศ และต่างประเทศ**

- พัฒนาสมรรถนะและศักยภาพในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแนวคิดริเริ่มด้านการท่องเที่ยว ในทุกระดับ
- จัดให้มีระบบรองรับ ป้องกัน และแก้ปัญหาวิกฤติที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว โดยมีกองทุน “Crisis Management Fund” เพื่อปกป้องอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจัดสรรจากรายได้ภาครัฐที่มาจากการท่องเที่ยว
- พัฒนากลไกเพื่อรองรับความร่วมมือการท่องเที่ยว ในระดับพหุภาคี และทวิภาคี ให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติ อย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง
- ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นแกนกลางในการบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับกลุ่มจังหวัด ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

**3. การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวข้อง ด้านการท่องเที่ยว**

- จัดให้มีการศึกษา ทบทวน กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและ ทางอ้อมในเชิงบูรณาการอย่างต่อเนื่อง
- ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความสามารถในการออกข้อบังคับต่าง ๆ ที่ส่งเสริม สนับสนุน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้าน การท่องเที่ยว มีความรู้และเข้าใจในกฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว