

รายงานการวิจัย

เรื่อง

โครงการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

Development of health tourism database

อาจารย์จักรกฤษ เจียวิริยบุญญา

รศ.ดร. อรรพรรณ บุราณรักษ์

รศ.ดร. คำปาง แม่นมัตย์

.O
.B 13475115
.I 18101070

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยประเภททุนอุดหนุนทั่วไป

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549

ชื่อเรื่องงานวิจัย: โครงการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว
แหล่งทุน: มหาวิทยาลัยขอนแก่น งบประมาณประจำปี พ.ศ. 2549

บทคัดย่อ

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดหนึ่งที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมในด้านเศรษฐกิจของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้ยังมีองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและเครือข่ายสุขภาพชุมชน อย่างไรก็ตาม จังหวัดขอนแก่นยังมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้มาตรฐานและสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาฐานข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป การดำเนินงาน และศักยภาพของผู้ให้บริการสุขภาพ และศึกษาฐานข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยศึกษาเฉพาะพื้นที่จังหวัดขอนแก่น และพื้นที่ใกล้เคียง

สำหรับวิธีการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยออกแบบสอบถาม และแบบ สัมภาษณ์ ในช่วง ปี พ.ศ. 2549 และกำหนดประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม คือผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบจงใจ (Purposive sampling) และผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ สะดวก (Convenience Sampling) ขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกคือผู้ให้บริการพบว่าผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่ได้รับการอบรมและประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ขณะที่เหตุผลการดำเนินงานคือ ใจชอบ อยากทำ สำหรับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ เช่น บุคลากรไม่เพียงพอ การสื่อสารกับชาวต่างประเทศ ขาดแหล่ง สนับสนุนงบประมาณ การประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ ศักยภาพผู้ให้บริการถูกกำหนดจากสถานที่ที่ตั้งอยู่ไม่ไกล และหาง่าย มีการเปิดบริการอย่างต่อเนื่อง ผ่านการอบรมอย่างถูกวิธี และไม่อยู่ในสภาวะที่ทำลาย สิ่งแวดล้อม เป็น สำคัญ สำหรับผู้ให้บริการพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดขอนแก่น เป็นเพศชาย โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะและเน้นการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยแหล่งค้นหาและการรับทราบข้อมูลด้านสุขภาพส่วนใหญ่มาจากญาติและเพื่อน ขณะที่ปัจจัยด้านบริการที่ ผู้รับบริการเลือกคือ สะอาด ถูกสุขอนามัย และมีพื้นที่กว้างขวาง นอกจากนี้ความพึงพอใจของผู้รับบริการมาจาก ราคาที่เหมาะสม สถานที่เข้าถึงง่าย

Title: Development of health tourism database

Funding: Khon Kaen University, Fiscal Year 2006

Abstract

The province of Khon Kean is one of the areas which are considered to be suitable for the economy of the northeast region. Moreover, it has a local knowledge and a strong network of community health. However, the province still needs to be developed in order to be a healthy tourist destination, which can maintain standards and also compete with other regions.

The research aims to study basic information about the demographics, operations and the potential of health care providers. In addition, study database about the format on health and satisfaction of health-oriented tourists. The areas for the study focus on Khon Kaen and its neighborhood. Methodology of the study is that researchers have collected data by using questionnaires and interviews during 2006. The population is divided into two groups, which are medical tourism service providers by using a sampling method and medical tourism by using a convenient sampling method. However, the data is analyzed by using descriptive statistics (Descriptive Analysis).

Results of the study are divided into two parts. The first part is service providers who found that the majority of interviewees were women who have been trained and currently operate their own business in health tourism. The reason for choosing the business operation is they want to do the business and they like the business type. However, the business operation faces problems, such as inadequate staff, communication with foreigners, lack of financial resources and publicity. Lastly, the determinants of potential service providers are the location which is not far and is easy to access. The other determinants are the service available, passed training and environment friendly.

The second part of the results is service users' aspects. The majority of the respondents were male residing in Khon Kaen. The patterns of health tourism were exercise at parks and travelling in healthy tourist destinations. The respondents would find and receive information about medical from their relatives and friends. The required services from the service provider are clean, hygienic and spacious surroundings. In addition, satisfaction factors of service user are reasonable price and easy accessibility of the place.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ต้องขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สนับสนุนเงินทุนการทำวิจัย (ทุนวิจัยประเภททุนอุดหนุนทั่วไป ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549) รวมถึงผู้ช่วยโครงการ นายณัฐพล ร้อยพรหมมา ที่ช่วยในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ขอขอบคุณหน่วยงานภาครัฐ ผู้ตอบแบบสอบถาม และทีมงานเก็บแบบสอบถามที่ให้ความช่วยเหลือและรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้

หากงานวิจัยครั้งนี้มีส่วนช่วยเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยมีความดีใจอย่างยิ่ง แต่หากผลการวิจัยมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับความผิดทุกประการ

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2554

บทสรุปผู้บริหาร

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาเฉพาะจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากจังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและเครือข่ายสุขภาพชุมชน เช่น หมอพื้นบ้าน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม จังหวัดขอนแก่นยังมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้มาตรฐานและสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้ โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาฐานข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป การดำเนินงาน และศักยภาพของผู้ให้บริการสุขภาพ และศึกษาฐานข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยศึกษาเฉพาะพื้นที่จังหวัดขอนแก่น และพื้นที่ใกล้เคียง

สำหรับวิธีการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด และแบบ สัมภาษณ์ 1 ชุด มีระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลช่วงปี 2549 มีการกำหนดประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกเป็นผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ จำนวน 50 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบจงใจ (Purposive sampling) และกลุ่มที่ 2 เป็นผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการเก็บแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียงจำนวน 306 ชุด ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการศึกษาการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ ผลการวิเคราะห์ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และผลการวิเคราะห์ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบด้วย

1) ข้อมูลทั่วไปผู้ให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ ผู้ให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีสถานภาพสมรส โดยเป็นกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และส่วนใหญ่ได้รับการอบรม

2) การดำเนินงานของผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เหตุผลของการดำเนินธุรกิจ คือ ใจชอบ อดทนทำ ระดับของกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจเป็นอาชีพหลัก สำหรับปัญหาในการ

ดำเนินธุรกิจ ประกอบไปด้วย บุคลากรไม่เพียงพอ ขาดความชำนาญ การสื่อสารกับชาวต่างประเทศ ขาดแหล่งสนับสนุนงบประมาณ ไม่มีงบประมาณ การประชาสัมพันธ์ยังไม่เต็มที่ ขาดเครื่องมือ สถานที่ที่คับแคบ มีคู่แข่งมาก ผู้ให้บริการมองว่าการดำเนินการกิจกรรมด้านสุขภาพที่ควรบริการคิ มีมาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย เอาใจใส่ รวดเร็ว สุภาพ ครบวงจร ราคาเหมาะสม ถูกคำพึงพอใจ และเป็นผลดีต่อสุขภาพ

3) สักยภาพผู้ให้บริการ พบว่าผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มองว่าปัจจัยที่จะทำให้การบริการมีศักยภาพสูงสุดประกอบไปด้วย ที่ตั้งอยู่ไม่ไกล และหาง่าย มีการเปิดบริการเป็นไปอย่าง ค่อยเนื่อง ฝึกฝนเพิ่มพูนความรู้ของผู้ตลอดเวลา และมีลูกค้าประจำเป็นเวลานาน ความสะอาด และไม่ อยู่ในสภาวะที่ทำลาย สิ่งแวดล้อมเป็นหลัก

ผลการวิเคราะห์ผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบด้วย

1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดขอนแก่นเป็นหลัก เป็น ผู้รับบริการเพศชายเป็นส่วนใหญ่ โดยเป็นนักศึกษา/นักเรียน รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และในกลุ่ม ที่มีรายได้เสริมส่วนใหญ่มีรายได้เสริม ค่ากว่า 5,000 บาท สำหรับ เส้นทางการเดินทางเป็นประเด็น ที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญในการหาข้อมูลก่อนมาท่องเที่ยวที่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งข้อมูลส่วนใหญ่ ได้มาจากญาติ/เพื่อน โดยจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่ควรจะเป็นว่าควรเป็นงาน เทศกาล/ประเพณี

2) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การดูแลสุขภาพที่ผู้ให้บริการทำมากที่สุดคือ ออกกำลังกาย ที่สวนสาธารณะ และเน้นการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ แหล่งในการค้นหาข้อมูลด้าน สุขภาพส่วนใหญ่ คือ ญาติ/เพื่อน ส่วนใหญ่ผู้รับรู้จักสถานบริการด้านสุขภาพภายในขอนแก่นจาก ญาติ/เพื่อน ปัจจัยด้านบริการที่ทำให้ผู้รับบริการเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการ สะอาด ถูกสุขอนามัย และการมีพื้นที่กว้างขวาง

3) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ราคาที่เหมาะสมเป็นประเด็นด้านบริการที่ผู้ให้บริการให้ ความ สำคัญมากที่สุด ในด้านสถานที่ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุดคือ สถานที่เข้าถึงง่าย และสะดวก และควรมีที่ เหยื่อทางและควรปรับบริการบริการให้มีความหลากหลาย

ผลการศึกษา โครงการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว
ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) ในด้านการดำเนินงานผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพบว่าแม้เหตุผลการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ส่วนใหญ่มาจากใจชอบ อยากทำ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ประสบผลสำเร็จในธุรกิจประเภทนี้ แต่ปัญหาการดำเนินงานส่วนใหญ่ คือ บุคลากร ไม่เพียงพอ ขาดความชำนาญ การสื่อสารกับชาวต่างประเทศ ดังนั้นการที่จะประสบความสำเร็จในการให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ ควรมีพัฒนาบุคลากรในด้านความชำนาญ และเข้ารับการอบรมเพิ่มพูนความรู้เป็นประจำ ขณะที่ในด้านศักยภาพผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรให้ความสำคัญ ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ไม่ไกล มีการฝึกฝนเพิ่มพูนความรู้อยู่ตลอดเวลา ความสะอาด และไม่อยู่ในสภาวะที่ทาลายสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ดังนั้น ผู้ประกอบการที่จะประกอบธุรกิจประเภทนี้ควรต้องคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ รวมถึงหน่วยงานราชการและองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่สามารถเข้ามาช่วยพัฒนาธุรกิจประเภทนี้ เช่น การฝึกเพิ่มพูนความรู้ให้กับผู้ประกอบการ

2) ในด้านรูปแบบและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่าการดูแลสุขภาพที่ผู้ให้บริการทำมากที่สุดคือ ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ ดังนั้นเพื่อรองรับกับผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มี สถานที่ และอุปกรณ์ ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะอย่างเพียงพอเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยเน้นความสะอาด และมีพื้นที่กว้างขวางเป็นหลัก ในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ราคาที่เหมาะสม สถานที่เข้าถึงง่าย และสะดวก เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญเป็นประเด็นหลัก

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
บทสรุปผู้บริหาร.....	ง
สารบัญเรื่อง.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่	

1	บทนำ.....	1
	ความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์.....	2
	ขอบเขตของการวิจัย.....	3
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
	ทฤษฎีหรือกรอบแนวคิด.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
	แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.....	6
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	8
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว.....	10
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
1	ระเบียบวิธีวิจัย.....	19
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	19
	การสร้างเครื่องมือในการวิจัย.....	20
	การรวบรวมข้อมูล.....	22
	การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... 25
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ให้บริการ..... 25
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้บริการ..... 32
2	สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ..... 47
	สรุปผลการวิจัย..... 47
	ข้อเสนอแนะ..... 49
	บรรณานุกรม..... 51
	ภาคผนวก..... 53
ก	แบบต้นทางผู้ให้บริการ..... 54
ข	แบบสอบถามผู้ใช้บริการ..... 62

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

1	แจกแจง จำนวนและร้อยละของเพศ สถานภาพสมรส กลุ่มธุรกิจ และการอบรม ของผู้ให้บริการสุขภาพ.....	25
2	แจกแจง จำนวนและร้อยละ ของเหตุการณ์ดำเนินธุรกิจ กิจกรรมการท่องเที่ยว ของผู้ให้บริการสุขภาพ.....	26
3	แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว.....	28
4	แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านคุณภาพของบริการ.....	29
5	แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า.....	30
6	แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านสถานที่ตั้ง การบริหารจัดการและสิ่งแวดล้อม.....	31
7	แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพ ของแหล่งท่องเที่ยวด้านผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนและสิ่งแวดล้อม.....	32
8	แจกแจง จำนวนและร้อยละของภูมิสำเนา เพศ อาชีพหลัก รายได้หลัก อาชีพเสริม ของกลุ่มตัวอย่าง.....	32
9	แจกแจง จำนวนและร้อยละ ประเด็นที่ให้ความสำคัญในการหาข้อมูลก่อนมาท่องเที่ยว ที่จังหวัดขอนแก่น และแหล่งข้อมูลที่ค้นหา.....	34
10	แจกแจง จำนวนและร้อยละการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่ควรจะเป็น.....	35
11	แจกแจง จำนวนและร้อยละของการเดินทาง พาหนะที่ใช้ การจัดการ ในการเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น.....	35
12	แจกแจง จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น.....	36
13	แจกแจง จำนวนและร้อยละของการพักค้างคืน และสถานที่พักค้างคืนในจังหวัดขอนแก่น.....	37
14	แจกแจง จำนวนและร้อยละเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น.....	37

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่

15	แจกแจงจำนวนและร้อยละของการหาข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมาถึงจังหวัดขอนแก่น สถานที่ไปเที่ยวระหว่างที่อยู่ขอนแก่น.....	38
16	แจกแจงจำนวน และร้อยละของ พฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	39
17	แจกแจงจำนวนและร้อยละของประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รูปแบบและกิจกรรมที่สนใจ และแหล่งในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพ รูปแบบกิจกรรมที่ต้องการเมื่อมาเที่ยว จังหวัดขอนแก่นทราบ/รู้จักสถานบริการด้านสุขภาพภายในขอนแก่นจากแหล่งใด.....	40
18	แจกแจงจำนวนและร้อยละของรูปแบบกิจกรรมที่ต้องการเมื่อมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และแหล่งข้อมูลสถานบริการด้านสุขภาพภายในขอนแก่น.....	40
19	แจกแจง จำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านสถานที่ ที่ทำให้เลือก ใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการสุขภาพ.....	42
20	แจกแจง จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ.....	43
21	แจกแจง จำนวนและร้อยละของปัญหาในการใช้บริการด้านสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น.....	44
22	แจกแจง จำนวนและร้อยละความพึงพอใจด้านบริการ.....	45
23	แจกแจง จำนวนและร้อยละความพึงพอใจด้านสถานที่และที่ตั้ง.....	46

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อพฤติกรรมการค้ารังสีพิษของมนุษย์ เพราะการเดินทางท่องเที่ยวเป็นธรรมชาติของมนุษย์ ด้วยลักษณะทางที่ตั้งของประเทศไทยที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคม ประกอบกับลักษณะนิสัยคนไทยที่เป็นมิตรกับผู้มาเยือนและการมีวัดดุสิตารามแห่งการท่องเที่ยวในประเทศมากมาย นอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรม ประเพณีที่น่าตื่นตาตื่นใจ มีแหล่งจับจ่าย ซื้อสินค้าคุณภาพดีแต่ราคาถูก และอาหารอร่อยที่มีคุณภาพดี สิ่งเหล่านี้ทำให้การท่องเที่ยวของไทยเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงกำหนดเป้าหมายให้ปี พ.ศ. 2544 มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่น้อยกว่า 9.7 ล้านคน ซึ่งจะทำได้เข้าประเทศไม่ต่ำกว่า 318,160 ล้านบาท โดยจะต้องประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไทยให้มีชื่อเสียงในระดับโลก

จากการประชุม ACD เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน พ.ศ. 2546 ณ จังหวัดเชียงใหม่ รัฐบาลยุค ฯพณฯ ท่าน นายกรัฐมนตรี พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ได้ประกาศส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เน้นการให้บริการเชิงสุขภาพอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมในระยะเวลา 5 ปี คาดว่าจะเป็น การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งจะนำรายได้เข้าประเทศจำนวนมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน ประชาชนมีความสนใจด้านสุขภาพมากขึ้น สื่อด้านสุขภาพมีจำนวนมากขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นนิตยสาร รายการ โทรทัศน์ รายการวิทยุ และหนังสือพิมพ์ ในขณะที่ขณะนี้ประชาชนเริ่มหันมาสนใจวิถีธรรมชาติเป็น แนวคิดหนึ่งของการดูแลสุขภาพตนเอง เช่น การใช้สมุนไพร อาหารชีววิถี โยคะ การปฏิบัติธรรม เป็นต้น

ถึงแม้จะยังไม่มีการนิยามความหมายของศัพท์คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” อย่างเป็นทางการ แต่สามารถเทียบเคียงตามแนวคิดเนื้อหาของคำศัพท์ “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมกันเชิงร่วม ไปกับการมีสุขภาพที่ดีขึ้น หรือการรู้จักวิธีที่จะทำให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น โดยสุขภาพในที่นี้หมายถึง สุขภาพทางกาย จิต และสติปัญญา

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม มีวัฒนธรรมเก่าแก่ และมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย นอกจากนี้ยังมีองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับด้านสุขภาพ เช่น การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม สมุนไพร เป็นต้น (อุดม บัวศรีและคณะ, 2537) มีความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น เช่น อาหาร ขนบธรรมเนียม อธิษาศัย เป็นต้น โดยมีมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์รวมการพัฒนาวิชาการด้านสุขภาพ เช่น การค้นคว้าวิจัยด้านการแพทย์ ศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ นอกจากนี้ จังหวัดขอนแก่นยังมีเครือข่ายชุมชนด้านสุขภาพ เช่น หมอพื้นบ้าน เครือข่ายผู้รักสุขภาพบึงแก่นนคร ผลิตภัณฑ์ชุมชนด้านสุขภาพ โครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล เป็นต้น

อย่างไรก็ดี จังหวัดขอนแก่นยังมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้มาตรฐานและสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ โดยเฉพาะการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งต้องการการพัฒนาในหลายด้านประกอบกัน เช่น โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ การประชาสัมพันธ์ เส้นทางท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

ดังนั้น เพื่อเป็นการส่งเสริมจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อนของจังหวัดขอนแก่นในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำเป็นที่จังหวัดต้องมีฐานข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลของสินค้า บริการด้านสุขภาพที่สมบูรณ์ ครอบคลุม และเข้าถึงได้โดยสะดวก รวมถึงทราบปัญหาและอุปสรรคของชุมชน โดยวิธีการที่จะได้มาซึ่งข้อมูลดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการจัดรวบรวมข้อมูลที่เป็นระบบ จากนั้นต้องมีการนำเอาข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง รวมทั้งรูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อศึกษาฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ลักษณะทั่วไป การดำเนินงานและศักยภาพในการให้บริการด้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดขอนแก่น และพื้นที่ใกล้เคียง
- 2) เพื่อศึกษาฐานข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

- 1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ด้านผู้ให้บริการเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง และด้านผู้ใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นประชาชนในจังหวัดขอนแก่น และผู้ที่มีภูมิลำเนาจังหวัดขอนแก่นอยู่เป็นประจำ
- 2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้านผู้ให้บริการเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง และด้านผู้ใช้บริการเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง

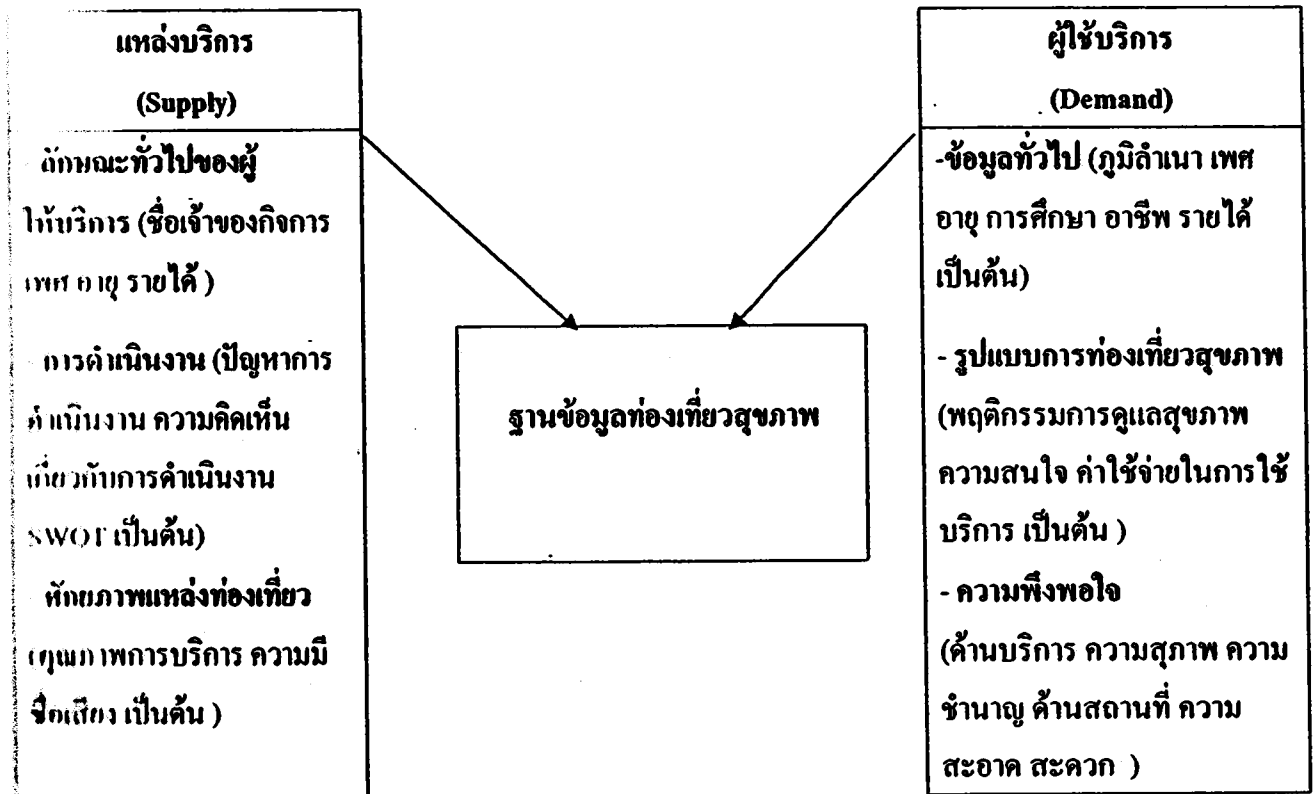
1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็นสองส่วน ประกอบไปด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิจะเป็นการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ จะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบจงใจ (Purposive sampling) สำหรับข้อมูลทุติยภูมิจะเป็นการ ทบทวนวรรณกรรมและข้อมูลที่มีอยู่ โดยการค้นคว้าและรวบรวมเอกสาร การประสานงานกับหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสาธารณสุข องค์กรท้องถิ่น สหพันธ์การท่องเที่ยว เป็นต้น

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) ได้ข้อมูลเพื่อเป็นฐานในการจัดทำรูปแบบเพื่อพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียงอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นต้นแบบในการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อื่นๆ ต่อไป
- 2) ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นหรือหน่วยงานที่กำกับดูแลรับผิดชอบงาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพเฉพาะเรื่องต่อไป
- 3) ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถนำไปเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและสาธารณสุขระดับจังหวัด
- 4) ก่อให้เกิดการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - 4.1) สร้างกิจกรรมภายในท้องถิ่น สร้างงานในท้องถิ่น แก้ปัญหาด้านเศรษฐกิจ
 - 4.2) ก่อให้เกิดอาสาสมัครท้องถิ่นและผลงาน นำมาซึ่งความภาคภูมิใจในท้องถิ่น
 - 4.3) กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับความรู้และประโยชน์ด้านสุขภาพ

1.6 ทฤษฎีหรือกรอบแนวคิด



1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

เนื่องจากการศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีคำศัพท์และตัวแปรมากมาย ผู้วิจัยจึงนำมานิยามเพื่อ ก่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)

คือ การท่องเที่ยวแบบองค์รวมในการส่งเสริม ป้องกัน พิษฟู และการบำบัดรักษา ที่นำไปให้เกิดความสุข ความเพลิดเพลิน ทางกาย ใจ สังคม และจิตวิญญาณ ก่อให้เกิดความสมดุลของชีวิต มีความต่อเนื่อง และมีทางเลือกที่หลากหลาย ซึ่งอาจเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา และการบริการด้านสุขภาพต่างๆ การผจญภัย และการทำนันทนาการ โดยแบ่งเป็น 5 ประเภทคือ

- 1) การท่องเที่ยวเชิงฟื้นฟูสุขภาพและบำบัดรักษา ได้แก่ สถานฟื้นฟูผู้สูงอายุ สถานนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ สถานทำนันทนาการ เป็นต้น

- 2) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ Fitness club, Sport club, สวนสุขภาพ ร้านนวด (เพื่อผ่อนคลาย) เป็นต้น
- 3) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม (Health beauty and spa) ได้แก่ คลินิกศัลยกรรมและความงาม คลินิกผิวหนัง คลินิกลดความอ้วน คลินิกจัดฟัน เป็นต้น
- 4) ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย ได้แก่ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ร้านอาหารชีวจิต ร้านค้าสมุนไพร ร้านหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โรงพยาบาลที่มีแพทย์แผนไทย สวนหรือป่าสมุนไพร แหล่งปลูกสมุนไพร แหล่งผลิตสมุนไพร เป็นต้น
- 5) สปา (Spa) ได้แก่ การบริการอาบน้ำแร่ กิจกรรมบริการสุขภาพบำบัด ธาราบำบัด ห้องอบไอน้ำ ห้องอบชาวน้ำ เป็นต้น
- 6) สถานวิปัสสนากรรมฐาน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ค้นคว้าข้อมูล โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2.1.1 ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เมื่อก้าวถึง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) นั้น ได้มีบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต่างก็มีความคิดเห็นและให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่แตกต่างกันไปได้แก่

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546: 31) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ

กรณา วรวิภาณี (2546: 145) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่องเที่ยวชมธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัด และเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรงจิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงสุขภาพชีวิตให้ดีขึ้น ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างจังหวัด ซึ่งปัจจุบัน นิยมกันมากในรูปแบบของสุขภาพเชิงสุขภาพ โดยนำวิถีสุขภาพ คือ

สถานที่ที่มีธรรมชาติที่สวยงาม ร่มรื่น สะอาด ปราศจากมลพิษต่าง ๆ

มีบริการสุขภาพที่สะดวก และความปลอดภัย

- 3) มีบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านสุขภาพ อนามัย สุขภาพกาย สุขภาพจิต ที่พร้อมจะช่วยให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา
- 4) มีระบบการจัดการด้านการออกกำลังกายและสันทนาการที่ถูกต้องและปลอดภัย โดยจัดแบ่ง เวลาให้เหมาะสม มีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการพัฒนาสุขภาพทางด้านร่างกาย และจิตใจ
- 5) มีแพทย์และพยาบาลคอยดูแล และพร้อมที่จะปฏิบัติการได้ทันที
- 6) นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ ความรู้ประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ความประทับใจ พร้อมทั้งจะกลับไปพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีสืบต่อไป

2.1.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัทมिता ดันดิเวชกุล (2546: 29-30) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) อาจแบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลักดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism)

เป็นการ เดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวมหรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี ความหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การบริการสูดกลิ่นบำบัด(Aroma Therapy) และวารีบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีคัดคน การฝึกปฏิบัติสมาธิแบบพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และอื่นๆ โดยทั่วไป จึงมักนิยมการเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม โดยจัด โปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ใน โปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นด้วย และเลือกพักรวมในสถานที่พักตากอากาศประเภท โรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีศูนย์สุขภาพหรือศูนย์กีฬาให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่มีมาตรฐานคุณภาพอย่างแท้จริง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักรวมนั้นๆ จัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการให้บริการดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ และได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก และมีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวรวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไปในตัวอีกด้วย

2) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism)

เป็นการเดินทาง ไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติแล วัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการ บำบัดรักษาสุขภาพการรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพใน โรงพยาบาล หรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพ มาตรฐานอย่างแท้จริงเช่นการตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟิโนและการรักษาสุขภาพฟิโน การ ผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่นๆ เป็นต้น

โดยทั่วไปจึงมักมีการจัด โปรแกรมการท่องเที่ยวที่บรรจุ โปรแกรม การเข้ารับบริการบำบัดรักษาโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพต่างๆที่หลากหลายเช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การ ทำฟิโน การผ่าตัดเสริมความงาม หรือการ ผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ เป็นต้น โดยเลือกใช้บริการใน โรงพยาบาล หรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง ดังนั้น ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการต้องดำเนินการ พัฒนาการจัด โปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมบำบัดรักษาสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้ มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่ง ประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญสำหรับการวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในครั้ง นี้ ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) ทั้งนี้เนื่องจากได้มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลาย และเป็น กระแสนิยมอยู่ในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางในการให้ผู้ประกอบการนำไปปรับปรุงการบริการและปรับ รูปแบบของการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไปในอนาคต

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์พฤติกรรมกรท่องเที่ยวนั้นมักจะถูกกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจที่จะเดินทาง ท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และการตั้งใจที่จะท่องเที่ยว (คิม เบิร์ทน์ พลเชนซ์ และคณะ (2538)) ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการเดินทาง ท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองของความต้องการเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้ เป็นกรอบกำหนดทิศทางและ แนวทางพฤติกรรมกรการท่องเที่ยว ให้แตกต่างออกไปตามข้อจำกัดของแต่ละบุคคล

การกระทำหรือสิ่งที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาทางร่างกาย ความคิด และความรู้สึก เพื่อตอบสนอง ต่อสิ่งแวดล้อมการท่องเที่ยว เช่น จำนวนวัน เพื่อนร่วมทาง รูปแบบการเดินทาง รูปแบบการท่องเที่ยว เป็นต้น พฤติกรรมกรท่องเที่ยว ถูกกำหนดจากสิ่งกระตุ้น ความปรารถนา ความต้องการ และความคาดหวังของ ผู้บริโภค ซึ่งสามารถแบ่งได้แก่

- สิ่งกระตุ้นในการเดินทาง เช่น สิ่งต่างๆที่กระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น การแนะนำจากบุคคล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- ข้อกำหนดของบุคคลในสังคม เป็นลักษณะของข้อบังคับในการตั้งวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน
- การเปลี่ยนแปลงขององค์ประกอบภายนอก กำหนดความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในการให้บริการของผู้ประกอบการ ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว ข้อจำกัดด้านราคาและเวลา เป็นต้น

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า ผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการมีดังนี้

- 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่น นั้นๆ อันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์ รวมทั้งงานเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น
- 2) ความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน เป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัย จึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว
- 3) การคมนาคม เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาซื้อบริการถึงแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย
- 4) พิธีการเข้าเมือง และบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลากระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการข้อมูลข่าวสาร บริการจองห้องพัก เป็นต้น
- 5) ที่พักมีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาดและมีมาตรฐานสากล
- 6) ภัตตาคาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้ว จะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ และมี การกำหนดราคาที่เหมาะสม
- 7) บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีคนท้องถิ่นที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีทัศนคติ และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว
- 8) สิ่งอำนวยความสะดวก จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมให้ใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม การโฆษณาเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์

- 9) ภาพลักษณ์ เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น ประเทศไทย เป็นแหล่งที่อุดมไปด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าสากล

ทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จัก และสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศไทย ก่อให้เกิดการลงทุนและการขยายตัวของธุรกิจต่างๆมากมาย เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจจึงมีการพยายามหาวิธีการที่จะสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจของตนเอง ดังนั้นการตลาดจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยว ที่ต้องใช้ การวิจัย การวิเคราะห์ การพยากรณ์ และการเลือกสรรส่วนประกอบทางการตลาดของตลาดบริการที่เหมาะสม มาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าผู้ใช้บริการ

2.3.1 ส่วนประกอบทางการตลาดของตลาดบริการ

สำหรับตลาดบริการนั้นเป็นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้โดยการบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ดังนี้

- 1) ความไม่มีตัวตน (Intangibility) การบริการไม่สามารถมองเห็น จับต้อง และสัมผัสไม่ได้ โดยการใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้
- 2) ความแยกจากกันไม่ได้ (Inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการผู้ให้บริการและผู้รับบริการจะต้องอยู่ในสถานที่เดียวกัน เวลาเดียวกัน ไม่สามารถแยกออกจากกันได้
- 3) การเก็บรักษาไม่ได้ (Perish ability) การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงานทำให้เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์
- 4) ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างก็ขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละ

ละวัน รวมทั้งฤดูกาล และการบริหารของธุรกิจให้รองรับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาได้

- 5) ความแตกต่างในด้านคุณภาพของการให้บริการ เนื่องจากการให้บริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ธุรกิจจึงต้องมีการฝึกอบรมพนักงาน ติดตาม และ ประเมินผลงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ

เมื่อลักษณะโดยทั่วไปของสินค้าบริการแตกต่างไปจากสินค้าทั่วไป ส่วนผสมทางการตลาด สำหรับสินค้าบริการ จึงต้องมีมากกว่าส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ ส่วนผสมทางการตลาดของสินค้าบริการ (The Expanding Marketing Mix for Service) ประกอบด้วย 7P's คือ สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากรที่ให้บริการ (People) ขั้นตอนการให้บริการ (Process) และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

- 1) สินค้า (Product) หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจเสนอเพื่อสนองความจำเป็น และความต้องการของบุคคล ให้เกิดความพึงพอใจ สำหรับสินค้าทางการท่องเที่ยว หมายถึง ลักษณะของสินค้าที่เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นหลัก รวมถึงรายละเอียดปลีกย่อยของลักษณะสินค้านั้นด้วย และมีการคัดแปลงให้เหมาะสมกับแนวโน้มของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ
- 2) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการ สำหรับราคาทางการท่องเที่ยว เป็นตัวบ่งบอกถึงลักษณะของสินค้าทางการท่องเที่ยว มาตรฐานการบริการ และประเภทของนักท่องเที่ยวโดยตรง
- 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การเข้าถึงตัวสินค้า โดยการจัดจำหน่ายผ่านคนกลางทางการตลาด หรือจำหน่ายเองโดยตรง ทางการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวได้โดยสะดวก รวมถึงจุดขาย ที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวได้โดยสะดวก ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย
- 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขาย และการส่งเสริมการขาย เป็นต้น
- 5) บุคลากร (People) หมายถึง บุคคลที่คอยให้บริการ และอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่ลูกค้า ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พนักงานบริการจะเป็นผู้ที่นักท่องเที่ยวพบเห็นเป็นคนแรก เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว ดังนั้นบุคลากรจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างการรับรู้ทางด้านบวกให้กับนักท่องเที่ยว
- 6) ขั้นตอนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนต่างๆ ของการให้บริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า โดยเป็นกระบวนการจัดบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และประเภทของสินค้า

ทางการที่อึ่งเหี่ยวควมส่วแบ่งทางการตลาดที่แบ่งไว้ โดยค่านึงถึงปัจจัยต่างๆที่จะส่งผลให้กระบวนการจัดการดีที่สุด

- 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งที่ถูกค้าสามารถสัมผัสได้และเพิ่มความมั่นใจให้แก่ลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ โดยการใช้สื่อที่เป็นรูปธรรมมาเชื่อมระหว่างสินค้าทางการท่องเที่ยวกับบริการที่ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจที่ถูกต้องและคุ้มค่างบราคา เพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวไม่สามารถทดลองใช้ก่อนซื้อได้

2.3.2 SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ทรัพยากร (สิ่งแวดล้อมภายใน) และสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร เพื่อค้นหาจุดแข็งขององค์กร (Strengths) จุดอ่อนขององค์กร (Weaknesses) โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) เพื่อนำผลที่ได้มากำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยแบ่งหลักการพิจารณาออกเป็น 4 ประเด็นคือ

- 1) Strengths คือ จุดแข็ง หมายถึง ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี
- 2) Weaknesses คือ จุดอ่อน หมายถึง สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบและด้อยความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง การดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี
- 3) Opportunities คือ โอกาส หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร
- 4) Threats คือ อุปสรรค หมายถึง ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กร ไม่ให้บรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร

บทสรุปที่แรงจูงใจ โอกาสและอุปสรรคเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งสองสิ่งนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอาจทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นโอกาสกลับกลายเป็นอุปสรรคได้ และในทางกลับกัน อุปสรรคที่เคยถ่วงถ่วงเป็นโอกาสได้เช่นกัน ด้วยเหตุนี้องค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของตนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์แวดล้อม

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้างานวิจัยและเอกสารต่างๆที่มีประโยชน์ต่อการศึกษากการพัฒนาฐานข้อมูล การให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ดังนี้

ศิริรัตน์ สัมฤทธิ์ (2549) ได้ศึกษารูปแบบการบริการเชิงสุขภาพ และแนวทางการปรับปรุงสถานประกอบการเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเทศบาลนครขอนแก่น โดยผลการศึกษาพบว่า มีลักษณะการบริการที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ การนวดแผนไทย การนวดฝ่าเท้า การอบ/ประคบสมุนไพร เป็นต้น จุดเด่นของสถานประกอบการคือ ผู้ให้บริการมีความรู้ความชำนาญ มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม มีการจัดบรรยากาศของสถานประกอบการให้มีความสะอาดสวยงามและร่มรื่น และเพื่อให้สามารถบริการเชิงสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรเน้นเรื่องความสะอาดในทุกๆ ด้านให้มากขึ้น การบริการควรปรับปรุงให้มีคุณภาพมากขึ้น และเหมาะสมกับอัตราค่าบริการ สร้างบรรยากาศให้รู้สึกผ่อนคลาย และสถานประกอบการควรมีการพัฒนาพนักงานให้มีการศึกษาเรียนรู้อยู่เสมอ

วัชรวิ คำศรี และคณะ (2548) ได้ศึกษาศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต โดยมุ่งศึกษา 3 ประเด็น 1 ผลผลิตองค์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต พบว่า มีโรงพยาบาล 4 แห่งมีผลผลิตองค์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2 ความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานของโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต พบว่าโรงพยาบาลทั้ง 6 แห่ง กำลังพัฒนามาตรฐานเพื่อการรองรับคุณภาพการบริการในปัจจุบัน 3 ความต้องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสนใจ นวดแผนไทย และเมดิคัล สปา ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสใช้บริการ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการบริการ

เปลือรัตน์ กวรวดี และคณะ (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปา โดยทำการศึกษาแก่ประชากรในพื้นที่ 7 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยวิธีการสัมภาษณ์จากบุคคล 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้บริหารสถานประกอบการและเอกชน 2) กลุ่มบริษัทนำเที่ยว 3) กลุ่มผู้ประกอบการสปา และ 4) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสปาในแต่ละกลุ่มได้ เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคใต้ โดยกลุ่มผู้บริหารสถานประกอบการและเอกชน เสนอว่า ในด้านของกายภาพ สถานบริการสปาควรพัฒนาฐานบริการที่เน้นความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม ด้านการตลาดควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวผ่านสื่อมวลชนและการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจใช้บริการ สปา ในอนาคตจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้น จึงควรพัฒนาบุคลากรให้มีมาตรฐานและนำภูมิปัญญาของชาวบ้านมาใช้ในสปาให้มากขึ้น

3) กลุ่มผู้ประกอบการสปา เสนอว่าคุณภาพและมาตรฐานด้านสถานที่ ควรจัดอย่างสะอาด สะดวก และสวยงาม มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย สำหรับบุคลากรควรมีความรู้ ความชำนาญและเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานตลอดจนมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี อัตราค่าบริการควรมีมาตรฐานราคา กลางตามความเหมาะสมกับคุณภาพของบริการ และ4) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสปา เสนอว่ารูปแบบการให้บริการในอนาคต ควรมีการบริการแบบครบวงจร และควรมีการพัฒนาความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆอยู่เสมอ

ศูนย์วิจัยท่องเที่ยวลุ่มน้ำโขง (2548:บทคัดย่อ) ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น เพื่อศึกษาวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวศักยภาพของการท่องเที่ยวในจังหวัด โดยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวที่ขอนแก่นตามคำชักชวนของญาติมิตร และเดินทางมาเองทั้งครอบครัว เพื่อเยี่ยมญาติ ท่องเที่ยว และธุรกิจ นิยมพักในโรงแรม มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,144 บาท ในการซื้อสินค้าประเภทอาหารแปรรูป และผ้าไหม มีความประทับใจในมิตรไมตรีของชาวขอนแก่น แต่ไม่ชอบการจราจรที่ติดขัดภายในตัวเมือง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และงานประเพณี อันเนื่องมาจากการจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่นตามศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางความเจริญในทุกด้าน ทำให้มีการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากและต่อเนื่อง

พันธุศิริ เกตุวันดี และคณะ (2547:บทคัดย่อ) ได้ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพสำหรับธุรกิจโรงแรม โดยให้ความสำคัญกับพื้นที่ท่องเที่ยวหลักสามพื้นที่ ได้แก่ ภูเก็ต หัวหิน และเชียงใหม่ พบว่าธุรกิจสปาได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงเทพมหานคร และเมืองท่องเที่ยวหลัก การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ให้บริการในโรงแรมจึงมีความโน้มเอียงไปในลักษณะ ของการให้บริการสปามากกว่าที่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น น้ำพุร้อน ในช่วงเวลาการศึกษา (พ.ศ.2546-47 หรือ ค.ศ.2003-4) พบว่าธุรกิจสปาในโรงแรมมีสภาพการแข่งขันสูงทั้งในระดับประเทศ และภายในประเทศเอง โดยมีบาหลีและมัลดีฟเป็นคู่แข่งสำคัญ และอินเดียซึ่งเป็นประเทศที่ใฝ่ฝันของคนไทยและพร้อมที่จะแข่งขัน ส่วนภายในประเทศเอง การให้บริการสปาในโรงแรมต้องเผชิญกับคู่แข่งประเภท Day spa ซึ่งมีอัตราค่าบริการในระดับต่ำ และให้บริการอย่างแพร่หลายในบริเวณที่มีนักท่องเที่ยวพักแรมอยู่เป็นจำนวนมาก การแข่งขันที่สูงทำให้มีการจัดตั้งสมาคมต่างๆ เพื่อการรวมตัว รักษาผลประโยชน์ และการเรียนรู้ร่วมกัน ในขณะที่เดียวกันรัฐบาลได้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดมาตรฐานบริการและการฝึกอบรม และให้ใบรับรองพนักงาน นอกจากนั้นก็มีความพยายามที่จะกระตุ้นความต้องการโดยผู้ประกอบการมากกว่าจะเป็น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ สำหรับกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมคือต้องพัฒนาจากสภาวะแวดล้อมทางด้านการท่องเที่ยวไทย จึงควรเป็นกลยุทธ์เติบโตแบบ Concentration โดยพัฒนาความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ให้ชัดเจนยิ่งขึ้นแต่จัดหาประเภทของบริการ ที่สามารถครอบคลุมและเพิ่มมูลค่าได้มากขึ้น นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรมุ่งพัฒนาให้บริการ

สถาปนา กลายเป็นสินค้าหรือสัญลักษณ์ของสินค้าการท่องเที่ยวไทย ในรูปแบบเดียวกับการมาเยือนวัด
วัง การขี่ช้าง ที่เขาดงตาล การพัฒนามาตรฐานการให้บริการและกลยุทธ์การสร้างเอกลักษณ์ให้กับการ
บริการ ควรเป็นการต่อยอดโดยพัฒนาแบรนด์เนมของประเทศไทย หรือ แบรนด์เนมในระดับโรงแรม
นอกจากนั้นการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจควรมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ และขยายขอบเขต
การให้บริการและกลุ่มลูกค้า โดยการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและทุนทาง
วัฒนธรรม ของไทย ทรัพยากรในพื้นที่ อาทิเช่น น้ำพุร้อน หรือเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในประเภทอื่นๆ
เช่น Eco-tourism การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือ Meditation tourism

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2544) พบว่ามีการท่องเที่ยวรวมกันประมาณ 66 ล้านครั้ง
โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวทั้งหมด 188 ล้านวัน และมีรายรับจากการท่องเที่ยวประมาณ 501,948 ล้านบาท
จังหวัดยอดนิยมของนักท่องเที่ยวคือ กรุงเทพมหานคร ลำดับที่สองคือเมืองพัทยา ภูเก็ตเป็นลำดับที่ 3 และ
เชียงใหม่เป็นลำดับที่ 4 จากการพยากรณ์คาดว่าแนวโน้มนักท่องเที่ยวรายจังหวัดในปี พ.ศ. 2549 จะมี
นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติกระจายตัวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศเพิ่มขึ้นเป็น
ประมาณ 84 ล้านครั้ง โดยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมาจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาก
ที่สุด (2.2 ล้านคน-ครั้ง)

เป็นที่น่าสังเกตว่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในช่วง 40 ปีที่ผ่านมาได้เปลี่ยนแปลงไปในทิศทาง
เดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2503 นั้นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวสูงถึง 4,700
บาท แต่ในปี พ.ศ. 2544 ค่าใช้จ่ายลดลงเหลือเพียง 3,700 บาทต่อวัน อย่างไรก็ตาม คาดว่าวันพักเฉลี่ยในปี
พ.ศ. 2549 จะเพิ่มจาก 7.7 วันในปี พ.ศ. 2543 เป็น 8.16 วันในปี พ.ศ. 2549 หากตัวแปรต่างๆ ไม่เปลี่ยนแปลง
จากแก่นบ้านเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไทยนิยมมาเป็นอันดับที่ 4 รองจาก กรุงเทพมหานคร
เชียงใหม่ และนครราชสีมา โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,327,000 คน-ครั้ง ในปี พ.ศ. 2544 และคาดว่าจะเพิ่ม
เป็น 1,723,000 คน-ครั้ง ในปี พ.ศ. 2549 (รายงานความก้าวหน้า การศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทพัฒนาการ
ท่องเที่ยวไทยสำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2542-2549) สถาบันวิจัยเพื่อ
การพัฒนาประเทศไทย, 2543) อย่างไรก็ตาม จังหวัดขอนแก่นไม่ได้ติดอันดับ 10 อันดับแรกของจังหวัด
ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2544) ได้ทำการวิเคราะห์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในระหว่างปี พ.ศ. 2538-2543 พบว่า

- 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มครอบครัวและแม่บ้าน (ร้อยละ 28) กลุ่มผู้สูงอายุ (ร้อยละ 10) กลุ่มหนุ่มสาววัยทำงาน และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา ไทยเป็นเป้าหมายที่ชาวญี่ปุ่นมาท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี จุดประสงค์ของการท่องเที่ยวคือการมาพักผ่อนมากที่สุด
- 2) นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนที่มาเที่ยวไทยมากที่สุด นิยมซื้อของที่ระลึก รับประทานอาหาร
- 3) จีนจะเป็นตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทยในอนาคต เนื่องจากไทยจัดเป็นประเทศหนึ่งในเจ็ดที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้คนจีนเที่ยว
- 4) นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจและผู้บริหารระดับสูง ชอบรับประทานอาหารไทย และซื้อของที่ระลึก
- 5) ชาวฮ่องกงที่มาเที่ยวเมืองไทยมักเป็นผู้มีรายได้ปานกลางและต่ำ ชอบแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ชอบแสงสี บางกลุ่มเชื่อในโหราศาสตร์และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ชาวฮ่องกงนิยมรับประทานผลไม้ไทย นักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มหนุ่มสาววัยทำงาน (ร้อยละ 50) รองลงมาเป็นกลุ่มนักธุรกิจ (ร้อยละ 40) กลุ่มผู้สูงอายุมีน้อยเพียงร้อยละ 10 (บริษัท ซอฟเฟรส เอฟเอสเอ จำกัด, 2541)

ตลาดยุโรปเป็นตลาดท่องเที่ยวอันดับสองรองจากเอเชียตะวันออก ความประทับใจของชาวยุโรปกับไทยมีวัฒนธรรมดีงาม มีรอยยิ้มสยาม มีอาหารอร่อย เป็นแหล่งประวัติศาสตร์ ประเทศที่เป็นตลาดท่องเที่ยวของไทยได้แก่

- 1) ประเทศเยอรมนี โดยชาวเยอรมันเป็นชนชาติที่นิยมเดินทางไปต่างประเทศมากที่สุด เนื่องจากมีวันหยุดมากและประชาชนมีรายได้ค่อนข้างสูง (Tourism Authority of Thailand, 2001) ผู้สูงอายุมีจำนวนถึงร้อยละ 34 ของประชากรทั้งหมด โดยประเทศไทย สิงคโปร์ และฮ่องกง เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกที่ชาวเยอรมันนิยมเดินทางรองจากทวีปอเมริกา โดยช่วงเวลาที่นิยมเดินทางคือมิถุนายน สิงหาคม (รายงานประจำปี 1999 ของ PATA) กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเยอรมันสนใจได้แก่ การกีฬาและการผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการออกกำลังกาย รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชาวเยอรมันเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ชาวเอเชียที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากที่สุดในช่วงเวลาที่ผ่านมาและมีแนวโน้มที่จะพำนักอยู่ยาวนาน (ปี พ.ศ. 2542 ประมาณ 15 วัน ปี พ.ศ. 2543 ประมาณ 13 วัน)

- 2) สหราชอาณาจักร โดยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2542 และ 2543 มีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบเที่ยวทะเลและพักรีสอร์ท กลุ่มวัยรุ่นชอบท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ผจญภัยและกีฬา
- 3) ฝรั่งเศส ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับสาม โดยปกตินิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงเดือนสิงหาคมมากที่สุด
- 4) สหรัฐอเมริกา ชาวอเมริกันส่วนใหญ่จะชอบเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกัน ส่วนการเที่ยวในต่างประเทศนั้นมักจะเป็นทวีปยุโรป เนื่องจากรู้สึกว่ามีความปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันชอบคือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Tourism Authority of Thailand, 2001) ชาวอเมริกันกลุ่มอายุ 55 ปีขึ้นไปนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม (รายงานประจำปี 1999 ของ PATA)
- 5) ออสเตรเลีย นักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียให้ความสนใจมาเที่ยวประเทศไทยมากเป็นอันดับที่ 6 รองจากนิวซีแลนด์ อินโดนีเซีย สหราชอาณาจักร ฮองกง สิงคโปร์ และฟิจิ ชาวออสเตรเลียส่วนมากชอบเที่ยวทะเล อาหารการกินที่มีคุณภาพ ไทยเป็นประเทศที่ชาวออสเตรเลียนิยมมาเที่ยว เพราะจุดเด่น 3 ประการ ได้แก่ ราคาและคุณภาพสินค้าค่อนข้างเหมาะสม การเดินทางสะดวก และไทยมีความเป็นมิตรและมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2542) สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2544) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การแพทย์แผนโบราณ นวดตัวและนวดฝ่าเท้า การเที่ยวล่องแม่น้ำโขง จะเป็นการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในตลาดออสเตรเลียในอนาคต

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากขึ้นคือกลุ่มอายุมากกว่า 50 ปี โดย มร. Markus Deutsche แห่งบริษัท Cendant Vacation ประมาณการว่า ภายในปี ค.ศ. 2005 ประมาณร้อยละ 30 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดบนโลกจะมีอายุมากกว่า 50 ปี โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมักนิยมซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต (The Economist, 2003) ไทยเป็นประเทศหนึ่งที่รองรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ โดยข้อมูลในปี พ.ศ. 2535 พบว่า ร้อยละ 18.6 เป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุ (มากกว่า 55 ปีขึ้นไป) โดยเป็นนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสมากที่สุด รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร เยอรมนีและสิงคโปร์ ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2535) นักท่องเที่ยวในรุ่นนี้มักมีความพร้อมในด้านการเงินมากกว่านักท่องเที่ยวในวัยอื่นๆ มีเวลามากกว่า และมักนิยมการพักผ่อนที่เน้นคุณภาพบริการ ชอบเที่ยวเพื่อพักผ่อนและชื่นชมกับศิลปวัฒนธรรม โดยส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าการมาเป็นหมู่คณะ (ร้อยละ 70) เหตุผลที่มาเที่ยวไทยที่มากที่สุด คือ ความเป็นมิตรของคนไทย ประเพณีและวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวสวยงามและหลากหลาย

รวมทั้งอาหารการกิน ส่วนใหญ่ทำน้กไม่เกิน 1 สัปดาห์ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544) คาด
ว่าน้กท่องเที่ยวในกลุ่มนี้น้่าจะเป็นตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง โครงการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว
ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

- 3.1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
- 3.3. การรวบรวมข้อมูล
- 3.4. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ด้านผู้ให้บริการ คือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง
จําข้อมูลทุกภูมิภาคแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น โดยการรวบรวมข้อมูลจากการท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เครือข่ายสุขภาพจังหวัด
ขอนแก่น ประกอบด้วย การแพทย์แผนปัจจุบัน (Modern Medicine) การแพทย์ทางเลือก (Alternative
medicine) สปา ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สถานปฏิบัติธรรม สวนสุขภาพ เป็นต้น

ด้านผู้ให้บริการ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชน ที่พักอาศัยในจังหวัด
ขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง และผู้ที่มีความจำเป็นต้องมาเยือนจังหวัดขอนแก่นเป็นประจำทั้งชาวไทยและ
ชาวต่างชาติ

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ด้านผู้ให้บริการ คือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง
โดยสุ่มธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงพื้นที่สุขภาพและบำบัดรักษา การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพและ ความงาม ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสมุนไพรไทย สปา สถานวิปัสสนากรรมฐาน โดยการ
สุ่มตัวอย่างแบบสุ่มง่ายจำนวน 50 ราย

ด้านผู้ให้บริการ เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมายหลักในการเป็นฐานข้อมูลสุขภาพในการรองรับการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บแบบสอบถามจาก กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย ทั้งที่อาศัยอยู่ที่จังหวัดขอนแก่น และผู้ที่มาเยือนจังหวัดขอนแก่น โดยให้ความสำคัญกับความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม มากกว่า ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ โดยกลุ่มตัวอย่างด้านผู้ให้บริการ มีจำนวน 306 คน

3.1.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดขอนแก่น และสถานที่ที่มีความสำคัญ เช่น สถานีขนส่ง สนามบิน และโรงพยาบาล เป็นต้น ขณะที่กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการ จะใช้การสุ่มตัวอย่างแบบจงใจ (Purposive sampling)

3.2 การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

3.2.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

- 1) ศึกษาเอกสาร ตำรา ข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พฤติกรรมการท่องเที่ยว และศักยภาพของผู้ให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด และแบบสอบถามทั้งด้านผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการ
- 2) ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และทำการรวบรวมข้อเสนอแนะ และทำการแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์

3.2.2 ส่วนประกอบของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าและการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ แบบสำรวจผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และแบบสอบถามผู้ให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ

แบบสำรวจผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบไปด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการเป็นคำถามปลายเปิด ประกอบไปด้วย ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว เพศ อายุ การศึกษา (การฝึกอบรม) และ สถานภาพสมรส

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงาน ได้แก่ เหตุผลของการดำเนินงาน รายได้ กิจกรรมที่ดำเนินอยู่เป็น (อาชีพหลัก หรืออาชีพเสริม) ปัญหาในการดำเนินงาน และความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ส่วนที่ 3 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นคำถามเกี่ยวกับ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพการบริการ ความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ การบริหารจัดการ ผลกระทบต่อเศรษฐกิจและชุมชน โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบ Semantic Differential scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีการกำหนดคะแนนดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยสรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนระดับศักยภาพของผู้ให้บริการสุขภาพได้ดังนี้

4.21 - 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 - 4.20	เห็นด้วย
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 - 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

แบบสอบถามผู้ใช้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ ประกอบไปด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ภูมิภาค อายุ เพศ อาชีพ รายได้ อาชีพเสริม ความสนใจในข้อมูลการท่องเที่ยว แหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยว รูปแบบการใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายที่สนใจ และคำถามที่ตอบเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดอื่นที่ไม่ใช่จังหวัดที่สนใจ ได้แก่ เดินทางมาขอนแก่นกับใคร พาหนะที่ใช้เดินทาง การจัดการเดินทาง วัตถุประสงค์

ของการเดินทาง พักค้างคืนที่ขอนแก่นหรือไม่ สถานที่พักค้างคืน เหตุผลที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวขอนแก่น ระหว่างที่อยู่ขอนแก่นสถานที่ที่ไปท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามทั่วไปเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วย พฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แหล่งข้อมูลของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สนใจ ทราบว่ามีบริการสุขภาพจากแหล่งใด ปัจจัยด้านการบริการและสถานที่ ที่ทำให้เลือกใช้บริการสถานบริการสุขภาพ ค่าใช้จ่ายในการบริการ ปัญหาในการใช้บริการสุขภาพ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆ คือ ด้านการบริการ และด้านสถานที่หรือที่ตั้ง โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบ Semantic Differential scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท อันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีการกำหนดคะแนนดังนี้ พอใจมาก พอใจ เฉยๆ และ ไม่ค่อยพอใจ

1.3 การรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาและรวบรวมฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งพฤติกรรม และความพึงพอใจในการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวบรวมข้อมูลจากแหล่งดังต่อไปนี้

- 1) ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าตำราวิชาการ งานวิจัย นิตยสาร วารสาร สัมภาษณ์ และข้อมูลบางส่วนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สักยภาพผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
- 2) ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง โดยการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึกกระจายออกตามรูปแบบการท่องเที่ยวจำนวน 50 แห่ง และทำแบบสอบถามสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของสถานบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 106 คน เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์ได้ครบเรียบร้อยแล้ว จะทำการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.4 การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ตามต้องการแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
- 2) ทำการลงรหัสแล้วนำข้อมูลบันทึกลงในคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS
- 3) การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อทราบข้อมูลทั่วไป สัถยภาพของผู้ให้บริการ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ทางผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตอบสนองเป้าหมายของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ค่าร้อยละ (Percentage) เป็นการเปรียบเทียบความถี่หรือจำนวนที่ต้องการกับจำนวนทั้งหมดเทียบเป็น 100 เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถามและแบบสำรวจ

$$P = \frac{F(100)}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ (Percentage)

F แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) คือ ค่าที่ได้จากการเอาผลรวมของข้อมูล ทั้งหมดหารด้วยจำนวนข้อมูลทั้งหมด เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยตัวอย่าง

\sum แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) คือรากที่สองของค่าความแปรปรวน
เพื่อใช้วัดการกระจายของข้อมูล

$$S.D = \sqrt{\frac{n\sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

- เมื่อ S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

๓
G
1565
H4
๓๒๑๑

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง โครงการพัฒนารฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับ การท่องเที่ยวผู้วิจัยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ให้บริการ

4.2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้บริการ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ผู้ให้บริการ ประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ ลักษณะทั่วไปของผู้ให้บริการท่องเที่ยว สุขภาพ การดำเนินงานของผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และศักยภาพของผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ ดังนี้

4.1.1 ลักษณะทั่วไปของผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตารางที่ 1 แจกแจง จำนวนและร้อยละของเพศ สถานภาพสมรส กลุ่มธุรกิจ และการอบรม ของผู้ให้บริการสุขภาพ

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	35	70
ชาย	15	30
สถานภาพสมรส		
โสด	14	28.6
สมรส	29	59.2
มีลูกหรือไม่แยกกันอยู่	5	10.2
อื่นๆ	1	2.0

มีใบประกอบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (70%) สถานภาพสมรสคู่ (59.2 %) เป็นกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว (96.8%) ส่วนใหญ่ได้รับการอบรม (96.8%)

ตารางที่ 1 แจกแจง จำนวนและร้อยละของเพศ สถานภาพสมรส กลุ่มธุรกิจ และการอบรม ของผู้ให้บริการสุขภาพ (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มธุรกิจ		
การท่องเที่ยวเชิงฟื้นฟูสุขภาพและบำบัดรักษา	9	14.5
การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	22	35.5
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	12	19.4
ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย	12	19.4
สภามหาวิทยาลัยและกรรมการ	1	1.6
การอบรม		
มี	61	96.8
ไม่มี	2	3.2
หมายเหตุ: การสำรวจ		

1.1.2 การดำเนินงานของผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตารางที่ 2 แจกแจง จำนวนและร้อยละ ของเหตุผลการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมการท่องเที่ยว ของผู้ให้บริการสุขภาพ

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เหตุผลของการดำเนินธุรกิจ		
แพทย์ที่เกษียณแล้ว	1	1.6
สมาชิกวัยที่เกษียณแล้ว	1	1.6
สนใจอาชีพใหม่ ทหารคืนถิ่น	7	13.0
ใจอาสาสมัคร	35	55.6
พัฒนาชุมชนให้ดีขึ้น	6	11.1
อื่นๆ	10	18.9
กิจกรรมการท่องเที่ยว		
ชมธรรมชาติ	29	55.8
ชมศิลปวัฒนธรรม	23	44.2
พักผ่อน	13	37.1
อื่นๆ	22	62.9

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ ส่วนใหญ่เหตุผลของการดำเนินธุรกิจ คือ ใจชอบ อยากทำ (ร้อยละ 55.6) ระดับของกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 55.8) และส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพเสริม (ร้อยละ 62.9)

ปัญหาการดำเนินกิจการตามความคิดเห็นของผู้ดำเนินการ

- ด้านบุคลากร ได้แก่ บุคลากรไม่เพียงพอ ขาดความชำนาญ และขาดความรับผิดชอบ
- ด้านลูกค้า ได้แก่ ปัญหาเรื่องการสื่อสารกับชาวต่างประเทศ ความต้องการที่แตกต่าง และการไม่ปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนด
- ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ ความไม่ต่อเนื่อง ขาดแหล่งสนับสนุนงบประมาณ และการมีส่วนลดไม่สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้
- ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์น้อย ผู้บริหารไม่สนับสนุน ไม่มีงบประมาณ การประชาสัมพันธ์ยังไม่เต็มที่ บุคลากรน้อยทำให้การประชาสัมพันธ์ทำได้ไม่มีประสิทธิภาพ
- ด้านการดำเนินกิจการ ได้แก่ การขาดความคล่องตัว ขาดเครื่องมือ สถานที่คับแคบ มีคู่แข่งมาก สถานที่ไม่เหมาะสม วัสดุคิบบไม่พอ ที่จอดรถหายาก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (วิเคราะห์โดยใช้ SWOT: จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และ โอกาส)

- รายได้และประโยชน์ต่อชุมชน
 - จุดอ่อน -ไม่มี
 - อุปสรรค -ไม่มี
 - โอกาส จ้างคนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการได้รับการอบรมจากแหล่งที่ดี
- แนวโน้มของการพัฒนาการดำเนินการด้านธุรกิจสุขภาพในอนาคต
 - จุดอ่อน ได้แก่ บริการที่ไม่ครบวงจร ที่ตั้งหายาก ที่จอดรถไม่พอ เป็นธุรกิจที่ภาพลักษณ์ด้อยแหลม
 - อุปสรรค คู่แข่งมาก มีโอกาสที่ดีในการขาย
 - โอกาส ใช้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น เป็นที่รู้จักของคนต่างประเทศ มาตรฐานดี ทำรายได้ดี
- การดำเนินการกิจกรรมด้านสุขภาพที่ดีควรเป็นอย่างไร

บริการที่มีมาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย เอาใจใส่ รวดเร็ว สุภาพ ครบวงจร ราคาเหมาะสม ลูกค้าพึงพอใจ และเป็นผลดีต่อสุขภาพ

- ควรได้รับการสนับสนุนด้านไคบัง
การประชาสัมพันธ์ การพัฒนาสินค้า งบประมาณ อุปกรณ์ และความรู้

4.1.3 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพการท่องเที่ยว ในประเด็นของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย 14.76 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.49) คุณภาพของบริการมีค่าเฉลี่ย 20.19 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.22) ความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้ำมีค่าเฉลี่ย 15.35 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.18) สถานที่ตั้ง การบริหารจัดการและสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 32.73 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 5.68) และผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนและสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 15.06 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 4.30)

ตารางที่ 3 แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

กิจกรรมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	ความคิดเห็น									
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย		ปานกลาง		เห็นด้วย		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ที่ตั้งอยู่ไม่ไกลและหาง่าย	2	3.3	5	8.2	9	14.8	14	23.0	31	50.8
การเดินทางไปได้สะดวก มีที่จอดรถ	3	4.9	4	6.6	8	13.1	16	26.2	30	49.2
การให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว	4	6.7	10	16.7	21	35.0	15	25.0	10	16.7
บริการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายใหม่ๆ	3	5.0	12	20.0	22	36.7	13	21.7	10	16.7

ที่มา: คณะกรรมาธิการ

ความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับที่ตั้งอยู่ไม่ไกลและหาง่าย (ร้อยละ 50.8) เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการเดินทางไปได้สะดวก มีที่จอดรถ (ร้อยละ 49.2) เห็นด้วยปานกลางกับการให้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 25.0) และส่วนใหญ่เห็นด้วยปานกลางกับการมีบริการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายใหม่ๆ (ร้อยละ 36.7)

ความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านคุณภาพของบริการส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการเปิดบริการเป็นไปอย่างต่อเนื่อง (ร้อยละ 63.9) ในประเด็นของความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการอบรมหรือฝึกฝนมาอย่างถูกวิธี (ร้อยละ 54.2) เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษและมีประสบการณ์ตรง (ร้อยละ 43.6) เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการมีประสบการณ์การทำงานในสถานประกอบการลักษณะเดียวกันมาก่อน (ร้อยละ 42.1) และส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับสำเร็จการศึกษามาทางนี้โดยตรง(ร้อยละ 46.9) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านคุณภาพของการบริการ

ด้านคุณภาพของการบริการ	ความคิดเห็น									
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย		ปานกลาง		เห็นด้วย		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
การเปิดบริการเป็นไปอย่างต่อเนื่อง	1	1.6	1	1.6	4	6.6	16	26.2	39	63.9
การอบรมหรือฝึกฝนมาอย่างถูกวิธี	0	0	0	0	7	14.6	15	31.3	26	54.2
ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษและมีประสบการณ์ตรง	5	12.8	0	0	7	17.9	10	25.6	17	43.6
มีประสบการณ์การทำงานในสถานประกอบการลักษณะเดียวกันมาก่อน	4	10.5	2	5.3	5	13.2	11	28.9	16	42.1
สำเร็จการศึกษามาทางนี้โดยตรง	4	12.5	0	0	10	31.3	3	9.4	15	46.9

โดย รศ.ดร.ศิวะพร

ส่วนที่พบในของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับมีลูกค้าประจำที่ใช้บริการเป็นเวลานาน (ร้อยละ 42.1) เห็นด้วยอย่างยิ่งกับมีลูกค้าที่เข้ามาท่องเที่ยว (ร้อยละ 30.2) เห็นด้วยปานกลางกับการมีลูกค้าใหม่ๆเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (ร้อยละ 26.2) ไม่เห็นด้วยกับการเป็นกิจการที่หน่วยงานราชการและเอกชนได้เข้ามาลงทุนเป็นประจำ (ร้อยละ 60.0) และส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเป็นต้นแบบ (ร้อยละ 37.2) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้านัก

ด้านความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้านัก	ความคิดเห็น									
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย		ปานกลาง		เห็นด้วย		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีลูกค้าประจำที่ให้บริการเป็นเวลานาน	1	1.8	0	0	11	19.3	21	36.8	24	42.1
มีลูกค้าชาวต่างประเทศ	11	20.8	14	26.4	16	30.2	8	15.1	4	7.5
มีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นทุกเดือนโดยการแนะนำของลูกค้าเก่า	1	1.8	1	1.8	23	41.8	19	34.5	11	20.0
เป็นกิจการที่หน่วยงานราชการและองค์กรอื่นๆยอมรับ มีการมาขอจัดงานเป็นประจำ	19	38.0	30	60.0	0	0	1	2.0	0	0
เป็นต้นแบบดำเนินการให้กับผู้ดำเนินการธุรกิจเดียวกัน	5	11.6	3	7.0	12	27.9	16	37.2	7	16.3

ที่มา: จากการสำรวจ

ความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสถานที่ตั้งเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการมีอาคารอิสระ (ร้อยละ 38.1) เห็นด้วยกับการเป็นที่ตั้งในอาคาร (ร้อยละ 33.3) เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการมีแสงสว่างเพียงพอ (ร้อยละ 44.4) เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการมีความสะอาด (ร้อยละ 48.1) เห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการมีการตกแต่งภายในคู่มือ ดึงดูดความสนใจ (ร้อยละ 34.6) เห็นด้วยกับการมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ (ร้อยละ 34.0) เห็นด้วยปานกลางกับการมีที่จอดรถให้ลูกค้าเพียงพอ (ร้อยละ 34.2) เห็นด้วยกับการมีสาธารณูปโภคเพียงพอ (ร้อยละ 38.2) เห็นด้วยและเห็นด้วยปานกลางกับการมีบรรยากาศโดยรอบน่าเยี่ยมชม (ร้อยละ 32.7) เห็นด้วยกับการมีราคาค่าบริการที่เหมาะสม (ร้อยละ 51.9) และส่วนใหญ่เห็นด้วยทุกอย่างกับไม่เห็นด้วยกับการรวมกลุ่มกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ (ร้อยละ 24.5) ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านสถานที่ตั้ง การบริหารจัดการและสิ่งแวดล้อม

ด้านสถานที่ตั้ง การบริหารจัดการ และสิ่งแวดล้อม	ความคิดเห็น									
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย		ปานกลาง		เห็นด้วย		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ตั้ง										
เป็นอาคารอิสระ	9	21.4	1	2.4	7	16.7	9	21.4	16	38.1
เป็นที่ตั้งในอาคาร	3	7.7	4	10.3	8	20.5	13	33.3	11	28.2
มีแสงสว่างเพียงพอ	2	3.7	4	7.4	9	16.7	15	27.8	24	44.4
มีความสะอาด	2	3.7	3	5.6	6	11.1	17	31.5	26	48.1
มีการตกแต่งภายในดูดี คึงดูคความสนใจ	2	3.8	4	7.7	10	19.2	18	34.6	18	34.6
สิ่งแวดล้อมความสะดวกเพียงพอ	1	1.9	3	5.7	16	30.2	18	34.0	15	28.3
มีที่จอดรถให้ลูกค้าเพียงพอ	1	2.6	3	7.9	13	34.2	11	28.9	10	26.3
สาธารณูปโภคเพียงพอ	0	0	3	8.8	9	26.5	13	38.2	9	26.5
บรรยากาศโดยรวมน่าเยี่ยมชม	4	7.7	2	3.8	17	32.7	17	32.7	12	23.1
ราคาค่าบริการเหมาะสม	0	0	0	0	5	9.3	28	51.9	21	38.9
การรวมกลุ่มกับแหล่ง ท่องเที่ยวอื่นๆ	7	14.3	12	24.5	7	14.3	12	24.5	11	22.4

ที่มา: จากการสำรวจ

ความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านด้านผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนและสิ่งแวดล้อม พบว่า ส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการทำให้คนในชุมชนมีงานทำโดยตรง หรือสร้างอาชีพอื่นๆเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 33.3) เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการสร้าง เขาได้ให้ชุมชน (ร้อยละ 34.5) เห็นด้วยอย่างยิ่งกับชุมชนเกิดการพัฒนา (ร้อยละ 38.9) และเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการไม่อยู่ในสถานะที่ทำลายสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 66.1) ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แจกแจง จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนและสิ่งแวดล้อม

ด้านผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนและสิ่งแวดล้อม	ความคิดเห็น									
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		ไม่เห็นด้วย		ปานกลาง		เห็นด้วย		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทำให้คนในชุมชนมีงานทำ โดยตรง หรือสร้างอาชีพอื่นๆ เพิ่มขึ้น	9	16.7	5	9.3	7	13.0	15	27.8	18	33.3
สร้างรายได้ให้ชุมชน	9	16.4	8	14.5	9	16.4	10	18.2	19	34.5
ชุมชนเกิดการพัฒนา	9	16.7	4	7.4	11	20.4	9	16.7	21	38.9
ไม่อยู่ในสถานะที่ทำลายสิ่งแวดล้อม	0	0	0	0	4	7.1	15	26.8	37	66.1

ที่มา: จากการสำรวจ

4.2 ผลการวิเคราะห์ผู้ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์ของผลของผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบไปด้วยข้อมูล 3 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และความพึงพอใจการให้บริการ ดังนี้

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 8 แจกแจง จำนวนและร้อยละของภูมิลำเนา เพศ อาชีพหลัก รายได้หลัก อาชีพเสริม ของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ภูมิลำเนา		
ในจังหวัดขอนแก่น	226	73.9
นอกจังหวัดขอนแก่น	80	26.1
เพศ		
หญิง	110	38.3
ชาย	177	61.7
อาชีพหลัก		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	55	18.3
ธุรกิจส่วนตัว	20	6.6
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท	26	8.6
ฟรีแลนซ์	27	9.0
เกษียณ	31	13.6

ตารางที่ 8 แจกแจง จำนวนและร้อยละของภูมิฐานะ เศรษฐกิจ รายได้หลัก อาชีพเสริม ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	86	28.6
รับจ้างทั่วไป	16	5.3
อื่นๆ	13	4.3
รายได้หลัก		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	132	44.9
5,001-10,000 บาท	66	22.4
10,001-20,000 บาท	55	18.7
20,001-30,000 บาท	24	8.2
30,001-40,000 บาท	9	3.1
40,001 บาทขึ้นไป	8	2.7
อาชีพเสริม		
เกษตรกร	11	4.4
ค้าขาย	27	10.8
รับจ้างทั่วไป	19	7.6
ไม่มีอาชีพเสริม	175	69.7
อื่นๆ	19	7.6
รายได้เสริม		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	57	70.4
5,001-10,000 บาท	13	16.0
10,001-20,000 บาท	7	8.6
20,001-30,000 บาท	0	0
30,001-40,000 บาท	1	1.2
40,001 บาทขึ้นไป	3	3.7

ที่มา: จากการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดขอนแก่น (ร้อยละ 73.9) เป็นผู้รับบริการเพศชาย (ร้อยละ 61.7) เป็นนักศึกษา/นักเรียน (ร้อยละ 28.6) รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 44.9) ส่วนใหญ่ไม่มีอาชีพเสริม (ร้อยละ 69.7) และในกลุ่มที่มีรายได้เสริมส่วนใหญ่มีรายได้เสริมต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ

ตารางที่ 9 แจกแจง จำนวนและร้อยละ ประเด็นที่ให้ความสำคัญในการหาข้อมูลก่อนมาท่องเที่ยวที่จังหวัดขอนแก่น และ แหล่งข้อมูลที่ค้นหา

ประเด็นที่ให้ความสำคัญในการหาข้อมูลก่อนมาท่องเที่ยวที่ จังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
เส้นทางการเดินทาง	166	55.5
พาหนะการเดินทาง	79	26.4
สถานที่พัก	95	31.8
แหล่งท่องเที่ยว	141	47.2
สินค้าและบริการ	45	15.1
ร้านอาหาร	44	14.7
งานเทศกาล/งานประเพณี	65	21.7
อื่นๆ	8	2.7
แหล่งข้อมูลที่ค้นหา		
สำนักงาน ททท./เว็บไซต์	39	12.8
หนังสือนำเที่ยว/สิ่งพิมพ์	57	18.8
โทรทัศน์/วิทยุ	109	36.1
นิทรรศการด้านท่องเที่ยว	42	13.8
ป้ายโฆษณา/แผ่นพับ	93	30.7
อินเทอร์เน็ต	49	16.2
บริษัทนำเที่ยว	6	2.0
ญาติ/เพื่อน	201	66.1
สายการบิน	5	1.6
สถานีขนส่ง/รถไฟ	3	1.0
อื่นๆ	13	4.3

ที่มา: จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่าง เส้นทางการเดินทางเป็นประเด็นที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญในการหาข้อมูลก่อนมาท่องเที่ยวที่จังหวัดขอนแก่น (ร้อยละ 55.5) รองลงมา คือ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 47.2) ซึ่งข้อมูลจำนวนมากได้มาจากญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 66.1) รองลงมา คือ โทรทัศน์/วิทยุ (ร้อยละ 36.1)

ตารางที่ 10 แจกแจง จำนวนและร้อยละการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่ควรจะเป็น

การจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่ควรจะเป็น	จำนวน	ร้อยละ
งานเทศกาล/ประเพณี	153	51.7
การจัดจำหน่าย/ซื้อสินค้า	38	12.8
การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/เชิงเกษตร/เชิงอนุรักษ์	121	40.9
การท่องเที่ยวทางโบราณสถาน/ประวัติศาสตร์	79	26.7
การท่องเที่ยวทางศาสนสถาน/สถานปฏิบัติธรรม	81	27.4
การท่องเที่ยววิถีชีวิตความเป็นอยู่/วัฒนธรรมชาวบ้าน	67	22.6
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	78	26.4
อื่นๆ	4	1.4

ที่มา: จากการสำรวจ

ผู้รับบริการส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอเกี่ยวกับการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่ควรจะเป็นว่าควรเป็นงานเทศกาล/ประเพณี (ร้อยละ 66.1) รองลงมาควรเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/เชิงเกษตร/เชิงอนุรักษ์ (ร้อยละ 40.9)

จากผลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนที่มิภูมิลำเนาในจังหวัดขอนแก่น (ร้อยละ 73.9) และมีภูมิลำเนาอยู่ที่อื่นจำนวน 80 คน คิดเป็น ร้อยละ 26.1 ซึ่งผู้วิจัยได้ถามคำถามเพิ่มเติม ดังตารางที่ 11 ถึง ตารางที่ 15 ดังนี้

ตารางที่ 11 แจกแจง จำนวนและร้อยละของการเดินทาง พาหนะที่ใช้ การจัดการในการเดินทางมจังหวัดขอนแก่น

เดินทางมาพร้อมกับ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	18	23.1
ครอบครัว	28	35.9
เพื่อน	30	38.5
หน่วยงาน	1	1.3
อื่นๆ	1	1.3
พาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น		
เครื่องบิน	1	1.3
รถไฟ	1	1.3

ตารางที่ 11 แจกแจง จำนวนและร้อยละของการเดินทาง พาหนะที่ใช้ การจัดการในการเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

พาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องบิน	1	1.3
รถไฟ	1	1.3
รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์	25	33.3
รถส่วนตัว	45	60.0
รถบริษัทนำเที่ยว(ซื้อทัวร์มา)	0	0
อาศัยรถผู้อื่น	2	2.7
รถเช่า	1	1.3
การจัดการในการเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น		
จัดการเดินทางเอง	72	96.0
มากับบริษัทนำเที่ยว	0	0
บริษัทนำเที่ยวจัดการให้บางส่วน	1	1.3
หน่วยงานจัดการให้	0	0
อื่นๆ	2	2.7

ที่มา : จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่างลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย สำหรับการเดินทางส่วนใหญ่ผู้รับบริการเดินทางมาพร้อมกับเพื่อน (ร้อยละ 38.5) พาหนะที่ใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่ใช้รถส่วนตัว (ร้อยละ 60) และส่วนใหญ่เดินทางมาเอง (ร้อยละ 96)

ตารางที่ 12 แจกแจง จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	22	28.6
ทัศนศึกษา	4	5.2
ประชุม/สัมมนา/นิทรรศการ	1	1.3
ปฏิบัติราชการ	4	5.2
ธุรกิจ/ค้าขาย	8	10.4
เยี่ยมญาติ	14	18.2
รักษาสุขภาพ ปฏิบัติธรรม	3	3.9
ปฏิบัติธรรม	11	14.3
อื่นๆ	17	22.1

ที่มา : จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่างวัตถุประสงค์หลักส่วนใหญ่ของผู้รับบริการในการเดินทางมาจังหวัดขอนแก่น คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน (ร้อยละ 28.6) และรองลงมา คือ การมาเยี่ยมญาติ (ร้อยละ 18.2)

ผู้รับบริการส่วนใหญ่ค้างที่จังหวัดขอนแก่น (ร้อยละ 76.4) โดยส่วนใหญ่ค้างคืนที่บ้านญาติ/บ้านเพื่อน (ร้อยละ 34.3) รองลงมาพักในอุทยานแห่งชาติ (ร้อยละ 8.8) ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แจกแจง จำนวนและร้อยละของการพักค้างคืน และสถานที่พักค้างคืน ในจังหวัดขอนแก่น

การพักค้างคืนที่จังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ค้างคืน	17	23.6
ค้าง	55	76.4
สถานที่พักค้างคืน		
โรงแรม	0	0
เกสต์เฮาส์	2	2.9
บังกะโล/รีสอร์ท	1	1.5
บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	23	34.3
ที่พักในอุทยานแห่งชาติ	6	8.8
บ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน	4	5.9
อื่นๆ	24	35.8

ที่มา: จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่างเหตุผลส่วนใหญ่ในการมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น คือ การคมนาคมสะดวก (ร้อยละ 23.7) และรองลงมา คือ มีผู้แนะนำ (ร้อยละ 22.4) ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แจกแจง จำนวนและร้อยละเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

เหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์	4	5.3
ค่าครองชีพต่ำ	1	1.3
มีชนบประเพณีที่ดี	11	14.5
มีแหล่งท่องเที่ยวมาก	13	17.1
ภูมิประเทศ/ทิวทัศน์สวยงาม	7	9.2
บรรยากาศดี เย็นสงบ	10	13.2

ตารางที่ 14 แจกแจง จำนวนและร้อยละเหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

เหตุผลในการมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
สถานบริการรักษาสุขภาพ	5	6.6
ที่พักปฏิบัติธรรม	13	17.1
ห้างสรรพสินค้าหลายแห่ง	10	13.2
บริการด้านท่องเที่ยวดี	5	6.6
สิ่งอำนวยความสะดวกครบ	15	19.7
การคมนาคมสะดวก	18	23.7
มีความปลอดภัย	4	5.3
มีผู้แนะนำ	17	22.4
อื่นๆ	25	32.9

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 15 แจกแจงจำนวนและร้อยละของการหาข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมาถึงจังหวัดขอนแก่น สถานที่ไปเที่ยวระหว่างที่อยู่ขอนแก่น

การหาข้อมูลเพิ่มเติมเมื่อมาถึงจังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่หา	50	78.1
หา	14	21.9
สถานที่ไปเที่ยวระหว่างที่อยู่ขอนแก่น		
บึงแก่นนคร	71	72.4
โฮมมุงเมืองขอนแก่น	9	9.2
พระมหาธาตุแก่นนคร 9 ชั้น	24	24.5
พระธาตุขามแก่น	27	27.6
ปราสาทเปือยน้อย	6	6.1
เขื่อนอุบลรัตน์	59	60.2
บางแสน2/พิทย2	37	37.8
หมู่บ้านไหมไทย อ.ชนบท	7	7.1
พิพิธภัณฑชากรไดโนเสาร์ อ.ภูเวียง/อุทยานแห่งชาติภูเวียง	21	21.4
อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน	13	13.3
ศูนย์การค้า	15	15.2
อื่นๆ	9	9.2

ที่มา: จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่างเมื่อก่อนถึงจังหวัดขอนแก่นแล้วผู้รับบริการส่วนใหญ่ไม่หาข้อมูลเพิ่มเติม (ร้อยละ 78.1) สถานที่ไปเที่ยวระหว่างที่อยู่ขอนแก่นส่วนใหญ่ คือ บึงแก่นนคร (ร้อยละ 72.4) รองลงมา คือ เขื่อนอุบลรัตน์ (60.2)

4.2.2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตารางที่ 16 แจกแจงจำนวน และร้อยละของ พฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการดูแลสุขภาพของตนเอง	จำนวน	ร้อยละ
ออกกำลังกายเองที่บ้าน	166	54.4
ไป Sport club	21	6.9
ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ	184	60.3
ใช้สมุนไพร/ทำสปา	29	9.5
ใช้ผลิตภัณฑ์ทางเคมี	14	4.6
รับประทานอาหารชีวจิต	23	7.5
ฝึกโยคะ	14	4.6
การนวดผ่อนคลาย	69	22.6
ปรึกษาและอยู่ในการดูแลของแพทย์แผนปัจจุบัน	26	8.5
ปรึกษาและอยู่ในการดูแลของแพทย์แผนไทย	5	1.6
การปฏิบัติธรรม	78	25.6
อื่นๆ	8	2.6

ที่มา : จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมดูแลสุขภาพที่ผู้ใช้บริการทำมากที่สุดคือ ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ (ร้อยละ 60.3) รองลงมาเป็นการออกกำลังกายเองที่บ้าน (ร้อยละ 54.4)

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รูปแบบและกิจกรรมที่ผู้รับบริการสนใจส่วนใหญ่ คือ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (ร้อยละ 48.3) รองลงมา คือ สถานวิปัสสนากรรมฐาน (ร้อยละ 15.9) แหล่งในแคว้นหาข้อมูลด้านสุขภาพส่วนใหญ่ คือ ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 49.7) รองลงมา คือ โทรทัศน์/วิทยุ (ร้อยละ 27) ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แจกแจงจำนวนและร้อยละของประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รูปแบบและกิจกรรมที่สนใจ และแหล่งในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพ รูปแบบกิจกรรมที่ต้องการเมื่อมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ทราบ/รู้จักสถานบริการด้านสุขภาพภายในขอนแก่นจากแหล่งใด

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รูปแบบและกิจกรรมที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
การท่องเที่ยวเชิงฟื้นฟูสุขภาพและบำบัดรักษา	25	8.6
การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	140	48.3
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม	46	15.9
ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย	31	10.7
สปา	23	8.0
สถานวิปัสสนากรรมฐาน	64	22.1
แหล่งในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพ		
โรงพยาบาล	64	21.2
สถานบริการสุขภาพ	47	15.6
หนังสือ/สิ่งพิมพ์ด้านสุขภาพ	68	22.5
โทรทัศน์/วิทยุ	83	27.5
ป้ายโฆษณา/แผ่นพับ	58	19.2
หนังสือพิมพ์	33	10.9
อินเทอร์เน็ต	67	22.2
ญาติ/เพื่อน	150	49.7
อื่นๆ	7	2.3

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 18 แจกแจงจำนวนและร้อยละของรูปแบบกิจกรรมที่ต้องการเมื่อมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และแหล่งข้อมูลสถานบริการด้านสุขภาพภายในขอนแก่น

รูปแบบกิจกรรมที่ต้องการเมื่อมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
ออกกำลังกายในโรงแรม	17	5.6
ไป Sport club	17	5.6
ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ	143	47.4
ใช้สมุนไพร/ทำสปา	44	14.6
ใช้ผลิตภัณฑ์ทางเคมี	10	3.3
รับประทานอาหารชีวจัด	22	7.3
ฝึกโยคะ	17	5.6

ตารางที่ 18 แจกแจงจำนวนและร้อยละจากรูปแบบกิจกรรมที่ต้องการเมื่อมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น และแหล่งข้อมูลสถานบริการด้านสุขภาพภายในขอนแก่น (ต่อ)

รูปแบบกิจกรรมที่ต้องการเมื่อมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
การนวดผ่อนคลาย	92	30.6
บำบัดรักษาในโรงพยาบาล	6	2.0
เดินป่า/ปีนเขา	32	10.6
เล่นกีฬากลางแจ้ง	59	19.5
เข้าค่ายปฏิบัติธรรม	76	25.2
อื่นๆ	11	3.6
ท่านทราบ/รู้จักสถานบริการด้านสุขภาพภายในขอนแก่นจากแหล่งใด		
โรงพยาบาล	53	17.8
สถานบริการสุขภาพ	41	13.8
หนังสือ/สิ่งพิมพ์ด้านสุขภาพ	34	11.4
โทรทัศน์/วิทยุ	70	23.6
ป้ายโฆษณา/แผ่นพับ	74	24.9
หนังสือพิมพ์	19	6.4
อินเทอร์เน็ต	23	7.7
ญาติ/เพื่อน	183	61.6
โรงแรม/ที่พัก	4	1.3
บริษัทนำเที่ยว	3	1.0
อื่นๆ	10	3.4

ที่มา: จากการสำรวจ

จากกลุ่มตัวอย่าง รูปแบบกิจกรรมที่ผู้รับบริการต้องการเมื่อมาเที่ยวจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่ คือ ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ (ร้อยละ 47.4) รองลงมา คือ การนวดผ่อนคลาย (ร้อยละ 30.6) ส่วนใหญ่ผู้รับบริการทราบ/รู้จักสถานบริการด้านสุขภาพภายในขอนแก่นจาก ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 61.6) รองลงมา คือ ป้ายโฆษณา/แผ่นพับ (24.9)

ตารางที่ 19 แจกแจง จำนวนและร้อยละของปัจจัยด้านบริการ ปัจจัยด้านสถานที่ ที่ทำให้เลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถาน
บริการสุขภาพ

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
บริการที่ทำให้เลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการสุขภาพ		
พนักงานบริการสุขภาพ	83	28.2
สะอาด ถูกสุขอนามัย	126	42.9
ความเชี่ยวชาญในบริการ	72	24.6
ความมีชื่อเสียง	56	19.0
มีบริการที่หลากหลาย	59	20.1
มีความคุ้นเคยกันดี	67	22.8
มีบริการจองล่วงหน้า	18	6.1
คุณภาพได้มาตรฐาน	90	30.6
โปร โมชั่นพิเศษ/ของแถม	37	12.6
การให้ข้อมูลที่ละเอียด	26	8.8
มีคนแนะนำ/จัดหาให้	81	27.6
ราคาเหมาะสม	123	41.8
รับรองจากหน่วยงานราชการ	22	7.5
ความปลอดภัย	104	35.4
มีบริการนอกสถานที่	9	3.1
อื่นๆ	11	3.8
ปัจจัยด้านสถานที่ที่ทำให้เลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการสุขภาพ		
มีพื้นที่กว้างขวาง	159	52.6
มีที่จอดรถเพียงพอ	89	29.6
สภาพแวดล้อมน่าดึงดูดใจ	134	44.4
การเข้าถึงง่าย/สะดวก	136	45.0
บรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม	1	36.4
มีความเป็นส่วนตัว	61	20.2
สะดวก ถูกสุขอนามัย	152	50.3
แสงสว่างเพียงพอ	48	15.9

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของปัจจัยค้ำบริการ ปัจจัยด้านสถานที่ ที่ทำให้เลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการสุขภาพ (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
ปัจจัยด้านสถานที่ที่ทำให้เลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการสุขภาพ		
มีห้องนำให้บริการ	87	28.8
มีอาหาร เครื่องค้ำบริการ	47	15.6
ความมีชื่อเสียง	41	13.6
ใกล้สถานที่พักผ่อน	64	21.2
ใกล้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	24	7.9
ใกล้แหล่งซื้อสินค้าอาหาร	24	7.9
รับรองจากหน่วยงานราชการ	19	6.3
มีที่พักผ่อนรับรอง	22	7.3
อื่นๆ	7	2.3

ที่มา: จากการสำรวจ

ปัจจัยด้านบริการส่วนใหญ่ที่ทำให้ผู้รับบริการเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการสุขภาพ คือ สะอาด ถูกสุขอนามัย (ร้อยละ 42.9) รองลงมา คือ ราคาเหมาะสม (ร้อยละ 41.8) ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ที่ทำให้ผู้รับบริการเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการสุขภาพ คือ การมีพื้นที่กว้างขวาง (ร้อยละ 52.6) รองลงมา คือ สะดวก ถูกสุขอนามัย (ร้อยละ 50.3)

ตารางที่ 20 แจกแจง จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 300 บาท	83	27.4
300-1,000 บาท	51	16.8
1,001-3,000 บาท	29	9.6
3,001-5,000 บาท	8	2.6
5,001-10,000 บาท	1	0.3
มากกว่า 10,000 บาท	8	2.6
ไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย	111	36.6
อื่นๆ	12	4.0

ที่มา: จากการสำรวจ

ผู้รับบริการส่วนใหญ่ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ (ร้อยละ 36.6) รองลงมา คือ ต่ำกว่า 300 บาท (ร้อยละ 27.4)

ตารางที่ 21 แจกแจง จำนวนและร้อยละของปัญหาในการใช้บริการด้านสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น

ปัญหาในการใช้บริการด้านสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
ความไม่สะดวกสบาย	32	11.5
มีอาการบาดเจ็บ	17	6.1
พนักงานไม่สุภาพ	25	9.0
ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ	16	5.8
ใช้เครื่องมือไม่ได้มาตรฐาน	18	6.5
ไม่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง	28	10.1
การเข้าถึงยาก	36	12.9
ราคาแพงเกินจริง	43	15.5
ขาดความต่อเนื่องของสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในเส้นทาง	27	9.7
อื่นๆ	128	46

ที่มา: จากการสำรวจ

ผู้รับบริการมีปัญหาส่วนใหญ่ในการใช้บริการด้านสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น คือ ราคาแพงเกินจริง (ร้อยละ 15.5) รองลงมา คือ การเข้าถึงยาก (ร้อยละ 12.9)

4.2.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

สำหรับความพึงพอใจด้านบริการผู้รับบริการส่วนใหญ่พอใจกับพนักงานบริการสุภาพ แต่งกายเรียบร้อย (ร้อยละ 61.1) พอใจกับความสะอาด ถูกสุขอนามัย (ร้อยละ 61.5) พอใจกับความเชี่ยวชาญในบริการ (ร้อยละ 56.2) พอใจกับความหลากหลายของบริการ (ร้อยละ 48.0) พอใจกับการให้ข้อมูลที่ถูกต้องละเอียด (ร้อยละ 49.0) พอใจกับราคาเหมาะสม (ร้อยละ 42.6) พอใจกับความปลอดภัย (ร้อยละ 56.8) รู้สึกเฉยๆกับการมีโปรแกรมชั้นเสริม/ของแถม (ร้อยละ 57.1) และผู้รับบริการส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆกับการมีบริการของล่วงหน้า/นอกสถานที่ (ร้อยละ 53.9) ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 แจกแจง จำนวนและร้อยละความพึงพอใจด้านบริการ

	ความพึงพอใจ							
	ไม่ค่อยพอใจ		เฉยๆ		พอใจ		พอใจมาก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบริการ								
พนักงานบริการสุภาพ แต่งกายเรียบร้อย	1	0.4	57	23.6	149	61.6	35	14.5
ความสะอาด ถูกสุขอนามัย	3	1.0	34	11.9	176	61.5	73	25.5
ความเชี่ยวชาญในบริการ	2	0.8	57	23.6	136	56.2	47	19.4
ความหลากหลายของบริการ	1	0.4	76	31.1	117	48.0	50	20.5
การให้ข้อมูลที่ถูกต้องละเอียด	3	1.2	81	33.1	120	49.0	41	16.7
ราคาเหมาะสม	8	2.7	69	23.7	124	42.6	90	30.9
ความปลอดภัย	2	0.7	53	18.3	153	52.8	82	28.3
โปรแกรมเสริม/ของแถม	17	7.3	133	57.1	66	28.3	17	7.3
มีบริการจองล่วงหน้านอกสถานที่	13	5.6	125	53.9	73	31.5	21	9.1

ที่มา: จากการสำรวจ

สำหรับความพึงพอใจด้านสถานที่/ที่ตั้งผู้รับบริการส่วนใหญ่พอใจกับมีพื้นที่ว่าง (ร้อยละ 53.8) พอใจกับการมีที่จอดรถพอเพียง (ร้อยละ 60.3) พอใจกับสภาพแวดล้อมน่าดึงดูดใจ (ร้อยละ 54.8) พอใจกับการเข้าถึงง่าย/สะดวก (ร้อยละ 49.0) พอใจกับบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม (ร้อยละ 55.6) พอใจกับการมีความเป็นส่วนตัว (ร้อยละ 50.6) พอใจกับสถานที่สะอาดถูกสุขอนามัย (ร้อยละ 58.8) พอใจกับการมีแสงสว่างเพียงพอ (ร้อยละ 60.9) พอใจกับการมีที่พักผ่อนรับรอง (ร้อยละ 47.4) พอใจกับการมีห้องน้ำให้บริการ (ร้อยละ 61.6) พอใจกับการมีอาหาร เครื่องดื่มบริการ (ร้อยละ 54.4) ส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆกับการมีบริการโทรศัพท์ การติดต่อสื่อสาร (ร้อยละ 40.5) พอใจกับการอยู่ใกล้สถานที่พักผ่อน (ร้อยละ 42.4) ส่วนใหญ่รู้สึกเฉยๆกับการอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอื่นๆ (ร้อยละ 46.7) และส่วนใหญ่พอใจกับการอยู่ใกล้แหล่งซื้อสินค้า (ร้อยละ 42.1) ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แจกแจง จำนวนและร้อยละความพึงพอใจด้านสถานที่และที่ตั้ง

	ความพึงพอใจ							
	ไม่ชอบพอใจ		เฉยๆ		พอใจ		พอใจมาก	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านสถานที่ที่ตั้ง								
มีพื้นที่ว่าง	2	0.7	28	9.2	163	53.8	110	36.3
มีที่จอดรถเพียง	3	1.0	48	16.0	181	60.3	68	22.7
สภาพแวดล้อมน่าดึงดูดใจ	0	0	39	13.0	164	54.8	96	32.1
การเข้าถึงง่าย/สะดวก	2	0.7	41	13.8	146	49.0	109	36.6
บรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม	0	0	52	17.7	163	55.6	78	26.6
มีความเป็นส่วนตัว	3	1.1	82	30.5	136	50.6	48	17.8
สถานที่สะอาดถูกสุขอนามัย	3	1.0	46	15.6	173	58.8	72	24.5
แสงสว่างเพียงพอ	1	0.4	33	11.8	170	60.9	75	26.9
มีที่พักผ่อนรับรอง	1	0.4	87	34.4	120	47.4	45	17.8
มีห้องน้ำให้บริการ	5	1.7	53	18.0	181	61.6	55	18.7
มีอาหาร เครื่องดื่มบริการ	5	1.9	68	26.1	142	54.4	46	17.6
มีบริการ โทรศัพท์ การติดต่อสื่อสาร	25	9.9	102	40.5	88	34.9	37	14.7
ใกล้สถานที่พักผ่อน	7	2.6	103	38.3	114	42.4	45	16.7
ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อื่นๆ	7	2.7	122	46.7	101	38.7	31	11.9
ใกล้แหล่งซื้อสินค้า	8	3.1	103	39.8	109	42.1	39	15.1

ที่มา: จากการสำรวจ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาเฉพาะจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากจังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นและเครือข่ายสุขภาพชุมชน เช่น หมอพื้นบ้าน เป็นต้น อย่างไรก็ตามจังหวัดขอนแก่นยังมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้มาตรฐานและสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้ โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาฐานข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไป การดำเนินงาน และศักยภาพของผู้ให้บริการสุขภาพ และศึกษาฐานข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยศึกษาเฉพาะพื้นที่จังหวัดขอนแก่น และพื้นที่ใกล้เคียง

สำหรับวิธีการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะแบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด และแบบ สัมภาษณ์ 1 ชุด มีระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูลช่วง ปี 2549-2550 มีการกำหนดประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม โดยกลุ่มแรกเป็นผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ จำนวน 50 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบจงใจ (Purposive sampling) และกลุ่มที่ 2 เป็นผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการเก็บแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียงจำนวน 306 ชุด ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการศึกษาการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ ผลการวิเคราะห์ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และผลการวิเคราะห์ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบด้วย

1) ข้อมูลทั่วไปผู้ให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ ผู้ให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 70) และมีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 59.2) เป็นกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดำเนินงานและส่วนใหญ่ได้รับการอบรม (96.8%)

2) การดำเนินงานของผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เหตุผลของการดำเนินธุรกิจ คือ ใจชอบอยากทำ (ร้อยละ 55.6) ระดับของกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจเป็นอาชีพหลัก (ร้อยละ 55.8) สำหรับปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ประกอบไปด้วย บุคลากร ไม่เพียงพอ ขาดความชำนาญ การสื่อสารกับชาวต่างประเทศ ขาดแหล่งสนับสนุนงบประมาณ ไม่มีงบประมาณ การประชาสัมพันธ์ยังไม่เต็มที่ ขาดเครื่องมือ สถานที่คับแคบ มีคู่แข่งมาก ผู้ให้บริการมองว่าการดำเนินการกิจกรรมด้านสุขภาพที่ดีควรบริการดี มีมาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย เอาใจใส่ รวดเร็ว สุภาพ ครบวงจร ราคาเหมาะสม ถูกคำพึงพอใจ และเป็นผลดีต่อสุขภาพ

3) ศักยภาพผู้ให้บริการ พบว่าผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มองว่าปัจจัยที่จะทำให้การบริการมีศักยภาพสูงสุดประกอบไปด้วย ที่ตั้งอยู่ไม่ไกล และหาง่าย มีการเปิดบริการเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ผักผ่อนเพิ่มพูนความรู้ยู่ตลอดเวลา และมีลูกค้าประจำเป็นเวลานาน ความสะอาด และไม่อยู่ในสภาวะที่ทำลายสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก

ผลการวิเคราะห์ผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนประกอบด้วย

1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดขอนแก่น (ร้อยละ 73.9) เป็นผู้รับบริการเพศชาย (ร้อยละ 61.7) เป็นนักศึกษา/นักเรียน (ร้อยละ 28.6) รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 44.9) และในกลุ่มที่มีรายได้เสริมส่วนใหญ่มีรายได้เสริม ต่ำกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 70.4) เส้นทางเดินทางเป็นประเด็นที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญในการหาข้อมูลก่อนมาท่องเที่ยวที่จังหวัดขอนแก่น (ร้อยละ 55.5) ซึ่งข้อมูลส่วนใหญ่ได้มาจากญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 66.1) โดยจัดรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นที่ควรจะเป็นว่าควรเป็นงานเทศกาล/ประเพณี (ร้อยละ 66.1)

2) รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การดูแลสุขภาพที่ผู้ให้บริการทำมากที่สุดคือ ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ (ร้อยละ 60.3) และเน้นการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (ร้อยละ 48.3) แหล่งในการค้นหาข้อมูลด้านสุขภาพส่วนใหญ่ คือ ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 49.7) ส่วนใหญ่ผู้รับรู้จักสถานบริการด้านสุขภาพภายในขอนแก่นจาก ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 61.6) ปัจจัยด้านบริการที่ทำให้ผู้รับบริการเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการ สะอาด ถูกสุขอนามัย (ร้อยละ 42.9) และการมีพื้นที่กว้างขวาง (ร้อยละ 52.6)

3) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ราคาที่เหมาะสมเป็นประเด็นด้านบริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากที่สุด (ร้อยละ 30.9) ในด้านสถานที่ที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญที่สุดคือ สถานที่เข้าถึงง่าย และสะดวก (ร้อยละ 36.6) และควรมีป้ายบอกทางและควรปรับการบริการให้มีความหลากหลาย

5.2 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ผลการศึกษาโครงการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการท่องเที่ยว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) ในด้านการดำเนินงานผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพบว่าแม้เหตุผลการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ส่วนใหญ่มาจากใจชอบ อยากทำ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ประสบผลสำเร็จในธุรกิจประเภทนี้ แต่ปัญหาการดำเนินงานส่วนใหญ่ คือ บุคลากรไม่เพียงพอ ขาดความชำนาญ การสื่อสารกับชาวต่างประเทศ ดังนั้น การที่จะประสบความสำเร็จในการให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ ควรมีพัฒนาบุคลากรในด้านความชำนาญ และเข้ารับการอบรมเพิ่มพูนความรู้เป็นประจำ ขณะที่ในด้านศักยภาพผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรให้ความสำคัญ ได้แก่ ที่ตั้งอยู่ไม่ไกล มีการฝึกฝนเพิ่มพูนความรู้อยู่ตลอดเวลา ความสะอาด และไม่อยู่ในสภาวะที่ทำลายสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ดังนั้น ผู้ประกอบการที่จะประกอบธุรกิจประเภทนี้ควรคำนึงถึงปัจจัยเหล่านี้ รวมถึงหน่วยงานราชการและองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่สามารถเข้ามาช่วยพัฒนาธุรกิจประเภทนี้ เช่น การฝึกเพิ่มพูนความรู้ให้กับผู้ประกอบการ

2) ในด้านรูปแบบและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่าการดูแลสุขภาพที่ผู้ให้บริการทำมากที่สุดคือ ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ ดังนั้นเพื่อรองรับกับผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มี สถานที่ และอุปกรณ์ ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะอย่างเพียงพอเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยเน้นความสะอาด และมีพื้นที่กว้างขวางเป็นหลัก ในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ราคาที่เหมาะสม สถานที่เข้าถึงง่าย และสะดวก เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญเป็นประเด็นหลัก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาฐานข้อมูลด้านผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลไม่ได้เน้นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ในทางสถิติทำให้ข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมไม่สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้ ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรสำคัญ ๆ ที่ได้จากผลสรุปของฐานข้อมูลครั้งนี้ เพื่อไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าวทางสถิติที่สำคัญ ๆ เช่น เพศ กับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือ รายได้กับรูปแบบการพักผ่อนเชิงสุขภาพ

2) ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูานข้อมูลผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง อย่างไรก็ตามในการวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะทำการวิจัยไปยังพื้นที่อื่นๆ เช่น จังหวัดใกล้เคียงหรือ จังหวัดในภาคอื่นๆ ว่ามีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สักยภาพในการดำเนินงานของแต่ละพื้นที่ ตลอดจนสภาพของปัญหาที่ประสบอยู่แตกต่างกับผลสรุปในฐานข้อมูลที่ได้จากการศึกษาคครั้งนี้หรือไม่

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2542).แผนพัฒนาการท่องเที่ยวปี 2543. กรุงเทพมหานคร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2535).รายงานฉบับสมบูรณ์“การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการ
พัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะพีพี”. จัดทำโดย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
ก้องเกียรติ ศุภกรคุณันท์, นักรอบ วังมิตร, และ โสภณ ดันทอง (2537). การนวด (แผนไทย) เพื่อลดการใช้
ยาแก้ปวด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. วารสารสาธารณสุขมูลฐานอีสาน 9:20-28
- บริษัท ซอฟต์แวร์ เอพีเอส จำกัด (2541). รายงานการวิจัยตลาดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก
(ฮ่องกง). เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (กุมภาพันธ์).
- ปัทมา ดันดิเวชกุล. (2546, มกราคม – มีนาคม). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. จุลสารการท่องเที่ยว.
22(1): 30 - 41.
- ประโชชน์ บุญสินสุข, ประพนธ์ เภตราภส, และรุ่งทิวา ชาญพิทยานุกุลกิจ. การใช้การนวดไทยบำบัดอาการ
ปวดกล้ามเนื้อและปวดข้อ (ในสถานบริการสาธารณสุขของรัฐ). รายงานผลการวิจัยเอกสารด้าน
การแพทย์แผนไทย, ศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาการสาธารณสุขมูลฐานภาคเหนือ จังหวัดนครสวรรค์,
2535
- ปาลีรัตน์ การดี; และคนอื่นๆ (2547). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. รายงานวิจัย.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พันธุมาศ เกตะวันดี; และคนอื่นๆ (2548). กลยุทธ์การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพสำหรับธุรกิจ
โรงแรม. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณ วลัยวานิช. (2545). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
วัชร คำศรี; และคนอื่นๆ (2548). ศักยภาพของโรงพยาบาลเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในจังหวัดภูเก็ต.
รายงานการวิจัย.สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศิริรัตน์ สัมฤทธิ์(2549). การศึกษาสถานภาพสถานประกอบการเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตเทศบาลนคร
ขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น.วิทยานิพนธ์ บธ.ม. บริหารธุรกิจ .ขอนแก่น:มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2543). รายงานความก้าวหน้า “การศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บท
พัฒนาการท่องเที่ยวไทยสำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2542-
2549)”.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2544). รายงานฉบับสมบูรณ์ “โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติ
การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9
(พ.ศ. 2545-2549)”.

อุดม บัวศรีและคณะ (2537). รายงานการวิจัยเรื่อง "การพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ".
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Tourism Authority of Thailand (2001). *International Tourist Arrival 2000*. Bangkok.

PATA USA Report . 1999. *The Pacific Asia Travel Association*. June.

The Economist. 2003. *Travel and tourism: New routes to the beach*. August 2nd issue.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ

แบบสัมภาษณ์ผู้ให้บริการ

ผู้สัมภาษณ์..... สถานที่สัมภาษณ์..... วันที่...../...../.....

แบบสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโครงการพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการสุขภาพเพื่อรองรับการ
ท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

1. ชื่อสถานที่ท่องเที่ยว.....
.....
2. ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว.....
.....
3. ที่ตั้ง.....
.....
4. การเดินทางจากขอนแก่น(ถ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวนอกตัวเมืองขอนแก่น) (ผู้เก็บข้อมูลกรอกเอง)
 - 4.1 ระยะทาง..... กิโลเมตร ใช้เวลาในเดินทาง..... ชม.
 - 4.2 การเดินทาง (พาหนะและการเข้าถึงอื่น ๆ ตลอดจนสภาพถนน)
.....
.....
 - 4.3 สภาพถนน (ความยาว ถนนค้ำทั้งหมด ถนนดินแดง)
.....
.....
5. ประวัติการดำเนินงานกิจการของแหล่งท่องเที่ยว
 - 5.1 ปีที่เริ่มดำเนินการ.....
 - 5.2 ระยะเวลาดำเนินการถึงปัจจุบัน.....ปี
 - 5.3 การเปลี่ยนแปลงของการดำเนินการ.....
.....
.....
 - 5.4 ขนาดกิจการ(ดูจำนวนคนงาน/เงินลงทุน/เงินทุนหมุนเวียน ผู้ถือหุ้น)
 1. จำนวนคนทำงาน.....คน
 2. เงินลงทุน.....บาท
 3. เงินหมุนเวียน.....บาท
 4. จำนวนผู้ถือหุ้น.....คน

6. กิจกรรมในโครงการ(เนื้อหาและท วมสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว)

.....
.....
.....
.....
.....

7. การเปิดให้บริการ (วัน/เวลาหรือตารางเวลา)

.....
.....

8. ลูกค้าที่มาใช้บริการ

8.1 ลูกค้าของแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นใครบ้าง

8.1.1 คนไทย

8.1.2 คนต่างประเทศ

8.1.3 อาชีพ

8.1.4 อายุ(เฉลี่ย)

8.1.5 สถานภาพ (โสด/แต่งงาน/หย่าร้าง/อื่น ๆ)

8.2 จำนวนผู้มาใช้โดยเฉลี่ย.....คน/วัน

8.3 ที่มาของลูกค้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเจ้าของกิจการ

9. เพศ ชาย หญิง

10. อายุ.....ปี

11. การศึกษา (การฝึกอบรม)

11.1 ชื่อผู้ประกอบการ

11.2 ระยะเวลาการอบรม

11.3 ผู้ให้กรอกรวม

12. สถานภาพ โสด แต่งงาน หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

อื่นๆ

13. เหตุผลของการคำนึงถึงกิจการและแรงจูงใจ

พ่อแม่ทำอยู่แล้ว

สามี-ภรรยาทำอยู่แล้ว

สำเร็จการศึกษาทางด้านนี้

ใจชอบ/อยากทำ

พัฒนามาจากอาชีพเดิม อาชีพเดิม.....

อื่น ๆ.....

14. รายได้เฉลี่ย/เดือน.....บาท

15. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดำเนินการอยู่เป็นอาชีพได้ในระดับใด

อาชีพหลัก

อาชีพเสริม

ถ้าเป็นอาชีพเสริม อาชีพหลัก คือ.....

ถ้าเป็นอาชีพหลัก ผู้ประกอบการมีอาชีพอื่นประกอบอยู่หรือไม่

ไม่มี

มี คือ.....

16. ปัญหาการดำเนินการ กิจการ ตามความเห็นของผู้ดำเนินกิจการ

16.1 บุคลากร.....

16.2 ลูกค้า

16.3 การส่งเสริมการขาย

16.4 การประชาสัมพันธ์.....

16.5 การดำเนินการ

16.6 อื่น ๆ

17. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจกรรมด้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
(วิเคราะห์โดยใช้ SWOT: จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และ โอกาส)

17.1 รายได้และประโยชน์ต่อชุมชน

.....
.....
.....

17.2 แนวโน้มของการพัฒนาดำเนินการด้านธุรกิจสุขภาพในอนาคต

.....
.....
.....

17.3 การดำเนินการกิจกรรมด้านสุขภาพที่ดีควรเป็นอย่างไร ควรได้รับการสนับสนุนด้านใดบ้าง

.....
.....
.....

3. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ระดับ 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 = เห็นด้วย

ระดับ 3 = ปานกลาง

ระดับ 2 = ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

หมายเหตุ ผู้ตอบอาจให้คำตอบเป็นคะแนน เช่น คะแนนสูงสุดคือ 5 และคะแนนต่ำสุดคือ 1

18. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

	ระดับ				
	5	4	3	2	1
18.1 ที่ตั้งอยู่ไม่ไกล และสะดวก					
18.2 การเดินทางไปได้สะดวก มีพาหนะในการเดินทางเพียงพอ					
18.3 การให้ข้อมูลชมแหล่งท่องเที่ยว(ลูกค้า สามารถเข้าถึงข้อมูลได้หลายทาง เช่น แผ่นพับ TV แผ่นพับ Internet)					
18.4 มีการ มีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายใหม่ ๆ เข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างทั่วถึง					

19. คุณภาพของการบริการ

	5	4	3	2	1
19.1 การเปิดบริการเป็นไปอย่างต่อเนื่อง					
19.2 ความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการ					
<input type="checkbox"/> ผ่านการฝึกอบรม/หรือฝึกฝนมาอย่างถูกวิธี					
<input type="checkbox"/> ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษและมีประสบการณ์โดยตรง					
<input type="checkbox"/> มีประสบการณ์ทำงานในในสถานประกอบการลักษณะเดียวกันมาก่อน					
<input type="checkbox"/> สำเร็จการศึกษามาทางด้านนี้โดยตรง(คุณวุฒิด้าน.....)					

20. ความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า (จำนวนลูกค้า กลุ่มลูกค้า และเหตุผล)

	5	4	3	2	1
20.1 มีลูกค้าประจำที่ใช้บริการเป็นเวลานาน					
.....					
.....					
20.2 ลูกค้าชาวต่างประเทศ					
.....					
.....					

	5	4	3	2	1
20.3 มีลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นทุกเดือน โดยการแนะนำของลูกค้าเก่า					
20.4 เป็นกิจการที่หน่วยราชการและองค์กรอื่น ๆ ขอมริบ มีการ มาขอค่างานเป็นประจำ <input type="checkbox"/> มี จำนวนหน่วยขงน แห่ง <input type="checkbox"/> ไม่มี					
20.5 เป็นต้นแบบค่านิยมการให้กับผู้ดำเนินการธุรกิจเดียวกัน					

21. สถานที่ตั้ง การบริหารจัดการ และสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

	5	4	3	2	1
1 สถานที่ตั้ง					
<input type="checkbox"/> เป็นอาคารอิสระ					
<input type="checkbox"/> เป็นที่ตั้งในอาคาร					
<input type="checkbox"/> มีแสงสว่างเพียงพอ					
<input type="checkbox"/> มีความสะอาด					
<input type="checkbox"/> การตกแต่งภายใน คู่มือ ดึงดูดความสนใจ					
<input type="checkbox"/> สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ					
<input type="checkbox"/> มีที่จอดรถให้ลูกค้าเพียงพอ					
<input type="checkbox"/> สาธารณูปโภคเพียงพอ					
<input type="checkbox"/> บรรยากาศโดยรอบ น่าเยี่ยมชม					

	5	4	3	2	1
2. ราคาค่าบริการเหมาะสม (รายละเอียดที่แจ้งไว้ ในกรณมาใช้บริการแต่ละครั้งของลูกค้า)					
3. การรวมกลุ่มกับกลุ่มท่องเที่ยวอื่น ๆ (หมายถึงว่า รอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวเชิง สุขภาพนั้น มีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อยู่หรือไม่ เป็นจำนวนเท่าใด ที่นักท่องเที่ยวมา ใช้บริการแล้วสามารถไปเที่ยวที่อื่นได้ด้วย ให้ระบุชื่อแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆด้วย)					

22. ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ ชุมชน และสิ่งแวดล้อม

	5	4	3	2	1
1. การดำเนินการของแหล่งท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ โดยตรง หรือสร้างอาชีพอื่น ๆ เพิ่มขึ้น					
2. สร้างรายได้ให้ชุมชน					
3. ชุมชนเกิดการพัฒนา					
4. ไม่อยู่ในสภาวะที่ทำลายสิ่งแวดล้อม					

ตอนที่ 4 เส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

- ภาพแสดงสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ป้ายและถนนทางเข้าสถานที่บริการ
- ภาพแสดงสภาพภายใน เช่น กิจกรรมที่ให้บริการ
- แผนที่ประชาสัมพันธ์
- แผนที่แสดงเส้นทางเดินทางโดยสังเขป

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามผู้ใช้บริการ

แบบสอบถามผู้ใช้บริการ

ผู้สัมภาษณ์..... สถานที่สัมภาษณ์..... วันที่...../...../.....

แบบสัมภาษณ์พฤติกรรมผู้ใช้สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อพัฒนาศักยภาพ และ รูปแบบการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : เขตจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง

ชุดโครงการวิจัย โครงการพัฒนาศักยภาพและรูปแบบจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
: เขตจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง โดย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

แบบสัมภาษณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์	หมายเลขแบบสอบถาม			
<p>เพื่อนำมาพัฒนาฐานข้อมูลการให้บริการเชิงสุขภาพ และพัฒนาศักยภาพและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน จังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อรองรับการท่องเที่ยวตลอดจนสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้ บริการในพื้นที่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาค้นการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น ดังนั้นใน ฐานะที่ท่านเป็นนักท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินงานดังกล่าว จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบ แบบสอบถามหรือให้ข้อมูลกับเจ้าหน้าที่ผู้สัมภาษณ์ตามความเป็นจริง เพราะข้อมูลจากท่านจะมีคุณค่าอย่างยิ่งในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดขอนแก่นต่อไป ขอขอบพระคุณ</p>				

คำนิยาม

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)

คือ การท่องเที่ยวแบบองค์รวมในการส่งเสริม ป้องกัน ฟื้นฟู และการบำบัดรักษา ที่ทำให้เกิดความสุข ความ
เพลิดเพลิน ทางกาย ใจ สังคม และจิตวิญญาณ ก่อให้เกิดความสมดุลของชีวิต มีความต่อเนื่อง และมีทางเลือกที่หลากหลาย
ซึ่งอาจเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา กีฬา การบริการด้านสุขภาพต่างๆ การผจญภัย
และการทำน้กระยะยาว เป็นต้น

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. การท่องเที่ยวเชิงฟื้นฟูสุขภาพและบำบัดรักษา ได้แก่ สถานฟื้นฟูผู้สูงอายุ สถานนันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ
สถานทำน้กระยะยาว เป็นต้น
2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ Fitness club, Sport club, สวนสุขภาพ ไร่สวน เป็นต้น
3. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม (Health beauty and spa) ได้แก่ คลินิกศัลยกรรมและความงาม คลินิก
ผิวหน้า คลินิกลดความอ้วน คลินิกจัดฟัน เป็นต้น
4. ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย ได้แก่ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ร้านอาหารชีวจิต ร้านค้าสมุนไพร ร้าน
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โรงพยาบาลที่มีแพทย์แผนไทย สวนสมุนไพร สวนสมุนไพร เป็นต้น
5. สปา (Spa) ได้แก่ การบริการอาบน้ำแร่ กิจกรรมบริการสุขภาพที่บ่อน้ำแร่ บ่อน้ำร้อน บ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น
6. สถานวิปัสสนากรรมฐาน

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
1	ท่านมีภูมิลำเนาอยู่ใน จ.ขอนแก่นหรือเดินทางมาจากจังหวัด/รัฐ/เมืองใด	<input type="checkbox"/> มีภูมิลำเนาอยู่ใน จ.ขอนแก่น <input type="checkbox"/> เดินทางมาจากจังหวัด/รัฐ/เมือง..... ประเทศ.....
2	ปัจจุบันท่านอายุเท่าไร	อายุ.....ปี
3	เพศของผู้ได้รับการสัมภาษณ์	<input type="checkbox"/> หญิง <input type="checkbox"/> ชาย
4	อาชีพหลัก/ลักษณะงานประจำของท่านคืออะไร	<input type="checkbox"/> 1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ <input type="checkbox"/> 2. ธุรกิจส่วนตัว <input type="checkbox"/> 3. พนักงาน/ลูกจ้างบริษัท <input type="checkbox"/> 4. ค้าขาย <input type="checkbox"/> 5. เกษตรกร <input type="checkbox"/> 6. แม่บ้าน/พ่อบ้าน <input type="checkbox"/> 7. นักศึกษานักเรียน <input type="checkbox"/> 8. รับจ้างทั่วไป <input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5	รายได้หลัก..... บาท/เดือน	<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท <input type="checkbox"/> 2. 5,001-10,000 บาท <input type="checkbox"/> 3. 10,001-20,000 บาท <input type="checkbox"/> 4. 20,001-30,000 บาท <input type="checkbox"/> 5. 30,001-40,000 บาท <input type="checkbox"/> 6. 40,000 บาทขึ้นไป
6	อาชีพเสริมของท่าน คือ อะไร	<input type="checkbox"/> 1. เกษตรกร <input type="checkbox"/> 2. ค้าขาย <input type="checkbox"/> 3. รับจ้างทั่วไป <input type="checkbox"/> 4. ไม่มีอาชีพเสริม <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
7	รายได้เสริม..... บาท/เดือน	<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท <input type="checkbox"/> 2. 5,001-10,000 บาท <input type="checkbox"/> 3. 10,001-20,000 บาท <input type="checkbox"/> 4. 20,001-30,000 บาท <input type="checkbox"/> 5. 30,001-40,000 บาท <input type="checkbox"/> 6. 40,000 บาทขึ้นไป
8	ท่านให้ความสำคัญกับการหาข้อมูลก่อนการท่องเที่ยวใน จ.ขอนแก่นเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	<input type="checkbox"/> 1. เส้นทางเดินทาง <input type="checkbox"/> 2. พาหนะการเดินทาง <input type="checkbox"/> 3. สถานที่พัก <input type="checkbox"/> 4. แหล่งท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> 5. สินค้าและบริการ <input type="checkbox"/> 6. ร้านอาหาร <input type="checkbox"/> 7. งานเทศกาล/งานประเพณี <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ(โปรดระบุ).....
9	ท่านทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยวใน จ.ขอนแก่นจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	<input type="checkbox"/> 1. สำนักงาน ททท./เว็บไซต์ <input type="checkbox"/> 2. หนังสือท่องเที่ยว/สิ่งพิมพ์ <input type="checkbox"/> 3. โทรทัศน์/วิทยุ <input type="checkbox"/> 4. นิทรรศการด้านท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> 5. ป้ายโฆษณา/แผ่นพับ <input type="checkbox"/> 6. อินเทอร์เน็ต <input type="checkbox"/> 7. บริษัทนำเที่ยว <input type="checkbox"/> 8. บุคคล/เพื่อน <input type="checkbox"/> 9. สายการบิน <input type="checkbox"/> 10. สถานีขนส่ง/รถไฟ <input type="checkbox"/> 11. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
10	ท่านคิดว่ากรมเจ้ารถประเภทใดที่ควรตั้งอยู่ในจังหวัดขอนแก่น ควรไปไหนไหน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	<input type="checkbox"/> 1. งานเทศกาล/งานประเพณี <input type="checkbox"/> 2. การจับจ่าย/ซื้อสินค้า <input type="checkbox"/> 3. การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/เชิงเกษตร/เชิงอนุรักษ์ <input type="checkbox"/> 4. การท่องเที่ยวทางโบราณสถาน/ประวัติศาสตร์ <input type="checkbox"/> 5. การท่องเที่ยวทางศาสนา/สถานปฏิบัติธรรม <input type="checkbox"/> 6. การท่องเที่ยววิถีชีวิตความเป็นอยู่/วัฒนธรรมชาวบ้าน <input type="checkbox"/> 7. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
(ถ้าท่านมีภูมิลำเนาอยู่ใน จ.ขอนแก่น ไม่ต้องทำข้อที่ 11-20)		
11	ท่านเดินทางมา จ.ขอนแก่น กับใครบ้าง	<input type="checkbox"/> 1. คนเดียว <input type="checkbox"/> 2. กับครอบครัว.....คน <input type="checkbox"/> 3. กับเพื่อน.....คน <input type="checkbox"/> 4. กับหน่วยงาน.....คน <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
12	พาหนะที่ท่านใช้เดินทางมาจังหวัดขอนแก่น คือ อะไร	<input type="checkbox"/> 1. เครื่องบิน <input type="checkbox"/> 2. รถไฟ <input type="checkbox"/> 3. รถโดยสารประจำทาง/รถทัวร์ <input type="checkbox"/> 4. รถส่วนตัว <input type="checkbox"/> 5. รถบริษัทนำเที่ยว(ซื้อทัวร์มา) <input type="checkbox"/> 6. อาศัยรถผู้อื่น <input type="checkbox"/> 7. รถเช่า <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
13	ท่านจัดการการเดินทางมายัง จ.ขอนแก่นอย่างไร	<input type="checkbox"/> 1. จัดการเดินทางเอง <input type="checkbox"/> 2. มากับบริษัทนำเที่ยว <input type="checkbox"/> 3. บริษัทนำเที่ยวจัดการให้บางส่วน <input type="checkbox"/> 4. หน่วยงานการจัดให้ <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
14	วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา จ.ขอนแก่น คือ อะไร	<input type="checkbox"/> 1. ท่องเที่ยว/พักผ่อน <input type="checkbox"/> 2. ทักษะศึกษา <input type="checkbox"/> 3. ประชุม/สัมมนา/นิทรรศการ <input type="checkbox"/> 4. ปฏิบัติราชการ <input type="checkbox"/> 5. ธุรกิจ/ค้าขาย <input type="checkbox"/> 6. เยี่ยมญาติ <input type="checkbox"/> 7. รักษาสุขภาพ <input type="checkbox"/> 8. ปฏิบัติธรรม <input type="checkbox"/> 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
15	ท่านพักค้างคืนที่ จ.ขอนแก่นหรือไม่	<input type="checkbox"/> 1. ไม่ค้างคืน <input type="checkbox"/> 2. ค้างคืน.....คืน
16	สถานที่พักค้างคืนของท่าน คือ	<input type="checkbox"/> 1. โรงแรม ชื่อ <input type="checkbox"/> 2. เกสต์เฮาส์ ชื่อ <input type="checkbox"/> 3. บังกะโล/รีสอร์ท ชื่อ <input type="checkbox"/> 4. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน <input type="checkbox"/> 5. ที่พักในอุทยานแห่งชาติ <input type="checkbox"/> 6. บ้านพักรับรองของร.เขตร/เอกชน <input type="checkbox"/> 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
17	อะไรเป็นเหตุผลในความคิดของคุณว่า ท่องเที่ยวจ ชกนแก่น (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	<input type="checkbox"/> 1. ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ <input type="checkbox"/> 2. ค่าครองชีพต่ำ <input type="checkbox"/> 3. มีชนบทประเพณีที่ดี <input type="checkbox"/> 4. มีแหล่งท่องเที่ยวมาก <input type="checkbox"/> 5. ภูมิประเทศ/ทิวทัศน์สวยงาม <input type="checkbox"/> 6. บรรยากาศดี เงียบสงบ <input type="checkbox"/> 7. สถานบริการรักษาสุขภาพ <input type="checkbox"/> 8. ที่พักปฏิบัติธรรม <input type="checkbox"/> 9. ห้างสรรพสินค้าหลายแห่ง <input type="checkbox"/> 10. บริการด้านท่องเที่ยวดี <input type="checkbox"/> 11. สิ่งอำนวยความสะดวกครบ <input type="checkbox"/> 12. การคมนาคมสะดวก <input type="checkbox"/> 13. มีความปลอดภัย <input type="checkbox"/> 14. มีผู้นำ <input type="checkbox"/> 15. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
18	เมื่อท่านมาถึง จ ชกนแก่นแล้ว ท่านหา ข้อมูลการท่องเที่ยวเพิ่มเติมอีกหรือไม่ และ ในกรณีหาเพิ่ม ท่านหาจากแหล่งใด (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)	<input type="checkbox"/> 1. ไม่หาเพิ่มเติมแล้ว <input type="checkbox"/> 2. หาเพิ่มเติม (โปรดระบุโดยดูจากข้อ 17) จาก
19	ระหว่างที่ท่านอยู่ใน จ ชกนแก่นนี้ ท่านได้ ไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวใดบ้าง (ตอบได้ มากกว่า 1 ข้อ)	<input type="checkbox"/> 1. บึงแก่นนคร <input type="checkbox"/> 2. โฮมมุงเมืองขอนแก่น <input type="checkbox"/> 3. พระมหาธาตุแก่นนคร 9 ชั้น <input type="checkbox"/> 4. พระธาตุขามแก่น <input type="checkbox"/> 5. ปราสาทเบือชน้อย <input type="checkbox"/> 6. เขื่อนอุบลรัตน์ <input type="checkbox"/> 7. บางแสน 2/พิทยาศรี <input type="checkbox"/> 8. หมู่บ้านไหมไทย อ.ชนบท <input type="checkbox"/> 9. พิพิธภัณฑ์ซากไดโนเสาร์ อ.ภูเวียง / อุทยานแห่งชาติภูเวียง <input type="checkbox"/> 10. อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน <input type="checkbox"/> 11. ศูนย์การค้า <input type="checkbox"/> 12. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
20	ในรอบปีที่ผ่านมาท่านเดินทางมา จ. ขอนแก่น ก็ครั้ง ด้วยวัตถุประสงค์ใด	จำนวนครั้งที่มา.....ครั้ง/ปี ด้วยวัตถุประสงค์.....

หมวดที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ข้อ	คำถาม	คำตอบ
21	ท่านมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของ ตนเองอย่างไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	<input type="checkbox"/> 1. ออกกำลังกายเองที่บ้าน <input type="checkbox"/> 2. ไป Sport Club <input type="checkbox"/> 3. ออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ <input type="checkbox"/> 4. ใช้สมุนไพร/ทำสปา <input type="checkbox"/> 5. ใช้ผลิตภัณฑ์ทางเคมี <input type="checkbox"/> 6. ทานอาหารชีวจิต <input type="checkbox"/> 7. ฝึกโยคะ <input type="checkbox"/> 8. งดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ <input type="checkbox"/> 9. ปรึกษาและอยู่ในการดูแลสุขภาพแพทย์แผนปัจจุบัน <input type="checkbox"/> 10. ปรึกษาและอยู่ในการดูแลสุขภาพแพทย์แผนไทย <input type="checkbox"/> 11. การปฏิบัติธรรม <input type="checkbox"/> 12. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

		ใช้บริการ.....
ข้อ	คำถาม	คำตอบ
27	ด้านเกมเอน มีปัจจัยอะไรที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการเหล่านั้น (ตอบได้ไม่จำกัดจำนวน)	<input type="checkbox"/> 1. พนักงานบริการสุภาพ <input type="checkbox"/> 2. สะอาด ถูกสุขอนามัย <input type="checkbox"/> 3. ความเชี่ยวชาญในบริการ <input type="checkbox"/> 4. ความมีชื่อเสียง <input type="checkbox"/> 5. มีบริการที่หลากหลาย <input type="checkbox"/> 6. มีความคุ้นเคยกันดี <input type="checkbox"/> 7. มีบริการจองล่วงหน้า <input type="checkbox"/> 8. คุณภาพได้มาตรฐาน <input type="checkbox"/> 9. โปรโมชันพิเศษ/ของแถม <input type="checkbox"/> 10. การให้ข้อมูลที่ละเอียด <input type="checkbox"/> 11. มีคนแนะนำ/จัดหาให้ <input type="checkbox"/> 12. ราคาเหมาะสม <input type="checkbox"/> 13. รับรองจากหน่วยงานราชการ <input type="checkbox"/> 14. ความปลอดภัย <input type="checkbox"/> 15. มีบริการนอกสถานที่ <input type="checkbox"/> 16. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
28	ด้านสถานที่ มีปัจจัยอะไรที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพจากสถานบริการเหล่านั้น (ตอบได้ไม่จำกัดจำนวน)	<input type="checkbox"/> 1. มีพื้นที่กว้างขวาง <input type="checkbox"/> 2. มีที่จอดรถเพียงพอ <input type="checkbox"/> 3. สภาพแวดล้อมน่าดึงดูดใจ <input type="checkbox"/> 4. การเข้าถึงง่าย/สะดวก <input type="checkbox"/> 5. บรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม <input type="checkbox"/> 6. มีความเป็นส่วนตัว <input type="checkbox"/> 7. สะอาด ถูกสุขอนามัย <input type="checkbox"/> 8. แสงสว่างเพียงพอ <input type="checkbox"/> 9. มีห้องน้ำให้บริการ <input type="checkbox"/> 10. มีอาหาร-เครื่องดื่มบริการ <input type="checkbox"/> 11. ความมีชื่อเสียง <input type="checkbox"/> 12. ใกล้สถานที่พักผ่อน <input type="checkbox"/> 13. ใกล้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ <input type="checkbox"/> 14. ใกล้แหล่งซื้อสินค้าอาหาร <input type="checkbox"/> 15. รับรองจากหน่วยงานราชการ <input type="checkbox"/> 16. มีที่พักผ่อนรับรอง <input type="checkbox"/> 17. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
29	ท่านเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเท่าไร	<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 300 บาท <input type="checkbox"/> 3. 300-1,000 บาท <input type="checkbox"/> 2. 300-1,000 บาท <input type="checkbox"/> 4. 1,000-3,000 บาท <input type="checkbox"/> 5. 3,000-5,000 บาท <input type="checkbox"/> 3. 1,000-3,000 บาท <input type="checkbox"/> 4. 3,000-5,000 บาท <input type="checkbox"/> 5. 5,000-10,000 บาท <input type="checkbox"/> 6. 10,000 บาท ขึ้นไป <input type="checkbox"/> 7. ไม่เสียค่าใช้จ่ายเลย <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
30	ท่านมีปัญหาด้านใดบ้างในการใช้บริการด้านสุขภาพในจังหวัดขอนแก่น (โปรดระบุ)	<input type="checkbox"/> 1. ความไม่สะดวกสบาย <input type="checkbox"/> 2. มีอาการบาดเจ็บ <input type="checkbox"/> 3. พนักงานไม่สุภาพ <input type="checkbox"/> 4. ใช้ผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพ <input type="checkbox"/> 5. ใช้เครื่องมือไม่ได้มาตรฐาน <input type="checkbox"/> 6. ไม่ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง <input type="checkbox"/> 7. การเข้าถึงยาก <input type="checkbox"/> 8. ราคาแพงเกินจริง <input type="checkbox"/> 9. ขาดความต่อเนื่องของสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในเส้นทาง <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

หมวดที่ 3 ความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดขอนแก่นและพื้นที่ใกล้เคียง

รายการ	ความพึงพอใจ			
	พอใจมาก	พอใจ	เฉยๆ	ไม่ค่อยพอใจ
ด้านบริการ				
1	พนักงานบริการสุภาพ แต่งกายเรียบร้อย			
2	ความสะอาดถูกสุขอนามัย			
3	ความเชี่ยวชาญในการบริการ			
4	ความหลากหลายของบริการ			
5	การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ฉะเอียด			
6	ราคาเหมาะสม			
7	ความปลอดภัย			
8	โปรแกรม/ทริป/ของแถม			
9	มีบริการจองล่วงหน้านอกสถานที่			
ด้านสถานที่ที่ตั้ง				
1	มีพื้นที่กว้างขวาง			
2	มีที่จอดรถเพียงพอ			
3	สภาพแวดล้อมน่าดึงดูดใจ			
4	การเข้าถึงง่าย/สะดวก			
5	บรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม			
6	มีความเป็นส่วนตัว			
7	สถานที่สะอาด ถูกสุขอนามัย			
8	แสงสว่างเพียงพอ			
9	มีที่พักผ่อนรับรอง			
10	มีห้องนำให้บริการ			
11	มีอาหาร-เครื่องดื่มบริการ			
12	มีบริการ โทรศัพท์ การติดต่อสื่อสาร			
12	ใกล้สถานที่พักแรม			
13	ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอื่นๆ			
14	ใกล้แหล่งซื้อสินค้า			

ข้อเสนอแนะอื่น

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ