

# พฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวสถานที่ ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ กรณีศึกษา บ่อน้ำร้อนพรรั้ง ธาริน ฮอทสปริง จังหวัดระนอง และวารีรัก ฮอทสปริง แอนด์ เวลเนส จังหวัดกระบี่ Behavior, Decision Factor and Satisfaction of Natural Hot Spring Tourists: Case Studies of Porn Rang Hot Spring, Taryn Hot Spring in Ranong, and Wareerak Hot Spring and Wellness in Krabi

|              |            |
|--------------|------------|
| รับบทความ    | 03/10/2566 |
| แก้ไขบทความ  | 15/01/2567 |
| ยอมรับบทความ | 15/01/2567 |

รัฐวิทย์ เศรษฐยุกานนท์, ไตรรัตน์ จารุทัศน์

ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Ratthawit Setthayukanont, Trirat Jarutach

Department of Housing, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

Ratthawit.sett@gmail.com, trirat.j@chula.ac.th

## บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น ทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจและส่งเสริมธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทั่วไป สังคม เศรษฐกิจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ปัจจัยการตัดสินใจ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็น องค์ประกอบ โดยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ คือนักท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อน 3 แห่ง ได้แก่ บ่อน้ำร้อนพรรั้ง ธาริน ฮอทสปริง จังหวัดระนอง และวารีรัก ฮอทสปริง แอนด์ เวลเนส จังหวัดกระบี่ โดยทำแบบสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 410 คน สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ 3 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ 1 คน

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 41-50 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือพนักงานเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000-25,000 บาทต่อเดือน มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาศัยในภาคใต้ มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติเป็นครั้งแรกใช้เวลาในสถานที่น้อยกว่า 1 วัน มักเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท รับรู้แหล่งท่องเที่ยวโดยเพื่อนหรือคนรู้จัก 2) นักท่องเที่ยว ให้ระดับความสำคัญในปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยว เรียงลำดับดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยรวมนักท่องเที่ยวพึงพอใจระดับมากที่สุด มีแนวโน้มกลับมาใช้ซ้ำและบอกต่อคนรู้จัก และองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมมีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 3) นักท่องเที่ยวเสนอให้เพิ่มกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น นวด สปา พัฒนาและปรับปรุงทางเข้าและทางสัญจรของแหล่งท่องเที่ยว เพิ่มบริการร้านอาหาร พัฒนาการบริการของเจ้าหน้าที่ และพัฒนากายภาพบ่อน้ำแร่ ทางผู้ประกอบการเสนอแนะให้เข้าใจบริบท คำนึงถึงจุดเด่นของน้ำพุร้อน สังเกตกลุ่มนักท่องเที่ยว ปรับสภาพแหล่งท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

**คำสำคัญ:** การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว น้ำพุร้อน ปัจจัยตัดสินใจ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

## Abstract

The trend of health tourism at natural hot spring destinations in Thailand has been growing significantly, with both the public and private sectors showing interest and promoting wellness tourism businesses. This research's objectives are to study the demographic and behavior of tourists at natural hot spring tourist destinations, to study the decision factors and satisfaction of tourists towards the tourism components of natural hot spring tourist destinations and to propose development guidelines for natural hot spring tourist destinations. The study includes a sample group of tourists three locations which are Porn Rang Hot Spring, Taryn Hot Spring in Ranong and Wareerak Hot Spring and Wellness in Krabi, with 410 respondents in total and In-depth interviews were conducted with three business operators

The study found the following 1) The majority of respondents were female, aged 41-50 years, working in private companies or as private sector employees. Their monthly income ranged from 10,000 to 25,000 Baht, and they had bachelor's degrees. Most of them resided in South of Thailand. Their main purpose for traveling was relaxation, it was their first visit to a natural hot spring destination. They spent less than one day at the location, usually traveling with family or relatives, and their expenses were less than 100 Baht. They learned about the tourist destinations through friends or acquaintances. 2) Tourists ranked the importance of decision-making factors for visiting natural hot spring destinations in the following order: the attractions, amenities, activities, ancillary services, accommodations and accessibility. Overall, tourists were very satisfied, had a tendency to revisit, and recommended the destinations to acquaintances. 3) Tourists have suggested adding activities at the tourism destination, such as massages and spas, improving access roads and transportation to the tourist site, adding restaurant services, enhancing staff services, and improving physical facilities, especially the mineral water pools. Business operators have emphasized the importance of understanding the context and considering the unique features of the natural hot springs. They also suggest closely observing the behavior and preferences of tourist groups to adapt and tailor the tourism destination according to the specific needs and desires of the visitors.

**Keywords:** *attractions development, hot spring, decision factor, tourist behavior, wellness tourism*

## บทนำ

ปัจจุบัน ผู้คนให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ใน พ.ศ. 2565 สถาบันโกลบอลเวลเนส สหรัฐอเมริกา (Global Wellness Institute: GWI) ได้ประเมินการเติบโตของเศรษฐกิจสุขภาพทั่วโลก (global wellness economy) จากมูลค่า 4.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ใน พ.ศ. 2560 เป็น 4.9 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ใน พ.ศ. 2562 ประมาณ 4.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นเติบโตร้อยละ 6.6 ต่อปี และมีแนวโน้มเติบโตในอนาคต หนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยม คือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) ซึ่งในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตสูง ภาครัฐจึงมีแผนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (GWI, 2022)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทบ่อน้ำแร่ร้อน (hot spring tourism) เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถแบ่งเวลามาทำกิจกรรมอาบน้ำแร่หรือแช่น้ำแร่ร้อน ที่ช่วยส่งเสริม ฟันฟูสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิต ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจสุขภาพที่เกี่ยวกับน้ำแร่ จึงเป็นที่สนใจของทางภาครัฐและเอกชน โดยจากการประเมินมูลค่าของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเภทบ่อน้ำแร่ร้อน มีการประมาณการอัตราการเติบโตจาก พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2563 อยู่ที่ 4.8% (GWI, 2014)

ประเทศไทยได้มีการตั้งยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (medical hub) พ.ศ. 2560-2569 จัดตั้งเมืองสปา น้ำพุร้อนให้เป็นเมืองสปาและเส้นทางท่องเที่ยวสายน้ำพุร้อนของไทย ยกย่องมาตรฐานให้เทียบระดับสากล โดยในจังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำ 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกระบี่ ระนอง ราชบุรี เชียงใหม่ ลำปาง กาญจนบุรี พังงา และให้เมืองสปาคลองท่อม จังหวัดกระบี่เป็นเมืองสปานำร่องที่แรกของประเทศไทย (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2559)

จากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทบ่อน้ำแร่ร้อน และยังมีปัญหา ข้อจำกัด ปัญหาที่จะต้องปรับปรุง (วาสนา ขวัญทองยิ้ม และพิรวัส หนูเกต, 2562) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่บ่อน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ เพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถานที่ ทั้งนี้ มุ่งหวังให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสถานที่ที่มีบ่อน้ำแร่ร้อนเป็นองค์ประกอบเพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

## วัตถุประสงค์

1. ศึกษาสภาพทั่วไป สังคม เศรษฐกิจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ
2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ปัจจัยการตัดสินใจ ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ
3. เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ

## ระเบียบวิธีวิจัย

### ขอบเขตพื้นที่ศึกษา

ผู้วิจัยได้คัดเลือกพื้นที่ศึกษาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ โดยมีเกณฑ์พิจารณา คือมีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ อยู่ในภาคใต้ของประเทศไทย ฝั่งทะเลอันดามันหรือทิศตะวันตกของประเทศไทย และเป็นจังหวัดตามแผนพัฒนาตามยุทธศาสตร์แห่งชาติ มีบริการห้องพักในสถานที่ท่องเที่ยว ได้รับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยหน่วยงานของรัฐ ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้

จากเกณฑ์ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปกรณีศึกษาได้จำนวน 3 สถานที่ แห่งคือ บ่อน้ำร้อนพรังจังหวัดระนอง ชารินฮอตสปริง จังหวัดระนอง และวาริรัก ฮอตสปริง แอนด์ เวลเนส จังหวัดกระบี่

ตาราง 1 ข้อมูลรายละเอียดกรณีศึกษา

| กรณีศึกษา      | กรณีศึกษา 1                                                                                                                                         | กรณีศึกษา 2                                                                                                | กรณีศึกษา 3                                                                                             |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| รูป            |                                                                    |                          |                      |
|                |                                                                    |                          |                      |
| ชื่อ           | ธาริน ฮอทสปริง                                                                                                                                      | วาริรัก ฮอทสปริง แอนด์ เวลเนส                                                                              | บ่อน้ำร้อน พรัง                                                                                         |
| จังหวัด        | ระนอง                                                                                                                                               | กระบี่                                                                                                     | ระนอง                                                                                                   |
| บริหารโดย      | ภาคเอกชน                                                                                                                                            | ภาคเอกชน                                                                                                   | อุทยานแห่งชาติ น้ำตกหงาว                                                                                |
| จำนวนห้องพัก   | 4                                                                                                                                                   | 11                                                                                                         | 10                                                                                                      |
| ราคาห้อง       | 1,000-1,200 บาท/ห้อง/คืน                                                                                                                            | 1,500-2,500 บาท/ห้อง/คืน                                                                                   | 900 บาท/ห้อง/คืน                                                                                        |
| จำนวนบ่อน้ำแร่ | บ่อส่วนรวม 5 บ่อ<br>บ่อส่วนตัว 3 บ่อ                                                                                                                | บ่อภายใน 6 บ่อภายนอก 5                                                                                     | บ่อส่วนรวมคอกาบ 2 บ่อ<br>บ่อแช่น้ำแร่ 6 บ่อ (เป็นบ่อผู้สูงอายุ 1 บ่อ)                                   |
| รางวัล/มาตรฐาน | กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา : รางวัลมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ (ระดับดีมาก) ประจำปี พ.ศ. 2565 - 2568 | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย : รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประจำปี พ.ศ. 2564 | กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา : รางวัลมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประจำปี พ.ศ. 2565 |

ที่มา: รวบรวมข้อมูล โดย ผู้วิจัย, 2566

### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาสภาพทางสังคม เศรษฐกิจ พฤติกรรมการใช้งาน ปัญหาและข้อจำกัดของนักท่องเที่ยวสถานที่ที่มีบ่อน้ำแร่ร้อนเป็นองค์ประกอบ

### ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ศึกษาข้อมูลเอกสาร (documentary research) โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย วิทยานิพนธ์ เอกสารและบทความที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสถานที่ที่มีบ่อน้ำแร่ร้อนเป็นองค์ประกอบ

### ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

- การสอบถามโดยใช้แบบสอบถาม ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามแบบสุ่มตามสะดวก (convenience sampling) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ

- การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้จัดการ ผู้บริหาร หรือผู้ประกอบการ โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทน้ำพุร้อน โดยใช้วิธีเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling)

#### ขอบเขตด้านประชากร

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับประชากรกลุ่มการวิจัยเชิงปริมาณ คือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ โดยกำหนดพื้นที่ศึกษาไว้ทั้งหมด 3 แห่ง คือ บ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ธาริน ฮอทสปริง จังหวัดระนอง และวาริรัก ฮอทสปริง แอนด์ เวลเนส จังหวัดกระบี่ ทั้งที่พักอาศัยและไม่พักอาศัย

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้จัดการหรือผู้จัดการหรือผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีบ่อน้ำแร่ร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ

ตาราง 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

| กรณีศึกษา                     | จำนวนนักท่องเที่ยว | สัดส่วน | ขนาดกลุ่มตัวอย่าง | ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษา | กลุ่มผู้บริหารของกรณีศึกษา | ผู้เชี่ยวชาญ |
|-------------------------------|--------------------|---------|-------------------|-------------------------------------------|----------------------------|--------------|
| บ่อน้ำร้อนพรรั้ง              | 29,396             | 70      | 277               | 280                                       | 1                          | 1            |
| ธาริน ฮอทสปริง                | 10,072             | 24      | 95                | 100                                       | 1                          |              |
| วาริรัก ฮอทสปริง แอนด์ เวลเนส | 2,689              | 6       | 25                | 30                                        | 1                          |              |
| รวม                           | 42,157             | 100     | 397               | 410                                       | 3                          | 1            |

#### กรอบการวิจัย

ในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในงานวิจัย แบ่งเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ คือ 1) ลักษณะสภาพทั่วไป สังคม เศรษฐกิจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ 2) ปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อน 3) เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสถานที่ที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ

ตาราง 3 กรอบแนวคิดในงานวิจัย

| วัตถุประสงค์                                                                                                                                                             | ตัวแปรหลัก |                                                                                           | ตัวแปรรอง                                                                                                                                                                                                                                                                                            | กลุ่มตัวอย่าง                                                                                                                                                                                                                                                    | เครื่องมือ                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1) ศึกษาสภาพทั่วไป<br>สังคม เศรษฐกิจ<br>พฤติกรรมของ<br>นักท่องเที่ยวสถานที่<br>ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อน<br>เป็นองค์ประกอบ                                                | 1          | ด้านสังคม                                                                                 | อายุ เพศ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา                                                                                                                                                                                                                                                                     | กลุ่มผู้ให้บริการ<br>สถานที่ที่มีบ่อ<br>แร่ร้อนเป็น<br>องค์ประกอบ<br>จำนวน 3 ที่<br>1) ธาริน<br>ฮอทสปริง จังหวัด<br>ระนอง<br>2) วาริรัก<br>ฮอทสปริง แอนด์<br>เวลเนส จังหวัด<br>กระบี่<br>3) บ่อน้ำร้อน<br>พริ้ง อุทยาน<br>แห่งชาติน้ำตก<br>หงาว จังหวัด<br>ระนอง | แบบสอบถาม<br>แบบมีโครง<br>ร่างชัดเจน<br>จำนวน 410<br>ชุด |
|                                                                                                                                                                          | 2          | ด้านสภาพ<br>เศรษฐกิจ                                                                      | อาชีพ รายได้เฉลี่ย                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                          |
|                                                                                                                                                                          | 3          | ด้านพฤติกรรม                                                                              | วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว<br>ความถี่การมาท่องเที่ยว<br>ระยะเวลาที่ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว<br>บุคคลที่เดินทางด้วย<br>กิจกรรมหลักที่ใช้บริการ<br>ค่าใช้จ่ายที่ใช้<br>ช่องทางที่รู้จักสถานที่                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                          |
| 2) วิเคราะห์<br>ความสัมพันธ์ ปัจจัย<br>การตัดสินใจ ความ<br>พึงพอใจของ<br>นักท่องเที่ยวต่อ<br>องค์ประกอบสถานที่<br>ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อน<br>ธรรมชาติเป็น<br>องค์ประกอบ | 1          | ปัจจัยการ<br>ตัดสินใจ                                                                     | 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)<br>2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)<br>3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)<br>4) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations)<br>5) ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities)<br>6) ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                          |
|                                                                                                                                                                          | 2          | ความพึงพอใจ                                                                               | ความพึงพอใจโดยรวม<br>การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ<br>การแนะนำ บอกต่อถึงที่ท่องเที่ยว                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                          |
| 3) เสนอแนะแนวทางใน<br>การพัฒนาสถานที่ที่มี<br>น้ำพุร้อนตามธรรมชาติ<br>เป็นองค์ประกอบ                                                                                     | 1          | เสนอแนะ<br>แนวทางในการ<br>พัฒนาสถานที่ที่<br>มีน้ำพุร้อนตาม<br>ธรรมชาติเป็น<br>องค์ประกอบ | 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attractions)<br>2) ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)<br>3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)<br>4) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations)<br>5) ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities)<br>6) ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) | ผู้จัดการหรือ<br>ผู้บริหารหรือ<br>ผู้ประกอบการ<br><br>ผู้เชี่ยวชาญ                                                                                                                                                                                               | สัมภาษณ์<br>เชิงลึก                                      |

การเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้จัดเก็บแบบสอบถามทั้งหมด 410 ชุด โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามแบบสุ่มตามสะดวก (convenience sampling) จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบทั้ง 3 แห่ง แบ่งออกเป็น บ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง จำนวน 280 ชุด ธาริน ฮอทสปริง จำนวน 100 ชุด และวาริรัก ฮอทสปริงแอนด์ เวลเนส จำนวน 30 ชุด

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการหรือผู้บริหารของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน จำนวน 1 ท่าน โดยใช้วิธีเลือก

แบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีบ่อน้ำแร่ร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Microsoft Excel และ SPSS และนำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจ ระดับความพึงพอใจ การกลับมาซ้ำ และการบอกต่อ สรุปเป็นการบรรยายในเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมานและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ คือ 1) ค่าทางสถิติร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไป และพฤติกรรม ของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้อธิบายระดับความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 3) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) หาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิจัย

จากการศึกษา สามารถแบ่งผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ดังนี้  
ศึกษาสภาพทั่วไป สังคม เศรษฐกิจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58.54) มีช่วงอายุ 41-50 ปี (ร้อยละ 21.95) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท / พนักงานเอกชน (ร้อยละ 23.17) มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000-25,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 33.90) มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 55.12) ส่วนใหญ่อาศัยในจังหวัดระนอง (ร้อยละ 27.32)

ทางด้านพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 90.00) ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 46.59) ใช้เวลาในสถานที่น้อยกว่า 1 วัน (ร้อยละ 64.63) มักเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ (ร้อยละ 51.71) กิจกรรมที่ทำมากที่สุด คือแช่ตัวในบ่อน้ำพุร้อน (ร้อยละ 70.73) มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท (ร้อยละ 40.00) รับรู้แหล่งท่องเที่ยวโดยเพื่อนหรือคนรู้จัก (ร้อยละ 67.5) มีรายละเอียดดังตาราง 4 และตาราง 5

ตาราง 4 ข้อมูลสภาพทั่วไป สังคม เศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง

| ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม |             | จำนวน (คน) |       |         | สัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่การศึกษา |       |       |         |
|-----------------------|-------------|------------|-------|---------|----------------------------------------------|-------|-------|---------|
|                       |             | พริ้ง      | ธาริน | วาริรัก | รวม                                          | พริ้ง | ธาริน | วาริรัก |
| เพศ                   | ชาย         | 112        | 45    | 13      | 41.5                                         | 40.0  | 45.0  | 43.3    |
|                       | หญิง        | 168        | 55    | 17      | 58.5                                         | 60.0  | 55.0  | 56.7    |
|                       | รวม         | 280        | 100   | 30      |                                              |       |       |         |
| อายุ                  | น้อยกว่า 20 | 28         | 1     |         | 7.1                                          | 10.0  | 1.0   | 0.0     |
|                       | 21-30 ปี    | 35         | 28    | 4       | 16.3                                         | 12.5  | 28.0  | 13.3    |
|                       | 31-40 ปี    | 54         | 24    | 11      | 21.7                                         | 19.3  | 24.0  | 36.7    |
|                       | 41-50 ปี    | 50         | 34    | 6       | 22.0                                         | 17.9  | 34.0  | 20.0    |
|                       | 51-60 ปี    | 50         | 10    | 7       | 16.3                                         | 17.9  | 10.0  | 23.3    |
|                       | 61-70 ปี    | 43         | 2     | 2       | 11.5                                         | 15.4  | 2.0   | 6.7     |
|                       | 71-80 ปี    | 20         | 1     |         | 5.1                                          | 7.1   | 1.0   | 0.0     |
|                       | รวม         | 280        | 100   | 30      |                                              |       |       |         |

| ตาราง 4 (ต่อ)         |                                          |            |       |         |                                              |       |       |         |
|-----------------------|------------------------------------------|------------|-------|---------|----------------------------------------------|-------|-------|---------|
| ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม |                                          | จำนวน (คน) |       |         | สัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่การศึกษา |       |       |         |
|                       |                                          | พริ้ง      | ธาริน | วาริรัก | รวม                                          | พริ้ง | ธาริน | วาริรัก |
| อาชีพ                 | พนักงานบริษัท / พนักงานเอกชน             | 55         | 26    | 14      | 23.2                                         | 19.6  | 26.0  | 46.7    |
|                       | เจ้าของกิจการ / ค้าขาย                   | 48         | 37    | 9       | 22.9                                         | 17.1  | 37.0  | 30.0    |
|                       | ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ / เจ้าหน้าที่รัฐ | 44         | 12    | 1       | 13.9                                         | 15.7  | 12.0  | 3.3     |
|                       | อาชีพอิสระ                               | 31         | 19    | 2       | 12.7                                         | 11.1  | 19.0  | 6.7     |
|                       | แม่บ้าน / เกษียณ / ว่างงาน               | 42         | 2     | 3       | 11.5                                         | 15.0  | 2.0   | 10.0    |
|                       | นักเรียน/นักศึกษา                        | 31         | 2     |         | 8.0                                          | 11.1  | 2.0   | 0.0     |
|                       | รับจ้างทั่วไป                            | 14         | 1     | 1       | 3.9                                          | 5.0   | 1.0   | 3.3     |
|                       | เกษตรกร / ประมง                          | 14         | 1     |         | 3.7                                          | 5.0   | 1.0   | 0.0     |
|                       | ไม่ตอบแบบสอบถาม                          | 1          |       |         | 0.2                                          | 0.4   | 0.0   | 0.0     |
|                       | รวม                                      | 280        | 100   | 30      |                                              |       |       |         |
| ช่วงรายได้            | ไม่มีรายได้                              | 44         | 3     |         | 11.5                                         | 15.7  | 3.0   | 0.0     |
|                       | มีรายได้ที่น้อยกว่า 10,000 บาท           | 28         | 3     |         | 7.6                                          | 10.0  | 3.0   | 0.0     |
|                       | 10,000-25,000 บาท                        | 87         | 43    | 9       | 33.9                                         | 31.1  | 43.0  | 30.0    |
|                       | 25,001-40,000 บาท                        | 63         | 34    | 10      | 26.1                                         | 22.5  | 34.0  | 33.3    |
|                       | 40,001-55,000 บาท                        | 34         | 9     | 1       | 10.7                                         | 12.1  | 9.0   | 3.3     |
|                       | 55,001-70,000 บาท                        | 10         | 4     | 4       | 4.4                                          | 3.6   | 4.0   | 13.3    |
|                       | มากกว่า 70,001 บาท                       | 1          |       | 4       | 1.2                                          | 0.4   | 0.0   | 13.3    |
|                       | ไม่ตอบแบบสอบถาม                          | 13         | 4     | 2       | 4.6                                          | 4.6   | 4.0   | 6.7     |
|                       | รวม                                      | 280        | 100   | 30      |                                              |       |       |         |
| ระดับการศึกษา         | ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าประถมศึกษา           | 24         | 1     | 1       | 6.3                                          | 8.6   | 1.0   | 3.3     |
|                       | มัธยมศึกษาตอนต้น                         | 31         | 3     |         | 8.3                                          | 11.1  | 3.0   | 0.0     |
|                       | มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.                 | 40         | 5     | 3       | 11.7                                         | 14.3  | 5.0   | 10.0    |
|                       | อนุปริญญา / ปวส.                         | 26         | 10    | 1       | 9.0                                          | 9.3   | 10.0  | 3.3     |
|                       | ปริญญาตรี                                | 130        | 77    | 19      | 55.1                                         | 46.4  | 77.0  | 63.3    |
|                       | สูงกว่าปริญญาตรี                         | 29         | 4     | 6       | 9.5                                          | 10.4  | 4.0   | 20.0    |
|                       | รวม                                      | 280        | 100   | 30      |                                              |       |       |         |
| ที่อยู่ปัจจุบัน       | ภาคใต้                                   | 191        | 63    | 14      | 65.4                                         | 68.2  | 63.0  | 46.7    |
|                       | ภาคกลาง                                  | 65         | 35    | 4       | 25.4                                         | 23.2  | 35.0  | 13.3    |
|                       | ภาคเหนือ                                 | 2          |       |         | 0.5                                          | 0.7   | 0.0   | 0.0     |
|                       | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ                    | 6          | 1     | 3       | 2.4                                          | 2.1   | 1.0   | 10.0    |
|                       | ภาคตะวันออก                              | 8          | 1     |         | 2.2                                          | 2.9   | 1.0   | 0.0     |
|                       | ภาคตะวันตก                               | 3          |       |         | 0.7                                          | 1.1   | 0.0   | 0.0     |
|                       | ต่างประเทศ                               | 5          |       | 9       | 3.4                                          | 1.8   | 0.0   | 30.0    |
|                       | รวม                                      | 280        | 100   | 30      |                                              |       |       |         |

ตาราง 5 ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 แห่ง

| พฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม |                                                      | จำนวน (คน) |       |         | ค่าเฉลี่ย | เปอร์เซ็นต์ (สัดส่วนของแต่ละที่) |       |         |
|-------------------------|------------------------------------------------------|------------|-------|---------|-----------|----------------------------------|-------|---------|
|                         |                                                      | พรั่ง      | ธาริน | วาริรัก |           | พรั่ง                            | ธาริน | วาริรัก |
| วัตถุประสงค์            | เพื่อการพักผ่อน                                      | 250        | 93    | 27      | 90        | 89.3                             | 33.2  | 9.6     |
|                         | เพื่อสุขภาพ                                          | 91         | 70    | 6       | 41        | 32.5                             | 25.0  | 2.1     |
|                         | เพื่อฟื้นฟูร่างกาย                                   | 64         | 44    | 1       | 27        | 22.9                             | 15.7  | 0.4     |
|                         | เยี่ยมญาติ                                           | 23         | 20    |         | 10        | 8.2                              | 7.1   | 0.0     |
|                         | เหตุผลทางจิตใจ                                       | 23         | 6     | 5       | 8         | 8.2                              | 2.1   | 1.8     |
|                         | อาชีพและธุรกิจ                                       | 7          | 5     | 3       | 4         | 2.5                              | 1.8   | 1.1     |
|                         | มาตาม influencer                                     | 1          | 1     | 1       | 1         | 0.4                              | 0.4   | 0.4     |
|                         | เหตุผลส่วนตัว                                        | 6          | 1     |         | 2         | 2.1                              | 0.4   | 0.0     |
| ความถี่                 | มาครั้งแรก                                           | 123        | 43    | 25      | 47        | 43.9                             | 43.0  | 83.3    |
|                         | 2-3 ครั้ง                                            | 64         | 31    | 5       | 24        | 22.9                             | 31.0  | 16.7    |
|                         | 4-5 ครั้ง                                            | 33         | 11    |         | 11        | 11.8                             | 11.0  | 0.0     |
|                         | 6 ครั้งขึ้นไป                                        | 60         | 15    |         | 18        | 21.4                             | 15.0  | 0.0     |
|                         | รวม                                                  | 280        | 100   | 30      |           |                                  |       |         |
| ระยะเวลา                | น้อยกว่า 1 วัน (มาเช้าเย็นกลับ)                      | 230        | 28    | 7       | 65        | 82.1                             | 28.0  | 23.3    |
|                         | 1-2 วัน                                              | 28         | 57    | 19      | 25        | 10.0                             | 57.0  | 63.3    |
|                         | 3-5 วัน                                              | 8          | 13    | 3       | 6         | 2.9                              | 13.0  | 10.0    |
|                         | 6 วันขึ้นไป                                          | 14         | 2     | 1       | 4         | 5.0                              | 2.0   | 3.3     |
|                         | รวม                                                  | 280        | 100   | 30      |           |                                  |       |         |
| ลักษณะ                  | คนเดียว                                              | 16         | 18    | 2       | 9         | 5.7                              | 18.0  | 6.7     |
|                         | ครอบครัว / ญาติ                                      | 150        | 52    | 10      | 52        | 53.6                             | 52.0  | 33.3    |
|                         | คู่รัก                                               | 26         | 13    | 5       | 11        | 9.3                              | 13.0  | 16.7    |
|                         | ที่ทำงาน                                             | 15         | 1     | 10      | 6         | 5.4                              | 1.0   | 33.3    |
|                         | บริษัทนำเที่ยว                                       | 2          | 1     |         | 1         | 0.7                              | 1.0   | 0.0     |
|                         | เพื่อน                                               | 71         | 15    | 3       | 22        | 25.4                             | 15.0  | 10.0    |
|                         | รวม                                                  | 280        | 100   | 30      |           |                                  |       |         |
| การรับรู้               | เพื่อน / คนรู้จัก                                    | 182        | 78    | 13      | 67        | 65.0                             | 78.0  | 43.3    |
|                         | ป้ายประชาสัมพันธ์                                    | 48         | 1     | 1       | 12        | 17.1                             | 1.0   | 3.3     |
|                         | อินเทอร์เน็ต ออนไลน์<br>(Facebook, Google<br>อื่น ๆ) | 78         | 22    | 13      | 28        | 27.9                             | 22.0  | 43.3    |
|                         | สื่อสิ่งพิมพ์ เอกสาร หนังสือแนะนำเที่ยว              | 22         | 1     |         | 6         | 7.9                              | 1.0   | 0.0     |
|                         | บริษัทนำเที่ยว                                       | 4          | 1     | 1       | 1         | 1.4                              | 1.0   | 3.3     |

ข้อสังเกตจากข้อมูลในตาราง 4 และ 5 คือนักท่องเที่ยวที่พำนักรั้งมีช่วงอายุที่หลากหลายกว่านักท่องเที่ยวอื่นของเอกชนที่มีอายุน้อยในช่วง 21-60 ปี และมีสัดส่วนของผู้สูงวัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.5 ประกอบอาชีพที่มีความหลากหลายกว่านักท่องเที่ยวอื่น และนักท่องเที่ยวใช้เวลาในสถานที่ท่องเที่ยวที่น้อยกว่านักท่องเที่ยวพำนักรั้งของเอกชน คิดเป็นร้อยละ 82.1 สำหรับนักท่องเที่ยวที่รัก ฮอทดริง แอนด์ เวลเนส พบว่า มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติต่างจากที่อื่น และมีจำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 30.0 และมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.3 มีสัดส่วนการรับรู้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 43.3 และสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ฮอทดริง มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์มาเพื่อดูแลสุขภาพและฟื้นฟูร่างกายมากกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 70 และ 44 ตามลำดับ

### วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ปัจจัยการตัดสินใจ ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวต่อองค์ประกอบสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวได้ทั้งหมด 6 ด้านดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7096 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.7143 ต่อมาคือ ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8474 ต่อมาคือ ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8474 ต่อมาคือ ด้านที่พัก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.8163 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญเท่ากับ 4.03 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.0146 มีรายละเอียดตามตาราง 6

ตาราง 6 ระดับความสำคัญปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อน

| องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว                                                                      | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------|-------------------|
| ด้านแหล่งท่องเที่ยว                                                                            | 4.49      | 0.7096               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีบรรยากาศที่โปร่งโล่ง อยู่แล้วรู้สึกสบาย โล่ง ไม่อึดอัด                     | 4.64      | 0.6060               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีคุณภาพน้ำพุร้อนดี                                                          | 4.59      | 0.5991               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีธรรมชาติที่สมบูรณ์ เป็นธรรมชาติ สวยงาม                                     | 4.58      | 0.6366               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวดูใหม่ สะอาด อยู่ในสภาพดี ไม่โทรม                                            | 4.48      | 0.6990               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะค่าบริการของที่ท่องเที่ยวคุ้มค่า                                                          | 4.39      | 0.8135               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียง                                                                  | 4.27      | 0.8008               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก                                                                         | 4.46      | 0.7143               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีบ่อน้ำพุร้อนที่สวยงาม น่าใช้บริการ                                         | 4.52      | 0.6330               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีบ่อน้ำพุร้อนหลายแบบ มีความหลากหลายให้เรียกใช้บริการ เช่นบ่อน้ำเย็น         | 4.51      | 0.6634               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก หอพัก ห้องน้ำสำหรับผู้พิการหรือผู้สูงอายุโดยเฉพาะ | 4.35      | 0.8196               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว                                                                   | 4.20      | 0.8393               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับคนทุกวัย                                         | 4.27      | 0.7792               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีการจัดค่าบริการกิจกรรมที่เหมาะสม                                           | 4.23      | 0.8182               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่โดดเด่น เช่น การแช่น้ำพุร้อน นวด สปา เป็นต้น                     | 4.11      | 0.9074               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |

ตาราง 6 (ต่อ)

| องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว                                                         | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล             |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------|-------------------|
| ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว                                                      | 4.16      | 0.8474               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |
| เพราะที่ท่องเที่ยวได้รับมาตรฐานรับรอง                                             | 4.26      | 0.7987               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะมีผู้เชี่ยวชาญ หรือบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถแนะนำการใช้บริการ            | 4.07      | 0.8824               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |
| ด้านที่พัก (N=317)                                                                | 4.06      | 0.8163               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีค่าบริการห้องพักที่คุ้มค่า                                    | 4.08      | 0.8252               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีห้องพักที่ใหม่ สะอาด อยู่ในสภาพดี                             | 4.08      | 0.7884               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีห้องพักที่สวยงาม ออกแบบดี                                     | 4.05      | 0.8085               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีบริการอาหารและเครื่องดื่ม                                     | 4.01      | 0.8405               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |
| ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว                                                     | 4.03      | 1.0146               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |
| เพราะที่ท่องเที่ยวใกล้เส้นทางสะดวก เข้าถึงได้ง่าย                                 | 4.27      | 0.8314               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะระยะทาง/ระยะเวลาในการเดินทางมีความเหมาะสม                                    | 4.23      | 0.7956               | เห็นด้วยมากที่สุด |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีข้อมูลบนสื่อออนไลน์ที่ช่วยในการเดินทางชัดเจน เช่น Google maps | 4.13      | 0.9268               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |
| เพราะที่ท่องเที่ยวมีบริการรถรับ-ส่งเข้าถึงสถานที่ได้                              | 3.50      | 1.2420               | ค่อนข้างเห็นด้วย  |

จากข้อมูลในตาราง 6 สามารถสรุปปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้านได้ ดังนี้

ด้านแหล่งท่องเที่ยว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ บรรยากาศปลอดภัยโปร่งใสในสถานที่ อันดับต่อมาคือ ธรรมชาติที่สมบูรณ์และคุณภาพน้ำพุร้อนที่ดี ต่อมาคือ สภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ต่อมาคือ ค่าบริการที่คุ้มค่าของสถานที่ท่องเที่ยว และสุดท้ายคือ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความสวยงามและความน่าใช้บริการของน้ำพุร้อน อันดับต่อมาคือ ความหลากหลายของบ่อน้ำพุร้อน และอันดับสุดท้ายคือ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ อาทิ ห้องสุขา บ่อแช่ผู้พิการ ผู้สูงวัย

ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การมีกิจกรรมที่เหมาะสมกับคนทุกวัย อันดับต่อมาคือ การคิดค่าบริการที่เหมาะสม และอันดับสุดท้ายคือ การมีกิจกรรมที่โดดเด่น

ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว อันดับต่อมาคือ ความเชี่ยวชาญของบุคลากร

ด้านที่พักที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ความคุ้มค่าของบริการห้องพักและสภาพของห้องพัก อันดับต่อมาคือ การออกแบบของห้องพัก และอันดับสุดท้ายคือ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การเดินทางที่สะดวก อันดับต่อมาคือ ระยะทาง/ระยะเวลาเดินทางที่เหมาะสม อันดับต่อมาคือ ข้อมูลบนสื่อออนไลน์ และอันดับสุดท้ายคือ การบริการรถรับส่ง

ตาราง 7 ข้อมูลแนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำ และแนวโน้มการบอกต่อ

| ประเมินระดับความพึงพอใจ |       | คะแนนเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน | แปลผล     |        |
|-------------------------|-------|-------------|----------------------|-----------|--------|
| ระดับความพึงพอใจ        |       | 4.37        | 0.6166               | มากที่สุด |        |
| แนวโน้มการท่องเที่ยวซ้ำ | จำนวน | ร้อยละ      | แนวโน้มการบอกต่อ     | จำนวน     | ร้อยละ |
| มาเที่ยวอีก             | 381   | 92.93%      | บอกต่อ               | 390       | 95.12% |
| ไม่แน่ใจ                | 27    | 6.59%       | ไม่แน่ใจ             | 17        | 4.15%  |
| ไม่มาเที่ยวอีก          | 2     | 0.49%       | ไม่บอกต่อ            | 3         | 0.73%  |
| รวม                     | 410   |             | รวม                  | 410       |        |

จากข้อมูลในตาราง 7 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6166 มีแนวโน้มในการท่องเที่ยวซ้ำคิดเป็นร้อยละ 92.9 และมีแนวโน้มแนะนำบอกต่อ คิดเป็นร้อยละ 95.12

**การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความพึงพอใจกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธี** การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression) หาความสัมพันธ์ของความพึงพอใจต่อปัจจัยองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวได้ดังนี้

ความพึงพอใจ =  $1.629 + 0.189$  (ด้านแหล่งท่องเที่ยว) +  $0.222$  (ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก) +  $0.131$  (ด้านกิจกรรม) +  $0.141$  (ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว)

จากสมการปัจจัยการตัดสินใจขององค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวเรียงลำดับดังนี้ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว และด้านกิจกรรม ส่วนด้านที่พักและด้านการเข้าถึงไม่มีผลต่อความพึงพอใจ

#### เสนอแนะแนวทางในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ ในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.3 ของใจความสำคัญที่เสนอแนะทั้งหมด รองลงมาคือ ภายนอกสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 25.0 ของใจความสำคัญที่เสนอแนะทั้งหมด ต่อมาคือ ด้านสถานที่และการเข้าถึง คิดเป็นร้อยละ 12 ของใจความสำคัญที่เสนอแนะทั้งหมด ต่อมาคือ ด้านบุคลากรคิดเป็นร้อยละ 10.6 ของใจความสำคัญที่เสนอแนะทั้งหมด ต่อมาคือ ด้านกระบวนการ คิดเป็นร้อยละ 6.5 ของใจความสำคัญที่เสนอแนะทั้งหมด สุดท้ายคือ ด้านราคา คิดเป็นร้อยละ 4.9 ของใจความสำคัญที่เสนอแนะทั้งหมด มีรายละเอียด ดังตาราง 8

ตาราง 8 คำสำคัญในข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ด้าน          | พรั่ง | ธาริน | วาริรัก | รวม | %     |
|---------------|-------|-------|---------|-----|-------|
| ผลิตภัณฑ์     |       |       |         | 53  | 37.3% |
| เพิ่มกิจกรรม  | 20    | 6     | 1       | 27  | 19.0% |
| ภูมิทัศน์     | 4     | 0     | 1       | 5   | 3.5%  |
| สะอาด         | 5     | 0     | 1       | 6   | 4.2%  |
| ร้านอาหาร     | 8     | 5     | 0       | 13  | 9.2%  |
| ห้องพัก       | 1     | 0     | 0       | 1   | 0.7%  |
| เช่าชุดแช่น้ำ | 1     | 0     | 0       | 1   | 0.7%  |

ตาราง 8 (ต่อ)

| ด้าน                                    | พริ้ง      | ธาริน     | วาริรัก   | รวม        | %           |
|-----------------------------------------|------------|-----------|-----------|------------|-------------|
| <b>กายภาพ</b>                           |            |           |           | 35         | 25%         |
| เปลี่ยนเสื้อผ้า                         | 3          | 0         | 0         | 3          | 2.1%        |
| ห้องน้ำ                                 | 2          | 0         | 1         | 3          | 2.1%        |
| บ่อน้ำแร่                               | 9          | 0         | 2         | 11         | 7.7%        |
| ล็อกคลอง                                | 2          | 0         | 0         | 2          | 1.4%        |
| ที่จอดรถ                                | 1          | 0         | 0         | 1          | 0.7%        |
| แสงสว่าง                                | 2          | 1         | 4         | 7          | 4.9%        |
| พื้น                                    | 1          | 1         | 1         | 3          | 2.1%        |
| เพิ่มเก้าอี้นั่ง                        | 2          | 0         | 0         | 2          | 1.4%        |
| พื้นที่เก็บของ                          | 1          | 0         | 0         | 1          | 0.7%        |
| น้ำพุ สไลเดอร์                          | 2          | 0         | 0         | 2          | 1.4%        |
| <b>สถานที่และการเข้าถึง</b>             |            |           |           | 27         | 19%         |
| ทางเข้า                                 | 4          | 4         | 0         | 18         | 12.7%       |
| ป้ายให้ข้อมูล                           | 4          | 0         | 0         | 4          | 2.8%        |
| เพิ่มการประชาสัมพันธ์                   | 2          | 0         | 1         | 5          | 3.5%        |
| <b>บุคลากร</b>                          |            |           |           | 13         | 9.2%        |
| การบริการของเจ้าหน้าที่                 | 12         | 0         | 0         | 12         | 8.5%        |
| การมีส่วนร่วมของชุมชน                   | 1          | 0         | 0         | 1          | 0.7%        |
| <b>กระบวนการ</b>                        |            |           |           | 8          | 5.6%        |
| ปรับเวลาเปิดให้บริการ                   | 3          | 0         | 0         | 3          | 2.1%        |
| ตั้งกฎระเบียบ เข้มงวด ดูแลความเรียบร้อย | 3          | 0         | 0         | 3          | 2.1%        |
| คัดแยกโซนนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท       | 1          | 0         | 0         | 1          | 0.7%        |
| มีระบบเปิดรับฟังความคิดเห็น             | 1          | 0         | 0         | 1          | 0.7%        |
| <b>ราคา</b>                             |            |           |           | 6          | 4.2%        |
| ตั้งราคาให้เข้าใจง่าย                   | 1          | 0         | 0         | 1          | 0.7%        |
| ราคาพิเศษสำหรับคนท้องถิ่น               | 5          | 0         | 0         | 5          | 3.5%        |
| <b>รวม</b>                              | <b>101</b> | <b>17</b> | <b>24</b> | <b>142</b> | <b>100%</b> |

ผู้ประกอบการทั้ง 3 แห่งให้ข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับแนวคิดและคำแนะนำในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนน้ำพุร้อนธรรมชาติ ควรคำนึงถึงจุดเด่นของน้ำพุร้อนในสถานที่ท่องเที่ยว และส่งเสริมจุดเด่นนี้ไปยังนักท่องเที่ยวผ่านการออกแบบแหล่งท่องเที่ยว การบริการต่าง ๆ ตลอดจนวางแผนรับมือ รับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะปรับใช้กับสถานที่ อาทิ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากวิกฤตโควิด-19 ซึ่งด้วยความที่แหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติเป็นบ่อแช่รวม ต้องเข้มงวดด้วยกฎระเบียบจากภาครัฐ ผู้ประกอบการต้องมีกฎระเบียบ ปรับตัวให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวในสภาวะที่จำกัด และปรับปรุงกายภาพสถานที่ให้มีความปลอดภัยในการใช้บริการโดยสังเกตพฤติกรรมหรือสอบถามนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะด้านแหล่งท่องเที่ยว ควรพัฒนาจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อน ดึงจุดเด่นของแต่ละที่รวมถึงคุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของน้ำพุร้อน เพื่อให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการให้โดดเด่น ตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะด้านที่พัก ควรหมั่นดูแลห้องพักให้อยู่ในสภาพดี เพิ่มผลิตภัณฑ์และบริการในห้องพักให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว คำนึงถึงความสะดวก ความปลอดภัย ความสะดวกสบายในการใช้บริการ เช่น บ่อน้ำพุร้อนภายในห้องพัก เตียงนอน โต๊ะนั่งเล่นหน้าห้อง เป็นต้น เพิ่มเติมห้องพักสำหรับผู้สูงอายุที่มีสิ่งช่วยเหลือ อุปกรณ์ความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกให้ครบครัน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ

ข้อเสนอแนะด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรแบ่งแยกโซนให้มีบ่อสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ควรมีเขตบ่อส่วนตัวให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นส่วนตัวสูง สำหรับบ่อน้ำพุร้อนควรทำเป็นบ่อน้ำล้นเพื่อความสะดวกของบ่อแช่ สามารถดัดแปลงน้ำล้นที่ออกมาเป็นที่ล้างเท้าก่อนเข้าสู่บ่อ ตัวบ่อควรมีวัสดุที่ไม่ลื่น มีความลึกที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ในกรณีเป็นบ่อแช่รวมควรมีกิจกรรมสำหรับคนทุกวัย หากมีบริการเสริมเพิ่มเติม เช่น บ่อน้ำเย็น อาจทำให้นักท่องเที่ยวชอบใจ

ข้อเสนอแนะด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว ภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันในการพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ ในด้านของการศึกษาวิจัย อาทิ การตรวจคุณภาพน้ำ การหาตลาดและกลุ่มเป้าหมาย การจัดการ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับจังหวัด และหากร่วมมือกันการขับเคลื่อนการพัฒนาจะทำได้ดียิ่งขึ้น สามารถร่วมมือกันจัดกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น



ภาพ 1 บ่อน้ำพุร้อนของสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนในกรณีศึกษาเรียงลำดับจากซ้ายไปขวาดังนี้ บ่อน้ำพุร้อนพริ้ง ระนอง บ่อน้ำพุร้อนธาริน ฮอทสปริง และบ่อน้ำพุร้อน วารริก ฮอทสปริง แอนด์ เวลเนส ที่มา: ผู้วิจัย และภาพจาก บ่อน้ำพุร้อน ธาริน ฮอทสปริง, 2565.

(<https://www.facebook.com/tarynhotsprings>).

## สรุปผลของงานวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทพุร้อนในประเทศไทยถือเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ภาครัฐและเอกชนสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นในการเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยว การศึกษาสภาพทั่วไป ทางสังคม เศรษฐกิจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำให้เห็นถึงสภาพทั่วไป ที่ช่วยกำหนดความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อน และการศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนที่มีอยู่ในภาคใต้ฝั่งอันดามันของไทย

ผลการวิเคราะห์สภาพทั่วไป สังคม เศรษฐกิจ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 41-50 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือพนักงานเอกชน มีรายได้อยู่ในช่วง 10,000-25,000 บาทต่อเดือน มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่อาศัยในจังหวัดระนอง ในด้านพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติเป็นครั้งแรก ใช้เวลาในสถานที่น้อย

กว่า 1 วัน มักเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติ กิจกรรมที่ทำมากที่สุดคือแช่ตัวในบ่อน้ำพุร้อน มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 100 บาท รับรู้แหล่งท่องเที่ยวโดยเพื่อนหรือคนรู้จัก

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติต่อองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวได้ทั้งหมด 6 ด้านเรียงลำดับดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว ด้านการบริหารแหล่งท่องเที่ยว ด้านที่พัก และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พัก

สำหรับปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวหลัก 5 อันดับแรกที่นักท่องเที่ยวเลือกตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ เรียงลำดับได้ดังนี้ บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพน้ำพุร้อน ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ความสวยงามของบ่อน้ำพุร้อน และความหลากหลายของรูปแบบบ่อน้ำพุร้อน โดยรวมแล้วผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด มีแนวโน้มท่องเที่ยวซ้ำ และมีแนวโน้มแนะนำบอกต่อ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ระดับความสำคัญต่อปัจจัยการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ ในด้านบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับข้อเสนอแนะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนธรรมชาติ ของ สำพันธ์ ขุนราช (2553) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรม อาทิ ด้านกายภาพ ก่อนพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อน ควรสำรวจสภาพทั่วไป ลักษณะทางภูมิศาสตร์ กำหนดโซน และสอบถามความเห็นผู้ที่เกี่ยวข้อง

### ข้อเสนอแนะการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีน้ำพุร้อนตามธรรมชาติเป็นองค์ประกอบ

สำหรับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากการศึกษากฎการศึกษาและผู้บริหารพบว่า 1) การพัฒนาบ่อน้ำพุร้อนให้มีหลายระดับตั้งแต่ลึก 10-70 เซนติเมตร ช่วยผู้มาใช้บริการสามารถเลือกแช่ได้หลายส่วน อาทิ เช่น เฉพาะส่วนเท้า ส่วนขา ส่วนลำตัว เป็นต้น และช่วยประหยัดน้ำกรณีต้องเปลี่ยนน้ำ ล้างทำความสะอาด 2) พัฒนา “ระบบก้างปลา” หรือระบบน้ำล้นจากบ่อร้อนไปบ่อเย็น ที่ช่วยควบคุมอุณหภูมิของบ่อน้ำพุร้อน ผ่านการปรับระดับแท่งคอนกรีตกั้นระหว่างบ่อ เพื่อควบคุมอัตราการไหลของน้ำ 3) การพัฒนาบ่อน้ำพุร้อนเป็นระบบน้ำล้นหรือบ่อหลายระดับชั้น บ่อในแต่ละระดับจะสามารถแบ่งโซนการใช้งานได้ เช่น บ่อที่อยู่บนสุดจะเป็นบ่อแช่ตัว น้ำที่ล้นออกมาสามารถไหลมารวมตรงบ่อเล็กใช้สำหรับแช่เท้า ล้างเท้าได้ ช่วยให้น้ำในบ่อสะอาด



ภาพ 2 บ่อน้ำพุร้อนหลายระดับของบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง และบ่อน้ำพุร้อนระบบ “ก้างปลา” วาริรัก ฮอตสปริง แอนด์ เวลเนส  
ที่มา: ผู้วิจัย

สำหรับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พัก พัฒนาห้องพักที่มีบ่อแช่น้ำร้อนภายในเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และใช้วัสดุแสงสีที่ช่วยในการพักผ่อน อาจจะใส่สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เตียงนวดเพิ่ม

## บรรณานุกรม

- กระทรวงสาธารณสุข. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2559). รายงานสรุปผลนโยบายการพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical hub) งบประมาณ พ.ศ. 2559. [https://hss.moph.go.th/fileupload\\_doc/2017-12-18-1-17-37017767.pdf](https://hss.moph.go.th/fileupload_doc/2017-12-18-1-17-37017767.pdf)
- เกศวลีณ รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. (2562). การประเมินความพร้อมของแหล่งน้ำพุร้อน อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่สู่การพัฒนาเป็นเมืองต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. PSU Knowledge Bank. <http://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/12949>
- จิตพิสุทธิ หงษ์จรรย์. (2560). ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน จังหวัดระนอง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/58416>
- ธาริน สอทสปริง. (2565). บ่อน้ำพุร้อน ธาริน สอทสปริง. <https://www.facebook.com/tarynhotsprings>
- ราณี อิลิชัยกุล และรชพร จันทร์สว่าง. (2558). นโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทบ่อน้ำพุร้อนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย (โครงการวิจัยย่อยที่ 4) : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- วาสนา ขวัญทองยิ้ม และพิริวัส หนูเกตุ. (2562, 5-6 สิงหาคม). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทบ่อน้ำพุร้อนในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน. ใน การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 2 (น. 1093-1105). สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- วิดิเนีย มายอร์. (2555). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำพุร้อนพริก จังหวัดระนอง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์]. DPU Library. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/149668.pdf>
- สำพันธ์ ชุนราช. (2553). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โสภา จำนง, รัชมี ธีชไท กิริตพงศ์ไพบูลย์, และกัลย์ธีรา ชุมปัญญา. (2558). แนวทางการพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติเพื่อส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศ. *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*, 52(1), 17-25.
- อริศรา ห่องทรัพย์. (2554). แนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository. <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/45789>
- Global Wellness Institute. (2014). *Thermal/mineral springs economy monitor*. <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/global-spa-wellness-economy-monitor-2014/>
- Global Wellness Institute. (2022). *The global wellness economy: Country ranking*. <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2022-global-wellness-economy-country-rankings/>

- Siripooththilak, V. (2018). *Guideline of the hot spring management to promote the quality of health tourism In Thailand* [Doctoral dissertation, National Institute of Development Administration]. NIDA Wisdom Repository. <http://repository.nida.ac.th/handle/662723737/4524>
- Subtavewung, P., Raksaskulwong, M., & Tulyatid, J. (2005, April 24-29). *The characteristic and classification of hot springs in Thailand* [Paper presentation]. Proceedings World Geothermal Congress 2005 "Geothermal Energy: The Domestic, Renewable, Green Option." Antalya, Turkey.