

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวเชิง สุขภาพบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง

The Motivation of Thai Tourists for Health Tourism in Khao Chai Son Hot Spring, Phatthalung Province

อิสระพงษ์ พลธานี^{1*}
อุมพร บุญเพชรแก้ว²

Issarapong Poltanee
Umaporn Boonphetkaew

Received : 29 ตุลาคม 2564

Revised : 12 กันยายน 2565

Accepted : 20 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน จังหวัดพัทลุงและเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีต่อแรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดันและแรงดึงดูดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน จำนวน 381 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.807-0.854 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 – 40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงาน

¹ อ.ดร., สาขาการจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

*Corresponding Author, Lecturer, Dr., Hotel Management and Tourism Program, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University

² อ., สาขาวัตกรรมการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Lecturer, Tourism Innovation Program, Faculty of Liberal Arts and Science, Kasetsart University

รัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง เดินทางมากับครอบครัว มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาท และจะกลับมาอีกแหล่งท่องเที่ยวอีก และผลจากการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่มีประชากรมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำร้อนเขาชัยสน

Abstract

The objectives of this research were to study the motivation of Thai tourists for health tourism at Khao Chaison Hot Spring in Phatthalung Province and compare the demographic characteristics on the pushing and pulling motivations of health tourism at Khao Chaison Hot Spring. The sample group used in this research consisted of 381 Thai tourists visiting Khao Chaison Hot Spring. Questionnaires were used to collect data using an accidental sampling method. The questionnaire has a reliability value of between 0.807 and 0.854. The data was analyzed by descriptive and inferential statistics.

The results showed that most of the respondents were female, aged 31–40 years, single status, with a bachelor's degree, working as civil officers and state enterprise employees, earning between 20,001 and 30,000 baht. Most of them used to visit the hot spring. They used a private car, travelling with their families, spending less than 500 baht, and considering to come back again. The results of the comparison of the level

of motivation to travel to Khao Chaison Hot Spring according to personal factors with more than two population groups found that different gender, age, status, and income factors had different levels of motivation for visiting Khao Chaison Hot Spring at a statistically significant level of .05.

Keywords : tourist motivation, health tourism, Khao Chai Son Hot Spring

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อเศรษฐกิจของหลาย ๆ ประเทศ เนื่องจากเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศและแหล่งที่มาของการจ้างงาน โดยจากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลก ได้สรุปว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน Han et al. (2019) ซึ่งการท่องเที่ยวของประเทศไทยนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และสามารถกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจอื่น ๆ อย่างหลากหลายและส่งผลให้การท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยนั้นทวีความสำคัญในฐานะอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งนับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 พ.ศ. 2520 - 2524 รัฐบาลได้มีการบรรจุการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย (Theeranon & Sopolcharasakul, 2016) ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของประเทศไทยที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์กระจายอยู่ในภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ จึงเหมาะสมในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ต้องการพบเห็นและเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ และทำกิจกรรมที่แตกต่างจากถิ่นที่อยู่ของตนเองเพื่อรับประสบการณ์ที่น่าสนใจและความแปลกใหม่ (Worakulwit, 2015)

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 รัฐบาลได้เล็งเห็นความสำคัญและโอกาสของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งผลให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรที่สอดคล้องและมีประโยชน์ในการดูแลสุขภาพ มีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง โดยมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในพื้นที่มี อาทิ ทวีร์น้ำพุร้อน และอาบน้ำแร่ โดยในการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวสุขภาพได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ในการศึกษาและใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ มากขึ้น (Permanent Secretary of Ministry of Tourism and Sports, 2016) นอกจากนี้จากรายงานของ Global Wellness Institute เศรษฐกิจเชิงสุขภาพของโลก (Global Wellness Economy) มีมูลค่าตลาดประมาณ 3.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นส่วนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ถึง 494.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในขณะที่ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) มีขนาด 50-60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือ อัตรา 7.3 : 1 ในส่วนของประเทศไทย พบว่า การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มีขนาดประมาณ 100,000 ล้านบาท ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีมูลค่า 25,090 ล้านบาท รวมถึงการที่ภาครัฐได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ประเทศไทยเริ่มมีนโยบาย และมาตรการเกี่ยวกับการให้บริการเชิงสุขภาพมากกว่า 10 ปี ซึ่งปัจจุบันมีการปรับปรุงและถูกกำหนดไว้ทั้งในระดับประเทศ และระดับกระทรวง ระดับประเทศ นโยบายการเป็นศูนย์กลางของบริการทางการแพทย์ (Medical Hub) และเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางด้านสุขภาพ (Health Hub) เป็นนโยบายที่เริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เรื่อยมา จนล่าสุดได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็น ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2559-2568) โดยมีเนื้อหาหลัก ประกอบด้วย 7 ยุทธศาสตร์ 18 กลยุทธ์ (Office of the National Economics and Social Development Council, 2017) ซึ่งสวนทางกับขนาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกประกอบกับกระแสปัจจุบันที่ผู้คนส่วนใหญ่ต่างหันมาให้ความสำคัญในการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพกันมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงการเกิดโรคร้ายต่าง ๆ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทาง

ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม และแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาลและเพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาตลอดจนการสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลายและเป็นการเพิ่มพูนผลกำไรให้สมบูรณ์แข็งแรง โดยหลังจากการท่องเที่ยวหรือการทำกิจกรรมดังกล่าวก็สามารถนำความรู้จากการท่องเที่ยวไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน (Jermnasiri, 2012)

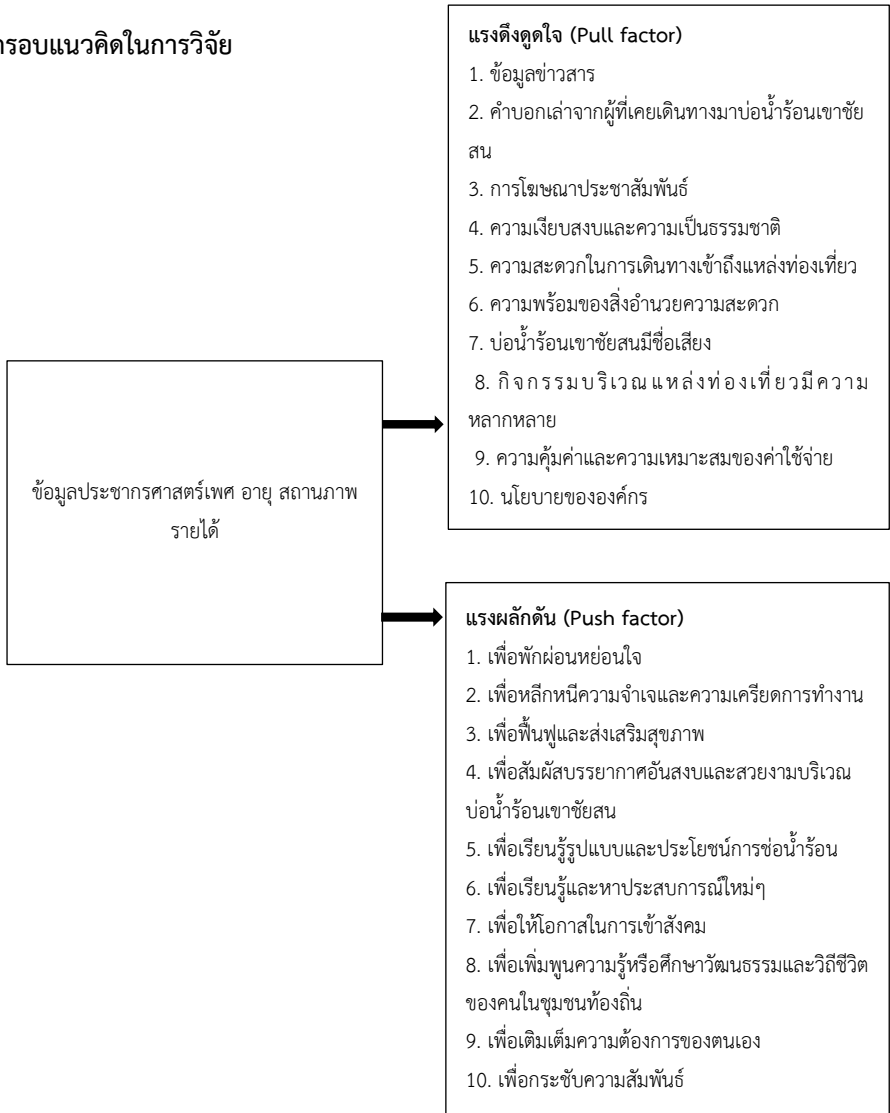
จังหวัดพัทลุง มีความหลากหลายในเรื่องของรูปแบบการท่องเที่ยว รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากลักษณะทางธรรมชาติที่ทำให้เกิดบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำบัดรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต ในทางการแพทย์เรียกว่า ธาราบำบัด โดยอาศัยหลักการที่ว่า การใช้น้ำที่มีอุณหภูมิสูงในระดับที่เหมาะสมจะช่วยเพิ่มการไหลเวียนของโลหิต มีผลต่อการผ่อนคลายความตึงเครียดของกล้ามเนื้อ เป็นผลให้รู้สึกสบายตัวยิ่งขึ้น เมื่อร่างกายรู้สึกสบายขึ้น ความตึงเครียดน้อยลง ย่อมมีผลต่อสภาพจิตใจ เป็นการลดความเครียดได้วิธีหนึ่ง (Department Of Mineral Resources, 2016) บ่อน้ำร้อนเขาชัยสน ความกว้างของบ่อประมาณ 8x6 เมตร มีทั้งธารน้ำร้อนและธารน้ำเย็นแยกเป็น 2 ธาร ไหลลงมายังแอ่งน้ำที่มีรัศมีประมาณ 12 เมตร น้ำใส ไม่มีกลิ่นกำมะถัน พบสาหร่ายเขียว-เหลือง ผลึกคาร์บอเนตสีจางเล็กน้อย โดยรอบของบ่อมีธรรมชาติที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ ซึ่งในอดีตเชื่อกันว่าการอาบน้ำแร่ แช่น้ำพุร้อน มีประโยชน์ต่อร่างกาย มีสรรพคุณในการรักษา และบรรเทาอาการของโรคต่าง ๆ ได้ อาทิ การบรรเทาอาการปวดกระดูก ปวดกล้ามเนื้อ และยังช่วยผ่อนคลายทั้งร่างกาย และจิตใจ ทำให้รู้สึกกระชุ่มกระชวย เป็นการลดความเครียดได้อย่างหนึ่ง จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นที่สนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่กำลังเป็นที่นิยม เพราะปัจจุบันนี้คนไทยรุ่นใหม่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพทั้งกายและใจกันมากขึ้น (Khao Chaison Subdistrict Administrative Organization, 2016)

ด้วยลักษณะทางธรรมชาติของทรัพยากรทางธรรมชาติในอำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามหลายแห่ง และหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและควรส่งเสริมคือแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณประโยชน์ทางการบำบัดรักษาโรคภัยต่าง ๆ และให้ความเพลิดเพลินผ่อนคลายแก่นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดันและแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บ่อน้ำร้อนเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง เพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี และเป็นการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีต่อแรงจูงใจที่เป็นแรงผลักดันและแรงดึงดูดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตของการดำเนินการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประเด็นแรงดึงดูดใจ (Pull factor) 1. การได้รับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์การท่องเที่ยว 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น รูปแบบการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว 3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยสื่อที่หลากหลาย 4. ความเจียบสงบและความเป็นธรรมชาติสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว 5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 6. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว 7. ด้านชื่อเสียงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 8. กิจกรรมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย 9. ความคุ้มค่าและความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยว 10. นโยบายขององค์กร หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนเรื่องการส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประเด็นแรงผลักดัน (Push factor) หรือมูลเหตุในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ 2. เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดการทำงาน 3. เพื่อฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพ 4. เพื่อสัมผัสบรรยากาศอันสงบและสวยงามบริเวณบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน 5. เพื่อเรียนรู้รูปแบบและประโยชน์การชอน้ำร้อน 6. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทาง 7. เพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ 8. เพื่อเพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น 9. เพื่อเติมเต็มความต้องการของตนเอง 10. เพื่อกระชับความสัมพันธ์ของครอบครัว เพื่อน ญาติ หรือคู่รัก

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีบุคคลและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง มีความคิดเห็นและจำกัดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แตกต่างกัน โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่ผสมผสานการเดินทางไปยังสถานที่พักผ่อน

ควบคุมกับการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งผ่านการบำบัดหรือปฏิบัติตามข้อกำหนด ทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ รวมถึงช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม Zhi et al. (2019) รวมถึงการท่องเที่ยวโดยการไปพักโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ เพื่อร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่สถานที่นั้น ๆ จัดขึ้น เช่น การนวดแผนไทย บริการอาบน้ำแร่ การทำสปา โปรแกรมการออกกำลังกาย และการควบคุมอาหาร เป็นต้น ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาประเทศไทยในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยมีโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐาน มีความทันสมัย มีอัตราค่าบริการที่เหมาะสม และมีการบริการที่ดี นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย สวยงาม มีที่พักและร้านอาหารมากมายหลายประเภท (Dalen & Alpert, 2019)

รวมถึงนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น Muskat et al. (2019) นิยมเดินทางไปต่างจังหวัด ปัจจุบันนิยมกันมากในรูปแบบศูนย์สุขภาพ มีหลักสำคัญคือ

1. มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม รมรื่น สะอาด ปราศจากมลพิษต่าง ๆ
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย
3. มีบุคลากรที่มีความรู้ด้านสุขภาพ อนามัย สุขภาพกาย สุขภาพจิต พร้อมจะให้ความช่วยเหลือ
4. มีระบบการจัดการด้านการออกกำลังกายและสันทนาการที่ถูกต้องและปลอดภัย จัดแบ่งเวลาให้เหมาะสม มีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการพัฒนาสุขภาพทางด้านร่างกายและจิตใจ
5. มีแพทย์และพยาบาลคอยดูแล และพร้อมที่จะปฏิบัติภารกิจได้ทันที
6. นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ความรู้ประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ความประทับใจพร้อมที่จะกลับไปพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นถือว่ามีความสำคัญในยุคปัจจุบัน (Dalen & Alpert, 2019) เนื่องจากคนมีความรู้ที่สูงขึ้น จึงมีแนวคิดที่จะป้องกันมากกว่าการรักษา จึงต้องรู้จักดูแลทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้อยู่ในสภาพที่ดี

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจภายใน คือ แรงขับเคลื่อนภายในส่วนบุคคลที่มีพฤติกรรมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเติมเต็มความต้องการทางชีววิทยาและจิตวิทยา และแรงจูงใจสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ ๆ Muskat et al. (2019) คือ แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก

ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวเป็นแรงผลักดัน ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งมีผลต่อการกำหนดเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และการแสดงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว (Hoz-Correa & Munoz-Leiva, 2019) ซึ่งการศึกษาแรงจูงใจมีประเด็นที่น่าสนใจของทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุดทฤษฎีหนึ่ง คือ ทฤษฎีปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูด โดยแนวคิดหลักของทฤษฎีนี้ คือ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ๆ คือ

1. ปัจจัยผลัก (push factors) หมายถึง ปัจจัยภายในหรือความต้องการและความคาดหวังที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
2. ปัจจัยดึงดูด (pull factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าสนใจและความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว

โดยปัจจัยผลักจะเกิดขึ้นก่อน จากนั้นปัจจัยดึงดูดจึงจะเกิดขึ้นตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ปัจจัยดึงดูดเป็นผลที่ตามมาของปัจจัยผลัก (Phisertsalasai, 2009) ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ ในสภาวะปกตินักท่องเที่ยวจะเกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวก่อน เช่น ต้องการพักผ่อน หรือต้องการได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ซึ่งความต้องการเหล่านี้เป็นปัจจัยผลักจากนั้นนักท่องเที่ยวจึงตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่ที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยพิจารณาจากความน่าสนใจและความดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง (Wongthaweesub, 2007) ซึ่งปัจจัยประการหลังนี้ถือว่าเป็นปัจจัยดึงดูด

เช่นเดียวกันกับผลการศึกษาของ Taheri et al. (2020) ได้กล่าวถึงปัจจัยผลักนั้นเป็นแรงจูงใจทางด้านสังคมจิตวิทยาและเรียกปัจจัยดึงดูดว่าเป็นแรงจูงใจทางด้าน

วัฒนธรรม ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้างกับนักท่องเที่ยวจำนวน 39 คน โดยผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อ ความสำราญ มีแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยหลัก หรือแรงจูงใจทางวัฒนธรรมจำนวน 2 ประการ โดยแรงจูงใจทั้ง 2 กลุ่มนี้ ประกอบด้วย

1. ปัจจัยหลัก หรือแรงจูงใจทางด้านสังคมจิตวิทยา ทั้ง 7 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมที่จำเจ 2) เพื่อค้นหาและประเมินตัวเอง 3) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ 4) เพื่อเกียรตินิยมชื่อเสียง 5) เพื่อถอยกลับไปสู่สภาพดั้งเดิม 6) เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันญาติมิตร 7) เพื่อจะได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

2. ปัจจัยดึงดูด หรือแรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม ทั้ง 2 ประการ ประกอบด้วย 1) ความแปลกใหม่ (สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว) 2) การศึกษาเรียนรู้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ซึ่งจากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าแรงจูงใจเป็นการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวใดไม่ได้เกิดจากแรงจูงใจอย่างใดอย่างหนึ่งแต่เพียงอย่างเดียวและคนที่มาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งเดียวกันก็ไม่จำเป็นต้องมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอย่างเดียว ดังนั้น การศึกษาเรื่องแรงจูงใจสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้นมากขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ปี พ.ศ. 2559 มีจำนวน 53,405 คน (Khao Chaison Subdistrict Administrative Organization, 2016) ผู้วิจัยเลือกเทคนิคการสุ่มตัวอย่างโดยไม่คำนึงถึงความเป็น (Non-Probability) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยมีการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample size) ในการทดสอบแบบสอบถามกับตัวอย่าง (Sample size) จำนวน 40 ชุด และคำนวณหาค่า Partial R2 เพื่อนำไปประมาณค่าขนาดตัวอย่าง

โดยใช้โปรแกรม G*Power 3.1 Faul et al., (2007; 2009) จากการประมาณค่าตัวอย่าง โดยมีค่าขนาดอิทธิพล (Effect size) เท่ากับ 0.22 คำนวณจากค่าตัวอย่าง 40 ชุด จากการใช้สถิติในการทดสอบกลุ่ม Goodness of fit test ความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทหนึ่ง (α) เท่ากับ 0.05 อำนาจการทดสอบ ($1-\beta$) เท่ากับ 0.95 (Cohen, 1977) ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่ได้จากการสร้างข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาและกรอบแนวคิดโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 รายละเอียดข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นลักษณะของการตรวจสอบรายการเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ รายได้เฉลี่ย ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับ ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยว การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงดึงดูดใจ (Pull factor) จากการประยุกต์ใช้ตามทฤษฎี Dann (1981) ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 10 ข้อคำถาม โดยครอบคลุม 1. การได้รับข้อมูลข่าวสารจากเว็บไซต์การท่องเที่ยว 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น รูปแบบการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว 3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยสื่อที่หลากหลาย 4. ความเงียบสงบและความเป็นธรรมชาติสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว 5. ความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 6. ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว 7. ด้านชื่อเสียงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 8. กิจกรรมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย 9. ความคุ้มค่าและความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยว 10. นโยบายขององค์กรหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนเรื่องการส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงผลักดัน (Push factor) หรือมูลเหตุในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ 2. เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดการทำงาน

3. เพื่อฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพ 4. เพื่อสัมผัสบรรยากาศอันสงบและสวยงามบริเวณบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน 5. เพื่อเรียนรู้รูปแบบและประโยชน์การชอน้ำร้อน 6. เพื่อเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทาง 7. เพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ 8. เพื่อเพิ่มพูนความรู้หรือศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น 9. เพื่อเติมเต็มความต้องการของตนเอง 10. เพื่อกระชับความสัมพันธ์ของครอบครัว เพื่อน ญาติ หรือคู่รัก

การสร้างเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลจาก แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งที่ปรึกษาโครงการวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิในการสร้างข้อคำถาม (Item) ของแบบสอบถามเพื่อกำหนดประเด็นและขอบเขตของแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หลังจากนั้นนำแบบสอบถาม พร้อมแนบแบบประเมินให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พิจารณาแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) ซึ่งปรากฏค่า $IOC \geq 0.6$ ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมินข้อคำถามตรงกับเนื้อหาที่ต้องการวัด ซึ่งถือว่ามีความเหมาะสมที่จะใช้ในการศึกษา หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try - Out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามแต่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 38 คน และดำเนินการหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminate Power) โดยใช้เทคนิค Item - total Correlation ซึ่ง แรงตั้งได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.857 - 0.878 และแรงผลึกได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.847 - 0.898 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามฉบับร่าง (Reliability) ใช้การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) โดยมีค่าความเชื่อมั่นแรงตั้งอยู่ระหว่าง 0.807 - 0.841 และแรงผลึกอยู่ระหว่าง 0.827 - 0.854 ซึ่งสอดคล้องตามวิธีของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficients) ที่ให้เหตุผลว่าหากได้ผลการประเมินเข้าใกล้ 1 แสดงว่าสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการลงพื้นที่เก็บข้อมูลงานวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลครบตามจำนวนของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากการเก็บข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูล 5 เดือน ทำการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนตามจำนวน และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับตอบคืนครบตามจำนวน คิดเป็น 100 % ซึ่งสอดคล้องกันอังเคอร์ कुमार (Kumar, 2001) ที่กล่าวว่า การส่งแบบสอบถามมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อย 20 % ถือว่ายอมรับได้ที่จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้ ตอนที่ 1 และ ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความคิดเห็นแรงดึงดูดและแรงผลักดัน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ตอนที่ 4 เปรียบเทียบแรงจูงใจด้านแรงผลักดันและแรงดึงดูดในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน ด้วยการวิเคราะห์ สถิติที่ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ย การทดสอบด้วยกระบวนการทางสถิติ t-test สำหรับตัวแปรสองกลุ่ม และ F-test สำหรับตัวแปรมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป ซึ่งสาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติดังกล่าวเนื่องจากผลการศึกษาในลักษณะดังกล่าวของพื้นที่ที่มีการศึกษามีการศึกษาจำนวนน้อย และเทคนิคการวิเคราะห์ความแปรปรวนเป็นการทดสอบว่าจะมีค่าเฉลี่ยของประชากรและกลุ่มแตกต่างกันหรือไม่

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่าผู้ที่เดินทางมาในพื้นที่ที่ทำการศึกษาร้อยละ 62.0 มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 73.4 สถานภาพโสด ร้อยละ 57.7 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 67.7 ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 46.9 มีรายได้ อยู่ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.9 เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ร้อยละ 32.1 และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทาง ร้อยละ 76.1 เดินทางมากับครอบครัว ร้อยละ 78.4 มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 76.3 และจะกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวอีก ซึ่งมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในด้านความดึงดูดทางการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.39$, S.D.=0.74) โดยนักท่องเที่ยวมีแรงดึงดูดที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวจากความเจียบสงบและความเป็นธรรมชาติสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด ($\bar{X}=4.35$, S.D.= 0.66) รองลงมา คือ ด้านชื่อเสียงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.76) และกิจกรรมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น แช่น้ำร้อน นวดตัว ชมทัศนียภาพ ($\bar{X}=4.29$, S.D.=0.75)

นอกจากนั้นมีความคิดเห็นต่อต่อแรงผลักดันที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.80) โดยนักท่องเที่ยวมีแรงผลักดันที่ทำให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด ($\bar{X}=4.37$, S.D.=0.76) รองลงมา คือ เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดการทำงาน ($\bar{X}=4.36$, S.D.=0.78) และเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูและส่งเสริมสุขภาพ ($\bar{X}=4.30$, S.D.=0.76)

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าจากการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่มี

ประชากรสองกลุ่ม พบว่า เพศ ที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่มีประชากรมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป พบว่า อายุ สถานภาพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบค่าที (T-test)

ตัวแปร	สถิติที่ใช้	แรงผลักดัน	แรงดึงดูด	ผลการทดสอบ
เพศ	T-test	.631*	.757	ปฏิเสธ

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ < 0.05

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test)

ตัวแปร	สถิติที่ใช้	แรงผลักดัน	แรงดึงดูด	ผลการทดสอบ
อายุ	F-test	.698	.984*	ปฏิเสธ
สถานภาพ	F-test	.447	.434	ปฏิเสธ
รายได้	F-test	.588*	.646	ปฏิเสธ

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ < 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขา

ชายแตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี 51 - 60 ปี และ 61 ปีขึ้นไป มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอายุ 20 ปี สำหรับนักท่องเที่ยวอายุ 51 - 60 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสนน้อยกว่านักท่องเที่ยวอายุ 21 - 30 ปี สำหรับนักท่องเที่ยวอายุ 31 - 40 ปีมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสนน้อยกว่านักท่องเที่ยวอายุ 51-60 ปี สำหรับนักท่องเที่ยวอายุ 61ขึ้นไป ปีมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสนน้อยกว่านักท่องเที่ยวอายุ 51-60 ปี จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะมีแรงจูงใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมาก อาจเป็นเพราะความอยากรู้อยากเห็น และตื่นเต้นกับสิ่งใหม่ที่ผ่านเข้ามาในชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Wongthaweesub (2007) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่มีความต้องการพักผ่อน หรือต้องการความตื่นเต้นที่จะทำให้ได้ได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่ที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนที่มีความเกี่ยวข้องกับการนำความน่าสนใจและความดึงดูดใจของสถานที่มามีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณบ่อน้ำพุร้อน

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสนแตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพหย่าร้าง มีระดับแรงจูงใจน้อยกว่า สถานภาพ โสด และสมรส ส่วนสถานภาพโสดมีระดับแรงจูงใจน้อยกว่าสถานภาพสมรส ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเดินทางในการท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางและบุคคลในกลุ่มที่มีศักยภาพโสดอาจมีความคล่องตัวในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว หรือมีข้อจำกัดในค่าใช้จ่ายและการเดินทางที่น้อยกว่าสถานภาพด้านอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับ Phisertsalasai (2009) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสและหย่าร้างมีแรงจูงใจต่อตลาดน้ำบางน้อยจังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าสถานภาพของนักท่องเที่ยวที่วัยนั้นส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว อาจเป็นเพราะในบางครั้งกิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะบ่อน้ำพุร้อนนั้นเหมาะกับการมีกิจกรรมร่วมกันมากกว่าการเป็นกิจกรรมส่วนตัวหรือกิจกรรมที่มีลักษณะการใช้ชีวิตเพียงลำพัง เนื่องจากในหลายๆ สถานการณ์ ความแตกต่างทางด้านสถานภาพนั้นจะส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางไปท่องเที่ยว ดังนั้นการตัดสินใจแบบกลุ่มหรือการมีสถานภาพสมรสจะส่งผลต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวได้มากกว่าสถานภาพในลักษณะอื่น ๆ ซึ่งในทางทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์การตัดสินใจลักษณะดังกล่าวถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่เกิดขึ้นก่อนปัจจัยดึงดูดที่จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายมากขึ้น

นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสน แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มี ต่ำกว่า 10,000 บาท มีระดับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเขาชัยสนน้อยกว่า 30,001 – 40,000 บาท อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงอาจมีความสามารถเดินทางได้สะดวกกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Buaphueak (2007) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจต่อแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

องค์ความรู้ใหม่และการนำไปใช้ประโยชน์

จากผลการศึกษาข้างต้นเกิดองค์ความรู้ที่เป็นข้อมูลในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของนักท่องเที่ยววัยนั้น ในด้านอายุนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุที่หลากหลายไม่ได้เป็นเหตุผลสำคัญที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมในการเดินทางมายังพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว กล่าวคือ ไม่ว่านักท่องเที่ยวหรือกลุ่มบุคคลที่มีอายุที่ไม่เหมือนกันก็ยังคงที่ต้องการเดินทางมาใช้บริการหรือเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน แต่ในขณะเดียวกัน

สถานภาพที่ไม่เหมือนกันกลับส่งผลทำให้เกิดการเดินทางมาในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกัน ซึ่งในประเด็นดังกล่าวอาจกล่าวได้ว่าปัจจัยในการเดินทางที่สำคัญนั้นก็คือสถานภาพ เช่น บุคคลที่มีสถานภาพสมรส อาจจะมีโอกาสในการเดินทางมาใช้เวลาหรือทำกิจกรรมกับครอบครัวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว มากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพโสดเนื่องจากแรงจูงใจที่จะถูกกระตุ้นจากกลุ่มที่มีสถานภาพโสดนั้นการเดินทางในบางครั้งอาจจะมีระดับแรงจูงใจที่ไม่เข้มข้นมากพอที่จะกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อยน้ำพุร้อน สำหรับด้านรายได้ของนักท่องเที่ยวนั้นถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเนื่องจากค่าใช้จ่ายระหว่างเดินทางบ่อยน้ำพุร้อนในบางครั้งอาจจะไม่ได้มีราคาสูง但是对于นักท่องเที่ยวบางกลุ่ม ก็ไม่สะดวกหรือมีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวได้ไม่มากพอ ดังนั้นหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลเขาชัยสน จึงควรมีการควบคุมราคาสินค้าการบริโภคหรือสินค้าทางการท่องเที่ยวในมีครอบคลุมและตอบสนองต่อความต้องการในการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด เนื่องจากเหตุผลสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมานั้นคือการมีความเชื่อที่ว่าบ่อน้ำพุร้อนสามารถที่จะรักษาโรคได้จากภูมิปัญญาหรือสิ่งที่มาจากธรรมชาติ นอกจากนั้นจากผลการศึกษาดังกล่าวองค์การบริหารส่วนตำบลเขาชัยสนสามารถนำองค์ความรู้ไปเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการส่งเสริมจากการสร้างแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว อำเภอเขาชัยสนได้ในอนาคต

สรุป

น้ำพุร้อนเขาชัยสนมีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นแอ่งตื้นเชิงเขาอยู่บริเวณเชิงเขาชัยสน ดังนั้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในส่วนของการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และการสร้างกิจกรรมในพื้นที่นั้นจากผลการศึกษาที่พบว่า เพศ อายุ สถานภาพ และรายได้ที่ต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่างกันนั้น พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญในการพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย เนื่องจากผลของการศึกษาตัวแปรในแต่ละด้านที่มีความต้องการที่แตกต่างกันนั้น พื้นที่จึงควร

ออกแบบกิจกรรมที่ครอบคลุมตามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ให้มีความครอบคลุมมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอันจะส่งผลทำให้เกิดการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งในอนาคต ซึ่งจากความสำคัญจึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความจำเป็นที่จะต้องมีการวางแผนจากการใช้ข้อมูลในประเด็นของแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งหน่วยงานที่ดูแลควรให้ความสำคัญกับการรักษารายการความเป็นส่วนตัวและความเป็นธรรมชาติสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้จุดประสงค์ในการเดินทางมาของนักท่องเที่ยวที่ต้องการการพักผ่อนได้รับการตอบสนองมากที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาลักษณะบทบาทจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะมีผลต่อชุมชนเนื่องจากหากในอนาคตมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวแล้วชุมชนอาจได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงไปในด้านต่างๆ เช่น ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

2. ควรมีการศึกษาวิชาชีพเชิงคุณภาพของมิติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ในประเด็นการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่เพื่อที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมาเป็นความต้องการของคนในท้องถิ่น

3. ในการนำผลการศึกษาไปปรับใช้กับหน่วยงานการท่องเที่ยวในพื้นที่เขาชัยสนสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาเป็นส่วนประกอบการวางแผนการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับผู้มาใช้บริการหรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากจังหวัดใกล้เคียงทั้งนี้ก็เพื่อทำให้เกิดผลกระทบจากการเดินทางน้อยที่สุด

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมการบริการและนวัตกรรมภาษา คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตลอดจนได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ เพื่อให้การวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์ขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Buaphueak, S. (2007). *Thai Tourists' Behavior and Satisfaction Towards Tourist Attractions in Koh Kred Nonthaburi Province* [Unpublished master's thesis]. Srinakharinwirot University.
- Chatkul, N. (2012). *Tourism Industry*. Chulalongkorn University.
- Cohen, J. (1977). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (Rev. ed.). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Dalen, J. E., & Alpert, J. S. (2019). Medical tourists: Incoming and outgoing. *The American Journal of Medicine*, 132(1), 9–10. <https://doi.org/10.1016/j.amjmed.2018.06.022>
- Dann, G. M. (1981). Tourist Motivation an Appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8, 187-219. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90082-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90082-7)
- Department Of Mineral Resources. (2016). *Types and benefits of soaking in hot springs*. http://www.dmr.go.th/ewtadmin/ewt/dmr_web/main.php?filename=type.

- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G. & Buchner, A., (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175-191. <https://doi.org/10.3758/bf03193146>.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A. & Lang, A. G., (2009). G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analysis. *Behavior Research Methods*, 41(4), 1149-1160. <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>
- Han, H., Lee, M. J., Chua, B. L., & Kim, W. (2019). Triggers of traveler willingness to use and recommend eco-friendly airplanes. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 38, 91–101. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.01.001>
- Hoz-correa, A. D. L. & Munoz-Leiva, F. (2019). The role of information sources and image on the intention to visit a medical tourism destination: a cross-cultural analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(2), 204-219. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1507865>
- Jermnasiri, N. (2012). *Agricultural tourism development*. Thailand Center of Excellence in Physics.
- Khao Chaison Subdistrict Administrative Organization. (2016). *Khao Chaison Hot Spring*. <http://khaochaison.go.th/?p=4202>.
- Kumar, A., Roach, C., Hirsh, I. S., Turley, S., Dewalque, S., Michels, P. A.M. & Hol, W. G.J. (2001). An unexpected extended conformation for the third TPR motif of the peroxin PEX5 from *Trypanosoma brucei*. *J Mol Biol*, 307(1), 271-82. <https://doi.org/10.1006/jmbi.2000.4465>

- Muskat, B., Hortnagl, T., Prayag, G., & Wagner, S. (2019). Perceived quality, authenticity, and price in tourists' dining experiences: Testing competing models of satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 25(4), 480–498. <https://doi.org/10.1177/1356766618822675>
- Office of the National Economics and Social Development Council. (2017). *Draft 20-year national strategy (2017-2036)*. www.nesdb.go.th/download/document/SAC/NS_Draftplan-Aug2017.pdf
- Permanent Secretary of Ministry of Tourism and Sports. (2016). *Tourism economic report*. http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7622.
- Phisertsalasai, P. (2009). *Behavior and motivation of Thai tourists towards Bang Noi Floating Market Samut Songkhram Province* [Unpublished master's thesis]. Nakhon Pathom University.
- Taheri, B., Chalmers, D., Wilson, J., & Arshed, N. (2020). Would you really recommend it? Antecedents of word-of-mouth in medical tourism. *Tourism Management*, 83, 104-209. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104209>
- Theeranon, S. & Sopolcharasakul, P. (2016). creative tourism Choices - Survival of Thai tourism. *Pathumthani University Academic Journal*, 8(2), 206 - 215.
- Worakulwit, S. (2015). *Tourism Industry*. Pimwaw.
- Wongthaweesub, C. (2007). *Tourist satisfaction with tourist attractions Nakhon Pathom* [Unpublished master's thesis]. Nakhon Pathom Rajabhat University.

Zhi, G. Y. J., Flaherty, G. T., & Hallahan, B. (2019). Final journeys: Exploring the realities of suicide tourism. *Journal of Travel Medicine*, 26(3), <https://doi.org/10.1093/jtm/taz016>