



**ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุ
ร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่**

**The Impact of Health Consciousness toward Intention to Visit
Saline Hot Spring in Klongthom District, Krabi Province**

เฉลิมศักดิ์ ตั้งชีวะวัฒนกุล

CHALERMSAK TANGCHIVAWATTANAKUL

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Business Administration, Prince of Songkla University

2559

ชื่อสารนิพนธ์ ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม
อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่
ผู้เขียน นายเฉลิมศักดิ์ ตั้งชีวะวัฒนกุล
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

คณะกรรมการสอบ

.....
(ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์)

.....ประธานกรรมการ
(ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์)

.....กรรมการ
(ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ)

.....กรรมการ
(ดร.สุนันทา เหมทานนท์)

.....
(ดร.ธนาวุธ แสงกาสนีย์)
ผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ชื่อสารนิพนธ์ ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอ
คลองท่อม จังหวัดกระบี่

ผู้เขียน นายเฉลิมศักดิ์ ตั้งชีวะวัฒนกุล

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2558

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจมาเที่ยวน้ำพุร้อนเค็ม จังหวัดกระบี่ (2) ความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ (3) ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อมจังหวัดกระบี่เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ จำนวน 384 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร และทดสอบผลกระทบด้วยการวิเคราะห์ถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.73 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.58 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.69 การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 51.04 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.05 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 54.95 มีระดับความใส่ใจสุขภาพในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.74 และมีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่อยู่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.97

จากการศึกษา พบว่า ความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยวมีผลกระทบเชิงบวกต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม มีค่าเท่ากับ 0.441 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความใส่ใจสุขภาพสามารถพยากรณ์ความตั้งใจมาเที่ยวน้ำพุร้อนเค็ม 54.70% มีความสัมพันธ์ระดับกลาง เมื่อความใส่ใจสุขภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ส่งผลให้ความตั้งใจมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.441 หน่วย ดังนั้นหากภาครัฐและผู้ประกอบการต้องการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้ำพุร้อนเค็มมากขึ้น จะต้องนำเสนอเรื่องคุณสมบัติของนักท่องเที่ยว เพราะความใส่ใจสุขภาพมีอิทธิพลต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม

Minor Thesis Title	The Impact of Health Consciousness toward Intention to Visit Saline Hot Spring in Klongthom District, Krabi Province
Author	Mr. Chalernsak Tangchivawattanakul
Major Program	Business Administration
Acedamic Year	2015

Abstract

The research aims to study a) Health consciousness of visitors who intend to visit Saline Hot Spring in Klongthom District, Krabi Province b) Intention to Visit Saline Hot Spring in Klongthom District, Krabi Province c) The Impact of Health Consciousness toward Intention to Visit Saline Hot Spring in Klongthom District, Krabi Province. The 384 of valid and reliable self – administered questionnaires are used to collect data from samples. Frequency, percentage, average, and standard deviation are analyzed. Futher, ANOVA, Correlation, and Regresstion are tested.

The results show that the sample mostly is 55.73 percent female, aged 30-39 years 39.58 percent, the average monthly income more than 30,000 baht 29.69 percent, a bachelor's degree 51.04 percent, Private enterprise employee 45.05 percent, 3-4 family members 54.95 percent. The level of health consciousness is high with average score 3.74. Their intention to visit Saline Hot Spring in Klongthom District, Krabi Province is also high with average score 3.97.

The study shows that the tourists who concern about their health consciousness are impacted positively to their intension to visit Saline Hot Spring, the value is 0.441 and also singnificantly in level of 0.05. The potential of prediction between the health consciousness and intension to visit is 54.70 % . The health consciousness moderately influence to intension to visit Saline Hot Spring. Whenever the health consciousness increase of 1 unit that will effect to their intention to visit Saline Hot Spring increase 0.441 unit. So, if the government and entrepreneurs would like to encourage the tourists to visit Saline Hot Spring, they would be provide the tourists more benefits advantage of Saline Hot Spring to tourists's health because of the health consciousness are impacted to their intension to visit Saline Hot Spring.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณาความช่วยเหลือรวมทั้งการให้คำแนะนำและกำลังใจที่ดีจากบุคคลดังต่อไปนี้

อาจารย์ที่ปรึกษาและประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์ ที่ได้เสียสละเวลาเริ่มตั้งแต่ต้นดำเนินการจนเสร็จสมบูรณ์เป็นผู้ให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาจึงขอกราบขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ที่ช่วยเหลือส่งเสริมสนับสนุนและมอบกำลังใจที่เต็มเปี่ยมแก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนสารนิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ และ ดร.สุนันทา เหมทานนท์ ที่ได้สละเวลาในการให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องของสารนิพนธ์เล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์คณะวิทยาการจัดการหลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้มอบความรู้เปิดมุมมองโลกทัศน์ใหม่เปลี่ยนทัศนคติและแนวทางในการดำเนินชีวิตอันเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างมาก

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆและน้องๆจาก MBA ทุกคนที่คอยให้คำแนะนำความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการจัดทำสารนิพนธ์เล่มนี้รวมทั้งคอยช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงผ่านไปด้วยดีเสมอมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่เสียสละเวลาตอบแบบสอบถามเพื่อทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้

คุณประโยชน์ที่พึงได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบตอบแทนคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และที่สำคัญคือครอบครัวของผู้วิจัยที่เห็นความสำคัญของการศึกษาตลอดจนคอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยให้สามารถฝ่าฟันอุปสรรคให้ผ่านพ้นไปได้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อผู้ที่สนใจต่อไป

เฉลิมศักดิ์ ตั้งชีวะวัฒนกุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
Abstract	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
แนวคิดเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพ	7
แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจท่องเที่ยว	11
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	13
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับน้ำพุร้อนเค็ม	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
กรอบแนวคิด	17
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	18
ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง	18
รูปแบบการวิจัย	19
เครื่องมือในการวิจัย	20
การวิเคราะห์ข้อมูล	23
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	24
ข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม	25
การวิเคราะห์ความใส่ใจสุขภาพและความตั้งใจมาท่องเที่ยว	29
การวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลทั่วไป	30

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยว	39
บทที่ 5 สรุปผลและอภิปรายผล	41
สรุปผลการวิจัย	41
อภิปรายผล	42
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	44
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	44
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก	48
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	
ประวัติผู้วิจัย	55

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 แสดงข้อมูล ความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว	25
4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสุขภาพ	29
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความตั้งใจมาท่องเที่ยว	29
4.4 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	30
4.5 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามอายุ	30
4.6 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่	31
4.7 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามอายุ	31
4.8 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา	32
4.9 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษาเปรียบเทียบรายคู่	32
4.10 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยว จำแนกตามอาชีพ	33
4.11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	34
4.12 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยวตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวเปรียบเทียบรายคู่	34
4.13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยว	35
4.14 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบรายคู่	35
4.15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว	36
4.16 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยว จำแนกตามจำนวนความถี่ โดยเปรียบเทียบรายคู่	36
4.17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกสิ่งสำคัญทำให้มีความตั้งใจ	37
4.18 แสดงการทดสอบความแตกต่างความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว	37
4.19 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยว จำแนกตามลักษณะท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบรายคู่	38
4.20 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่ายผลกระทบของความสุขภาพต่อความตั้งใจมาเที่ยว	39
4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความสุขภาพและความตั้งใจมาท่องเที่ยว	39

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แผนภูมิแสดงมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก พ.ศ.2556	2
1.2 แผนภูมิแสดงมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิภาคเอเชียใต้และตะวันออกเฉียงใต้ พ.ศ.2556	3
2.1 กรอบแนวคิด	17

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

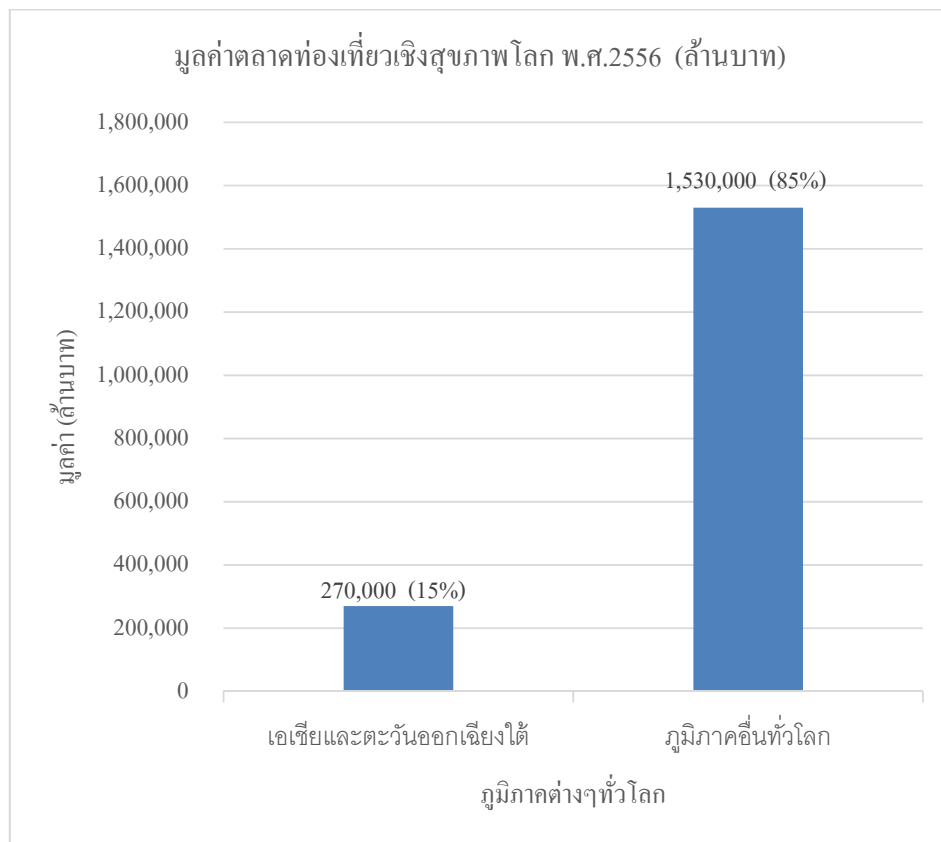
การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่งแต่เดิมมิได้เกี่ยวข้องกับระบบธุรกิจโดยตรง เพราะจุดประสงค์สำคัญของนักท่องเที่ยวเพียงต้องการพักผ่อนหลังจากประกอบภาระงาน แต่เมื่อจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น เศรษฐกิจเจริญก้าวหน้ามากขึ้น การดำเนินชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม มนุษย์มีภาระหน้าที่หรือกิจกรรมต่างๆ ที่ต้องรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดความต้องการที่จะท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ประกอบกับการคมนาคมและระบบการขนส่งที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้การเดินทางมีความสะดวกและรวดเร็วขึ้นกว่าในอดีต ส่งผลให้การพัฒนาและขยายแหล่งท่องเที่ยวจึงไม่ได้เป็นเพียงการสนองความต้องการของจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่จะเป็นการประกอบกันที่เป็นไปในรูปของระบบธุรกิจโดยตรง ทั้งในระดับท้องถิ่นระดับชาติ และความร่วมมือระหว่างประเทศ

การท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก ซึ่งได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในทุกภูมิภาคของโลก ในปี พ.ศ. 2483 จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และเพิ่มขึ้นถึง 846 ล้านคนในปี พ.ศ. 2549 องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization หรือ UNWTO) ได้มีการพยากรณ์ไว้ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่าของปัจจุบันคือมากกว่า 1,500 ล้านคนทั่วโลก ซึ่งในอนาคตการพักผ่อนด้วยการท่องเที่ยวจะกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญต่อชีวิตของมนุษย์ในยุคโลกาภิวัตน์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

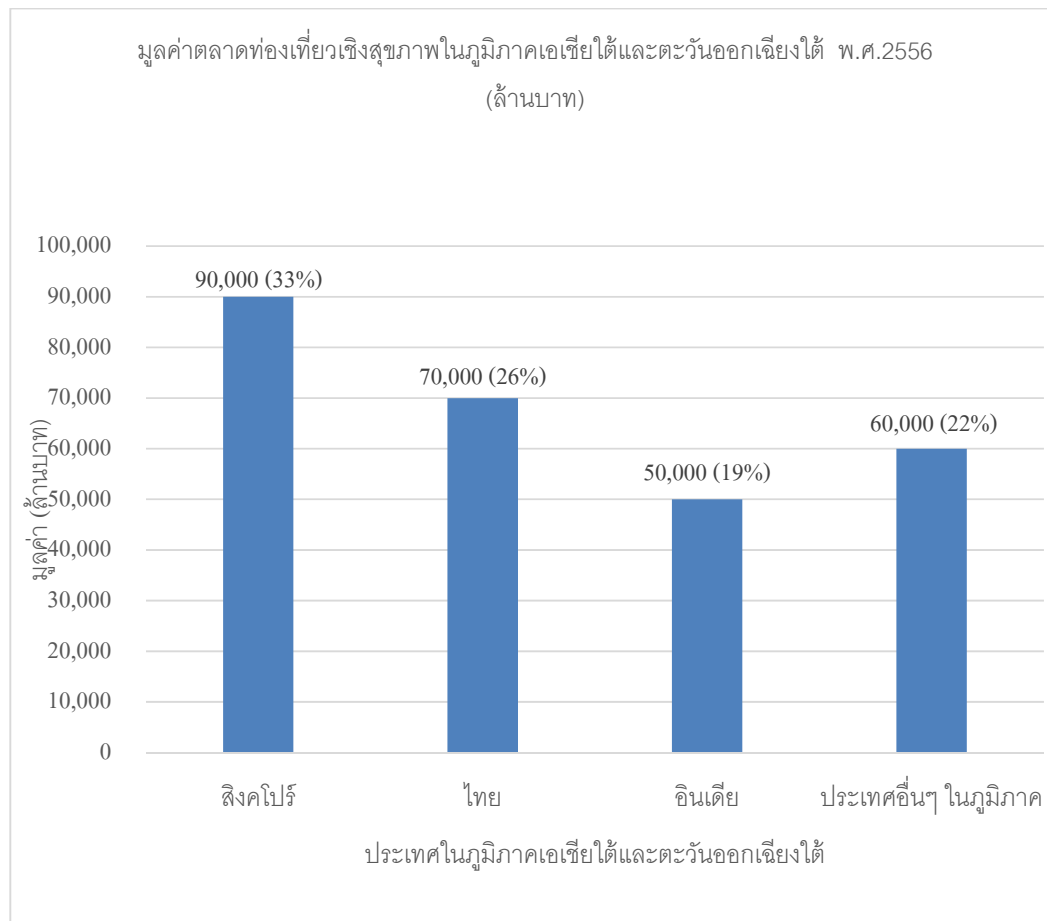
ปัจจุบันแนวโน้มในการดูแลสุขภาพของผู้คนนั้นกำลังตื่นตัว การเติบโตรวมของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกและภูมิภาคเอเชียยังอยู่ในอัตราสูงอย่างต่อเนื่องที่ประมาณ 20% และ 28% ตามลำดับ (ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 – 2559, 2555)

ข้อมูลในการศึกษาเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ.2556 ที่ผ่านมามีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยกว่า 12.75 ล้านคน

เพิ่มขึ้นประมาณ 20% โดยภูมิภาคเอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ครองส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 15 ของมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกหรือคิดเป็นมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชียใต้และตะวันออกเฉียงใต้ มีประเทศผู้ให้บริการด้านสุขภาพที่สำคัญ คือ สิงคโปร์ ไทย อินเดียมาเลเซีย และฟิลิปปินส์ โดยสิงคโปร์มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดโดยมีสัดส่วนร้อยละ 33 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 90,000 ล้านบาท รองลงมา คือ ไทยสัดส่วนร้อยละ 26 คิดเป็นมูลค่าประมาณ 70,000 ล้านบาทและอินเดีย สัดส่วนร้อยละ 19 คิดเป็นมูลค่าประมาณกว่า 50,000 ล้านบาท(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าตลาดทั้งโลกที่กว่า 1.8ล้านล้านบาท และจะยังคงมีแนวโน้มที่ดีและเติบโตในอนาคตจึงเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพ มีโอกาสเติบโต และตลาดที่ใหญ่มากจึงเป็นแรงดึงดูดให้นักลงทุนมีความสนใจในธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่มากนักน้อย



แผนภูมิที่ 1.1 แสดงมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก พ.ศ.2556
ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558)



แผนภูมิที่ 1.2 แสดงมูลค่าตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภูมิภาคเอเชียใต้และตะวันออกเฉียงใต้ พ.ศ.

2556

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558)

วารีบำบัด (Hydrotherapy) ถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรูปแบบการท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพรูปแบบหนึ่ง เป็นการนำเอาคุณสมบัติของน้ำมาใช้เฉพาะเจาะจง เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยวารีบำบัดนั้นมีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ปัจจุบันมีการนำเอาวารีบำบัดมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งการรักษาโรคเสริมสุขภาพ เสริมความงาม (รพ.เกษมราษฎร์, บทความเพื่อสุขภาพ, 2557)

ศาสตร์ในการใช้น้ำทะเลเพื่อเยียวยารักษาสุขภาพมีมากกว่า 4,000 ปีแล้ว เรียกกันว่า Thaiassotherapy เป็นการใช้น้ำทะเลรักษาอาการเจ็บป่วยหลายชนิด เช่น ปวดกล้ามเนื้อหรือโรคข้อ ในยุคปัจจุบัน แพทย์และ

นักวิทยาศาสตร์ได้ศึกษากันอย่างจริงจัง ถึงเหตุที่ทำให้น้ำทะเลมีประโยชน์ต่อการรักษาสุขภาพ และพบว่า น้ำทะเลอุดมไปด้วยแร่ธาตุ และวิตามินมากมายที่ร่างกายต้องการ

จังหวัดกระบี่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวมาเยือนไม่น้อยกว่า 2 ล้านคน สร้างรายได้ด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศไม่ต่ำกว่า 30,000 ล้านบาทต่อปี มากเป็นลำดับที่ 5 ของประเทศ รองจาก กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี และ เชียงใหม่ การเติบโตทางการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างต่อเนื่อง เกิดผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของจังหวัดในภาพรวม ด้วยเหตุนี้กระบี่จึงเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ทางการท่องเที่ยวของประเทศและของโลกและเป็นพื้นที่เป้าหมายสำคัญของรัฐบาลในการสร้างรายได้ในการท่องเที่ยวให้กับประเทศ ("ปฏิญญา การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่สู่ความยั่งยืน", 2556)

นอกจากจังหวัดกระบี่จะมีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่น่าสนใจเป็นที่รู้จักในระดับโลกแล้ว แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่น่าสนใจและหาได้ยาก คือ แหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อ.คลองท่อม จ.กระบี่ซึ่งเป็นแหล่งน้ำพุที่มีทั้งความร้อน อุณหภูมิเฉลี่ย 40-47 องศาเซลเซียส และส่วนผสมของเกลือแร่ในปริมาณที่สูงเพราะอยู่ใกล้ทะเล น้ำมีรสชาติเค็มเหมือนน้ำทะเล เป็นการผสมผสานระหว่างวาริบำบัดและการใช้น้ำทะเลเพื่อรักษาสุขภาพควบคู่กันไป ข้อเท็จจริงที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทั้งเรื่องวาริบำบัด และการใช้น้ำทะเลบำบัด เป็นข้อมูลที่สนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเค็มเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นั่นคือ น้ำพุที่มีทั้งความร้อน อุณหภูมิเฉลี่ย 40-47 องศาเซลเซียส และส่วนผสมของเกลือแร่ในปริมาณที่สูงเพราะอยู่ใกล้ทะเล น้ำมีรสชาติเค็มเหมือนน้ำทะเล

ผู้ศึกษาเล็งเห็นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพระดับโลก และสนใจตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี จึงต้องการศึกษาวิจัยเพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ประกอบการตัดสินใจของนักลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเค็มให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่มีศักยภาพระดับโลกในจังหวัดกระบี่ควรได้รับการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งจากทางภาครัฐและเอกชนให้สามารถรองรับการหมุนเวียนของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และการกระจายรายได้สู่สังคมอย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจมาเที่ยวน้ำพุร้อนเค็ม จังหวัดกระบี่
2. เพื่อศึกษาความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อมจังหวัดกระบี่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบระดับความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันเพื่อใช้ประกอบการนำเสนอแนวทางการพัฒนา การลงทุน ในพื้นที่แหล่งน้ำพุร้อนเค็ม
2. นักวิชาการและผู้ประกอบการ ได้ทราบถึงผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อมจังหวัดกระบี่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนและผู้ประกอบการที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยว
3. ผู้ประกอบการ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจมาท่องเที่ยวมากขึ้น

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อมจังหวัดกระบี่
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่รู้จักแหล่งน้ำพุร้อนเค็มจังหวัดกระบี่
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่
4. ขอบเขตด้านเวลา เก็บข้อมูลตั้งแต่ ธันวาคม พ.ศ.2558 - กุมภาพันธ์ 2559

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความใส่ใจสุขภาพ หมายถึง ระดับการตระหนักถึงสุขภาพของตนเองในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ
ในชีวิตประจำวัน

ความตั้งใจมาท่องเที่ยว หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวมีข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพียงพอจะ
นำไปสู่การตัดสินใจมาท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ผลกระทบของความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวที่เขื่อนน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อมจังหวัดกระบี่ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

แนวคิด และทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพ
2. แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
4. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับน้ำพุร้อนเค็ม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิด

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพ

ความหมายของความใส่ใจสุขภาพ

Jayanti, & Burns (1998) กล่าวว่า ความใส่ใจสุขภาพ หมายถึง ระดับของการตระหนักในเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพในการดำรงชีวิตประจำวัน

Schifferstein, & Oude Ophuis (1998) ให้ความหมายของความใส่ใจสุขภาพไว้ว่า หมายถึงระดับความปรารถนาของบุคคลในการปฏิบัติเพื่อสุขภาพของตนเองและการเตรียมแสดงออกถึงพฤติกรรมเพื่อสุขภาพ

Mendez (2003) กล่าวว่า ความใส่ใจสุขภาพ หมายถึง ระดับของการให้ความสำคัญต่อสุขภาพซึ่งเป็นการกระตุ้นจากภายในตัวของแต่ละบุคคลและสะท้อนออกมาทางความคิดและทางร่างกาย

Kraft, & Goodell (1993) ระบุว่า ความใส่ใจในสุขภาพของบุคคลเป็นสิ่งที่แสดงถึงคุณภาพของชีวิต โดยบุคคลจะมีการแสดงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพตนเองอย่างชัดเจน ซึ่งแสดงถึงแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ หากบุคคลไม่ตระหนักหรือไม่ใส่ใจในสุขภาพของตนเองจะแสดงพฤติกรรมที่ตรงข้าม เช่น การไม่อ่านฉลากก่อนซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น (Jayanti, & Burns, 1998)

Jayanti, & Burns (1998) กล่าวว่า กระแสการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้บริโภคในยุค 2009" พบว่าแนวโน้มด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้บริโภคทั่วโลก มีความแตกต่างจากในอดีต โดยผลวิจัยชี้ให้เห็นว่ากระแสสุขภาพทั่วโลกไม่ได้หยุดแค่เรื่องของการรักษา โรค หรือร่างกายให้สมบูรณ์แข็งแรง เท่านั้น แต่ยังหันมาให้ความสนใจเรื่องของการป้องกันและดูแลสุขภาพก่อนที่จะมีการเจ็บ ป่วย รวมถึงรักษาสุขภาพจิตใจให้สมบูรณ์และแข็งแรง (บริษัท มายด์แชร์ จำกัด, 2009) สอดคล้องกับข้อมูลผ่านสื่อและงานเขียนทางวิชาการจำนวนมาก (Kraft & Goodell, 1993) ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงป้องกัน (Preventive Healthcare Behavior)

Shailaja Bhanggale (2009) ได้ให้ความหมายของคำว่า สุขภาพ (Health) ว่าเป็น สภาวะของร่างกาย คนเราไม่ว่าจะเจ็บป่วยหรือไม่ และคำว่า ความตระหนักรู้ (Consciousness) หมายถึง ความรู้หรือความเข้าใจถึงสิ่งที่มีอยู่หรือมีความสำคัญ ดังนั้นความใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness) จึงหมายถึง ความเชื่อหรือความคุ้นเคยส่วนบุคคลในเรื่องสุขภาพมากกว่าจะสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การสูบบุหรี่ การควบคุมน้ำหนัก ความใส่ใจสุขภาพคือแง่มุมสำคัญที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาสังคม โดยความใส่ใจสุขภาพประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การผสมผสานของพฤติกรรมสุขภาพ
2. ความดูแลเอาใจใส่สุขภาพของตน
3. การหาและประยุกต์ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ
4. ความรับผิดชอบสุขภาพส่วนบุคคล
5. แรงจูงใจในเรื่องสุขภาพ

จึงกล่าวได้ว่า “ความใส่ใจสุขภาพ” คือ ระดับของการให้ความสำคัญและตระหนักเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองโดยการเตรียมความพร้อมเพื่อการดูแลสุขภาพของตนเอง ทั้งด้านความคิดและพฤติกรรมที่จะแสดงออก

การแบ่งกลุ่มความใส่ใจสุขภาพ

การแบ่งส่วนตลาดใหม่ซึ่งแบ่งตามระดับความใส่ใจสุขภาพ (Health Conscious) และ ความมั่งคั่งของลูกค้ำ (Wealth) ที่จะสามารถจ่ายใช้สอยบริการเพื่อสุขภาพต่างๆ สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ (จักรกฤษณ์ ทิวาศุภชัย,2551)

1.กลุ่มที่มีการคำนึงถึงสุขภาพสูงและก็มีเงินทองมากเพียงพอที่จะใช้จ่ายบริการเพื่อสุขภาพ(Healthy and Wealthy) ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ทุกกิจการปรารถนาทั้งในกิจการโรงพยาบาล ประกันชีวิต ประกันภัย หรือ สถาบันการเงินประเภทต่างๆ เพราะคนกลุ่มนี้ยินดี เต็มใจและมีศักยภาพสูงที่จะใช้จ่ายในบริการสุขภาพรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะช้บชื้อน หูหรธา ไฮเทค หรือแพงเพียงใด

ดังนั้น การนำเสนอบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพให้กับลูกค้ำกลุ่มนี้ มักต้องมีความหลากหลาย โดยจะมุ่งเน้นตั้งแต่บริการด้านการป้องกัน เสริมสร้างสุขภาพที่ดีเชิงองค์รวม โดยเน้นเทคโนโลยีทางการแพทย์สมัยใหม่ที่ได้รับการยอมรับกันมาแล้วทั่วโลก

2.กลุ่มที่คำนึงถึงสุขภาพสูงและอาจจะไม่มั่งคั่งนักไม่มีเงินทองเหลือเฟือสำหรับใช้จ่ายด้านสุขภาพอย่างเต็มที่ กลุ่มนี้อาจเรียกว่า “รักสุขภาพแบบพอเพียง” นั่นคือ ต้องการดูแลสุขภาพในราคาที่ประหยัดและพอจ่ายได้ โดยลูกค้ำกลุ่มนี้ มีความต้องการบริการทางสุขภาพใหม่ๆ อยากลองอยากได้นวัตกรรมใหม่ๆ มีอัตราการตอบรับนวัตกรรมทางสุขภาพสูง แต่มักเผชิญกับแรงกดดันทางการเงิน เนื่องจากค่าบริการทางสุขภาพมักจะพุ่งขึ้นสูงรวดเร็วกว่ารายได้ของคนกลุ่มนี้

3.กลุ่มที่มีความมั่งคั่ง สามารถใช้จ่ายได้ตามต้องการ แต่ไม่ค่อยใส่ใจหรือไม่ค่อยห่วงใยสุขภาพตนเองมากนักมักจะเป็นพวกที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ยังไม่เคยประสบปัญหาหนักๆ เกี่ยวกับสุขภาพมาก่อน จึงยังไม่เล็งเห็นความสำคัญ การเจาะตลาดกลุ่มนี้จะ ต้องกระตุ้นจูงใจให้ทราบถึงความจำเป็นและความสำคัญ โดยต้องเริ่มตั้งแต่การให้ความรู้และสร้างความตระหนักให้กับลูกค้ำ และเน้นการให้บริการเชิง “ป้องกัน” มากกว่า “รักษา”

4.กลุ่มไม่รวยและไม่ค่อยใส่ใจสุขภาพ การบริการที่จะเจาะตลาดกลุ่มนี้ได้ คือการบริการด้านสุขภาพแบบรักษาพื้นฐาน เน้นความประหยัด

การวัดระดับของความใส่ใจสุขภาพ

การใส่ใจสุขภาพ (Health Consciousness) เป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความรู้สึและการสำนึกถึงความใส่ใจสุขภาพ ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวกับ ด้านความรู้สึ ด้านอารมณ์ และด้านแนวโน้มที่จะกระทำ ดังนั้น การที่จะวัดระดับของความใส่ใจสุขภาพหรือการประเมินจึงต้องมีหลักการและวิธีการ

ตลอดจนเทคนิคเฉพาะจึงจะสามารถ วัดความรู้และอารมณ์ดังกล่าวให้ออกมาที่ตรงและเชื่อถือได้ (นริศ ทวีสุข, 2541: 39)

Fenigstein, A.I. (1995, อ้างถึงในเดือนเพ็ญ ทองน่วม 2534: 6) ได้พัฒนาแบบสอบถามโดยใช้ชื่อว่า “มาตรวัดความรู้ตัว” (Self – Consciousness Scale) เพื่อแยกแยะกลุ่มคนที่มักจะชอบหรือมีลักษณะ มุ่งตนเองอยู่ตลอดเวลาออกจากสภาวะ การตระหนักและใส่ใจในตนเองแบบชั่วคราวสามารถแยก ขอบเขตออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การใส่ใจในตนเอง หมายถึง การมุ่งตนเองที่ถูกเหนี่ยวนำจากภายนอก
2. ความรู้ตัว หมายถึง ความชอบ มุ่งความสนใจไปที่ตนเองเป็นปกติวิสัย

ชวาล แพรรัตนกุล (2526: 201) ได้กล่าวไว้ว่า ความใส่ใจสุขภาพ คือ ระดับของความตระหนักในเรื่องของสุขภาพ ซึ่งเป็นความรู้สึกว่ามีสิ่งนั้นอยู่ จำแนกการรับรู้ เพราะเป็นพฤติกรรมที่ละเอียดอ่อนเกี่ยวกับความรู้สึกและอารมณ์ ดังนั้นการที่จะทำการวัด และประเมินต้องมีหลักการและวิธีการดังนี้

1. วิธีการสัมภาษณ์ (Interview) อาจเป็นการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structure Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ที่มีคำถามและคำตอบไว้ให้เลือก หรืออาจเป็นแบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบป้อนคำถามแก่ผู้ถูกสัมภาษณ์ เพียงเล็กน้อย โดยการถามตอบแบบอิสระ
2. วิธีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)
3. แบบตรวจสอบรายการ (Checklist)
4. มาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale)

ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีข้อความหรือข้อความที่จะให้ผู้ตอบพร้อมทั้งคำตอบ ที่แสดงความเข้มข้นเกี่ยวกับเรื่องนั้น แบ่งเป็นระดับตั้งแต่ 3 ระดับขึ้นไป เช่น จากมากไปน้อย และจากสูงไปต่ำ

จากแนวคิดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความใส่ใจสุขภาพคือ ระดับของความตระหนักและใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ โดยเป็นการแสดงออกซึ่งความรู้สึก ความคิดเห็น ความสำนึก ซึ่งเป็นภาวะที่บุคคลเข้าใจและประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับตนเองได้โดยอาศัยเวลา เหตุการณ์ ประสบการณ์ หรือสภาพแวดล้อม อีกทั้งเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดความตระหนัก ผู้วิจัยเลือกกำหนดแบบสอบถามโดยใช้การวัดระดับความใส่ใจสุขภาพของประชากร แบบ Likert Scale โดยแบ่งทางเลือกให้ตอบได้ 5 ทาง คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งและมีความกว้างของอันตรภาคชั้น เพื่อใช้ในการแปลผลข้อมูลของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำความรู้เรื่องปัจจัย และองค์ประกอบที่มีผลต่อความใส่ใจในเรื่องของสุขภาพ ขั้นตอนและกระบวนการเกิดความใส่ใจสุขภาพ และการวัดระดับของความใส่ใจสุขภาพ ในการนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดแบบสอบถาม โดยใช้แนวคิดของเบรคเลอร์ (Bleckler) ที่ว่า ความใส่ใจสุขภาพเกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้าและเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งส่งผลต่อระดับความใส่ใจสุขภาพของบุคคล
2. อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) เป็นลักษณะทางอารมณ์ความรู้สึกด้านทัศนคติ ค่านิยม และความตระหนัก และเป็นองค์ประกอบในการประเมิน สิ่งเร้าต่างๆ ทำให้ระดับของความใส่ใจสุขภาพของแต่ละบุคคลแตกต่างกัน
3. พฤติกรรม (Behavior Component) หรือแนวโน้มของการกระทำ (Action Tendency) อันเป็นผลมาจากความคิดแล้วแสดงออกทางวาจา ท่าทาง และแสดงความรู้สึกออกมาในรูปแบบพฤติกรรมของบุคคลที่แตกต่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจท่องเที่ยว (Visiting Intentions)

ความหมายของความตั้งใจมาเที่ยว

Oliver (1997 อ้างใน Loureior, 2014) กล่าวว่า ความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมภายนอกนักท่องเที่ยวที่ทำให้บุคคลอื่นสังเกตจากการกระทำและสามารถสัมผัสได้ถึงความต้องการการตอบสนองความตั้งใจนั้น โดยมีปัจจัยต่างๆที่เป็นองค์ประกอบดังนี้

1. เป้าหมาย นักท่องเที่ยวต้องมีเป้าหมายการเดินทางครั้งนี้อยู่ในใจอยู่แล้วไม่ว่าจากข้อมูล การโฆษณา จากคนใกล้ชิด หรือสิ่งเล้าต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรม ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว
2. ความพร้อม นักท่องเที่ยวต้องมีวุฒิภาวะมีความสามารถในการทำกิจกรรมที่ตั้งใจไว้เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น เช่น มีเวลาสำหรับท่องเที่ยว มีสุขภาพร่างกายและจิตใจที่พร้อมสำหรับการเดินทาง
3. สถานการณ์ คือ เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางไม่มีอุปสรรคในการท่องเที่ยวครั้งนั้น เช่น ตั้งใจจะไปท่องเที่ยวทะเล ก็ควรจะเป็นเวลาที่คลื่นลมสงบ
4. การตอบสนอง เป็นการตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนตั้งใจไว้แล้วของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการเช่นการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุด การวางแผนการเดินทาง หรือจองที่พักหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้า

Loureiro (2014) พบว่า การสร้างประสบการณ์ที่ทอ้งเกี่ยวข้องผ่านความพึงพอใจและความทรงจำที่ดีจะส่งผลให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ต่อนักทอ้งที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความตั้งใจที่จะทอ้งเกี่ยวข้องเป็นแนวความคิดที่สามารถนำไปพัฒนารูปแบบให้บริการทอ้งเกี่ยวข้องตลอดจนนำไปพัฒนารูปแบบของธุรกิจเพื่อใช้เป็นแนวทางการสร้างความพึงพอใจของนักทอ้งที่เกี่ยวข้องได้ตรงตามความต้องการ

ในบริบทของแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจมาทอ้งเกี่ยวข้องนั้นอาจเชื่อมโยงได้กับแนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อที่มีผู้ได้เขียนและกล่าวไว้พอสังเขปเพื่อประกอบความเชื่อมโยงกันดังนี้

ณัฐริกา ภูววรรณ โธ (2542) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อ หมายถึง ความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าใดๆที่สามารถเข้าถึงความพึงพอใจในที่สุดผู้บริโภคคาดหวังไว้ ซึ่งจะเกิดขึ้นหลังจากที่ผู้บริโภคได้ประเมินตราสินค้านั้นแล้ว ซึ่งอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อตามมา รวมถึงพฤติกรรมการกลับมาซื้อสินค้าเดิมในอนาคต

Zeithaml, Berry, & Parasuraman (1990) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อเป็นการแสดงถึงการเลือกใช้บริการนั้นๆเป็นตัวเลือกแรก และเป็นมิติหนึ่งทีแสดงให้เห็นถึงความภักดีของลูกค้า

Howard (1994) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับจิตใจที่บ่งบอกถึงแผนการของผู้บริโภคที่จะซื้อตราสินค้าใดสินค้านึง ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ ความตั้งใจซื้อเกิดขึ้นมาจากทัศนคติที่มีต่อตราสินค้าของผู้บริโภคและความมั่นใจของผู้บริโภคในการประเมินตราสินค้าที่ผ่านมา

จากความหมายข้างต้นทำให้สรุปได้ว่า ความตั้งใจซื้อ หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้ประเมินตราสินค้าและการใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจในสินค้า รวมถึงการมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าและบริษัท ส่งผลให้เกิดการแสดงออกทางพฤติกรรมในเรื่องการซื้อสินค้า และบริการนั้นซ้ำๆ โดยเลือกที่จะใช้สินค้าจากผู้ผลิตรายเดิมเป็นตัวเลือกแรก

ปัจจัยสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของลูกค้า นั้นประกอบด้วย “ความพึงพอใจของลูกค้า” (Customer Satisfaction) ดังที่ Neal (1999) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจว่าสามารถนำไปสู่ความจงรักภักดีของผู้บริโภค โดยยังมีความพึงพอใจต่อสินค้ามากเท่าใด ระดับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าจะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเช่นกันและจะซื้อสินค้าในครั้งต่อไปในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น ความถี่ในการซื้อสูงขึ้น โดยจะอาศัยการหาข้อมูลที่น้อยลง อีกทั้งไม่สนใจในการส่งเสริมการขายที่เกิดขึ้นจากตราสินค้าอื่นอีกด้วย

นอกจากนี้ Moven (1998) กล่าวถึงกระบวนการของพฤติกรรมหลังการบริโภคไว้ว่า เมื่อผู้บริโภคได้รับสินค้ามาแล้ว ผู้บริโภคจำทำการใช้หรือบริโภคสินค้านั้น จากนั้นจะทำการประเมินหลังการใช้ว่าสินค้า

นั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ หากพบว่าสินค้านั้นเป็นที่พึงพอใจหรือเป็นไปตามความคาดหวังก็จะนำไปสู่การซื้อซ้ำในครั้งต่อไป อันนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้าได้ในที่สุด แต่หากผู้บริโภคประเมินแล้วพบว่า สินค้า นั้นไม่เป็นที่พึงพอใจหรือไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง ย่อมนำไปสู่พฤติกรรมกรร้องเรียนของผู้บริโภค ซึ่ง พฤติกรรมเหล่านี้ อาจมีระดับตั้งแต่ การหลีกเลี่ยงที่จะไม่ซื้อสินค้านั้นซ้ำในอนาคต การโน้มน้าวผู้อื่นไม่ซื้อ สินค้านั้นตามไปด้วย เป็นต้น

ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ที่ดีต่อการบริการแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงสร้างการรับรู้ ที่ดีต่อการมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้นักท่องเที่ยวเพื่อที่จะนำไปสู่ความตั้งใจมา ท่องเที่ยวได้ในที่สุด อันจะทำให้เกิดผลสำเร็จทางการตลาดตามเป้าหมายที่ต้องการ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและ วัฒนธรรม ตลอดจนเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ อารัญญ นฤชัย และ จินนา ดันสรวิพุธ (2546) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหมายถึงการทางเยี่ยมชมสถานที่ที่สวยงามใน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการแบ่งเวลา จากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ โดยทั่วไปการท่องเที่ยว สุขภาพจึงมีการจัดรายการการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจาก ธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตใจให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูน พละกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรงปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุลและสามารถนำกลับไปปรับประยุกต์ใช้ ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่ง วรรณภา วงษ์วานิช (2546) ที่ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้าง สุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และได้นำสิ่งที่ ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างจังหวัด ซึ่งปัจจุบันนิยมมาก ในรูปแบบของศูนย์สุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวมหรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด อบ ประคบสมุนไพร การบริการสวนคนบำบัด และวาริบำบัด การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดและรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆการทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น

การให้บริการด้านสุขภาพ นับเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ปัจจุบันได้รับความนิยมจากลูกค้าแพร่หลายสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนภายในประเทศนับหมื่นล้านบาทต่อปี ดังนั้นเพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจดังกล่าวเติบโตอย่างมีคุณภาพและเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักแก่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายผลผลิต (Product Line) ไว้ 3 กลุ่มคือ บริการด้านการแพทย์ (Medical Service) บริการส่งเสริมสุขภาพ (Alternative Health Service) และผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย (Herbal Product) ทั้งนี้เพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ มาตรฐานการให้บริการและส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวประเภทนี้ ให้เป็นแหล่งรายได้หลักอีกแหล่งหนึ่ง (อารัญ บุญชัย และ จินดา ต้นศรีวิพุธ, 2546)

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับน้ำพุร้อนเค็ม

น้ำพุร้อนเค็ม (Salt Hot Spring) ห้วยน้ำขาว ตั้งอยู่หมู่ที่ 8 ตำบลห้วยน้ำขาว อำเภอลองท่อม จังหวัดกระบี่ ชาวบ้านเรียกว่าน้ำพุร้อนเค็มบ้านห้วยน้ำขาว มีลักษณะเป็นบ่อน้ำผุดมาจากชั้นใต้ดินตามธรรมชาติ

สาเหตุที่มีรสชาติเค็มนั้นเกิดจากการผสมกันของน้ำร้อนและน้ำทะเลในระดับลึกก่อนโพล์พื้นพื้นดิน เกิดเป็นน้ำพุร้อน จัดอยู่ในประเภทน้ำพุร้อนเกลือ (salt Hot Spring) ในบริเวณรอบๆ น้ำพุร้อนเค็ม หรือ บ่อน้ำพุร้อนเกลือ เป็นพื้นที่ป่าชายเลนตามธรรมชาติ มีบ่อน้ำพุร้อนเค็มกระจายอยู่รอบบริเวณพื้นที่ จำนวน 14 บ่อ

สำหรับความมหัศจรรย์ของบ่อน้ำพุร้อนเค็มนั้นอยู่ที่อุณหภูมิของน้ำในบ่อไม่ร้อนมากจนเกินไป มีอุณหภูมิสูงประมาณ 40-47 องศาเซลเซียส ลักษณะน้ำใสสะอาดสะท้อนกับท้องฟ้าเป็นสีมรกตสวยงามภายในมีศาลานวดแผนไทยและเส้นทางเดินชมศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน นับเป็นแหล่งท่องเที่ยว Unseen ที่น่าสนใจสำหรับคนที่ชอบการผ่อนคลายด้วยสปาธรรมชาติแบบนี้ เหมาะสำหรับการอาบน้ำแร่ร่างกายแบบบรรเทาการปวดกล้ามเนื้อ และปวดข้อต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้มีการไหลเวียนของเลือดให้ดีขึ้น หรือช่วยผ่อนคลาย เพื่อรักษาสุขภาพโดยวิธีธาราบำบัดแบบธรรมชาติบ่อน้ำพุร้อนเค็ม หรือ บ่อน้ำพุร้อนเกลือ นักท่องเที่ยวรวมทั้งคนในพื้นที่ต่างนิยมที่จะมาแช่น้ำ เพราะมีความเชื่อว่าสามารถรักษาโรค เช่น โรคเบาหวาน โรคปวดเมื่อยตามข้อกระดูก โรคไหลเวียนโลหิต โรคผดผื่นคัน รวมทั้งมีบ่อโคลนอีก 1 บ่อ ซึ่งสามารถนำมาพอกหน้า พอกตัวรักษาสิว ฝ้า และโรคผิวหนังได้ แต่ระยะหลังกลับเงียบหายไปเนื่องจากการคมนาคมไม่สะดวก ถนนทางเข้าหมู่บ้านจนถึงบ่อน้ำพุร้อนเค็มยังคงเป็นป่า และต้องเดินด้วยเท้าต่อมาประมาณปี 2544 ทางจังหวัดกระบี่ก็ได้มีการผลักดันให้บ่อน้ำพุร้อนเค็มแห่งนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบ “สปา” และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะยกระดับให้เป็น 1 ของเอเชีย ล่าสุดเมื่อปี 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ว่าจ้างบริษัทวิศวกรรม สุวรรณภูมิ เพื่อเข้ามาศึกษาความเป็นไปได้ ในการพัฒนาบ่อน้ำพุร้อนเค็มแห่งนี้ให้เป็น “สปา” ระดับเอเชีย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิรินงค์ ปานศรี (2549) ได้ทำงานวิจัยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปใช้บริการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 385 คน และผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 15 แห่ง พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการบุคลากร ด้านขั้นตอนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ต่างๆขององค์กรและยังมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่ท่องเที่ยวด้วย ค่าใช้จ่ายต่อครั้งและระยะเวลาที่ท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมี

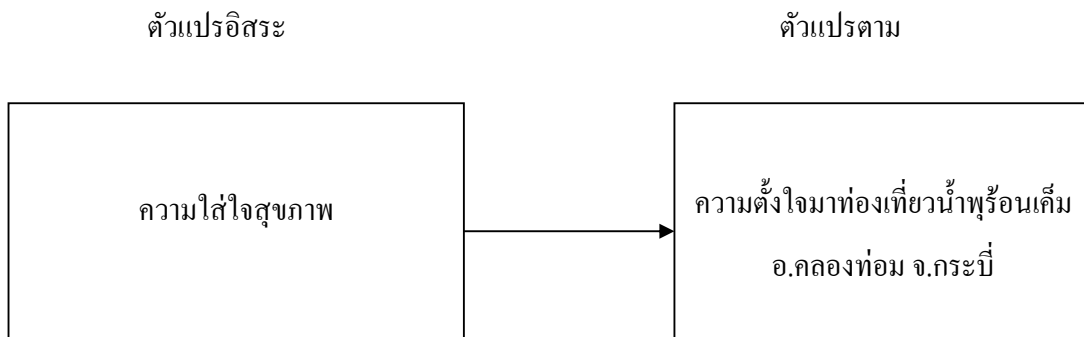
ความสัมพันธ์กับความคิดเห็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านขั้นตอนการให้บริการและด้านภาพลักษณ์ต่างๆขององค์กรและยังมีความสัมพันธ์กับบุคคลที่ท่องเที่ยวด้วย และ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จิตติพร ปิยะพงษ์กุล และ พชณี เขยจรรยา (2556) ได้ศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมซื้อขายสินค้า วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตการแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรมซื้อขายและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายพฤติกรรมซื้อขายของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ โดยทำการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง อายุ 18-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้ที่ใส่ใจสุขภาพทั้งสิ้น 400 คนผลวิจัยพบว่า (1) รูปแบบการดำเนินชีวิตมี 8 กลุ่มคือ กลุ่มใส่ใจสุขภาพ กลุ่มขัดแย้งในตัวเอง กลุ่มสันตนาการ กลุ่มโลกสวยด้วยมือเรา กลุ่มบริโภคนิยม กลุ่มทำลายสุขภาพ กลุ่มสันโดษ และกลุ่มตามกระแสสังคม (2) รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลยกเว้นกลุ่มขัดแย้งตัวเองและกลุ่มสันโดษ (3) กลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมซื้อขาย ยกเว้นกลุ่มตามกระแสสังคม (4) การแสวงหาข้อมูลด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมซื้อขาย (5) ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายพฤติกรรมซื้อขาย คือการแสวงหาข้อมูล รูปแบบการดำเนินชีวิต 4 กลุ่ม คือ กลุ่มสันตนาการ กลุ่มทำลายสุขภาพ กลุ่มบริโภคนิยม และกลุ่มใส่ใจสุขภาพตามลำดับ

ณิชารีย์ จันทร์อิน (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภคในงานท่องเที่ยวไทย ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการใช้สื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ปัจจัยกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ปัจจัยภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ปัจจัยภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยความตื่นตัวด้านความพึงพอใจ ปัจจัยความทรงจำ ปัจจัยการเรียนรู้ที่มีผลเชิงบวกต่อปัจจัยความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คนจากกลุ่มผู้บริโภคที่เข้าร่วมงานไทยเที่ยวไทยครั้งที่ 32 ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม 2557 และทดสอบสมมติฐานวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณพบว่า มีเพียงด้านเดียว คือ ปัจจัยการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานครโดยมีค่า $\beta = 0.340$ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยปัจจัยเหล่านี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภค ได้ร้อยละ 47.20 หรือ $R^2 = 0.472$

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของการใช้สื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวด้านลักษณะทางกายภาพ ความตื่นตัวด้านความพึงพอใจ ความทรงจำ การเรียนรู้ ที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภคจากแบบสอบถามของงานวิจัยในหัวข้อปัจจัยการเรียนรู้ ทำให้ทราบว่า นักการตลาดหรือเจ้าของธุรกิจควรพิจารณาพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับข้อความถามของงานวิจัยในด้านปัจจัยการเรียนรู้ที่ว่า ถ้าผู้ประกอบการหรือนักการตลาดมีการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประสบการณ์จากการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวตื่นตัวที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ หรือทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์ที่แท้จริงจากการท่องเที่ยว หรือทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าได้ได้รับความรู้มากขึ้นจากการท่องเที่ยวแล้วจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ หรือทำให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกิจกรรมจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยอาจจะมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ หรือทำให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกิจกรรมแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีที่น่าจดจำแล้วจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวมากขึ้น

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย การศึกษาผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อมจังหวัดกระบี่ โดยศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

3.1 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.2 รูปแบบการวิจัย

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) และกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวคนไทยที่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แท้จริง

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G.cochran โดยกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% สัดส่วนของประชากรที่ต้องการสุ่ม 50% ได้ขนาดตัวอย่าง 384 คน ซึ่งสูตรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{P(1 - P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดตัวอย่าง
 P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม (0.50)

- Z แทน ระดับความเชื่อมั่น ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (1.96)
 d แทน ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น (0.05)

$$\begin{aligned}
 \text{แทนค่า} \quad n &= \frac{0.5 \times (1-0.5) \times (1.96)^2}{(0.05)^2} \\
 &= \frac{0.25 \times 3.84}{0.0025} \\
 &= 384
 \end{aligned}$$

วิธีการสุ่มตัวอย่าง การศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบจำเพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยสุ่มแจกแบบสอบถามในบริเวณที่คาดว่าจะมีกลุ่มตัวอย่างอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น แหล่งชุมชน แหล่งท่องเที่ยว ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่จะตอบแบบสอบถามจะต้องเป็นผู้ที่รู้จักแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเค็ม และไม่ใช่ว่าอาศัยหรือทำงานอยู่ในจังหวัดกระบี่ กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคนไทยโดยแจกแบบสอบถามจนครบตามจำนวนและกำหนดให้มีจำนวนตัวอย่างไม่น้อยกว่า 384 คน

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) เพื่อการอธิบายผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อมจังหวัดกระบี่ของนักท่องเที่ยวคนไทยที่มาเที่ยวจังหวัดกระบี่และรู้จักแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเค็ม เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบให้ผู้ตอบกรอกเอง (Self-administered questionnaire)

เครื่องมือในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) แบบให้ผู้ตอบกรอกคำตอบเอง ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นจากแนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สำหรับการศึกษาค้นคว้าเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างคำถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง เป็นคำถามขั้นต้นเพื่อเป็นการคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่สามารถตอบแบบสอบถามได้จะต้องเป็นผู้ที่มาจากจังหวัดกระบี่และรู้จักแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนเค็ม

ส่วนที่ 2 ความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยวประยุกต์ใช้คำถามที่มีการวัดด้วย 5 points likert-scale ของ Jayanti, & Burns (1998) และ Michaelidou, & Hassan (2008) โดยให้ผู้บริโภครายละหนึ่งคะแนนลักษณะการเอาใจใส่สุขภาพของตนเองตามคำถามที่กำหนดให้

ส่วนที่ 3 ความตั้งใจมาท่องเที่ยว ประยุกต์ใช้คำถามแบบ 5 points Likert-scale ของ Michaelidou, and Hassan (2008) ให้ผู้บริโภครายละหนึ่งคะแนนเกี่ยวกับความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม

โดยในส่วนที่ 2 และ 3 เป็นลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) เป็นแบบประเมินค่าความมากน้อยโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ทโดยวัดข้อมูลแบบอันตรภาคชั้น (interval scale) ดังนี้

ผู้วิจัยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง เฉยๆ

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยให้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลคะแนน โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของ
 อันตรภาคชั้น (ยูทง ไกยวรรณ, 2550) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตร ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต การแปลความหมายของระดับคะแนน
 เฉลี่ยยึดเกณฑ์ดังนี้ (ยูทง ไกยวรรณ, 2550)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความใส่ใจสุขภาพและตั้งใจมาท่องเที่ยว
 ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึงมีความใส่ใจสุขภาพและตั้งใจมาท่องเที่ยวระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึงมีความใส่ใจสุขภาพและตั้งใจมาท่องเที่ยวระดับปาน
 กลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึงมีความใส่ใจสุขภาพและตั้งใจมาท่องเที่ยวระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึงมีความใส่ใจสุขภาพและตั้งใจมาท่องเที่ยว
 ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามแบบปลายปิด (close-ended
 question) มีคำตอบหลายตัวเลือก (multiple choices) เป็นการสอบถามรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบที่เหมาะสมที่สุด

ขั้นที่ 2 ทดสอบความเที่ยงและความตรงของแบบสอบถาม

โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ ดร.ปิยะนุช ปรีชานนท์ ตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม ซึ่งผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ปรับภาษาที่ใช้เพื่อความเข้าใจที่ง่ายขึ้นของผู้ตอบแบบสอบถาม หลังแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบเก็บข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุดเพื่อทดสอบความเที่ยงโดยพิจารณาจากค่า Cronbach's alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (Hair, Black, Anderson, Tatham, and Babin, 2006)ซึ่งมีความเที่ยงหลังจากนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างแล้วนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูล ทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด ดังกล่าวกับกลุ่มตัวอย่าง ได้ค่า Cronbach's alpha ที่ 0.816ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.700 และค่าที่ได้มีความใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง นั่นคือแบบสอบถามมีค่าความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

ขั้นที่ 3 ขั้นตอนและวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามแบบให้ผู้ตอบกรอกเอง ดังนั้นเพื่อความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจึงมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. จัดทำแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
2. ผู้วิจัยอธิบายวัตถุประสงค์ และ ความสำคัญของการวิจัยให้กับกลุ่มตัวอย่างรับทราบ สอบถามด้วยคำถามเพื่อถกสนกรองกลุ่มตัวอย่างและหากกลุ่มตัวอย่างผ่านคำถามถกสนกรองแล้วจึงให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูลในแบบสอบถามด้วยตนเอง
3. ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามคืนและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจะต้องยืนยันคำตอบกับผู้ตอบอีกครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม หากแบบสอบถามฉบับใดมีคำตอบไม่สมบูรณ์หรือไม่ถูกต้องจะไม่นำมารวมในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. ลงรหัสข้อมูลแบบสอบถามในโปรแกรมการวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์

3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 4 โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 หาค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของแบบสอบถามส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 เพื่อศึกษาระดับความใส่ใจสุขภาพและระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยว

5. ใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย ANOVA และการทดสอบผลกระทบด้วยการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
df	แทน จำนวนค่าของตัวแปรที่เป็นอิสระ (degree of freedom)
SS	แทน ผลรวมของการแปรผัน (Sum of Squares)
MS	แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวน (Mean Squares)
F	แทน ค่าสถิติทดสอบ F
b	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ
t	แทน ค่าสถิติทดสอบ t
R	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
SE	แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสมการถดถอย (Standard Error of Estimate)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความใส่ใจสุขภาพ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อน
เค็มอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 384 คน โดยใช้สถิติค่าความถี่
และค่าร้อยละ แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูล ความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมการท่องเที่ยว

n = 384		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	170	44.27
หญิง	214	55.73
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	10	2.60
20 - 29 ปี	89	23.18
30 - 39 ปี	152	39.58
40 - 49 ปี	78	20.31
50 - 59 ปี	39	10.16
60 ปี ขึ้นไป	16	4.17
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	19	4.95
10,000-14,999 บาท	38	9.89
15,000-19,999 บาท	67	17.45
20,000-24,999 บาท	101	26.30

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูล ความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมกรท่องเที่ยว (ต่อ)

n = 384

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
25,000-29,999 บาท	45	11.72
30,000 บาทขึ้นไป	114	29.69
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษาปีที่ 6	8	2.08
มัธยมศึกษาปีที่ 3	18	4.69
มัธยมศึกษาปีที่ 6 / ปวช.	40	10.42
อนุปริญญา/ปวส.	64	16.67
ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า	196	51.04
สูงกว่าปริญญาตรี	58	15.10
อาชีพ		
เจ้าของกิจการ	85	22.14
ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	34	8.85
พนักงานบริษัทเอกชน	173	45.05
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	27	7.03
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	10	2.61
เกษตรกร/ชาวสวน	23	5.99
อื่น ๆ (ไปรตระบุ)	32	8.33
จำนวนสมาชิกในครอบครัวรวมทั้งตัวท่านด้วย		
1-2 คน	55	14.32
3-4 คน	211	54.95
5-6 คน	99	25.78
7 คนขึ้นไป	19	4.95
รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ท่านนิยม		
ท่องเที่ยว		
ออกกำลังกาย/โยคะ	159	41.41
การนวด/สปา	102	26.56
อาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน	91	23.70

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูล ความถี่และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมगतท่องเที่ยว (ต่อ)

n = 384

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
การเสริมความงาม	26	6.77
อื่น ๆ (ไปรศระบุ)	6	1.56
ความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อเดือน		
น้อยกว่า 1 ครั้ง	139	36.20
1-2 ครั้ง	180	46.88
3-4 ครั้ง	49	12.76
มากกว่า 4 ครั้ง	16	4.17
สิ่งสำคัญที่ทำให้ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	191	49.74
เพื่อบำบัดรักษาสุขภาพ	98	25.52
เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันร่างกาย	63	16.41
เพื่อเสริมความงาม	32	8.33
ลักษณะการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท่าน		
เที่ยวคนเดียว	16	4.17
เที่ยวกับเพื่อน	145	37.76
เที่ยวกับครอบครัว	220	57.29
บริษัทนำเที่ยว	3	0.78
รวม	384	100.00

จากตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 384 คน พบว่า

เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.73 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 44.27 อายุพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.58 รองลงมา มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.18 และน้อยสุดมีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.60

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.69 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-24,999 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.30 และน้อยสุดมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 4.95

ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 51.04 รองลงมาสำเร็จการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 16.67 และน้อยสุดระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 2.08

อาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.05 รองลงมามีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 22.14 และน้อยสุดมีอาชีพเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 2.61

จำนวนสมาชิกในครอบครัวรวมทั้งตัวท่านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัวจำนวน 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 54.95 รองลงมามีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 25.78 และน้อยสุดมีสมาชิกในครอบครัว จำนวน 7 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.95 ตามลำดับ

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ท่านนิยมท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ออกกำลังกาย/โยคะ คิดเป็นร้อยละ 41.41 รองลงมารูปแบบการนวด/สปา คิดเป็นร้อยละ 26.56 และน้อยสุดรูปแบบอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 1.56 ตามลำดับ

ความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.88 รองลงมาความถี่น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 36.20 และน้อยสุดมีความถี่มากกว่า 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.17 ตามลำดับ

สิ่งสำคัญที่ทำให้ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 49.74 รองลงมาเพื่อบำบัดรักษาสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 25.52 และน้อยสุดเพื่อเสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 8.33 ตามลำดับ

ลักษณะการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มาเที่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 57.29 รองลงมา มาเที่ยวกับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 37.76 และน้อยสุดมาเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 0.78 ตามลำดับ

ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกระบี่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 100.00

เคยมาท่องเที่ยวและใช้บริการแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่เคยมาท่องเที่ยวและใช้บริการแหล่งน้ำพุร้อนเค็มมาเที่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 100.00

รู้จักแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จักแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความใส่ใจในสุขภาพและความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความใส่ใจในสุขภาพ

ประเด็นความใส่ใจสุขภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายที่เสื่อมลงตามอายุ	4.02	0.868	มาก
ความสนใจเกี่ยวกับธรรมชาติบำบัด	4.03	0.676	มาก
สนใจข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพตัวเอง	4.27	0.645	มากที่สุด
สนใจบทความเกี่ยวกับสุขภาพ	4.01	0.689	มาก
ศึกษาและสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	4.01	0.733	มาก
ความกังวลต่อสุขภาพตลอดเวลา	3.76	0.881	มาก
รวม	4.02	0.526	มาก

จากตารางที่ 4.2 ความใส่ใจในสุขภาพ พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความใส่ใจต่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.02 เมื่อจำแนกแต่ละข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวสนใจข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพตนเอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.27 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวมีความสนใจเกี่ยวกับธรรมชาติบำบัด มีค่าเฉลี่ย 4.03 นักท่องเที่ยวมีความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายที่เสื่อมลงตามอายุมีค่าเฉลี่ย 4.02 นักท่องเที่ยวมีความสนใจบทความเกี่ยวกับสุขภาพ, ศึกษาและสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.01 และนักท่องเที่ยวมีความกังวลต่อสุขภาพตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3.76

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความตั้งใจมาท่องเที่ยว

ความตั้งใจมาท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ครั้งต่อไปท่านจะมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่	3.94	0.568	มาก
2. ในอนาคตอันใกล้นี้ท่านจะยังคงมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่	3.91	0.662	มาก
3. มีความตั้งใจว่าจะยังคงมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่	4.08	0.628	มาก
รวม	3.97	0.504	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจมาเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจว่าจะยังคงมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม

อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.08 รองลงมา ครึ่งต่อไปนักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม และในอนาคตอันใกล้นักท่องเที่ยวจะยังคงมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3.91 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 4.4 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามเพศ

	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม	ชาย	3.91	0.532	2.128	0.034*
	หญิง	4.02	0.475		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ t-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีความตั้งใจมาท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.5 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามอายุ

	อายุ	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม	ต่ำกว่า 20 ปี	4.25	0.886	7.174	0.000*
	20 - 29 ปี	3.72	1.364		
	30 - 39 ปี	3.28	1.485		
	40 - 49 ปี	3.38	1.197		
	50 - 59 ปี	3.13	1.005		
	60 ปี ขึ้นไป	3.05	0.735		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบรายคู่

อายุ	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50-59 ปี	60 ปีขึ้นไป
		4.25	3.72	3.28	3.38	3.13	3.05
ต่ำกว่า 20 ปี	4.25	-	1.528*	1.975*	1.869*	2.112*	2.198*
20 - 29 ปี	3.72		-	0.447	0.341	0.584*	0.670*
30 - 39 ปี	3.28			-	0.106	0.137	0.223
40 - 49 ปี	3.38				-	0.243	0.329
50 - 59 ปี	3.13					-	0.086
60 ปีขึ้นไป	3.05						-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.6 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 7 คู่ สรุปได้ดังนี้

ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ

ผู้ที่มีอายุ 20-29 ปีให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มมากกว่ากลุ่มอายุ 50-59 ปี และกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.7 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามรายได้

	รายได้	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.86	0.64	2.047	0.071
	10,000-14,999 บาท	3.83	0.43		
	15,000-19,999 บาท	4.00	0.47		
	20,000-24,999 บาท	3.93	0.42		
	25,000-29,999 บาท	4.14	0.52		
	30,000 บาทขึ้นไป	4.00	0.57		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามรายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.071 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามระดับการศึกษา

	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อน	ประถมศึกษาปีที่ 6	4.00	0.50	2.530	0.029*
	มัธยมศึกษาปีที่ 3	4.15	0.50		
	มัธยมศึกษาปีที่ 6 / ปวช.	3.85	0.59		
	อนุปริญญา/ปวส.	3.99	0.48		
	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	4.03	0.46		
	สูงกว่าปริญญาตรี	3.82	0.58		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.029 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบรายคู่

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ป.6	ม.3	ม.6/ปวช.	อ.ปริญญา/ปวส	ป.ตรี	สูงกว่าป.ตรี
		4.00	4.15	3.85	3.99	4.03	3.82
ประถมศึกษาปีที่ 6	4.00	-	0.148	0.150	0.010	0.026	0.183
มัธยมศึกษาปีที่ 3	4.15		-	0.298*	0.159	0.123	0.332*
มัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช.	3.85			-	0.140	0.176*	0.034
อนุปริญญา/ปวส.	3.99				-	0.036	0.174
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	4.03					-	0.209*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.82						-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม โดยจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 4 คู่ ได้แก่

ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 ให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มมากกว่าระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช. และ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี

ผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มมากกว่าระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 6/ปวช.

ผู้ที่มีระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า ให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มมากกว่าระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.10 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มจำแนกตามอาชีพ

	อาชีพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ความตั้งใจมาเที่ยว	เจ้าของกิจการ	4.07	0.55	1.373	0.224
	ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ของรัฐ	3.94	0.52		
	พนักงานบริษัทเอกชน	3.95	0.47		
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3.89	0.48		
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.13	0.36		
	เกษตรกร/ชาวสวน	4.07	0.55		
	อื่นๆ	3.85	0.53		

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.224 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

	สมาชิกในครอบครัว	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ความตั้งใจเที่ยว	1 – 2 คน	3.86	0.45	4.192	0.006*
	3 – 4 คน	3.96	0.50		
	5 – 6 คน	4.01	0.51		
	7 คนขึ้นไป	4.32	0.57		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.11 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่มีในครอบครัว โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว โดยเปรียบเทียบรายคู่

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	ค่าเฉลี่ย	1 – 2 คน	3 – 4 คน	5 – 6 คน	7 คนขึ้นไป
		3.86	3.96	4.01	4.32
1 – 2 คน	3.86	-	0.098	0.150	0.455*
3 – 4 คน	3.96		-	0.053	0.358*
5 – 6 คน	4.01			-	0.306*
7 คนขึ้นไป	4.32				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม โดยจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัวเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวน 1 – 2 คนให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มน้อยกว่าผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 7 คนขึ้นไป

ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวน 3 – 4 คนให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มน้อยกว่าผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 7 คนขึ้นไป

ผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวน 5 – 6 คนให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อน
 ใต้อีกกว่าผู้ที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 7 คนขึ้นไป

ตารางที่ 4.13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนใต้อีกตาม
 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ		\bar{X}	S.D.	F	Sig
ความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนใต้อีก	ออกกำลังกาย/โยคะ	3.89	0.49	3.897	0.004*
	การนวด/สปา	3.95	0.54		
	อาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน	4.14	0.44		
	การเสริมความงาม	4.05	0.50		
	อื่น ๆ	3.83	0.62		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนใต้อีก
 ตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งมีค่า
 น้อยกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่ง
 น้ำพุร้อนใต้อีกที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนใต้อีกตามรูปแบบการท่องเที่ยว
 เชิงสุขภาพ โดยเปรียบเทียบรายคู่

รูปแบบการ	ค่าเฉลี่ย	ออกกำลังกาย/โยคะ	นวด/สปา	อาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน	เสริมความงาม	อื่น ๆ
การท่องเที่ยว		3.89	3.95	4.14	4.05	3.83
ออกกำลังกาย/โยคะ	3.89	-	0.065	0.247*	0.162	0.056
การนวด/สปา	3.95		-	0.181*	0.097	0.121
อาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน	4.14			-	0.082	0.302
การเสริมความงาม	4.05				-	0.218
อื่น ๆ	3.83					-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม โดยจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 คู่ ได้แก่

ผู้ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการออกกำลังกาย/โยคะให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มน้อยกว่าผู้ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน

ผู้ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการนวด/สปาให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มน้อยกว่าผู้ที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน

ตารางที่ 4.15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยว

	ความถี่ในการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ความตั้งใจมาเที่ยวน้ำพุร้อนเค็ม	น้อยกว่า 1 ครั้ง	3.87	0.52	4.388	0.005*
	1 – 2 ครั้ง	4.20	0.50		
	3 – 4 ครั้ง	4.07	0.51		
	มากกว่า 4 ครั้ง	4.01	0.57		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.15 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่างกัน มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามจำนวนความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเปรียบเทียบรายคู่

ความถี่ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 1 ครั้ง	1 – 2 ครั้ง	3 – 4 ครั้ง	มากกว่า 4 ครั้ง
เชิงสุขภาพ		3.87	4.01	4.07	4.20
น้อยกว่า 1 ครั้ง	3.87	-	0.145*	0.209*	0.343*
1 – 2 ครั้ง	4.20		-	0.063	0.197
3 – 4 ครั้ง	4.07			-	0.134
มากกว่า 4 ครั้ง	4.01				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม โดยจำแนกตามความถี่ในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 3 คู่ ได้แก่

ผู้ที่มีความถี่ในการท่องเที่ยวจำนวน น้อยกว่า 1 ครั้ง ให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มน้อยกว่าผู้ที่มีจำนวนอื่น ๆ

ตารางที่ 4.17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามสิ่งสำคัญที่ทำให้ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

	สิ่งสำคัญ	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ความตั้งใจมาเที่ยว	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	3.92	0.51	1.861	0.136
	เพื่อบำบัดรักษาสุขภาพ	4.05	0.51		
	เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันร่างกาย	4.03	0.49		
	เพื่อเสริมความงาม	3.97	0.43		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.17 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามสิ่งสำคัญที่ทำให้ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า มีค่า Sig. เท่ากับ 0.136 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวตามสิ่งสำคัญที่ทำให้ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่างแตกต่างกัน มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวจำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

	ลักษณะการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	F	Sig
ความตั้งใจมาเที่ยว	เที่ยวคนเดียว	4.02	0.55	4.685	0.003*
	เที่ยวกับเพื่อน	3.86	0.51		
	เที่ยวกับครอบครัว	4.04	0.48		
	บริษัทนำเที่ยว	4.33	0.33		

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4.18 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ F-test พบว่า มีค่า Sig.เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่านักท่องเที่ยวจำแนกตามสิ่งสำคัญแตกต่างกัน ทำให้ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว โดยเปรียบเทียบรายคู่

ลักษณะการ ท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	เที่ยวคนเดียว	เที่ยวกับเพื่อน	เที่ยวกับครอบครัว	บริษัทนำเที่ยว
ท่องเที่ยว		4.02	3.86	4.04	4.33
เที่ยวคนเดียว	4.02	-	0.163	0.023	0.313
เที่ยวกับเพื่อน	3.86		-	0.187*	0.476
เที่ยวกับครอบครัว	4.04			-	0.289
บริษัทนำเที่ยว	4.33				-

*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม โดยจำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยวเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้ที่มีลักษณะการท่องเที่ยวกับเพื่อนให้ระดับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มน้อยกว่าผู้ที่มีลักษณะการท่องเที่ยวกับครอบครัว

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.20 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาเที่ยว

แหล่งความแปรปรวน (Source of Variance)	องศาอิสระ df	ผลบวกกำลังสอง SS	ผลบวกกำลังสองเฉลี่ย MS	F-Statistics
การถดถอย Regression	1	11.537	11.537	9.344*
ความคลาดเคลื่อน Residual	382	470.400	1.235	
ผลรวม Total	383	481.937		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า ความใส่ใจสุขภาพมีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรงกับตัวแปร ที่ศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ค่าน้ำหนักความสำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจสุขภาพและความตั้งใจมาท่องเที่ยว

ตัวแปรอิสระ	b	t-test	Sig. t
ค่าคงที่	2.207	12.488	
ความใส่ใจสุขภาพ	0.441	10.098	0.000

$$R = 0.74 ; R^2 = 0.547 ; F = 9.344 ; SE = \pm 0.448;$$

*มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความใส่ใจสุขภาพ ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม มีค่าเท่ากับ 0.441 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้ความใส่ใจสุขภาพสามารถพยากรณ์ความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มร้อยละ 54.70 หรือมีอำนาจพยากรณ์เท่ากับ 54.70 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R^2) ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.547 หมายความว่า มีความสัมพันธ์ระดับกลาง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์,

2554) และมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.448 สมการถดถอยพยากรณ์ความตั้งใจมาท่องเที่ยว แหล่งน้ำพุร้อนเค็มเมื่อทราบความใส่ใจในสุขภาพเป็น

$$Y' (\text{ความตั้งใจมาท่องเที่ยว}) = 2.207 + 0.441 X (\text{ความใส่ใจสุขภาพ})$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่าเมื่อความใส่ใจสุขภาพเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ ความตั้งใจมาท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเป็น 0.441 หน่วย

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา “ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่” เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ เป็นแบบสอบถาม และประชากรเป้าหมายที่ใช้ในศึกษานี้ คือ นักท่องเที่ยว จำนวน 384 กลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ฐานนิยม และสถิติอนุมานใช้การทดสอบค่าที (t-test) ค่า F-test การทดสอบค่า One-Way ANOVA และ Simple Regression Analysis

สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.73 มีอายุ ระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.58 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.69 ระดับการศึกษาสูงสุด สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 51.04 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 45.05 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวรวมทั้งตัวท่าน จำนวน 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 54.95 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นิยมท่องเที่ยว คือ ออกกำลังกาย/โยคะ คิดเป็นร้อยละ 41.41 ความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.88 สิ่งสำคัญที่ทำให้ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ต้องการมาพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 49.74 ลักษณะการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มาเที่ยวกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 57.29 ไม่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ไม่เคยมาท่องเที่ยวและใช้บริการแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม คิดเป็นร้อยละ 100.00 และรู้จักแหล่งท่องเที่ยวนี้ที่น้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 100.00

วัตถุประสงค์ที่ 1 ความใส่ใจสุขภาพ

โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความใส่ใจต่อสุขภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 เมื่อจำแนกแต่ละข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวสนใจข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพตนเอง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.27 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวมีความสนใจเกี่ยวกับธรรมชาติบำบัด มีค่าเฉลี่ย 4.03 นักท่องเที่ยวมีความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายที่เสื่อมลงตามอายุมีค่าเฉลี่ย 4.02 นักท่องเที่ยวมีความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพ ศึกษาและสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.01 และนักท่องเที่ยวมีความกังวลต่อสุขภาพตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3.76

วัตถุประสงค์ที่ 2 ความตั้งใจมาท่องเที่ยว

โดยภาพรวมนักท่องเที่ยว มีความตั้งใจมาเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจว่าจะยังคงมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอกลองท่อม จังหวัดกระบี่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.08 รองลงมา ครึ่งต่อไปนักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม และในอนาคตอันใกล้ นักท่องเที่ยวจะยังคงมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3.91 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 3 อิทธิพลของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยว

ความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยว ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอกลองท่อม จังหวัดกระบี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสามารถแสดงในรูปสมการพยากรณ์ที่มีความสามารถในการพยากรณ์ได้ร้อยละ 54.70 และความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ ± 0.448 ดังนี้

$$Y'(\text{ความตั้งใจมาท่องเที่ยว}) = 2.207 + 0.441 X(\text{ความใส่ใจสุขภาพ})$$

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลในข้างต้น พบว่าในแต่ละวัตถุประสงค์มีข้อค้นพบที่น่าสนใจเชิงทฤษฎีและปฏิบัติซึ่งสามารถอภิปรายผลในแต่ละวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ความใส่ใจสุขภาพ

โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความใส่ใจต่อสุขภาพอยู่ในระดับมากซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน โดยเฉพาะความสนใจเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพของตนเองของกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ในส่วนประเด็นอื่นๆ คือ ความสนใจเกี่ยวกับธรรมชาติบำบัด ความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพของร่างกายที่เสื่อมลง ความสนใจเกี่ยวกับบทความเพื่อสุขภาพ การศึกษาและสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ ความกังวลต่อสุขภาพตลอดเวลา มีคะแนนค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับข้อมูลแนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นับวันจะมากขึ้นเรื่อยๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) ยังสอดคล้องกับ ประเวศ วะสี, (2548) กล่าวไว้ว่าการดูแลสุขภาพไม่ได้หมายถึงแต่การให้ความสำคัญกับคนที่เจ็บป่วยเท่านั้น ต้องให้ความสนใจกับการสร้างสุขภาพของคนให้เข้มแข็ง และจะไม่เปลี่ยนสถานะไปอยู่ในกลุ่มคนเจ็บป่วยด้วยการมีสุขภาพดี คือ การมีคุณภาพระหว่างองค์ประกอบทั้ง 4 ของสุขภาพ คือ จิต-กาย-สังคม-สิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคในปัจจุบันที่จะมีการแสดงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพอย่างชัดเจน สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจเกี่ยวกับสุขภาพ ในทิศทางเดียวกันกับที่ Jayanti, and Burns(1998) กล่าวว่า กระแสการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้บริโภคในยุค 2009 พบว่าแนวโน้มด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้บริโภคทั่วโลก มีความแตกต่างจากในอดีต โดยผลวิจัยชี้ให้เห็นว่ากระแส

สุขภาพทั่วโลกไม่ได้หยุดแค่เรื่องของการรักษา โรค หรือร่างกายให้สมบูรณ์แข็งแรงเท่านั้น แต่ยังหันมาให้ความสนใจเรื่องของการป้องกันและดูแลสุขภาพก่อนที่จะมีการเจ็บป่วย รวมถึงรักษาสภาพจิตใจให้สมบูรณ์และแข็งแรง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ความตั้งใจมาท่องเที่ยว

โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจมาเที่ยวอยู่ในระดับมากนักท่องเที่ยวที่รู้จักน้ำพุร้อนเต็มส่วนใหญ่เกิดกระบวนการรับรู้ และเกิดความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวที่รู้จักน้ำพุร้อนเต็มตามผลการวิจัย และสอดคล้องตามที่ Oliver (1997 อ้างใน Loureiro, 2014) กล่าวไว้ คือ ความตั้งใจมาท่องเที่ยวนี้เกิดจากการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งการรับรู้จะทำให้เกิดเป้าหมาย โดยมี ความพร้อม และสถานการณ์ เป็นองค์ประกอบและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉิมารีย์ จันทร์อิน (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของผู้บริโภคในนักท่องเที่ยวไทย ณ ศูนย์สิริกิติ์ พบว่า ปัจจัยการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภค ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.340 เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก การทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ ตื่นตัว จะทำให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอและจะทำให้ความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวมากขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 อิทธิพลของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยว

ความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยว ส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเต็มอำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ผลการวิจัยครั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐิติพร ปิยะพงษ์กุล และ พัชนี เขจรธยา (2556) ซึ่งได้ศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต การแสวงหาข้อมูล และ พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ พบว่าผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพจะเกิดกระบวนการแสวงหาข้อมูลด้านสุขภาพและนำไปสู่ความตั้งใจซื้อหรือบริโภคสินค้าและบริการ สรุปได้ว่า การแสวงหาข้อมูลด้านสุขภาพของกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ 0.496 เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก นักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสุขภาพต้องการดูแลสุขภาพของตนเอง ฉะนั้นจึงเลือกซื้อสินค้าและบริการ รวมไปถึงการตัดสินใจท่องเที่ยวเพื่อที่จะส่งเสริมสุขภาพตนเอง เพิ่มภูมิคุ้มกัน หรือบรรเทาอาการเจ็บป่วย ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสุขภาพที่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลสินค้าหรือบริการ จึงต้องการการแสวงหาข้อมูล เพื่อสร้างทิศทางของกระบวนการทางความคิด ความเข้าใจ ความคาดหวัง และความเชื่อมั่น ก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

เนื่องจากพบว่าความใส่ใจสุขภาพส่งผลต่อทางบวกต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอกลองท่อม จังหวัดกระบี่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในภาพรวมดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปีมีรูปแบบที่การท่องเที่ยวคือการอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน ระดับการศึกษามัธยมศึกษาปีที่ 3 จำนวนสมาชิกในครอบครัว 7 คนขึ้นไป ความถี่ 1-2 ครั้งต่อเดือน ลักษณะการท่องเที่ยวมาโดยบริษัทนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นแหล่งน้ำพุร้อนเค็มควรออกแบบ วางการใช้งานให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มส่วนใหญ่ อาทิเช่น ในเรื่องของการแยกส่วนเพศหญิงหรือชายในส่วนที่เป็นบริเวณส่วนตัว การเพิ่มเติมการบริการในส่วนผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้ เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากน้ำแร่ หรือ การบริการสปา เป็นต้น

2. เนื่องจากพบว่าความใส่ใจสุขภาพส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอกลองท่อม จังหวัดกระบี่ และจากงานวิจัยของ ฉิชาธิย์ จันทรอิน (2556) สรุปได้ว่าการรับรู้จะส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม ในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจและตั้งใจมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น โดยสร้างการรับรู้ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับน้ำพุร้อนเค็มนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสุขภาพจะเกิดการรับรู้ และเรียนรู้ หากข้อมูลของน้ำพุร้อนเค็มได้เผยแพร่ออกไปในวงกว้างโดยได้รับการสนับสนุนทั้งภาครัฐและเอกชน การใช้สื่อที่เข้าถึงง่าย รวมไปถึงการใช้ Social Network ไปพร้อมกับการให้ความรู้และคุณประโยชน์ของน้ำพุร้อนเค็ม แสดงให้เห็นถึงความแตกต่าง สิ่งเหล่านี้จะสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติที่ดีเพื่อดูแลสุขภาพ จนเกิดเป็นการกระตุ้นความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มให้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาส่วนประสมด้านการตลาดของแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอกลองท่อม จังหวัดกระบี่ ที่นักท่องเที่ยวต้องการ ไม่ว่าจะเป็นในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ราคา รายการส่งเสริมการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องแม่นยำยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาถึงพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ในการวางรูปแบบการบริการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นด้านข้อมูลนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มประชากรที่แตกต่างออกไป อาจส่งผลต่อความใส่ใจสุขภาพและความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มที่แตกต่างกันได้

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). *การศึกษาเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน พ.ศ.2558, จาก <http://www.publicpostonline.net/2109>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2555). *ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ.2555 - 2559*. [ฉบับอิเล็กทรอนิกส์].ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน พ.ศ.2558, จาก www.mots.go.th.
- จังหวัดกระบี่.(2557). *วิสัยทัศน์กระบี่ ปี 2020*.(2557, กันยายน).กระบี่ : จังหวัดกระบี่.
- จังหวัดกระบี่.(2557).*แผนพัฒนาการท่องเที่ยววิถีมุขมชนจังหวัดกระบี่ พ.ศ.2557 - 2563*.(2557, พฤษภาคม).
 กระบี่ : กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดกระบี่ สำนักงานจังหวัดกระบี่.
- จังหวัดกระบี่.(2556).*ปฏิญญา การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่สู่ความยั่งยืน*.(2556, มิถุนายน).กระบี่ :
 กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดกระบี่ สำนักงานจังหวัดกระบี่.
- จังหวัดกระบี่.(2558).*Internal Tourism in Krabi*,(2558, ธันวาคม).กระบี่ : จังหวัดกระบี่.
- ชาวล แพรรัตน์กุล. (2526).*เทคนิคการวัดผล*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย ฉบับปรับปรุง* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: เทพเนรมิต.
- จิตติพร ปิยะพงษ์กุล และ พัชรี เขยจรธยา. (2556). *รูปแบบการดำเนินชีวิตการแสวงหาข้อมูล และพฤติกรรม การซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณิชารีย์ จันทน์อิน (2556). *ปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวของผู้บริโภคในงานท่องเที่ยว ไทยณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธีรศักดิ์ จินดาบด.(2554).*อิทธิพลความใส่ใจสุขภาพและการรับรู้คุณประโยชน์ของน้ำมันพืชต่อความตั้งใจซื้อน้ำมันพืช*.มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2550). *หลักการท้าววิจัยและการทำวิทยานิพนธ์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
 โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ศรีบุรินทร์. (2558). *บทความเพื่อสุขภาพ*.(2557, มีนาคม) ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน พ.ศ.2558, จากhttp://www.kasemrad.co.th/Sriburin/th/site/health_articles/detail/31.
- ศิริวรรณ เชื้อผู้ดี. (2558). *ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” โอกาสของไทยกับอาเซียนที่ไม่ควรมองข้าม*. (2558, มีนาคม) [ฉบับอิเล็กทรอนิกส์].เดอะพับลิกโพสต์. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน พ.ศ.2558, จาก <http://www.publicpostonline.net/2109>.
- สิรินางค์ ปานศรี. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวในเขต กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต :มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุนิสา เพ็ญทรัพย์ และ ปวันรัตน์ แสงสิริโรจน์(2555).พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- อภิรักษ์ จันตानी. (2538). วิจัยทางธุรกิจ. คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา.
- องค์การท่องเที่ยวโลก. (2557). แนวโน้มการเติบโตของการท่องเที่ยวโลก. ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2557, จาก <http://marketingdatabase.tat.or.th/download/article/MarketProfilebyCountry2012/Q3/การท่องเที่ยวโลก2013.pdf>.
- องค์การท่องเที่ยวโลก. (2556). สถานการณ์ และแนวโน้มด้านการท่องเที่ยว แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2558, จาก <http://www.attm.biz/news/326755/www.mots.go.th>.
- Ajzen, I. and M. Fishein. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Ciffs, NJ: Prentice-Hall Inc.
- Blackwell, R.D., Miniard, P.W. and Engel, J.F. (2001). *Consumer behavior (9th ed.)*. Australia: South-Western, Thomson Learning.
- Eagle, Kollat, Backwell. (1968). *Consumer Behavior*.New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Howard, J.A. (1994). *Buyer Behavior in Marketing Strategy*, 2nded. New Jersey: Prentice-Hall.
- Jayanti, R.K., and Burns, A.C. (1998).*The Antecedents of Preventive Health's Care Behavior: An Empirical Study*. Journal of Academy of Marketing Sciences, 26 (1), 6 – 15.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2001). *Principle of marketing (9th ed.)*. Upper Saddle River, NJ:Pearson, Prentice Hall.
- Kraft, F.B., and Goodell, P.W. (1993).*Identifying the health Conscious Consumer*.Journal of Health Care Marketing, 13 (3), 18 – 25.
- Loureiro, S.M.C. (2014). *The role of the rural tourism experience economy in place attachment and behavioral intentions*. International Journal of Hospitality Management, 40,1–9.
- Mendez, A.E. (2003).*Acculturation Effects on Health Consciousness and Health Behaviors among Mexican American College Students*. Master Thesis. Texas: Texas A&M University – Kingsville.
- Neal, W.D. (1999). *Satisfaction is nice, but value drives loyalty*. Marketing Research, 21-23.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Rubera, G., Ordanini, A., and Griffith, D. (2011). *Incorporating Cultural Values for Understanding the Influence of Perceived Product Creativity on Intention to Buy: An Examination in Italy and the US*. *Journal of International Business Studies*. 42: 459-476.
- Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L. (2007). *Consumer behavior (9th ed.)*. Upper Saddle River, NJ:Pearson, Prentice Hall.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L. and Parasuraman, A. (1996). *The behavioral consequences of Service quality*. *Journal of Marketing*. 60 (April). 31-46.
- Zhou, Y., Thongersen, J., Ruan, Y., and Huang, G. (2013). *The Moderating Role of Human Values in Planned Behavior: The Case of Chinese Consumers' Intention to Buy Organic Food*. *Journal of Consumer Marketing*. 30 (4): 335-344.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.



แบบสอบถาม

“ผลกระทบของความใส่ใจสุขภาพต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอลองท่อม จังหวัด
กระบี่”

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของความสัมพันธ์ระหว่างความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอลองท่อม จังหวัดกระบี่” เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบที่มีผลต่อความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็มของนักท่องเที่ยวรวมทั้งเพื่อใช้ในการนำเสนอกลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว

แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอลองท่อม จังหวัดกระบี่

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมมาท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทั้งนี้ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและครบถ้วนทุกข้อเพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ของงานวิจัย โดยผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลส่วนตัวของท่านจะไม่ถูกเปิดเผย นอกเหนือจากวัตถุประสงค์ทางการวิจัยและทางวิชาการเท่านั้น และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามเพื่อการคัดกรอง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด หรือเติมคำในช่องว่างให้สมบูรณ์

1.1 ท่านมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกระบี่หรือไม่

ใช่ (จบแบบสอบถาม) ไม่ใช่

1.2 ท่านเคยมาท่องเที่ยวและใช้บริการแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่หรือไม่

เคย (จบแบบสอบถาม) ไม่เคย

1.3 ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่หรือไม่

รู้จัก ไม่รู้จัก(จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 ความใส่ใจสุขภาพของผู้บริโภค

คำชี้แจง จากข้อความเกี่ยวกับความใส่ใจสุขภาพ ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวมากน้อยเพียงใด กรุณา
ระบุระดับความคิดเห็นของท่าน โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องคะแนนที่ตรงกับระดับความคิดเห็น โดย 1
หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, 3 หมายถึง เฉยๆ, 4 หมายถึง เห็นด้วย และ 5 หมายถึง
เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประเด็นความใส่ใจสุขภาพ	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2.1 ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพร่างกายที่เสื่อมลงตามอายุ					
2.2 ท่านมีความสนใจเกี่ยวกับธรรมชาติบำบัด					
2.3 ท่านสนใจข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพตัวเอง					
2.4 ท่านสนใจบทความเกี่ยวกับสุขภาพ					
2.5 ท่านศึกษาและสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ					
2.6 ท่านมีความกังวลต่อสุขภาพตลอดเวลา					

ส่วนที่ 3 ความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

คำชี้แจง จากข้อความเกี่ยวกับความตั้งใจมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวมากน้อยเพียงใด กรุณาระบุระดับความคิดเห็นของท่าน โดยทำเครื่องหมาย / ในช่องคะแนนที่ตรงกับระดับความคิดเห็น โดย 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย, 3 หมายถึง เฉยๆ, 4 หมายถึง เห็นด้วย และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ประเด็นความตั้งใจมาท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.1 ครั้งต่อไปท่านจะมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่					
3.2 ในอนาคตอันใกล้นี้ท่านจะยังคงมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่					
3.3 ท่านมีความตั้งใจว่าจะยังคงมาท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนเค็ม อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่ ต่อไป					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการทำงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย/ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4.1 เพศ

- ชาย หญิง

4.2 อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 20 –29 ปี
 30 –39 ปี 40 –49 ปี
 50 –59 ปี 60 ปีขึ้นไป

4.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000–14,999บาท
 15,000–19,999บาท 20,000–24,999 บาท
 25,000–29,999 บาท 30,000 บาทขึ้นไป

4.4 ระดับการศึกษาสูงสุด

- ประถมศึกษาปีที่ 6 มัธยมศึกษาปีที่ 3
 มัธยมศึกษาปีที่ 6 / ปวช. อนุปริญญา / ปวส.
 ปริญญาตรี หรือเทียบเท่า สูงกว่าปริญญาตรี

4.5 อาชีพ

- เจ้าของกิจการ ข้าราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ
 พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พ่อบ้าน / แม่บ้าน เกษตรกร ชาวสวน
 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4.6 จำนวนสมาชิกในครอบครัวรวมทั้งตัวท่านด้วย

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 - 2 คน | <input type="checkbox"/> 3-4 คน |
| <input type="checkbox"/> 5-6คน | <input type="checkbox"/> 7 คนขึ้นไป |

4.7 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ท่านนิยมท่องเที่ยว

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ออกกำลังกาย / โยคะ | <input type="checkbox"/> การนวด / สปา |
| <input type="checkbox"/> อาบน้ำแร่ / น้ำพุร้อน | <input type="checkbox"/> การเสริมความงาม |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ(โปรดระบุ)..... | |

4.8 ความถี่ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 1-2 ครั้ง |
| <input type="checkbox"/> 3-4 ครั้ง | <input type="checkbox"/> มากกว่า 4 ครั้ง |

4.9 สิ่งสำคัญที่ทำให้ท่านตั้งใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ | <input type="checkbox"/> เพื่อนำบัตรรักษาสุขภาพ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันด้านร่างกาย | <input type="checkbox"/> เพื่อเสริมความงาม |

4.10 ลักษณะการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของท่าน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> เพียงคนเดียว | <input type="checkbox"/> เกี่ยวกับเพื่อน |
| <input type="checkbox"/> เกี่ยวกับครอบครัว | <input type="checkbox"/> บริษัทนำเที่ยว |

ขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล นายเฉลิมศักดิ์ ตั้งชีวะวัฒนกุล

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5710521087

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วิศวกรรมบัณฑิต	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	2547

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

ตำแหน่ง หัวหน้าส่วนผู้จัดการ

สถานที่ทำงาน ห้างหุ้นส่วนจำกัด บุญสยามสตีล กระบี่
73/6-9 หมู่ที่ 11 ถนนเพชรเกษม
ตำบลกระบี่น้อย อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
รหัสไปรษณีย์ 81000