

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหินจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

พฤษภาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์



วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

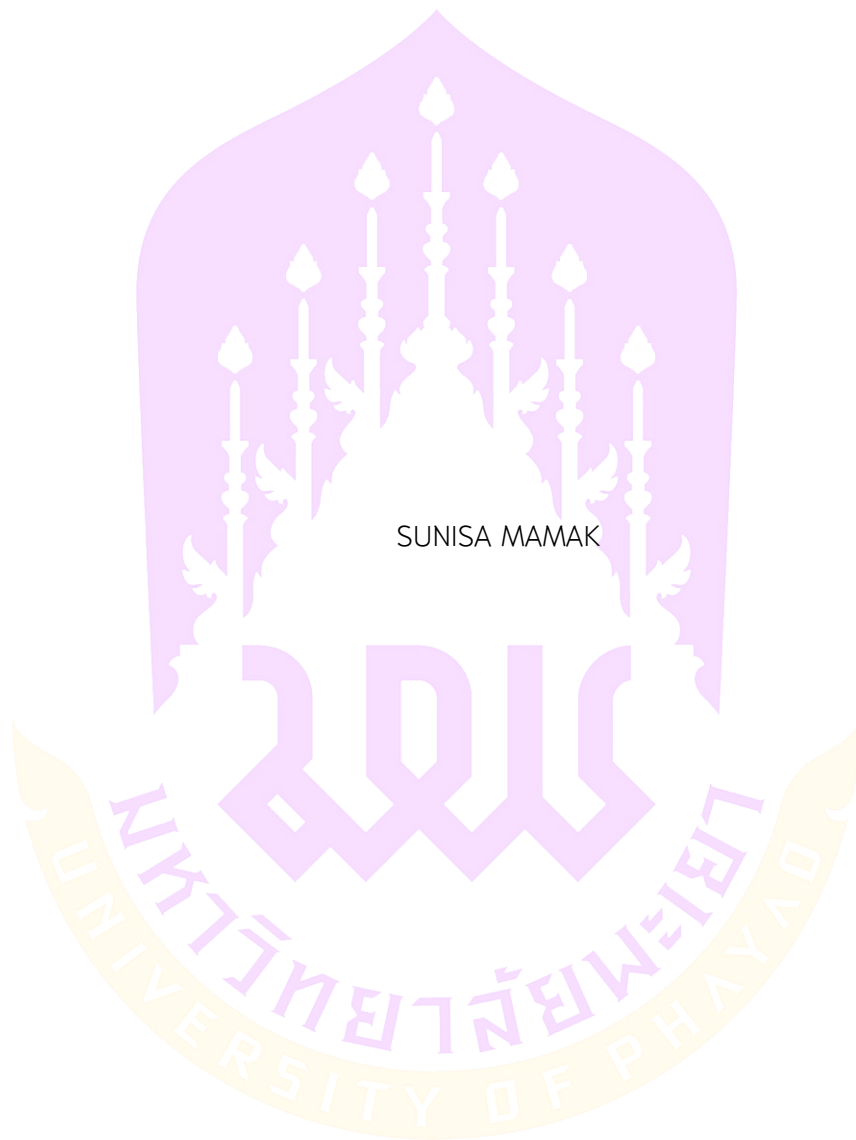
หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

พฤษภาคม 2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

POTENTIALITY OF WELLNESS TOURISM IN HUA HIN DISTRICT,
PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE



A Dissertation Submitted to University of Phayao
in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Doctor of Philosophy Degree in Tourism and Hotel Management
May 2023

Copyright 2023 by University of Phayao

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ของ สุณิสา มามาก

ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร. พกามาศ ชัยรัตน์)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร. ชุษณะ เตชटना)

..... อาจารย์บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา

(ดร. ณัฐรินทร์ ปวีวงศ์กุลธร)

..... คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. รัชชิต สุทธิพงษ์)

เรื่อง:	ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ผู้วิจัย:	สุนิสา มามาก, วิทยานิพนธ์: ปร.ด. (การจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2565
อาจารย์ที่ปรึกษา:	รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ดร.พกามาศ ชัยรัตน์ รองศาสตราจารย์ ดร.ชัชณะ เตชคณา
คำสำคัญ:	ศักยภาพ, พฤติกรรม, ลักษณะและกิจกรรมการส่งเสริม, ส่วนประสมทางการตลาด, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) เพื่อศึกษาลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 5) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากตำแหน่งผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้แทนที่ได้รับมอบหมายรวมจำนวนทั้งสิ้น 20 คน ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน ซึ่งผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า อำเภอหัวหินเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศริมทะเลที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นอำเภอหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทะเล น้ำตก ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้น จึงถือได้ว่าอำเภอหัวหินมีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนาศักยภาพของอำเภอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และพบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทิวทัศน์และเครื่องดื่มสมุนไพร ทิวทัศน์และนวดแผนไทย ทิวทัศน์เพื่อสุขภาพ ทิวทัศน์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทิวทัศน์กีฬาและน้ำพุร้อน มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว และด้านนโยบายของสถานประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุด โดยแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย 8 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การจัดการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลทางการตลาด กลยุทธ์การพัฒนาด้วยเทคโนโลยี กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว กลยุทธ์การออกแบบบรรยากาศให้ประทับใจผู้ใช้บริการ กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ กลยุทธ์การสร้างชุมชนเข้มแข็ง กลยุทธ์การสื่อสาร และกลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างความแตกต่าง



Title: POTENTIALITY OF WELLNESS TOURISM IN HUA HIN DISTRICT,
PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE

Author: Sunisa Mamak, Dissertation: Ph.D. (Tourism and Hotel Management), University of Phayao,
2022

Advisor: Associate Professor Dr. Seri Wongmonta Co–advisor Dr.Pakamas Chairatana Associate
Professor Dr.Jusana Techakana

Keywords: Potential, Behavior, Characteristics and activities, The marketing mix, Wellness tourism

ABSTRACT

The main objective of this research was 1) to study wellness tourism potential in Hua Hin district, Prachuap Khiri Khan Province, as a destination for international wellness tourism. 2) To study the behavior and demand of wellness tourism tourists in Hua Hin district, Prachuap Khiri Khan province. 3) To study the characteristics and activities to promote health wellness tourism in Hua Hin district, Prachuap Khiri Khan province. 4) To study the wellness tourism marketing mix in Hua Hin district, Prachuap Khiri Khan province. And 5) To establish guidelines for the development and promotion of wellness tourism in the Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan province. By using qualitative research with in–depth interviews, from The profession of informants in the relevant departments or representatives totals 20 persons. With quantitative research, data was collected with questionnaires from Thai tourists visiting Hua Hin, Prachuap Khiri Khan province (400 people). According to the results of in–depth interviews, it was found that Hua Hin District is the oldest seaside accommodation location. And is a district that has a famous tourist attraction in Prachuap Khiri Khan province, including history, culture, ancient sites, antiques, natural attractions, sea, waterfalls, forests and tourist attractions created to support the visits of both Thai and international tourists, and interest from government agencies to arrange it as a pilot area to promote wellness tourism. Therefore, it is held to be true that Hua Hin District is ready to develop its potential to be a wellness tourism destination. And it was found that overall, tourists had the highest opinion of the characteristics and activities wellness tourism. Food and Herbal Beverage tour, Spa and Thai massage tours, health sports tours, natural attractions tours and meditation tours It has the highest level of average. And it was found that, overall, tourists have opinions about the marketing mix. (10 Ps of Marketing Mix): Product, Price, Place (distribution channels), Promotion, People, Process, Physical Asset, Perception, Product integration, Promise and Policy aspects of the company, It has the highest level of average. The guidelines for the development and promotion of wellness tourism in the area of Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan province. It consists of 8 strategies, the strategy of Data–driven management the strategy of Development of Technology the strategy of Destination Image the strategy of Design of ambience the strategy of Collaboration the strategy of Community Building the strategy of Communication and the strategy of Creativity Innovation.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ คักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ งานวิจัยฉบับนี้สามารถประสบความสำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ขอบพระคุณ ดร.พกา มาศ ชัยรัตน์ และรองศาสตราจารย์ ดร.ชัชชนะ เตชคณา กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งสละเวลาอันมีค่าให้ความรู้ คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วาที่ร้อยตรี ดร.ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เป็นประธานสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งชี้แนะในการทำวิจัยครั้งนี้ และ ดร.ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร ที่กรุณาเป็นกรรมการจากบัณฑิตวิทยาลัย ในวันสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้ช่วยให้คำแนะนำ เพื่อปรับงานวิจัยเล่มนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และมีคุณค่า ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน ภาควิชาการ และนักท่องเที่ยวที่ได้ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยในครั้งนี้ ให้การสนับสนุนข้อมูลการให้สัมภาษณ์ และข้อมูลสำคัญที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยพะเยา ที่ได้มอบทุนอุดหนุนการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อใช้ดำเนินงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีคุณค่า

ขอขอบพระคุณ ครอบครัวที่เห็นถึงความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า ตลอดจนสนับสนุนส่งเสริมการศึกษา และให้กำลังใจเป็นอย่างดี ตลอดจนเพื่อนนิสิตและกัลยาณมิตรทุกคนของผู้วิจัย ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน พร้อมแนะนำด้วยดีเสมอมา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้จัดทำขออุทิศแด่ผู้มีพระคุณ

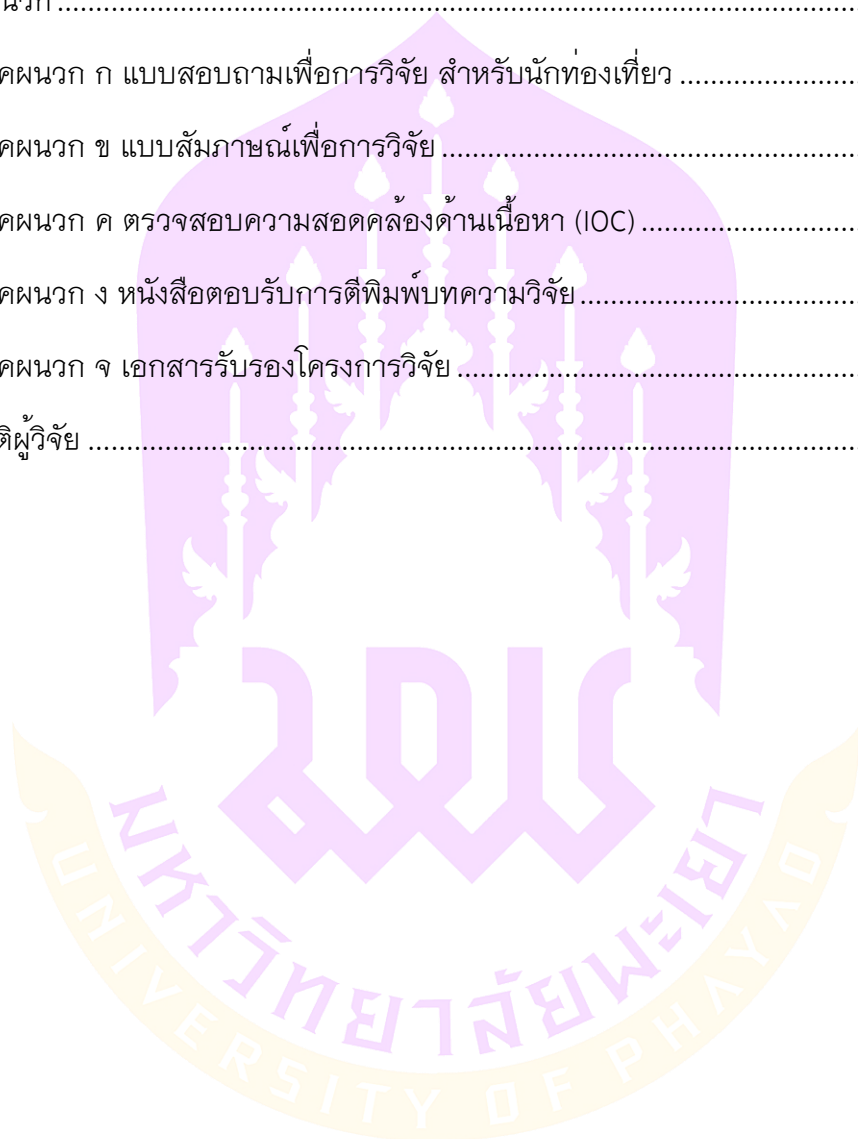
สุนิสา มามาก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ถ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามของงานวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
สมมติฐานการวิจัย	8
ขอบเขตของการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	9
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	10
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
แนวคิดเกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยว.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	30
แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	55
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's).....	60
แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis และ Tows Matrix.....	64

บริบทพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	67
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	83
กรอบแนวคิดการวิจัย	93
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	94
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	94
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	96
การวิจัยเชิงคุณภาพ	102
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	108
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	108
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	108
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป.....	109
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	111
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิง สุขภาพ.....	113
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) ...	117
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	125
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	201
สรุปผลการสัมภาษณ์.....	250
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix.....	276
ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	279
บทที่ 5 บทสรุป.....	284
สรุปผลการวิจัย	284
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	292

การอภิปรายผล	307
ข้อเสนอแนะ.....	312
บรรณานุกรม	314
ภาคผนวก	318
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว	319
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย	328
ภาคผนวก ค ตรวจสอบความสอดคล้องด้านเนื้อหา (IOC)	333
ภาคผนวก ง หนังสือตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย	343
ภาคผนวก จ เอกสารรับรองโครงการวิจัย	345
ประวัติผู้วิจัย	346



สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 แสดงกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนการตอบแบบสอบถาม	101
ตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป	109
ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	111
ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านภาพรวม.....	113
ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	114
ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) ด้านภาพรวม.....	117
ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix)	118
ตาราง 8 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	125
ตาราง 9 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	128
ตาราง 10 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมและความต้องการ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์..	131
ตาราง 11 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมและความ ต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์.....	134
ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	137

ตาราง 13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์..... 140

ตาราง 14 สรุปภาพรวมจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์..... 143

ตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ 145

ตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ 146

ตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ 147

ตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ 148

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ 148

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ... 149

ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา 150

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ 151

ตาราง 71 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยว
 เชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็น
 รายคู่ 197

ตาราง 72 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การ
 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อ
 เดือนเป็นรายคู่ 198

ตาราง 73 สรุปภาพรวมจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์
 กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัด
 ประจวบคีรีขันธ์ 199

ตาราง 74 สรุปผลการสัมภาษณ์ประเด็นศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการ
 พัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และ
 ภาควิชาการ 254

ตาราง 75 สรุปผลการสัมภาษณ์ประเด็นศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อการ
 พัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัด
 ประจวบคีรีขันธ์ 257

ตาราง 76 สรุปผลการสัมภาษณ์ประเด็นองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ
 ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน
 และภาควิชาการ 267

ตาราง 77 สรุปผลการสัมภาษณ์ประเด็นองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ
 ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) 270

ตาราง 78 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis แนวทางการพัฒนาและส่งเสริม การ
 ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 276

ตาราง 79 ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
 สุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 279

ตาราง 80 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix 280

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 Experience Concept: What visitor Want	50
ภาพ 2 ลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่น Y (Gen Y Tourist).....	51
ภาพ 3 องค์ประกอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยว.....	59
ภาพ 4 แผนที่อำเภอหัวหิน	72
ภาพ 5 หาดสวนสนประดิพัทธ์	73
ภาพ 6 น้ำตกป่าละอู	74
ภาพ 7 จุดชมวิวยิวเขาหินเหล็กไฟ	75
ภาพ 8 หาดเขาเต่า	75
ภาพ 9 หาดหัวหิน	76
ภาพ 10 เขาตะเกียบ และเขาไกรลาส.....	77
ภาพ 11 สถานีรถไฟหัวหิน	78
ภาพ 12 อุทยานราชภักดิ์.....	79
ภาพ 13 ตลาดฉัตรไชย.....	80
ภาพ 14 ตลาดโต้รุ่งหัวหิน	80
ภาพ 15 วัดห้วยมงคล	81
ภาพ 16 กรอบแนวคิดการวิจัย	93
ภาพ 17 ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอำเภอหัวหิน.....	305

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO, 2015) ด้านการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก เติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2573 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกจะมีอัตราการเติบโตอย่างมากมา โดยมีการพยากรณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2573 จะมีนักท่องเที่ยวนานาชาติเดินทางมาท่องเที่ยวทั่วโลกถึง 1,800 ล้านคน ซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวน 717 ล้านคน จะเดินทางท่องเที่ยวในทวีปยุโรป ในขณะที่นักท่องเที่ยวจำนวน 384 ล้านคน จะเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในพื้นที่ดังกล่าว มีจุดหมายปลายทางที่มีความโดดเด่นด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ประเทศไทย และองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2019) เผยว่า ภาพรวมการท่องเที่ยวโลกในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2019 เพิ่มขึ้น 4%

การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก มีสาเหตุมาจากปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) ชนชั้นระดับกลางทั่วโลกมีการขยายตัว และมีรายได้ที่สูงขึ้นซึ่งคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการใช้เงิน เพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น 2) ประชาชนทั่วโลกให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพตนเองเพิ่มขึ้น เพราะถูกกระตุ้นจากการเกิดโรคร้ายต่าง ๆ ซึ่งเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable diseases: NCDs) หรืออาจถูกกระตุ้นจากความรู้สึกอ่อนล้า ปวดเมื่อยร่างกาย เกิดภาวะความตึงเครียดจากภาระงานที่ต้องรับผิดชอบ เป็นต้น 3) การท่องเที่ยวเพื่อต้องการสร้างประสบการณ์อันแปลกใหม่ให้กับชีวิตตนเองของนักท่องเที่ยว ได้รับความนิยมมากขึ้นกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่มากเพื่อเยี่ยมชม ชื้อของที่ระลึก และเดินทางกลับไป (Marketer, 2020)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในนโยบายส่งเสริมตลาดเฉพาะกลุ่ม และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ดังปรากฏในยุทธศาสตร์ที่ 4 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (2560-2564) รวมถึงในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561-2580) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยกล่าวถึงประเด็นการสร้างหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในมิติของจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว การจัดอันดับความนิยมไทยมีจุดแข็งหลายประการ อาทิ ทำเลที่ตั้งเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง

เฉียดได้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อุตสาหกรรมไมตรีของคนไทย ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงโอกาสจากการขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวโลกและธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างสะดวกรวดเร็ว และในอนาคตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น เนื่องจากหลายประเทศจะใช้การท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียน ดังนั้น ประเทศไทยจึงต้องพัฒนายกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งนี้ หากประเทศไทยมีทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจน สอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวการท่องเที่ยวไทยจะเป็นเครื่องมือในการสร้างและกระจายรายได้ และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชียเป็นตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพสูง ทั้งนี้สถาบันด้านสุขภาพสากล (Global wellness institute) ได้เผยว่า ในปี พ.ศ. 2560 มูลค่าตลาด Wellness Tourism ทั่วโลกนั้นมีมูลค่าประมาณ 124 ล้านล้านบาท และประเทศไทยถือว่าอยู่ในอันดับที่ 13 ของโลกสามารถสร้างรายได้ได้ถึง 100,000 ล้านบาท และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้บริการมากกว่า 9.7 ล้านครั้งต่อปีกลุ่มประเทศใน ภูมิภาคเอเชียมีการถือครองส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอัตราร้อยละ 15 ของมูลค่าการตลาดทั้งหมดของโลก (ผู้จัดการออนไลน์, 2562) โดยประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ อินเดีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ตามลำดับ เมื่อเทียบส่วนแบ่งการตลาดเชิงสุขภาพของประเทศกับส่วนแบ่งการตลาดเชิงสุขภาพทั้งหมดในภูมิภาคเอเชีย พบว่า ประเทศไทยถือครองส่วนแบ่งการตลาดในอัตราร้อยละ 38 รองลงมาเป็นประเทศสิงคโปร์มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 33 จากข้อมูลเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชีย การกระจุกตัวอยู่ในประเทศไทย และประเทศสิงคโปร์ โดยส่วนแบ่งการตลาดที่สองประเทศนี้ถือครอง รวมกันอยู่ที่ร้อยละ 71 ของมูลค่าการตลาดทั้งหมดในภูมิภาคเอเชีย (กานดา ธีรานนท์, 2561)

ประเทศไทยนั้นมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมาย และหลากหลายทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี อีกทั้งความมีไมตรีจิตของคนไทยที่เป็นที่รับรู้โดยทั่วกันจนได้สมญานามว่า “THE LAND OF SMILES” สยามเมืองยิ้มจึงเป็นแรงดึงดูดการท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลก (อมรรัตน์ วงศ์เบ็ง, 2552) เมืองไทยจึงกลายเป็นจุดท่องเที่ยวที่มีตัวสินค้าหลัก ๆ ในจำนวนองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถแตกเป็นประเภทกิจกรรมของการท่องเที่ยวได้ถึง 8 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวทางเรือ และการท่องเที่ยวในแหล่งที่มนุษย์สร้างขึ้น (สำนักงานสถิติเศรษฐกิจและสังคม, 2557) สิ่งเหล่านี้ล้วนสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งนอกเหนือจากความสนุกสนานเพลิดเพลินการท่องเที่ยวจึงเป็นการพักผ่อนหย่อนใจและเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนาเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ก่อให้เกิดความเข้าใจทำให้เกิดความรู้สึกเป็นมิตรต่อกันและมีประโยชน์ทั้งทางด้านการปกครองและการเมืองระหว่างประเทศซึ่งความสัมพันธ์อันดีต่อกันนี้จะส่งผลกระทบต่อรัฐบาลของประเทศต่าง ๆ ทำให้มีความเข้าใจและใกล้ชิดกันยิ่งขึ้นอาจจะกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นสื่อกลางที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้คนต่างชาติต่างศาสนา (วีระพล ทองมา, 2554)

สำหรับการส่งเสริมของภาครัฐที่มีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทยเจริญเติบโตไปได้ด้วยดี คือ การที่ภาครัฐเข้ามากำหนดนโยบายเพื่อผลักดันและส่งเสริมให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เห็นได้จากการที่รัฐได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ 10 ปี (พ.ศ. 2560-2569) และกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical & Wellness) ในอาเซียน (กระทรวงสาธารณสุข, 2562)

กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ได้กล่าวว่าที่ผ่านมากกระทรวงสาธารณสุขได้ส่งเสริมและสนับสนุนด้านการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพรไทยให้เกิดผลเป็นรูปธรรม มีการวิจัยพัฒนาเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ซึ่งสามารถแข่งขันได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะปัจจุบันประเทศไทยมีพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2562 ฉบับที่ 7 อนุญาตให้นำกัญชาและกระท่อมมาใช้ประโยชน์ทางการแพทย์และการศึกษาวิจัยในประเทศไทยอย่างเป็นระบบ มีมหาวิทยาลัยและโรงพยาบาลการแพทย์แผนไทยในหลายพื้นที่ของประเทศนำองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาและต่อยอดเพื่อสนับสนุนการ

ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่รักสุขภาพเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมให้ประเทศไทยก้าวสู่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Wellness Tourism ระดับโลกอย่างแท้จริง (กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2563)

ในภาคส่วนของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (The Royal Coast หรือ Thailand Riviera) พ.ศ. 2560-2564 ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์เป้าหมาย และผังแนวคิดในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ไทยแลนด์รีเวียราของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนและนันทนาการ (Leisure and Recreation Tourism) ซึ่งจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ถือเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงเนื่องจากมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและความพร้อมด้านต่าง ๆ ดังนั้นเป้าหมายของการพัฒนาพื้นที่ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงและสามารถส่งเสริมรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก, 2560)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ มีการส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การมีการสร้างเมืองหัวหินให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยมีจัดงานกิจกรรม ดังนี้

1. กิจกรรม “Hua Hin Yoga Festival 2020” ครั้งที่ 2 ณ บริเวณชายหาดหัวหิน เพื่อเป็นการส่งเสริมให้คนหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) ปัจจุบันเทรนด์การออกกำลังกายยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เพราะการออกกำลังกายนอกจากจะเพื่อให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงแล้วนั้น ยังเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้ร่างกายปลอดภัยจากเชื้อไวรัสต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งประเภทของกิจกรรมการออกกำลังกายนั้นมีหลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับความสนใจและความชอบในแต่ละบุคคล “โยคะ” เป็นทางเลือกหนึ่งของกิจกรรมสำหรับกลุ่มผู้ที่สนใจดูแลสุขภาพและเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับแผนตลาดการท่องเที่ยวปี 2563 ของ ททท. สำนักงานประจวบคีรีขันธ์

2. โครงการ “Sports Fun มั่นสัประจวบฯ” กระตุ้นความถี่การเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Lifestyle ด้วยการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในรูปแบบต่าง ๆ พร้อมทั้งผนวกศิลปวัฒนธรรม อาหารถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่มานำเสนอให้เกิดการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬาต่าง ๆ ในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น และมุ่งหมาย

ให้เมืองหัวหินเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Destination) และสร้างภาพลักษณ์ให้เมืองหัวหินเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์, 2563)

3. กิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สร้างสีสันริมชายหาดหัวหิน รวมนักเต้นท่าไฟร้อนเล็กร้อนใหญ่เกือบพันคนโชว์สเต็ปสะบัดเอวสายสะโพกให้สะเทือนทั้งหาดที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เข้าร่วมงานพร้อมใจแต่งกายชุดเต้นออกกำลังกาย เสื้อผ้าสีสันสดใสสไตล์นีออน สีชมพู และสีเขียวสะท้อนแสง สร้างสีสันให้ชายหาดหัวหิน ดูคึกคักมีชีวิตชีวา ในงาน Zumba Dance on The Beach @ Hua Hin ที่ชายหาดหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทางททท. กล่าวว่า กิจกรรม Zumba Dance on The Beach @ Hua Hin จัดขึ้นเป็นครั้งที่ 2 เพื่อต่อยอดและกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยการเชิญชวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มาร่วมสัมผัสการออกกำลังกายที่สนุกสนาน สะบัดเอวสายสะโพกกันให้ชายหาดสะเทือน รวมพลคนเต้นซุมบ้ากับทีมครูสอนเต้นชื่อดังของเมืองไทย ได้ทั้งสุขภาพ และความสนุกสนาน รวมทั้งเป็นกิจกรรมสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวไทย และต่างชาติถึงมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีขั้นตอนการคัดกรองนักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน สร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวที่มีสีสัน เพื่อเผยแพร่สู่นักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวทั่วโลก ส่งเสริมการออกกำลังกายให้ร่างกายแข็งแรง เมื่อร่างกายแข็งแรงก็จะสามารถต่อสู้กับไวรัสได้ทุกชนิดด้วย สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวแบบ sport tourism (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์, 2563)

จุดแข็งที่เห็นชัดเจนด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองหัวหินและพื้นที่เชื่อมโยง มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เป็นสินค้าซึ่งมีชื่อเสียงระดับโลกอยู่มากมาย รวมทั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์แห่งราชวงศ์จักรีซึ่งมีคุณค่าและความงดงามทางศิลปะและวัฒนธรรม ดังนั้นพื้นที่บริเวณนี้จึงมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศให้เข้ามาใช้บริการ และประสิทธิภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเมืองหัวหินและพื้นที่เชื่อมโยง มีโรงแรมและสถานที่พักที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในทุกๆระดับ รวมทั้งมีกิจกรรมเสริมและสนับสนุนเพื่อให้บริการที่มีประสิทธิภาพแก่นักท่องเที่ยวอย่างมากมาย ซึ่งเมื่อผนวกเข้ากับเอกลักษณ์คนไทยที่มีอัธยาศัยไมตรีกับนักท่องเที่ยว จึงสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมทั้งความสามัคคีของภาคธุรกิจ ปัจจุบันภาคธุรกิจในพื้นที่หัวหินได้พยายามสร้างมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพ และลดการแข่งขันด้านราคา

รวมทั้งร่วมกันดูแลรักษาสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยมีการรวมกลุ่มกันเป็นสมาคม ซึ่งจะ
เป็นองค์กรในการเข้ามาจับบทบาทที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่

อำเภอหัวหิน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่มีหลากหลาย
ทรัพยากรที่มีตามธรรมชาติที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีอยู่แล้วในแหล่งท่องเที่ยวหัวหิน
เช่น ทะเล ภูเขา น้ำตก และความสำคัญของระบบนิเวศถือว่าเป็นสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ
ที่ส่งผลต่อความผาสุกของสังคมชุมชน อีกทั้งส่งผลต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในพื้นที่
ประกอบด้วย 1) บรรยากาศที่ผ่อนคลาย 2) ความสะอาด 3) ทิวทัศน์ 4) ธรรมชาติที่ไม่ถูก
ทำลาย 5) พืชพรรณและสัตว์ป่า และ 6) อุทยานแห่งชาติ ส่วนทรัพยากรที่สร้างขึ้น ถือเป็นสิ่ง
ที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว แบ่ง
ออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. สาธารณูปโภคการท่องเที่ยว ถือเป็นสภาพแวดล้อมหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวที่มีผล
ต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและเป็นเครื่องพยากรณ์คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ
ในพื้นที่นี้ หมายถึง สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นที่เป็นสาธารณูปโภคที่อำนวยความสะดวกทางการ
ท่องเที่ยว ได้แก่ 1) คุณภาพของที่พักอาศัย 2) ประสิทธิภาพของสนามบิน 3) แหล่งข้อมูล
สำหรับนักท่องเที่ยว 4) การขนส่ง และ 5) คุณภาพของร้านอาหาร

2. มีกิจกรรมที่หลากหลาย เป็นสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่นี้ หมายถึง
ส่วนประสมของกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นสิ่งดึงดูดใจ การท่องเที่ยวที่
สำคัญ ได้แก่ 1) กิจกรรมทางน้ำที่หลากหลาย 2) กิจกรรมทางธรรมชาติที่หลากหลาย 3)
กิจกรรมการผจญภัยที่หลากหลาย 4) กิจกรรมการพักผ่อนที่หลากหลาย 5) สิ่งอำนวยความสะดวก
ด้านกีฬา และ 6) กิจกรรมนันทนาการเพื่อการพักผ่อนที่หลากหลาย

ในปัจจุบันอำเภอหัวหินถือได้ว่าการเจริญเติบโตทางด้านการท่องเที่ยวมากมาย
อย่างยาวนานโดยได้มีการนำเอาทรัพยากรในท้องถิ่นต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน ได้แก่ ธรรมชาติ
ประวัติศาสตร์ ประเพณี วิถีชีวิต และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนและปัจจัยในการ
ท่องเที่ยว สามารถกระจายรายได้ไปในหลายภาคส่วน เช่น ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ที่พักการขาย
สินค้าที่ระลึก สินค้าชุมชน ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ ที่มีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการ
ท่องเที่ยวทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม

อำเภอหัวหิน มีที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามา
ที่อำเภอหัวหินในปี พ.ศ. 2560 สูงถึง 824,588 คน ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์กระทรวง
ท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2560-2564 จะเป็นแนวทางหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว
ที่เหมาะสมกับเมืองหัวหิน และกระแสรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นที่นิยม

อย่างมาก และมีแนวโน้มที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) และการสร้างภาพลักษณ์ให้เมืองหัวหินเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ รวมทั้งส่งเสริมให้คนหันมาดูแลรักษาสุขภาพกันมากขึ้น ด้วยการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร อาหารท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ น่าสนใจ รวมทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์เมืองหัวหินให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาในเบื้องต้นจึงเป็นที่มาของการวิจัยเรื่อง “ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดยมุ่งเน้นการศึกษา ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอำเภอหัวหินของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และที่สำคัญเพื่อเป็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มุ่งสู่การพัฒนาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ

คำถามของงานวิจัย

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นเช่นไร
2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เมืองหัวหินเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นเช่นไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตทางด้านพื้นที่

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาโดยรวม ดังนี้

ขอบเขตเนื้อหาศึกษาค้นคว้าภาพ แนวทางการพัฒนา ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เมืองหัวหินเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's) 4) แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว 5) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 6) แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis และ TOWS Matrix และ 7) บริบทพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยลงพื้นที่ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใช้วิธีการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต โดยได้ข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการในพื้นที่หัวหิน จำนวน 20 คน ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวทั้งหมดเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นายอำเภอเมืองหัวหิน นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน
2. หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 8 คน ได้แก่ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวหัวหิน-ชะอำ สมาคมโรงแรมหัวหิน-ชะอำ ผู้ประกอบการด้านสุขภาพและสปา ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ นักโภชนาการ
3. ผู้แทนชุมชน จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้นำในชุมชนอำเภอหัวหิน ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. ภาควิชาการ จำนวน 3 คน ได้แก่ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การวิจัยเชิงปริมาณ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 2,943,028 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)

นิยามศัพท์เฉพาะ

ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ศักยภาพและความพร้อมต่าง ๆ ในการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว 4) ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด 5) ด้านที่พักแรม และ 6) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมาย เพื่อส่งเสริมสุขภาพ บำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน โดยมีจิตสำนึกต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเน้นการส่งเสริมสุขภาพด้วยศาสตร์หรือองค์ความรู้ภูมิปัญญาแขนงต่าง ๆ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ โดยการเดินทางแต่ละครั้งมีวัตถุประสงค์อะไรก็ได้ที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์นั้นจะเป็นไปอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนี้ 1) เพื่อการพักผ่อน 2) เพื่อส่งเสริมสุขภาพ 3) บำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจ และ 4) เพื่อความบันเทิง/สนุกสนาน

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การมีผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ โดยมีเครื่องมือหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถควบคุมหรือพัฒนาเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านกายภาพ 7) ด้านกระบวนการ 8) ด้านภาพลักษณ์ 9) ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจของแก่นักท่องเที่ยว และ 10) ด้านนโยบายของสถานประกอบการ

ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยว ที่ผสมผสานกับการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน เพื่อเป็นการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น และการพักผ่อนหย่อนใจ โดยมีรูปแบบกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ 1) ทัวร์สปาและนวดแผนไทย 2) ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร 3) ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 4) ทัวร์ฝึกสมาธิและบำบัดปัญญา 5) ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เป็นข้อมูลด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์สามารถนำไปประยุกต์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เมืองหัวหินเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ
2. เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. ได้แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

4. ภาครัฐสามารถนำข้อมูลจากผลวิจัยที่ได้เพื่อนำไปออกแบบวางแผนและใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป

5. ภาคเอกชนสามารถนำข้อมูลจากผลวิจัยที่ได้เพื่อนำไปออกแบบวางแผนการจัดกิจกรรมที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อไป

6. ชุมชนในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยว



บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง คักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสรุปแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวข้องกับคักยภาพการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของคักยภาพการท่องเที่ยว
 - 1.2 หลักเกณฑ์การพิจารณาคักยภาพการท่องเที่ยว
 - 1.3 เกณฑ์การประเมินคักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.4 เครื่องบ่งชี้คักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - 2.2 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - 2.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - 2.4 รูปแบบการบริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
 - 2.5 ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 3.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 3.2 การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 3.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 3.4 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว
 - 3.5 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว 4.0
 - 3.6 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
 - 4.1 ความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว
 - 4.2 มาตรฐานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's)
 - 5.1 ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด
 - 5.2 ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด
 - 5.3 องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด 10 P's
6. แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis และ Tows Matrix
7. บริบทพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยว

ความหมายของศักยภาพการท่องเที่ยว

ศักยภาพ คือ ภาวะแฝง อำนาจ หรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525) หรืออาจกล่าวได้ว่า ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เอื้ออำนวยต่อการจัดการ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลง การพัฒนา และการปรับปรุงใด ๆ ฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงมีศักยภาพแตกต่างกันตามความมุ่งหวังหรือวัตถุประสงค์ของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ศักยภาพสูงจะถูกจัดการเป็นลำดับแรก ดังนั้น การกำหนดปัจจัยการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีการใช้เครื่องมือที่เหมาะสม และแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีการจัดการที่เหมาะสมต่อไป (สุภาภรณ์ หาญทอง, 2543) หรืออาจกล่าวได้ว่า ศักยภาพการท่องเที่ยว คือความสามารถหรือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนา โดยพิจารณาจากคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงสภาพการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมหรือพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวนี้จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน (ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร, 2562)

จากความหมายของศักยภาพการท่องเที่ยวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ศักยภาพการท่องเที่ยว หมายถึง ความสามารถ ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการพัฒนา ปรับปรุงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นที่เอื้ออำนวยสะดวกด้านต่าง ๆ โดยคำนึงถึงด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ด้านการให้บริการขั้นพื้นฐาน

เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยมีความร่วมมือจากหน่วยงานหลายภาคส่วนในพื้นที่นั้น

หลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยว

การจัดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นต้องกำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคูณลักษณะด้านต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัววัดศักยภาพ แล้วนำมาเปรียบเทียบกันในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการจัดลำดับความสำคัญด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถเลือกพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดสรรงบประมาณของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย ดังนี้ (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, 2550)

1. คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต
2. ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว
3. สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่าง ๆ ระบบไฟฟ้าประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย
4. สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว
5. ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ ข้อจำกัดทางด้านบริการสาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
6. ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

เกณฑ์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ต้องครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ (วิภา ศรีระทุ, 2551)

1. ด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะหรือมีความเป็นเอกลักษณ์ประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น รวมทั้งต้องมีปัจจัยอื่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ลักษณะภูมิทัศน์ ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น สภาพของเส้นทาง ฤดูกาล ระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นต้น

2. ด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เช่น ถนน ไฟฟ้า แหล่งน้ำ การจัดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่ให้เกิดขีดความสามารถในการรองรับ การจัดการควบคุมกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่

3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โอกาสในการสร้างจิตสำนึก และการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม

4. ด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใดบ้าง และประชาชนในท้องถิ่นมีความพอใจหรือสนใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

เครื่องบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

องค์ประกอบที่นำมาเป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมีดังนี้ (ธรรมศักดิ์โรจนสุนทร, 2542)

1. ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยว พิจารณาจากสถานที่ตั้งและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวนั้นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหลาย ๆ ด้าน เช่น ความต้องการในด้านความสะดวกในการพักผ่อน ความสนุกสนาน การหาประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยจูงใจหลัก แบ่งได้ 3 ชนิด ได้แก่ ปัจจัยจูงใจด้านธรรมชาติ ปัจจัยจูงใจด้านประวัติศาสตร์และศาสนา และปัจจัยจูงใจทางด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น

2. ปัจจัยประกอบ ได้แก่ คุณค่าดึงดูดใจจากสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และลักษณะภูมิทัศน์ที่เป็นเอกลักษณ์ ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน สภาพเศรษฐกิจและสังคม ภัยธรรมชาติ และการเมือง

3. ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ด้านที่พักและอาหาร การสื่อความหมาย ข้อมูลข่าวสาร การให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม ต้องพิจารณาถึงโครงข่ายการคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ บริการสาธารณะ เช่น ไฟฟ้า น้ำ การระบายน้ำ การกำจัดขยะตลอดจนระบบการสื่อสารโทรคมนาคม

จากความหมายของศักยภาพการท่องเที่ยวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ศักยภาพความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ทราบได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษามีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมารวมถึงการจัดลำดับความสำคัญด้าน

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถเลือกพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง และเหมาะสม โดยศึกษาครอบคลุมเนื้อหาด้านพื้นที่ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ อำเภอหัวหิน ด้านการจัดการ ในเรื่องของการสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ของพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ถนน ไฟฟ้า ความปลอดภัย การจราจร ที่พัก กิจกรรม การท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอหัวหินให้มีความพร้อมต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาความพร้อมทางการ ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่อย่างต่อเนื่องได้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2006) ได้นิยามคำว่า “สุขภาพ (Health)” หมายถึง “สภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางร่างกาย ทางจิตใจ และทางสังคมของมนุษย์ไม่ เพียงแต่ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ” บุคคลที่แสวงหาสุขภาพที่ดีจึงเป็นคนที่พยายามสร้างสมดุล ระหว่างปัจจัยทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม อารมณ์ จิตวิญญาณ และสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพล ต่อการดำรงชีวิตให้ประสานสมดุลกันแบบองค์รวมอย่างลงตัว (Holistic Balance) การแพทย์ แบบองค์รวม (Holistic Medicine) เป็นการแพทย์ที่มุ่งเน้นการสร้างเสริมและบำรุงรักษาสุขภาพ ไม่ได้เน้นไปที่การรักษาความเจ็บป่วย ซึ่งแนวคิดนี้เป็นแรงผลักดันของความต้องการใช้บริการสปา และบริการพักผ่อนในรีสอร์ทที่ให้บริการส่งเสริมสุขภาพแบบครบวงจรที่กำลังได้รับความนิยม มากขึ้นในปัจจุบัน (Edlin and Gotanty, 1988 อ้างในราณี อิลิชัยกุล, 2557) รวมถึงศูนย์ SMEs Knowledge Center (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวที่พ่วงกิจกรรมด้านสุขภาพ ไว้ด้วยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ตามกระแสการเอาใจใส่ ดูแลด้านสุขภาพที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน และหลายประเทศในภูมิภาคเอเชียรวมทั้งประเทศไทย ต่างให้การส่งเสริมการขยาย ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่สนใจในการส่งเสริมและรักษาสุขภาพ โดยมีนักวิชาการหลายคนได้ให้ความหมาย ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557, หน้า 272) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพว่า การท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่ผสมผสานการเดินทางไปยังสถานที่พักผ่อนควบคู่ ไปกับการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ โดยผ่านการบำบัดหรือปฏิบัติตาม

ข้อกำหนด ทำให้ได้รับรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ ในขณะเดียวกันก็ช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

นาฏสุตา เชมนะสิริ (2555, หน้า 13) ได้ให้ความหมายคำว่า “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” (Health Tourism) ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่พักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงามบริสุทธิ์ เพื่อให้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรงปัจจุบันนิยมจัดในรูปแบบของศูนย์สุขภาพ โดยเป็นการจัดให้นักท่องเที่ยวได้ออกกำลังกายและนันทนาการ ที่ถูกต้องและปลอดภัยภายใต้การดูแลของแพทย์และพยาบาล หรือบุคลากรที่มีความรู้ด้านสุขภาพอนามัยรวมทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่พร้อมจะให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา นักท่องเที่ยวได้รับทั้งประโยชน์ ความรู้ประสบการณ์ด้านสุขภาพอนามัยและความประทับใจ พร้อมทั้งจะกลับไปพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

Smith and Kelly (2006) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมรักษา และฟื้นฟูร่างกาย จิตใจ และ จิตวิญญาณ และ Chen et al (2013) ได้ขยายความว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการเดินทางเพื่อชื่นชมความงามของแหล่งท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมสุขภาพเพื่อสร้างความสมดุล ให้กับร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ

นอกจากนี้ Ufuk et al. (2012) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหรือเมืองต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าทำกิจกรรมส่งเสริม ฟื้นฟู ตลอดจนบำบัดรักษาสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551, หน้า 2) ที่อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ และ/หรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาลและอื่น ๆ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมรักษาสุขภาพ และสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่น ผ่องใส เป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรงปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล และภายหลังการท่องเที่ยวก็สามารถนำกลับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ รวมถึง (วรรณภา

วงษ์วานิช, 2546) ได้กล่าววว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดแล เสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเห็นวัฒนธรรมท้องถิ่นและนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น และ (ชญาณิศ วงษ์พันธุ์, 2565) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเฉพาะด้านเกี่ยวกับทางเลือกใหม่ที่หลาย ๆ คนในปัจจุบันต่างให้ความสนใจกับสุขภาพ ที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมฟื้นฟู และบำบัดรักษาสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ รวมทั้งการใช้ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวดังกล่าว เยี่ยมชมความงามทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งการพักผ่อนหย่อนใจทำให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวไปด้วย

จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งชมความงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม โดยใช้ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟู และบำบัดรักษาสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจในการพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เป็นการเรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นแจ่มใส รวมถึงการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การกำลังกาย การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ การเล่นกีฬา

สอดคล้องกับ International Union of Official Organizations (IOUTO, 1973) ได้ให้นิยามความหมายที่ครอบคลุมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551, หน้า 2-3) แบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่น ๆ เป็นต้น โดยทั่วไปจึงมักมีการจัดโปรแกรม การท่องเที่ยวที่บรรจุโปรแกรมการเข้ารับบริการบำบัดรักษาโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟัน การผ่าตัดเสริม ความงาม หรือการผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น โดยเลือกใช้

บริการในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง ดังนั้น ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการต้องดำเนินการพัฒนาบริการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวและ กิจกรรมบำบัดรักษาสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐาน คุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

2. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวม หรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การบริการสวดมนต์บำบัด (Aroma Therapy) และวาริบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติ สมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และอื่น ๆ โดยทั่วไปจึงมักนิยมการเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม โดยจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นด้วย และเลือกพักรวมในสถานที่พักตากอากาศประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีศูนย์สุขภาพหรือศูนย์กีฬาให้บริการ ส่งเสริมสุขภาพที่มีมาตรฐานคุณภาพอย่างแท้จริง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักรวมนั้น ๆ จัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น ในการให้บริการดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการนิยมแพร่หลายเป็นอย่างมาก และมีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพแลพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวรวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไปในตัวอีกด้วย ทั้งนี้ (ราณี อิลิชัยกุล, 2557) ได้กล่าวถึง ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพว่าสามารถแบ่งออก ได้เป็น 3 ระดับ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้อยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเองภายใต้สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในปัจจุบัน โดยการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพอย่างถูกวิธี เช่น การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ การฝึกไทเก๊ก การอาบน้ำแร่หรือสปา การนวดแผนโบราณ การรับประทานสมุนไพร การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และการพักผ่อนในที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยมีสถานที่

ให้บริการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพหลายประเภท เช่น การนวดแผนโบราณที่วัดโพธิ์ การนั่งสมาธิในวัดสำคัญทางพุทธศาสนา เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวหรืออยู่ในระยะพักฟื้น การท่องเที่ยวลักษณะนี้ นักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและเป็นธรรมชาติ รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และออกกำลังกายอย่างเบา ๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการลักษณะนี้ เช่น ชิวาครม สถานที่ พักตากอากาศชายทะเล เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง เนื่องจากคำรักษาพยาบาลในประเทศไทยถูกกว่าต่างประเทศ และประเทศไทยมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญและมีฝีมือหลายด้าน เช่น การทำทันตกรรม การเปลี่ยนสะโพก การเปลี่ยน ข้อเข่า การผ่าตัดเพื่อเสริมความงาม เป็นต้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557, หน้า 274) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็น 6 ด้าน อิงตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการพักผ่อนควบคู่กับการรักษาฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจให้สมบูรณ์แข็งแรงและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมทั้งมีการพัฒนาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อมและแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม (Environmental Education Based Tourism) โดยมีการศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์และปลูกจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยวและบุคคลที่เกี่ยวข้อง

3. องค์ประกอบด้านการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีการให้บริการอย่างมีคุณภาพ (Service Quality – Based Tourism) อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดำเนินถึงการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแสวงหานักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พร้อมทั้งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนท้องถิ่น ดำเนินถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Community Participation–Based Tourism) ทางการ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น รวมถึงการกระจายรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิต ดูแลบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คำนึงถึงจิตสำนึกของผู้เกี่ยวข้อง (Consciousness-Based Tourism) ทำให้ทุกฝ่ายเกิดความรักและห่วงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมเชิงสุขภาพ

J. Pelasol (2012) ได้กล่าวไว้ว่า การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น จะต้องเข้าไปให้ถึงพื้นที่และต้องคำนึงถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถจะรองรับนักท่องเที่ยวหรือช่วยทำให้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมาสู่สถานที่แห่งนั้น แม้ว่าอาจจะไม่ใช่สิ่งที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงแต่ก็มีอิทธิพลมากพอในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ด้วยการเตรียมความพร้อมขององค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (6 A's) ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) คือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น ท้องทะเลสีฟ้าคราม หาดทรายสีขาวละเอียด ป่าไม้นานาพันธุ์ รวมถึงสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น สวนสัตว์เปิดสวนดอกไม้ สวนสนุก

2. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การมีระบบสาธารณูปโภค ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานที่ดีเหมาะสม เช่น ระบบการคมนาคม การขนส่งทางราง การขนส่งทางอากาศสามารถอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจุดหมายที่กำหนดได้อย่างเหมาะสม

3. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า ประปา ถนน ตลอดจนการสื่อสารและสัญญาณโทรศัพท์

4. การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) เช่นการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้บริโภครับความสะดวกมากยิ่งขึ้น เช่น ห้องสุขา บิมน้ำมัน ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น

5. ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodations) เช่น รีสอร์ท โรงแรม โฮมสเตย์ มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับ อาทิ ห้องอาหาร สถานที่พักผ่อน ออกกำลังกาย เป็นต้น

6. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ในปัจจุบันนี้ไม่เพียงแต่การเดินทางเพื่อชมเท่านั้น แต่เน้นไปที่การมีโอกาสได้ร่วมทำกิจกรรมด้วยกับสถานที่นั้น ๆ เช่น การล่องแก่ง การดำนา เกี่ยวข้าว เป็นต้น

ธารณี นวสันธิ (2559) ได้กล่าวไว้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม เพื่อในการรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่

นักท่องเที่ยว พาหนะในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย กิจกรรมทางการท่องเที่ยว
 ป้ายบอกทาง อาคารสิ่งก่อสร้างภายในแหล่งท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดสิ่งดึงดูดใจ

เสรี วงศ์มณฑา (2563) กล่าวไว้ว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวหลักอย่างน้อย
 10 ประการ หรือ 10 A's ดังต่อไปนี้

1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งที่สามารถ
 ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โดยมี 3 ทางคือ ทางบก
 ทางน้ำ ทางอากาศ และยังรวมถึงการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

2. Attraction หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยัง
 สถานที่ท่องเที่ยวนั้น เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี
 เป็นต้น

3. Accommodation หมายถึง ที่พักในแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอ รวมถึงบรรยากาศของ
 ที่พัก และมาตรฐานของที่พัก

4. Amenities หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของสถานที่ท่องเที่ยวที่
 นักท่องเที่ยวต้องการ เช่น ห้องน้ำ ร้านอาหาร เป็นต้น

5. Activities หมายถึง กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการ
 ของนักท่องเที่ยว และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

6. Ancillary หมายถึง บริการเสริมอื่น ๆ ที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมีความ
 สะดวกสบายมากขึ้น เช่น ไปรษณีย์ ธนาคาร โรงพยาบาล ปั้มน้ำมันที่ได้มาตรฐาน

7. Atmosphere หมายถึง บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี เช่น มีถนนสวยงาม
 สะอาด

8. Availability หมายถึง มีบริษัททัวร์เข้าไปดำเนินการธุรกิจในพื้นที่โดยมีบริการ
 package tour ที่รวมการบริการหลายอย่าง เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร ซึ่งอาจมีราคาถูกกว่า
 ในกรณีแยกใช้บริการทีละอย่าง ทำให้ดึงดูดใจลูกค้า และเห็นถึงความคุ้มค่า

9. Authority หมายถึง ความรอบรู้ การให้ข้อมูล การให้บริการของเจ้าหน้าที่

10. Amiability หมายถึง ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่
 อำเภอหัวหิน ผู้วิจัยนำองค์ความรู้ที่ได้จากแนวคิด มาออกแบบสอบถามในการวิจัยเชิงคุณภาพ
 เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน
 และภาควิชาการ ซึ่งนำมาเป็นประเด็นใช้ในแบบสอบถามในการวิจัยเชิงคุณภาพ 6 ด้าน ได้แก่

1) ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ทางการท่องเที่ยว 4) ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด 5) ด้านที่พักแรม และ 6) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

รูปแบบการบริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557, หน้า 275-286) ได้แบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไว้ดังนี้

1. การนวด (Massage) ได้แก่ นวดไทยแผนโบราณ (Traditional Thai Massage) นวดด้วยน้ำมันหอมระเหย (Aromatherapy Massage) การนวดแบบสปอร์ตหรือการนวดเพื่อการกีฬา (Sport Massage) การนวดแบบสวีดิชหรือสวีเดน (Swedish Massage) การนวดแบบบาห์ลีหรือนวดแบบอินโดนีเซีย (Ball or Indonesia Massage) การนวดแบบกดจุด (Acupressure Massage) การนวดฝ่าเท้า (Reflexology Massage) การนวดแบบชิอัตสึ (Shiatsu Massage) เป็นต้น

2. การอบสมุนไพร (Herbal Steam)

3. การประคบสมุนไพร (Herbal Compress)

4. วารีบำบัด (Hydro Therapy)

5. น้ำทะเลบำบัด (Thalassic Therapy)

6. การอาบน้ำแร่ (Mineral Spring Spa)

7. สูดกลิ่นบำบัด (Aroma Therapy)

8. การบำบัดด้วยโคลน (Mud Therapy)

9. การบำบัดด้วยการฝังเข็ม (Acupuncture)

10. การฝึกกายบริหาร (Physical Exercises) ได้แก่ ฤาษีดัดตน ไทชิ ชี่กงและโยคะ

11. การทำสมาธิ

12. การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ (Nutrition Therapy)

13. การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ

นอกจากนี้ อาจจัดรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกเป็น 5 ประเภท คือ ประเภทการรับประทานอาหาร ประเภทการปรับสภาพจิตใจ ประเภทการฟื้นฟูพลัง ประเภทการใช้ยารักษาและประเภทการศึกษาหาความรู้

จิตตินชูลี บุญช่วย (2562) ได้กล่าวถึง “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” คือ การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อความผ่อนคลาย สนุกสนาน ไปพร้อมกับการดูแลสุขภาพ สุขภาพใน 2 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Medical Tourism) เช่น การผ่าตัด ศัลยกรรมความงาม ทำเลสิก ทันตกรรม ตรวจเช็คสุขภาพ การพักผ่อน เป็นต้น

และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เช่น การทำสปา นวดแผนไทย ผังเข็ม โยคะ ทำสมาธิ เป็นต้น

ปัทมา ตันติเวชกุล (2546) กล่าวว่า ในประเทศไทยได้มีการจัดรูปแบบกิจกรรมการให้บริการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) ได้แก่

1. การนวดแผนไทย ถือเป็นวิธีบำบัดรักษาโรคของไทยที่มีมาแต่ดั้งเดิม เริ่มต้นมาจากความพยายามในการบรรเทาอาการปวดเมื่อย ฟกช้ำ ด้วยการสัมผัสจับต้อง หรือกดบริเวณที่เจ็บเพื่อ ช่วยเหลือตนเอง นวดเพื่อช่วยเหลือตนเองและสังสรรค์มาเป็น การนวด เริ่มจากการนวด ตนเอง นวดเพื่อช่วยเหลือบุคคลในครอบครัวและกระจายกว้างขวางออกไป ในชุมชน นอกจากนี้ในค่ายมวยซึ่งมักเกิดอุบัติเหตุจากการต่อสู้ เช่น ไหล่หลุด เคล็ด ชัดยอก จึงมีการบำบัดขั้นต้นด้วยการ กด จับ ดัด ดึง เพื่อให้เข้าที่ ทำให้เรียนรู้สืบทอดกันมา และพัฒนาเป็นท่าต่าง ๆ สรุปรบที่เรียนเป็นศาสตร์และศิลปะที่ใช้ในการบำบัดรักษาตราจนถึงปัจจุบัน ประโยชน์ของการนวดแผนไทย คือ

- 1.1 ช่วยทำให้ระบบหมุนเวียนของโลหิตดี สุขภาพแข็งแรง
- 1.2 ช่วยทำให้การเคลื่อนไหวของสรีระคล่องแคล่วอย่างธรรมชาติ
- 1.3 สามารถบรรเทาโรคและอาการปวดต่าง ๆ ของข้อต่อและกล้ามเนื้อ
- 1.4 เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและถ่ายทอดความเอื้ออาทรต่อผู้ถูกนวด

2. การนวดเท้า มีหลักการพื้นฐาน คือ อวัยวะทั้งหมดของร่างกายจะมีการแสดงออกที่สัมพันธ์กับบริเวณเท้าทั้งหมด โดยอวัยวะส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับบริเวณสันเท้า แล้วกระจายไปสู่ปลายเท้า การนวดเท้าแบบไทยจึงมีวิธีการนวดและการกดจุดบนเท้าซึ่งจะไปมีผลที่อวัยวะอื่น ๆ ที่อยู่ไกลได้โดยยังไม่สามารถอธิบายถึงประสาทที่เกี่ยวข้องกันโดยตรงแบบแพทย์แผนปัจจุบันได้ การนวดเท้าแบบไทยเป็นการนวดโดยรวมเพื่อกระตุ้นเส้นสายให้ลมเดินสะดวก โดยเริ่มจากฝ่าเท้า หลังเท้าแล้วไปที่ขา ประโยชน์ของการนวดเท้าเพื่อสุขภาพ คือ

2.1 ช่วยส่งเสริมสุขภาพโดยกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต น้ำเหลือง และกระตุ้นการทำงานของระบบต่าง ๆ ในร่างกายให้ทำงานสมดุลดี

2.2 ช่วยป้องกันโรคบางอย่าง เช่น ท้องผูก หืด ปวดหัว โรคไต โรคเครียด ไมเกรน เป็นต้น

2.3 ส่งผลดีทางด้านสุขภาพจิต รู้สึกสบายลดความตึงเครียด และสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว

3. การอบ/ประคบสมุนไพร หมายถึง กระบวนการและวิธีการในการส่งเสริมสุขภาพ และการบำบัดรักษาร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ด้วยกรรมวิธีอบไอน้ำผสมกลิ่นหอมจากพืชสมุนไพรหรือ กรรมวิธีประคบร้อนจากพืชสมุนไพรตามหลักทฤษฎีการแพทย์แผนไทยโบราณ

3.1 การอบสมุนไพร เป็นการอบตัวด้วยไอน้ำที่ได้จากการต้มสมุนไพร เป็นวิธีบำบัดรักษา อย่างหนึ่ง ซึ่งเริ่มต้มจากประสบการณ์การนั่งกระโจมในหญิงหลังคลอด โดยใช้ผ้าทำเป็นกระโจมหรือ นั่งในสุ่มไก่อ่ที่ปิดคลุมมิดชิด และมีหม้อต้มสมุนไพรซึ่งเดือด ทำให้สามารถอบและสูดดมไอน้ำสมุนไพร และผิวหนังได้สัมผัสไอน้ำด้วยกันช่วยให้การไหลเวียนของโลหิตดีขึ้น ทำให้ร่างกายสดชื่นผิวพรรณเปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล ต่อมาจึงเป็นที่นิยมในประชาชนทั่วไป จึงได้มีการจัดทำเป็นห้องอบตัวด้วยไอน้ำสมุนไพร 2 แบบคือ การอบแห้งหรือที่เรียกว่า “เซาว์น่า” (Sauna) โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบนเตาและการอบเปียก โดยใช้หม้อต้มสมุนไพร ที่มีท่อส่งไอน้ำเข้าไปภายในห้องอบ

3.2 การประคบสมุนไพร เป็นวิธีบำบัดรักษาของแพทย์แผนไทยอีกวิธีหนึ่ง โดยการนำ สมุนไพรสดที่มีตัวยาสาคัญ เช่น หัวไพล ขมิ้นอ้อย ตะไคร้ ผิวมะกรูด ฯลฯ ห่อใส่ผ้ารวมกันโดยใช้วิธีหนึ่ง ให้ร้อนเพื่อให้เกิดน้ำมันหอมระเหยเป็นสารในการออกฤทธิ์ซึ่งเมื่อผสมกับความร้อนด้วยตัวยาดตาม สรรพคุณของสมุนไพรจะซึมผ่านผิวหนังด้วยการประคบสัมผัสไปตามบริเวณที่ต้องการส่วนใหญ่จะนิยมทำกันในหญิงหลังคลอด และผู้ที่ต้องการให้ร่างกายสดชื่นผิวพรรณเปล่งปลั่งมีน้ำมีนวล

4. สูดคนธบำบัด (Aroma Therapy) หมายถึงกระบวนการและวิธีการในการส่งเสริมสุขภาพ และการบำบัดรักษาร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ด้วยกลิ่นหอม ซึ่งส่วนใหญ่ได้จาก น้ำมันหอมระเหย (Essential Oil หรือ Volatile Oil) ที่สกัดได้จากส่วนต่าง ๆ ของพืชสมุนไพร เช่น ดอกใบ ราก ผล เปลือกไม้ ยางไม้ (Resins, Gums, Exudates) รวมถึงสารในพืชบางชนิด เช่น Coumarin และกลิ่นหอมที่ได้มาจากสัตว์ เช่น ปลาวาฬ (อำพันทองหรือ Ambergris เป็นสารหอมที่ได้จากสารออกปลาวาฬ) ชะมด (ชะมดเข็ดหรือ Civet เป็นสารหอมที่ได้จากสิ่งขับถ่ายจากกระเพาะของต่อมคู่ใกล้กับอวัยวะสืบพันธุ์ของตัวชะมด) บีเวอร์ กวาง เป็นต้น โดยวิธีการใช้น้ำมันหอมระเหยที่นิยมใช้ในสูดคนธบำบัด อยู่ 3 วิธี ดังนี้

4.1 การสูดดมโดยตรง เป็นวิธีที่ง่ายและสะดวก โดยสูดดมกลิ่นหอมจากน้ำมันหอมระเหยที่หยดบนสำลีหรือกระดาษทิชชูหรือสูดดมไอระเหยจากน้ำมันระเหยที่หยดลงในเตาต้มน้ำร้อน 5-10 หยด ไอน้ำจะพากลิ่นน้ำมันหอมระเหยกระจายออกไปทั่วบริเวณ สร้างบรรยากาศให้มีกลิ่นหอมและ บำบัดอาการต่าง ๆ แล้วแต่ชนิดของน้ำมันหอมระเหย

4.2 การผสมน้ำ โดยการเติมน้ำมันหอมระเหยลงในอ่างอาบน้ำ เป็นวิธีการที่ดีในการผ่อนคลายอารมณ์และจิตใจ กลิ่นหอมของน้ำมันหอมระเหยจะผ่านเข้าสู่ร่างกายได้ 2 ทาง คือ การสูดดม กลิ่นที่ระเหยขึ้นมาจากน้ำ และการแทรกซึมเข้าทางผิวหนัง น้ำในอ่างอาบน้ำไม่ควรร้อนเกินไป และ ปริมาณน้ำมันหอมระเหยไม่ควรเกิน 6 หยด ถ้าในเด็กควรลดปริมาณน้ำมันหอมระเหยลงสักครึ่งหนึ่ง โดยต้องผสมให้เข้ากับน้ำที่เตรียมไว้แล้ว

4.3 การใช้กับผิวหนังโดยตรง โดยทาน้ำมันหอมระเหยบนผิวหนังแล้วนวดร่างกายด้วยมือ เป่าแบบลูบไล้ไปมาด้วยน้ำหนักร่มที่สม่ำเสมอ จะช่วยคลายเครียดและลดความปวดเมื่อยได้ดี แต่ไม่ควรเอาน้ำมันหอมระเหยชนิดเข้มข้นมานวด ควรจะให้น้ำมันหอมระเหยเจือจางเสียก่อนใช้ทาบน ผิวหนัง

5. การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้รับความนิยมแพร่หลาย คือ แหล่งน้ำแร่ (Mineral Water) ที่พบในรูปของน้ำพุร้อนหรือบ่อน้ำร้อน เนื่องจากเชื่อกันว่า น้ำแร่ชนิดต่าง ๆ มีคุณค่าทางการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพจากการดื่มหรืออาบ โดยรู้จักไปในนามของ “สปา” (Spa) ในประเทศไทย น้ำแร่ก็เป็นสิ่งที่คนไทยรู้จักคุ้นเคยมานาน ซึ่งมีให้บริการอยู่ในแหล่งบ่อน้ำแร่และบ่อน้ำพุร้อนในหลายจังหวัด เช่น ระนอง เชียงใหม่ เชียงราย อุทัยธานี ยะลา ฯลฯ แต่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและทันสมัยเท่าที่ควรเหมือนอย่างในต่างประเทศ

6. วารีบำบัด (Water Therapy) หมายถึง กิจกรรมสร้างเสริมและบำบัดรักษาสุขภาพ โดย วิธีการสร้างความสมบูรณ์แข็งแรงและเพิ่มสมรรถภาพที่ดีของร่างกายด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่อาศัยน้ำเป็น ปัจจัยสำคัญ ประกอบด้วยการออกกำลังกายในน้ำด้วยวิธีการทำกิจกรรมแอโรบิกในน้ำซึ่งเรียกอีก อย่างหนึ่งว่า ไฮโดรเทอราปี (Hydrotherapy) การออกกำลังกายแอโรบิกในน้ำสามารถช่วยสร้างเสริม และบำบัดรักษาสุขภาพได้ เพราะน้ำมีแรงพยุงตัวที่ช่วยลดในส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้ดี และช่วย เสริมสร้างกล้ามเนื้อได้เร็วขึ้น สำหรับผู้สูงอายุที่มีอาการปวดหลัง หรือปวดข้อสามารถใช้วิธีไฮโดรแอโรบิก (Hydro-Aerobics) โดยการออกกำลังกายในสระน้ำที่มีระดับน้ำสูงเพียงแค่หน้าอกและเป็นพื้น สระน้ำแบบระนาบเดียวกันทั้งหมด นอกจากนี้ ยังมีวิธีการวารีบำบัดแบบง่าย ๆ คือ การอาบน้ำร้อน น้ำเย็นสลับกัน โดยเริ่มต้นอาบน้ำร้อนก่อนประมาณ 3-5 นาที แล้วสลับการอาบด้วยน้ำเย็น ซึ่งจะมี ผลทำให้ร่างกายเกิดความกระปรี้กระเปร่าขึ้น แต่ถ้าก่อนนอนอยากให้ร่างกายรู้สึกสบายและหลับง่าย ก็ให้ใช้วิธีการอาบน้ำอุ่น เพื่อให้ระบบต่าง ๆ ของร่างกายทำงานช้าลง ประโยชน์ของวารีบำบัดด้วยวิธี

นี้จะช่วยสร้างภูมิคุ้มกันต้านทานต่อโรคต่าง ๆ ช่วยปรับฮอร์โมนและช่วยผ่อนคลายของระบบประสาทที่มีอาการตึงเครียดได้

7. การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหารนับเป็นปัจจัยสำคัญ ที่นำไปสู่การสร้างเสริมสุขภาพที่ดี ซึ่งมีวิธีการทำให้ร่างกายเกิดการเคลื่อนไหวที่เหมาะสม เพื่อให้เกิด การใช้พลังงานขับเหงื่อออกมา โดยให้มีความสัมพันธ์กับส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นกระดูก ข้อต่อกล้ามเนื้อ และอวัยวะภายในต่าง ๆ ของร่างกายมนุษย์ การดัดตนยังอาศัยความสัมพันธ์ระหว่าง ท่าทางการเคลื่อนไหวกับการหายใจเป็นหลักสำคัญ จึงต้องมีการนั่งสมาธิร่วมด้วย จะช่วยทำให้จิตใจ สบายคลายเครียด หมอไทยโบราณจึงเชื่อมโยงประสบการณ์ของท่าฤๅษีดัดตนที่บอกเล่าสืบต่อกันมา และค้นคว้าเพิ่มเติมให้เป็นท่ากายบริหารแบบไทย และสรุปท่าทางการดัดตนให้มีความสุขภาพและ สามารถปฏิบัติได้โดยคนทั่ว ๆ ไปไม่ผาดโผนหรือฝืนร่างกายจนเกินไป ประโยชน์ของการฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน มีดังนี้

7.1 ช่วยให้เกิดความเคลื่อนไหวตามธรรมชาติ ของแขนขาหรือข้อต่อต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่าง คล่องแคล่ว บางท่าจะมีการกดหรือบีบนิ้วรวมไปด้วย รวมทั้งฝึกลมหายใจเข้าออกอย่างลึก ๆ และช้า ๆ

7.2 มีการใช้สมาธิร่วมด้วยจะช่วยยกระดับจิตใจให้พ้นอารมณ์ขุ่นมัว หงุดหงิด ความวุ่นวายเครียดและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการหายใจ หากมีการฝึกหายใจให้ถูกต้อง

7.3 ทำให้โลหิตหมุนเวียนดี เสียดลมเดินได้สะดวก นับเป็นการออกกำลังกายซึ่งสามารถทำได้ในทุกอิริยาบถ

7.4 เป็นการต่อต้านโรคภัยบำรุงรักษาสุขภาพให้มีอายุยืนยาว

8. การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา (Buddhist Meditation) เพื่อสร้างความสงบเยือกเย็นของจิตใจท่ามกลางสภาพธรรมชาติที่รุ่มร้อนดังงาม หรือนั่งวิปัสสนาบำเพ็ญภาวนาขั้นสูงในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติ โดยมีการให้คำปรึกษาแนะนำวิธีปฏิบัติสมาธิอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อการคลายเครียดในชีวิตประจำวัน รวมทั้งศึกษาเรียนรู้ปรัชญาชีวิตและจิตวิญญาณตะวันออกช่วยให้เกิดความมั่นคงทางอารมณ์ และมีภูมิคุ้มกันโรคทางจิต นอกจากนี้ ยังช่วยเสริมสุขภาพกายและใช้แก้ไขโรคได้ ร่างกายกับจิตใจอาศัยกันและมีอิทธิพลต่อกัน ผู้มีจิตใจผ่องใสเบิกบาน ย่อมช่วยให้กายเอิบอิมผิพรรณผ่องใส สุขภาพกายดี เป็นภูมิคุ้มกันโรคไปในตัว

9. การบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ หมายถึง การนำสมุนไพรมาปรุงเป็นอาหารและเครื่องดื่มที่ให้ประโยชน์แก่ร่างกายและจิตใจในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากพืช สมุนไพรมีสารอาหารที่จำเป็นและมีประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตของร่างกายอยู่ครบถ้วน ได้แก่ คาร์โบไฮเดรต ไขมัน โปรตีน เกลือแร่ กรดอินทรีย์ วิตามิน และน้ำย่อย เป็นต้น ในทัศนะของแพทย์แผนไทย การกินอาหารตามธาตุเป็นประโยชน์ต่อร่างกายมนุษย์ที่ประกอบด้วยธาตุ 4 คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ ธาตุทั้ง 4 นี้ ต้องมีความสมดุลกันซึ่งจะทำให้สุขภาพเป็นปกติ ไม่เจ็บป่วยอาหารที่มนุษย์รับประทานเป็นปัจจัยหลักอย่างหนึ่งที่จะบำรุงธาตุให้สมดุล โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารที่มีพืชสมุนไพรเป็นส่วนประกอบจะมีสรรพคุณในการปรับธาตุที่หย่อนหรือกำเริบให้กลับคืนสู่สภาวะปกติ

10. การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม การนำสารสกัดจากสารธรรมชาติและสมุนไพรมาใช้ในการผลิตเครื่องสำอางเพื่อลดอันตรายและการแพ้สารสังเคราะห์ ซึ่งปัจจุบันนี้มีแนวโน้มได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างรวดเร็วและสามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนากาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในสถานบริการที่พักแรมได้เป็นอย่างดี

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า รูปแบบการบริการของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีหลากหลายประเภท เนื่องจากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงได้มุ่งเน้นกล่าวถึงลักษณะและกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน ได้แก่ 1) ทัวร์สปาและนวดแผนไทย 2) ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร 3) ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 4) ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา 5) ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการเดินทางไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อีกด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงมีความสัมพันธ์หรือเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่มีรูปแบบและกิจกรรมที่คล้ายคลึงกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และความงาม (Health and Wellness Tourism) (Erfurt-Cooper and Cooper, 2009) และการท่องเที่ยวเชิงสปาและสุขภาพ (Spa and Health Tourism) (Hall, 2003) กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม (Health and Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการดูแลสุขภาพความงามและบุคลิกภาพให้ดีขึ้น เพื่อสร้างสุขภาพที่ดีและส่งเสริม

ความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกาย สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสปาและสุขภาพ (Spa and Health Tourism) เน้นการดูแลสุขภาพด้วยวิถีธรรมชาติโดยใช้น้ำเป็นองค์ประกอบหลักรวมกับการบริการอื่น ๆ เพื่อสุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ทั้งรูปแบบและกิจกรรม

นอกจากนี้ Erfurt-Cooper and Cooper (2009 อ้างในราณี อิลิชัยกุล, 2557) ยังรวมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการท่องเที่ยวแบบอื่นเป็น (Health and Wellness Spa Tourism) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ารับบริการด้านสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวประเภทร้านสปาเพื่อสุขภาพ และสปาในแหล่งน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน ซึ่งสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลาย กล่าวคือ กิจกรรมในร้านสปาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ การเลือกและปรับแผนชีวิต การป้องกันความเจ็บป่วย การดูแลสุขภาพงาม เป็นต้น ส่วนกิจกรรมสปาในแหล่งน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน ได้แก่ การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด การฟื้นฟูจากความเจ็บป่วย การพักผ่อน และนันทนาการ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) หรือกึ่งผจญภัย (Soft Adventure) เนื่องจากกิจกรรมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความเชื่อมโยงกับการเล่นกีฬา และการผจญภัย เช่น การออกกำลังกาย การดำน้ำ การล่องเรือ การล่องแก่ง การปีนผา เป็นต้น ทั้งนี้ Hall (1992 อ้างในราณี อิลิชัยกุล, 2557) ได้ศึกษากรอบแนวคิดของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเชิงกีฬาและเชิงสุขภาพ พบว่า หากพิจารณาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านสุขภาพ โดยเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุหลายระดับที่สนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีระดับการใช้พลังงานกำลังความกระฉับกระเฉงหรือกระปรี้กระเป่าแตกต่างกัน จะพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะสนใจท่องเที่ยวที่เน้นการใช้พลังงานหรือลักษณะการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เช่น ดำน้ำ ล่องแก่ง หรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น เข้าร่วมแข่งขันกีฬา ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องออกแรงมาก เช่น สปา การนวดผ่อนคลาย การล่องเรือ การชมการแข่งขันกีฬา เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเพื่อทราบแนวคิด ความต้องการ วัตถุประสงค์ พฤติกรรมการแสดงออกเพื่อให้ได้แนวทางในการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบ ประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้อง และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ปราโมทย์ รอดจำรัส (2553, หน้า 4) ให้ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวตรงกับภาษาอังกฤษว่า Tourist Behavior ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญในการบริหารการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใด เช่น การโรงแรม การขนส่ง บริษัททัวร์ ภัตตาคาร ต้องมีส่วนในการให้บริการนักท่องเที่ยวดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาวางแผน และปรับปรุงทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมและเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยวเมื่อทราบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวก็สามารถ นำมาวางแผนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้ การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ดังนี้ 1) จำนวนครั้งของการท่องเที่ยว 2) วัตถุประสงค์หลักการเดินทาง 3) ลักษณะการเดินทาง 4) แหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไป 5) สถานที่พักแรม และ 6) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์ (2554) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อ หรือการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรมของเขา คำตอบที่ได้ช่วยให้นักการตลาดจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งคำถามที่ช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคคือ 5Ws ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถค้นหาคำตอบได้จากคำถาม 5Ws โดยได้นำมาสรุป ดังนี้ 1) เราอยู่ในตำแหน่งใดเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน 2) เราต้องการไปสู่ตำแหน่งใดคำตอบของประเด็นนี้คือ จุดมุ่งหมาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่องค์กรต้องการในอนาคตสิ่งเหล่านี้จะช่วยนำเราไปสู่ตำแหน่งที่กำหนดไว้ 3) เราจะไปสู่ตำแหน่งนั้นได้อย่างไร คำตอบของคำถามนี้ต้องอาศัยการวางแผนการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุ จุดมุ่งหมาย เป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ 4) เรามีความเชื่อมั่นว่าจะไปสู่ตำแหน่งนั้นได้อย่างไร การที่มีการวางแผนนั้นทุกองค์ประกอบจะประสบความสำเร็จได้การติดตามผลและการปรับเปลี่ยนโดยการอาศัยและตรวจสอบและการควบคุม จึงจะเกิดความเชื่อมั่นว่าเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ และ 5) เราจะทราบได้อย่างไรว่า เราจะไป

ถึงตำแหน่งนั้น คำตอบนี้ต้องอาศัยการประเมินผลและวัดผลของแผนการตลาดความสำเร็จ ได้จากการประเมินผลและการวัดผล แล้วนำมาปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทั้งแผนในปัจจุบันและอนาคต

สุวีร์ณัฐญ์ โสภณศิริ (2554) ได้ให้ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ว่าเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยการอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมภายในจะมีสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2558) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการ แสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยว ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น ๆ

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2557, หน้า 2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นมองเห็นได้โดยทั่วไป ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถมองเห็นพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อบริการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้องและธุรกิจสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าต้องการซื้อบริการท่องเที่ยวอะไร ทำไมถึงซื้อบริการนั้น ซื้อบริการเมื่อไหร่ ซื้อบริการที่ไหน และหลังจากซื้อบริการแล้วนักท่องเที่ยวจะประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร เป็นต้น หากต้องการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องเรียนรู้ทุกสิ่งเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาความต้องการ ความคิด การทำงาน การใช้เวลาว่างของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจทั้งปัจจัยส่วนตัว และปัจจัยกลุ่มที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2552) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามและบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม ก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใด

สภาพการณ์หนึ่งโดยพฤติกรรมภายนอกเป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในเป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายใน จะมีความสัมพันธ์กันโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนด พฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติ หรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวการแสดงออกในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวอาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้าหรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวถ่ายรูป รับประทานอาหาร ซึ่งการแสดงออกนั้น อาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการพื้นฐานของแต่ละคน ที่อาจคล้ายคลึงหรือแตกต่างกัน หรืออาจมาจากสิ่งแวดล้อม หรือประสบการณ์ที่ได้รับขณะนั้น

กุลวรา สุวรรณพิมล (2556) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลตัดสินใจในการซื้อบริการ วิธีการซื้อและวิธีการใช้บริการ นั้นจากกระบวนการ ตลาด ตลอดจนปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น สถานภาพของบุคคล ครอบครัว ซึ่งส่งผลให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

สุรางคณา แก้วตา (2557, หน้า 6) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าเขาจะซื้อสินค้าและบริการอะไร ทำไมถึงซื้อ ซื้อเมื่อไหร่ ซื้อที่ไหน ซื้อบ่อยแค่ไหน และเขาประเมิน อย่างไร ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงการบริการเพื่อได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว จึงจะเกิดการเลือกซื้อ และบริโภคซ้ำ

สิริรัตน์ นาคแป้น (2555) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยว จัดซื้อสินค้าบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ใช้ประโยชน์และประเมินสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้

ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร (2562) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ในแบบที่คล้ายคลึงกันของนักท่องเที่ยวเพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้ได้รับความพึงพอใจ ซึ่งมีองค์ประกอบหลายขั้นตอน เช่น การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์ท่องเที่ยว เป็นต้น

ผณิตรา ธนะเพชร (2556, หน้า 25) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร มีกระบวนการในการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างไร รวมทั้งความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวอย่างไร

กิตติยา มโนธรรมรักษา (2559, หน้า 24) พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยว นั้นอย่างไร เพื่อนำมากำหนดแนวทางด้านการให้บริการขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

จากความหมายดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ในขณะเดินทางท่องเที่ยวอาจจะเป็นลักษณะของคำพูด การแสดงท่าทางทางกาย ทางสีหน้า เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว การถ่ายรูป รับประทานอาหาร การร่วมกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ซึ่งเป็นพฤติกรรมส่วนบุคคลอันเกิดจากความคิดภายในจิตใจ ก่อให้เกิดพลังแห่งแรงจูงใจ และความต้องการที่อยากจะไปท่องเที่ยว จึงนำไปสู่การสรรหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การคัดเลือกจากองค์ประกอบต่าง ๆ รวมถึงการตัดสินใจเลือกซื้อหรือจับจ่ายใช้สอยสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและการบริการ เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Perreault and Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversiory Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปนก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัด คือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

สำนักงานเศรษฐกิจศึกษา Westvlaams (1986, อ้างถึงใน Swarbrook and Horner, 1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหลงใหลในทะเล (Active sea lovers)
2. นักท่องเที่ยวประเภทชอบผูกมิตร (Contact-minded holiday makers) มีจิตใจชอบติดต่อกับปะกับผู้อื่น แสวงหามิตรใหม่โดยเฉพาะที่เป็นคนท้องถิ่น
3. นักท่องเที่ยวประเภทชอบชมธรรมชาติ (Nature Viewers) ชอบความงดงามของภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว
4. นักท่องเที่ยวประเภทแสวงหาการพักผ่อน (Rest-seekers) ใช้เวลาไปกับการนอนพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น ๆ
5. นักค้นหา (Discoverers) ชอบกิจกรรมประเภทผจญภัยและชอบแสวงหามิตรใหม่
6. นักท่องเที่ยวแบบเดินทางพร้อมครอบครัว (Family-orientated) เป็นนักท่องเที่ยวที่หลงใหลในแสงแดดและทะเล และชอบเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเป็นครอบครัว

7. นักท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Traditionalists) ชอบเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นความปลอดภัยและไม่เสี่ยงภัย

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558, หน้า 71-73) กล่าวว่า ความแตกต่างทางพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เป็นผลที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ โดยปัจจัยเหล่านี้สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ๆ ด้วยกัน ได้แก่

1. สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว (Travel stimuli) หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาด หรือส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ 1) ความน่าใจและความดึงดูดใจของสินค้าทางการท่องเที่ยว 2) ราคาของสินค้า 3) ช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้า 4) การส่งเสริมการขาย 5) การเป็นพันธมิตรกับธุรกิจทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง 6) การให้ความสำคัญกับคน ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ 7) การจัดรวมสินค้าทางการท่องเที่ยว 8) การนำเสนอลักษณะทางกายภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าทางการท่องเที่ยว

2. ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคม (Personal and social factors) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของนักท่องเที่ยว อันได้แก่

2.1.1 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ วัย ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส เป็นต้น

2.1.2 ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ซึ่งประกอบด้วย

- 1) ความจำเป็น ความต้องการและแรงจูงใจ
- 2) การรับรู้
- 3) การเรียนรู้
- 4) ความเชื่อและทัศนคติ
- 5) บุคลิกภาพ
- 6) ลักษณะการดำรงชีวิต
- 7) แนวคิดเกี่ยวกับตัวเอง
- 8) ประสบการณ์ในอดีต

2.2 ปัจจัยทางสังคมของนักท่องเที่ยว อันได้แก่

2.2.1 ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

2.2.2 ชนชั้นทางสังคม

2.2.3 กลุ่มอ้างอิง

2.2.4 ผู้นำทางความคิด

2.2.5 ครอบครั้ว

3. ลักษณะเด่นและการให้บริการทางการท่องเที่ยว ณ สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- 3.1 สถานที่ตั้งของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว
- 3.2 ความง่ายในการเข้าถึงด้วยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ
- 3.3 ความแตกต่างทางด้านลักษณะทางภูมิศาสตร์/วัฒนธรรม
- 3.4 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ทั่วถึง สมบูรณ์ และสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้
- 3.5 นโยบาย และกระบวนการในการขออนุญาตเข้าเมือง/การตรวจคนเข้าเมือง
- 3.6 มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความหลากหลาย และเพียงพอ
- 3.7 มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย
- 3.8 มีภาพลักษณ์ที่ดี
- 3.9 มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ

4. ปัจจัยภายนอกอื่น ๆ หมายถึง ปัจจัยที่ไม่ได้จัดรวมอยู่ในปัจจัยทั้ง 3 กลุ่มข้างต้น แต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และยังรวมถึงปัจจัยที่อาจเป็นอุปสรรค หรือข้อจำกัดที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น ๆ โดยปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย

- 4.1 สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศที่เป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยวหรือประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว
- 4.2 ความแตกต่างของค่าเงิน
- 4.3 อุปสรรค/ข้อจำกัดส่วนตัวของนักท่องเที่ยว (เช่น ด้านการเงิน เวลา สุขภาพ และภาษา เป็นต้น)
- 4.4 อุปสรรค/ข้อจำกัดที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว (เช่น มีเหตุการณ์ความไม่สงบ เกิดเหตุการณ์ก่อการร้าย มีนโยบายปิดประเทศ เกิดสงคราม หรือมีภัยธรรมชาติเกิดขึ้น เป็นต้น) สอดคล้องกับแนวคิดของ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 37) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยภายใน และ 2) ปัจจัยภายนอก ดังนี้

1. ปัจจัยภายในที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่เกิดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งเป็นตัวผลักดันของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 1) แรงจูงใจ 2) การรับรู้ 3) การเรียนรู้ 4) บุคลิกภาพ 5) ทักษะ และ 6) รูปแบบการดำเนินชีวิต (สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ, 2554, หน้า 96 – 114)

1.1 แรงจูงใจ (Motivation) คือ ความต้องการที่ถูกกระตุ้นจากภายในที่ทำให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยแรงจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว คือ “แรงขับภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยว ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง” (สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ, 2554, หน้า 96) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นมีหลากหลายแตกต่างกันออกไป โดยอาจเป็นความต้องการพื้นฐานจากการท่องเที่ยว เช่น เพื่อพักผ่อน เพื่อความสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ หรือเป็นเพราะต้องการการยอมรับจากสังคม เช่น การไปท่องเที่ยวแบบลุยหรือแบบหรูหราตามกลุ่มเพื่อนเพื่อที่จะได้รับการยอมรับ รวมไปถึงความต้องการและความพอใจส่วนบุคคล การต้องการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเอง (Rojek, 1993 as cited in Laing and Frost, 2014, p. 38 – 39) การทำตามความฝัน เช่น ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวรอบโลก เป็นต้น

1.2 การรับรู้ (Perception) หมายถึง “กระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ สรุปรูปการรับรู้ ตีความหมายการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมอง ให้เป็นภาพที่มีความหมายและ มีความกลมกลืน” (เสวี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 79) โดยกระบวนการรับรู้ประกอบไปด้วย 1) การเลือกสนใจข้อมูล กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะเจอข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นจำนวนมากในแต่ละวัน แต่ก็เลือกสนใจข้อมูลเพียงบางส่วนเท่านั้น 2) การเลือกตีความข้อมูล นักท่องเที่ยวจะตีความข้อมูลตามความเข้าใจของตนเอง โดยจะแตกต่างกันเนื่องจากประสบการณ์ ความรู้ วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และ 3) การเลือกที่จะจดจำ

1.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นผลมาจากความรู้และ (หรือ) ประสบการณ์ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคต (เสวี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 95) โดยการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นเมื่อ นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลและประสบการณ์แล้ว ก็จะส่งผลต่อทักษะ ค่านิยมและพฤติกรรมในอนาคต เช่น การเข้าไปท่องเที่ยว ณ สถานที่แห่งนั้นอีกครั้งหลังจากที่นักท่องเที่ยวเคยรับบริการและเกิดความประทับใจ เป็นต้น

1.4 บุคลิกภาพ (Personality) คือ “รูปแบบของพฤติกรรมที่มีความสม่ำเสมอ” (สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ, 2554, หน้า 112) บุคลิกภาพที่ต่างกันของแต่ละคนจะส่งผลต่อการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ต่างกัน โดยสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวตามบุคลิกภาพ

ได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบไปที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ไม่นิยมไปเที่ยวสถานที่เดิม ๆ พร้อมทั้งจะปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ไม่รู้สึกกังวลที่ต้องไปเที่ยวต่างถิ่น 2) นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับกลุ่มแรก กล่าวคือ จะมีความกลัวและหลีกเลี่ยงความเสี่ยง หากจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยว จะคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก อาจเลือกในที่ที่เคยไปมาแล้วหรือที่มีวัฒนธรรมและใช้ภาษาใกล้เคียงกับตนเอง

1.5 ทักษะ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวมีต่อสินค้าและบริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวจะพยายามเลือกในสิ่งที่ไม่ขัดกับทัศนคติของตน และส่วนหนึ่งของทัศนคตินั้นเกิดจากประสบการณ์ (จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์, 2554, หน้า 85) หากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือบริการใด ๆ ที่ตนกำลังประเมินอยู่ ก็อาจนำไปสู่การเลือกซื้อได้ ทักษะประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความเข้าใจ คือ การรับรู้และความเชื่อของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าบริการหรือสถานที่ท่องเที่ยว 2) ความรู้สึก หรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าบริการ หรือสถานที่ท่องเที่ยว 3) พฤติกรรม คือ แนวโน้มการกระทำของผู้บริโภคที่เกิดจากทัศนคติที่มี

1.6 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) คือ รูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมและกิจกรรมต่าง ๆ ที่พวกเขาทำ (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งต่าง ๆ (Opinions) (Morrison, 1989 อ้างถึงใน วีรณัฐ โสภณศิริ, 2554, หน้า 113) โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยภายนอกที่อยู่รอบ ๆ ตัวของนักท่องเที่ยวอาจส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยกัน จะให้ความสนใจในปัจจัยด้านสังคม (Social factors) ซึ่งเป็นผลกระทบหรือแรงผลักดันที่บุคคลอื่นมีต่อนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยด้านสังคมที่สำคัญ คือ กลุ่มอ้างอิง

กลุ่มอ้างอิง หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่ถูกนำมาเปรียบเทียบหรือใช้เป็น มาตรฐานที่ทำให้เกิดค่านิยมและทัศนคติ หรือบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (สุภาพรณ พลนิกร, 2548, หน้า 78) นอกเหนือจากความคิดและความต้องการของตนเองแล้วนั้น บุคคลรอบข้างก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยกัน โดยนักท่องเที่ยวจะนำค่านิยม ความคิดและมุมมองของกลุ่มอ้างอิงมาใช้อ้างอิงเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งอาจใช้เป็นแหล่งข้อมูลใช้เปรียบเทียบเพื่อความมั่นใจ หรือใช้เป็นบรรทัดฐานในการตัดสินใจก็ได้

กลุ่มอ้างอิง สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม (สุวีร์ณัฐ โสภนศิริ, 2554, หน้า 123-125) คือ 1) กลุ่มอ้างอิงที่นักท่องเที่ยวเป็นสมาชิก และ 2) กลุ่มอ้างอิงที่นักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นสมาชิก

1) กลุ่มอ้างอิงที่นักท่องเที่ยวเป็นสมาชิกอยู่ (Membership group) เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวโดยตรง โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มที่นักท่องเที่ยวใกล้ชิดที่สุด หรือกลุ่มปฐมภูมิ (Primary group) ซึ่งจะมีขนาดเล็ก และนักท่องเที่ยวจะมีปฏิสัมพันธ์เป็นประจำ เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น และกลุ่มทุติยภูมิ (Secondary group) ซึ่งเป็นกลุ่มที่นักท่องเที่ยวไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์บ่อยนักและไม่สนิทเท่ากลุ่มปฐมภูมิ เช่น เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมห้องเรียน กลุ่มคนที่ติดต่อกันอย่างเป็นทางการ เป็นต้น ทำให้คนกลุ่มนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2) กลุ่มอ้างอิงที่นักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นสมาชิก (Non-membership group) แบ่งออกเป็นกลุ่มที่นักท่องเที่ยวอยากจะเป็นสมาชิกหรือกลุ่มไฝ่ฝัน เช่น ดารา นักร้อง บุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้น นักท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มที่จะเลียนแบบพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้เพื่อให้ได้รับการยอมรับ และกลุ่มไฝ่ฝันประสงค์ ซึ่งจะมีผลต่อนักท่องเที่ยวในทางตรงกันข้ามกับกลุ่มไฝ่ฝัน โดยนักท่องเที่ยวจะพยายามที่จะไม่ทำพฤติกรรมแบบคนกลุ่มนี้ เพราะไม่ต้องการที่จะถูกมองว่าอยู่กลุ่มเดียวกัน

รวมทั้ง (ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร, 2562, หน้า 35-36) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้นมาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกตัวนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยภายในหรือปัจจัยส่วนบุคคลนั้นจะมาจากความแตกต่างกันทางประชากรศาสตร์ และความแตกต่างกันทางจิตวิทยา ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกมาท่องเที่ยว และนอกจากนี้ยังมีปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะคือ 1) จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว 2) สิ่งแวดล้อมรอบตัว และ 3) ปัจจัยภายนอก

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation)

Pearce, Morrison and Rutledge (1998 อ้างถึงใน กิตติยา มโนธรรมรักษา, 2559, หน้า 10-12) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมีทั้งแรงผลักดัน (Push Factors) ความต้องการที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายในที่ต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกัน สิ่งดึงดูดใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใต้นั้นขึ้นกับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้ถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว

1. แรงผลัก (Push Factors)

1.1 ความต้องการทางกายภาพ (Physical) เช่น หากเราต้องทำงานหนัก ร่างกายก็ย่อมต้องการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อน

1.2 หลีกหนีความจำเจ ความเครียด (Escape) เช่น การเดินทางไปทำงาน และกลับบ้านทำงานเหมือนเดิมทุก ๆ วัน การเจอสภาพรถติด ก็อยากหลีกหนีสิ่งเดิม ๆ ไปในที่แปลก ๆ ใหม่ ๆ

1.3 ต้องการพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ (Novelty)

1.4 ความภูมิใจที่ได้ไปในสถานที่ใหม่ ๆ (Esteem/ Presting)

1.5 การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชนชาติ การดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่เดิม (To Know and to Understand/ Educational Vacation)

1.6 ความต้องการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ (Social Interaction)

แรงผลักข้างต้นเป็นเพียงสาเหตุที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ต่อจากนี้การตัดสินใจในการเลือกเดินทางไปยังที่ใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

2. แรงดึง (Pull Factors) แรงดึง คือปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ ด้วยวิธีการใด วิธีการหนึ่ง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการเลือกจุดหมายปลายทาง เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การลดราคาโรงแรมช่วงหน้าฝน เทศกาล งานสำคัญต่าง ๆ ล้วนแต่เป็นแรงดึงสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง

3. มวลเหตุจูงใจให้คนท่องเที่ยว ซึ่งประกอบทั้งแรงผลักดันและแรงดึงดูด ได้แก่

3.1 ต้องการหลีกหนีชีวิตประจำวันอันแสนวุ่นวายชั่วระยะเวลาหนึ่ง

3.2 การเขาอย่างกัน คนอื่นนำมาเล่าให้เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยว

3.3 ต้องการแสวงหาเกียรติ โดยเฉพาะประเทศที่อยู่ทางซีกโลกเหนือ

3.4 แสวงหาความสุขทางเพศรส

3.5 ฐานะทางเศรษฐกิจดี คนมีรายได้สูง ทำให้คนอยากท่องเที่ยวมากขึ้น

3.6 ต้องการความตื่นเต้น ผจญภัย

3.7 ต้องการพักผ่อนหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน

3.8 เยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ เช่น อนุสาวรีย์ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ความแปลกประหลาด และความงามของธรรมชาติ

3.9 ความสะดวกเกี่ยวกับการจองตั๋วและการจัดบริการของบริษัทนำเที่ยว ซึ่งสามารถจัดได้ทั้งส่วนบุคคล เป็นหมู่คณะ และการจัดทัวร์แบบเบ็ดเสร็จ (Package)

3.10 การคมนาคมสะดวกรวดเร็ว

3.11 รวมกิจกรรมกีฬา

3.12 ศึกษาค้นคว้าทางด้านวัฒนธรรมและโบราณคดี

3.13 การศึกษา

3.14 เยี่ยมญาติหรือเพื่อน

3.15 ธุรกิจประชุม สัมมนา นอกเหนือจากแรงผลักและแรงดึงในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทาง นักท่องเที่ยวยังจะมีการประเมินผลประสบการณ์ที่ตนได้รับในการเดินทาง ถ้าในช่วงที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่สถานที่นั้นได้รับความพอใจและประทับใจในสิ่งต่าง ๆ ก็จะมีรู้สึกพอใจต่อการเดินทางและเป็นประสบการณ์ที่ดี แต่ถ้าไม่พอใจในสภาพแวดล้อม ผู้คนหรือการบริการจากสถานที่นั้นก็จะมีส่วนทำให้การเดินทางครั้งนั้นไม่เป็นที่ถูกใจ และอาจทำให้ผู้เดินทางนั้น นำประสบการณ์ที่ว่านี้มาพิจารณาประกอบในการเดินทางครั้งต่อไปหรืออาจนำประสบการณ์ดังกล่าวบอกต่อ ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวรายอื่น

4. ประสบการณ์ แบ่งได้ 2 แบบ คือ

4.1 ประสบการณ์บวก (Positive Experience) ได้แก่ สิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสในส่วนที่เป็นที่พอใจ ก่อให้เกิดความประทับใจ

4.2 ประสบการณ์ลบ (Negative Experience) ได้แก่ เหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสในส่วนที่ไม่เป็นที่น่าพอใจไม่ว่าจะเป็นการบริการ การปฏิบัติตนของเจ้าของสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

นอกจากนั้น ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550 อ้างถึงใน แสงเดือน รติธร, 2555, หน้า 88-90) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivations) คือ สิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หนึ่ง ๆ ซึ่งในสมัยก่อนผู้คนเดินทางท่องเที่ยวด้วยเหตุผลเพื่อการหาอาหาร น้ำดื่ม ถิ่นที่อยู่อาศัย การขยายอาณาเขตหรือดินแดน และการไปจาริกแสวงบุญ ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ หลีกหนีจากวิถีชีวิตเดิม ๆ รวมถึงการไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน (Alister and Geoffrey, 1982) ซึ่งแรงจูงใจในการ

ท่องเที่ยวอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยพื้นฐาน คือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) กล่าวคือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) นับเป็นปัจจัยจูงใจทางด้านจิตวิทยาสังคม หรือความต้องการภายในตัวบุคคลที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว (Dann, 1977; Crompton, 1979) ตามทฤษฎีลำดับขั้นแรงจูงใจในการเดินทาง (Travel Career Ladder – TCL) ของ Pearce and Caltabianoc (1983) ที่ได้ประยุกต์ทฤษฎีการจัดลำดับขั้นความต้องการของ Maslow เพื่ออธิบายแรงจูงใจในการเดินทาง ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นลำดับขั้น 5 ขั้น เช่นเดียวกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow (n.d.) กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้น ก็จะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการในลำดับที่สูงขึ้นซึ่งแรงจูงใจ 5 ลำดับขั้นในการเดินทาง (Travel Career Ladder–TCL) สามารถอธิบายได้ ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นผ่อนคลายอารมณ์ เป็นขั้นที่ถูกกำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายที่ต้องการพักผ่อนหรือทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้นหรือการผ่อนคลายอารมณ์ นับเป็นจุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวที่จะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เช่น นักท่องเที่ยววัยรุ่นอาจได้รับแรงจูงใจจากความต้องการการพักผ่อนหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาร่างกายหรือความเพลิดเพลิน อาทิ การเดินทางเพื่อปีนเขา ชี่ม้า ว่ายน้ำ ฯลฯ ซึ่งขั้นผ่อนคลายอารมณ์นี้นับว่าเป็นแรงจูงใจขั้นพื้นฐานในลำดับขั้นความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical Needs)

ขั้นที่ 2 ขั้นถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้า เป็นขั้นที่ถูกกำหนดทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวเอง และผู้อื่น ได้แก่ ความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางและมีประสบการณ์มากขึ้น เขาจะได้รับแรงจูงใจจากขั้นที่สูงขึ้น เช่น บุคคลเกิดความกังวลใจเกี่ยวกับสุขภาพเนื่องจากความเครียดจากการทำงานที่จะสร้างความไม่ปลอดภัยแก่ชีวิต ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะเดินทางเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ขั้นถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้านี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)

ขั้นที่ 3 ขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น ก็เป็นขั้นที่ถูกกำหนดทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวเอง และผู้อื่นเช่นกัน ได้แก่ การมอบและการได้รับความรัก ความรู้สึกที่ดีให้แก่ผู้อื่น การรักษาและสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น การได้อยู่ร่วมกับสมาชิกกลุ่ม กล่าวคือ หลังจากการที่นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เพิ่มขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวจะได้รับแรงจูงใจในขั้นที่สูงขึ้นไปอีกทำให้เกิดแรงจูงใจ จากขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น โดยการเดินทางเพื่อการได้อยู่ร่วมหรือทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนฝูง หรือกลุ่มสังคมที่เขาเป็นสมาชิก ทำให้สามารถรักษาสัมพันธระหวาง

สมาชิกกลุ่มได้ ซึ่งชั้นสร้างสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่นนี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม (Belonging and Social Needs)

ขั้นที่ 4 ขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง เป็นทั้งขั้นที่กำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง เช่น การพัฒนาทักษะของตนเอง ความสนใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นพิเศษ หรือการพัฒนาความสามารถในด้านใดด้านหนึ่งและเป็นขั้นที่ถูกกำหนดโดยผู้อื่น เช่น การได้รับรางวัลจากภายนอก การได้รับเกียรติ ความหลงใหลในการท่องเที่ยว ความภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้ชำนาญในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเองนั้น จะเป็นขั้นที่บุคคลได้รับแรงจูงใจเพื่อการเดินทางจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางทำให้ได้พัฒนาตนเอง ได้เรียนรู้สิ่งใหม่ที่สนใจ หรือรู้สึกภาคภูมิใจจากการเป็นผู้มากด้วยประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเองนี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs)

ขั้นที่ 5 ขั้นบรรลุความปรารถนา เป็นขั้นที่ไม่ได้ถูกกำหนดขึ้นจากผู้ใด หากแต่เป็นขั้นที่บรรลุตามสิ่งที่ใฝ่ฝัน มีความเข้าใจในตนเองมากขึ้น ได้พบกับความสงบสุขภายในจิตใจ กล่าวคือ ขั้นบรรลุความปรารถนาที่เป็นแรงจูงใจขั้นสุดท้ายหรือขั้นสูงสุด ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยว รู้สึกว่าการได้เดินทางไปยังสถานที่แห่งหนึ่งเป็นการบรรลุถึงสิ่งที่ใฝ่ฝันไว้ หรือการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทำให้รู้จักตนเองมากขึ้นซึ่งขั้นบรรลุความปรารถนានี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs)

จากข้อมูลข้างต้นปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นเพียงมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้น จะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้น เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) เป็นปัจจัยจูงใจจากตัวแหล่งท่องเที่ยวเองที่กระตุ้นให้บุคคลตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งเป็นการเฉพาะ ทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่จะจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น เช่น ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบายในการเดินทาง ชื่อเสียง ความหลากหลายของกิจกรรม ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และอื่น ๆ (Dann, 1977; Crompton, 1979)

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ไกล ๆ เนื่องจากเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าบริเวณนั้นไม่มีสิ่งดึงดูดใจ ก็จะไม่เกิดการท่องเที่ยวขึ้นนั้นแสดงให้เห็นว่าสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปจะต้อง

มีสิ่งดึงดูดใจซึ่ง นอกจากความสวยงามแล้ว ยังต้องมีองค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ สะพาน ถนน สนามบิน ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่พักผ่อน ร้านอาหาร และ มากไปกว่านั้นจะต้องมีการนำเสนอข้อมูลและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ด้วยเช่นกัน เพื่อนำไปสู่การชักจูง หรือเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวออกเดินทาง (Goossens, 2000, pp. 301-321)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) ในการท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีไทย ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ โดยสามารถแบ่งประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน น้ำตก ภูเขา ทะเล และหาดทราย
2. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนา ได้แก่ วัด พิพิธภัณฑสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ และพระบรมมหาราชวัง
3. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ได้แก่ งานประเพณี วิถีชีวิต สืบค้นพื้นเมือง

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้น ยังพบนักวิชาการที่ได้นำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีแรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวอีกมากมาย โดยมองว่าทั้ง 2 ปัจจัย เป็นการตัดสินใจ 2 เรื่องที่แตกต่างกันออกไป และเป็นคนละช่วงเวลา อาทิ Dann (1977) ได้กล่าวว่าปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยที่ทำให้คนอยากที่จะเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ความต้องการที่ตอบสนองของความต้องการทางร่างกาย (Physical Needs)
 2. ความต้องการในการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม (Social Needs)
 3. ความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัยเดิม (Culture Needs)
 4. ความต้องการความภาคภูมิใจที่ต้องได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ (Esteem/ Prestige Needs)
 5. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ (Novelty Needs)
- นอกจากนี้ยังมีปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่การกำหนดสถานที่

ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเยือน เช่น หากปัจจัยผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยวคือ ต้องการไปผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน เขาอาจเลือกไปสถานที่ที่เงียบ ๆ ไม่ต้องการพบปะผู้คน แต่หากปัจจัยผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว คือการสร้างความรู้สึกรักตัวเองให้กับตนเองการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวอาจจะเป็นสถานที่ซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป Compton (1979) กล่าวว่า ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคม ประกอบด้วย

1. การหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวัน
 2. การค้นหาและประเมินตนเอง
 3. การพักผ่อนหย่อนใจ
 4. ความรู้สึกมีเกียรติ
 5. การกลับสู่ความเป็นตัวเอง
 6. การได้เยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง
 7. การมีโอกาสสร้างสัมพันธภาพทางสังคมกับบุคคลอื่น
- ส่วนปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยทางวัฒนธรรมในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. การได้พบสิ่งแปลกใหม่
2. การได้ศึกษาเรียนรู้

Uysal and Hagan (1993) ได้อธิบายไว้ว่า ปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. แรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจและความเครียดจากการทำงาน ความต้องการการพักผ่อนหรือผ่อนคลายความชอบส่วนบุคคล และความต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง

2. ปัจจัยด้านสังคมและประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา เชื้อชาติ อาชีพ และความเป็นอยู่ในครอบครัว

3. ความรู้ทางด้านการตลาด ส่วนปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

3.1 ลักษณะจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ภูมิอากาศ ความเป็นมาของทางด้านประวัติศาสตร์ ความสวยงามของภูมิประเทศ ชายหาด เหตุการณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ และกิจกรรม สันทนาการ

3.2 ความสะดวกสบายและการเข้าถึงได้ ได้แก่ ระบบการคมนาคมขนส่ง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว

3.3 ภาพลักษณ์ด้านการตลาด ได้แก่ ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่จะเดินทางท่องเที่ยว คุณภาพการบริการและการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

ในขณะที่ Klenosky (2002) กลับมองว่าปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดไม่ควรถูกมองว่าเป็นการตัดสินใจที่แยกออกจากกันแต่ควรเกี่ยวเนื่องกัน

ประเภทของแรงจูงใจ

วิดิเนีย มาเยอร์ (2554, หน้า 26 อ้างถึงใน คำรงค์ดี ชัยสนิทธิ และประสาน หอมบุล, 2535, หน้า 69-70) กล่าวว่า ประเภทของแรงจูงใจสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจทางร่างกาย (Physiological Motive) เป็นแรงจูงใจที่มีติดตัวมาแต่เกิด มีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งเกิดจากความต้องการทางร่างกาย ได้แก่ ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2. แรงจูงใจทางสังคม (Social Motive) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นหลังจากการเรียนรู้ในสังคม ได้แก่ ความต้องการความรัก ความอบอุ่น การเป็นที่ยอมรับในสังคม เป็นต้น

นอกจากนี้ หากแบ่งตามเหตุผลของเบื้องหลังในการแสดงออกของพฤติกรรม สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive) หมายถึง การที่บุคคลมองเห็นคุณค่าที่จะทำด้วยความเต็มใจ

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motive) หมายถึง การที่บุคคลแสดงพฤติกรรมเพราะต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่นำมาเร้าภายนอก เช่น รางวัล เกรด เป็นต้น แรงจูงใจภายในมีคุณค่า ดีกว่าแรงจูงใจภายนอก แต่แรงจูงใจภายในปลูกฝังให้เกิดขึ้นกับบุคคลได้ยากกว่า

นอกจากนี้ พิบูลย์ ทีปะपाल (2545, หน้า 15-20) กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่เกิดขึ้นภายในบุคคลที่จะกระตุ้นผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง สิ่งจูงใจที่เป็นจุดเริ่มต้นผลักดันให้แสดงพฤติกรรมตามลำดับขั้นตอนประกอบด้วยแรงขับ แรงกระตุ้น ความปรารถนาหรือความต้องการ องค์ประกอบของแรงจูงใจ จึงประกอบด้วย สภาวะที่มีแรงจูงใจ

1. พฤติกรรมที่ถูกเร้าด้วยเหตุแรงจูงใจ

2. สภาวะที่เกิดความสมปรารถนา แรงจูงใจที่เป็นความต้องการนี้อาจเกิดขึ้นมาจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกก็ได้ กล่าวคือ

2.1 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในบุคคลเองมีผลกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ความอยากรู้อยากเห็น ความคาดหวัง ทัศนคติ ความพึงพอใจ การมองเห็นคุณค่า

2.2 แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากภายนอกบุคคล มีผลกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวอย่างแรงจูงใจภายนอกที่ทำ

ให้บุคคลเกิดการเปิดรับสื่อ เช่น ขอบในรูปแบบของนิตยสาร ต้องการร่วมสนุกในการชิงรางวัลของนิตยสาร เป็นต้น

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555 อ้างถึงใน ผดมินทรา ธนะเพ็ชร, 2556, หน้า 36) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองพฤติกรรมหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพอใจ ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยว หมายถึง ปฏิบัติการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวรวมทั้งขบวนการต่าง ๆ ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พอสรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวว่ามีขั้นตอนสำคัญอยู่ 9 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้ คือ

ขั้นที่ 1 การส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (Tourism Promotion) เป็นการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่กลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้ นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารเหล่านั้น เช่น จากหนังสือพิมพ์ จากนิตยสาร จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว จากบริษัทนำเที่ยว จากบริษัทการบิน จากญาติมิตร เป็นต้น ข้อมูลทางการท่องเที่ยวอาจเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ที่พัก การคมนาคม ความปลอดภัย

ขั้นที่ 2 ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (Need) เมื่อนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว ก็จะก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต้องการเสริมสิ่งที่ขาดไปหรือเพิ่มรสชาติให้กับชีวิต เช่น เกิดความเบื่อหน่าย อยากเปลี่ยนบรรยากาศต้องการเดินทางท่องเที่ยวให้ได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ เป็นต้น โดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ค่าครองชีพถูก การบริการได้มาตรฐาน มีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการท่องเที่ยว

ขั้นที่ 3 สิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) เป็นแรงกระตุ้นให้อยากท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากปัจจัย 2 ประการ คือ Push Factor เป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากท่องเที่ยว และ Pull Factor เป็นแรงดึงดูดใจให้ไปชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้วเกิดความอยากท่องเที่ยวขึ้น อีกทั้งยังเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้นเพื่อประกอบการตัดสินใจว่า

จะไปท่องเที่ยวที่ไหนดีที่สุด โดยคำนึงถึงความประหยัด ปลอดภัย สะดวกสบาย และความ อภิรมย์มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวของสถานที่เที่ยวอาจปรากฏ ทั้งในลักษณะบวกหรือลบก็ได้ เช่น ประเทศยุโรป มีความปลอดภัยสูงแต่ค่าใช้จ่ายสูงตามด้วย ประเทศสังคมนิยมมีเงื่อนไขการเข้าประเทศยุ่งยาก เป็นต้น จากการสำรวจปัจจัยในการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวมี 8 ประการ ตามลำดับ ความสำคัญดังต่อไปนี้ 1) จะไปท่องเที่ยวที่ไหน 2) จะไปท่องเที่ยวเมื่อไร 3) จะไปท่องเที่ยวทางใด (อาจเป็นทางบก ทางเรือ หรือทางอากาศ) 4) จะไปท่องเที่ยวเมื่อไร 5) จะไปเที่ยววันนานเท่าไร 6) จะไปเที่ยวเพื่อชมอะไร 7) จะไปพัก แรมในสถานที่ประเภทไหน 8) จะไปเที่ยวแต่ละสถานที่กี่วัน

ขั้นที่ 5 การวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) โดยปกติ เมื่อตัดสินใจจะไปสถานที่ใด ก็จะต้องศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ยิ่งถ้าไปท่องเที่ยว ต่างประเทศ จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ก็ต้องเตรียมเก็บเงินไว้ จึงต้องมีการวางแผน ก่อน 1-2 ปี ในการวางแผนค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว การเตรียมวางแผนค่าใช้จ่ายทางการ ท่องเที่ยวว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ เช่น ค่าพาหนะเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก เป็นต้น การวางแผนค่าใช้จ่าย การท่องเที่ยวนี้อาจขอความช่วยเหลือจากธุรกิจนำเที่ยวมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนค่าใช้จ่าย การท่องเที่ยววนอกจากนั้นยังต้องมีการเตรียมวางแผนเรื่องผลงานและฝากคนดูแลบ้านด้วย

ขั้นที่ 6 การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ เมื่อตัดสินใจเลือกสถานที่ ท่องเที่ยวแน่นอน และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายเสร็จหมดแล้ว ในขั้นนี้ผู้จะเดินทางท่องเที่ยวก็ต้อง เตรียมตัวในเรื่องของการจองตั๋วเครื่องบินที่จะเดินทาง การจองรายการท่องเที่ยว การยืนยันการ เดินทาง การจัดทำเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง (Passport) การอนุญาตเข้าประเทศ (Visa) เป็นต้น นอกจากนั้นยังต้องเตรียมเสื้อผ้าและของที่จำเป็นในระหว่างเดินทาง การ แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตลอดจนการเตรียมการเรื่องสุขภาพและภารกิจส่วนตัว

ขั้นที่ 7 การเดินทางท่องเที่ยว (Travel) เป็นการออกเดินทางจากบ้านเพื่อท่องเที่ยว จนกระทั่งท่องเที่ยวเสร็จแล้วถึงกลับบ้าน โดยจะมีการประเมินผลการท่องเที่ยวเป็นระยะ ๆ ตามประสบการณ์ที่ได้รับ เริ่มตั้งแต่ยานพาหนะที่นำเข้าไปสู่จุดหมายปลายทางหรือแหล่งเที่ยว สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ตลอดจนที่พักอาหารการกิน และอื่น ๆ เพื่อประเมินผลการเดินทาง ท่องเที่ยว ครั้งนี้ว่าเป็นที่น่าพอใจหรือไม่ ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจการเดินทางในครั้งต่อไป หรืออาจจะบอกต่อให้บุคคลอื่นเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ หรือบอกต่อบุคคลอื่นไม่ให้ มาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้

ขั้นที่ 8 ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) เมื่อนักท่องเที่ยวได้มีการประเมินผลการเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ สภาพแวดล้อม ผู้คน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกก็จะได้ผลของประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

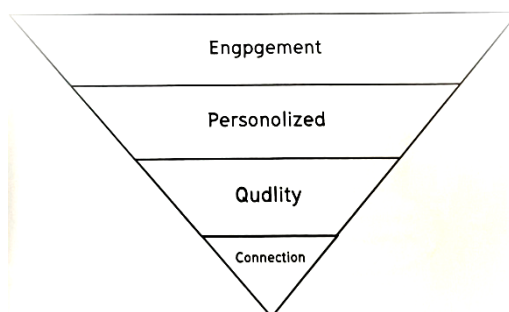
1. มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางบวก (Positive) ที่นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

2. ไม่มีความพึงพอใจ เป็นประสบการณ์ทางลบ (Negative) นักท่องเที่ยวได้รับหรือสัมผัสสิ่งต่าง ๆ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นสถานที่ คน สภาพแวดล้อม การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวปรากฏผลการประเมินว่านักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจ

ขั้นที่ 9 ทศคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวแล้ว ก็เกิดทัศนคติต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ ถ้าหากว่านักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้เขากลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นมาท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับความไม่พึงพอใจก็จะมีทัศนคติไม่ต่อการท่องเที่ยวครั้งนี้ อาจทำให้ไม่อยากเดินทางมาท่องเที่ยวอีกหรือบอกเล่าให้บุคคลอื่นไม่อยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วย

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว 4.0

เสรี วงษ์มณฑา (2561) กล่าวว่า การท่องเที่ยว 4.0 จะสร้างการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ “Smart people-smart Industry” โดยที่ การเป็นนักท่องเที่ยว 4.0 ประกอบด้วย 1) Innovation-Behavior Innovation คือ พฤติกรรมใหม่ใหม่ ๆ เช่น การคิดใหม่ ทำใหม่ อาทิ สระว่ายน้ำควรวเปิดกลางคืนเพราะลูกค้าออกไปเที่ยวตอนกลางวัน เป็นต้น 2) Technology innovation คือ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย 3) Creativity คือ ออกแบบรูปแบบลักษณะต่าง ๆ ใหม่ ๆ 4) Technology คือ เอาเทคโนโลยีใช้ทำอะไรบ้าง ใช้เทคโนโลยีทำธุรกิจอย่างไร เช่น ระบบการใช้มินิบาร์ของโรงแรม เป็นต้น



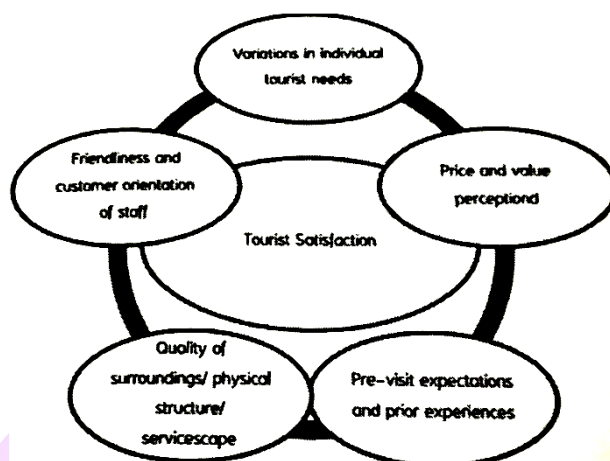
ภาพ 1 Experience Concept: What visitor Want

ที่มา: เสรี วงษ์มณฑา (2561)

1. Enggement คือ ต้องสามารถตอบคำถามได้ทันที ไม่ว่าจะเป็น การติดต่อสื่อสารทาง IT หรือ Facebook เป็นต้น ประกอบด้วย 1) Monitor 2) Fact finding 3) Admin-Visual Community คือ การสื่อสารเสมือนจริง (ใช้สื่อ)
2. Personalized คือ ต้องรู้จักความเป็นส่วนตัว
3. Quality คือ คุณภาพการให้บริการ คุณภาพในการสื่อสาร
4. Connection คือ สามารถเชื่อมต่อติดต่อการสื่อสารได้

ลักษณะนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยว 4.0 คือนักท่องเที่ยวเรียกร้อง

สูงขึ้น อำนาจสูงขึ้น (Demanding empowered tourists; they are: Demanding, Empowered, Knowledgeable, Learning how to take advantages of ticketing and other pricing flexibility, Having more choices. Demanding on time delivery as they are time poor, Co-creating products, services and brand messages ยกตัวอย่างลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่น Y (Gen Y Tourists) ดังที่แสดงในภาพ 2



ภาพ 2 ลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรุ่น Y (Gen Y Tourist)

ที่มา: เสรี วงษ์มณฑา (2561)

ยกตัวอย่างด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 4.0 กับการทำตลาดออนไลน์ โดยที่ สุประภา สมพงษ์ (2560) กล่าวว่า ในการทำตลาดออนไลน์หรือ Digital marketing นั้น Kotler ได้กล่าวไว้ เกี่ยวกับการทำตลาดยุคใหม่ 4.0 ในหนังสือ Marketing 4.0 Moving from Traditional to digital ในการทำการตลาดต้องให้นักท่องเที่ยวรู้สึก 5 ประเด็น Customer path (5A) จึงจะถือว่า ประสบความสำเร็จในการทำตลาดออนไลน์ ดังนี้

1. ลูกค้าจดจำตราสินค้าได้ให้ลูกค้าเห็นตระหนัก (Aware)
2. ลูกค้าสนใจได้มากขึ้นกว่าการจดจำ (Appeal)
3. ลูกค้าสามารถสอบถามหาข้อมูลได้ (ASK)
4. ลูกค้าต้องมีการตัดสินใจซื้อ (Act)
5. ลูกค้าต้องมีการบอกต่อในโลกออนไลน์ (Advocate)

การทำตลาดออนไลน์ ในปัจจุบันนี้ต้องให้ความสำคัญใน 5 ประเด็นข้างต้น ผู้ประกอบการต้องมีกลยุทธ์ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำตราสินค้าได้ เช่น ลูกค้าสามารถจดจำตราสินค้าของโรงแรม สายการบินได้ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจมากขึ้น นอกจากนั้น ต้องมีการวางระบบสามารถให้ลูกค้าสอบถามหาข้อมูลเพิ่มเติมในระบบข้อมูลออนไลน์ ที่มีลักษณะข้อมูลออนไลน์จำนวนมาก (Big Data) และมีการเชื่อมโยงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ (Customer Relationship Management) เพื่อมาเปรียบเทียบและได้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ ก่อนตัดสินใจซื้อและเมื่อตัดสินใจแล้ว เมื่อลูกค้ารู้สึกภูมิใจ ก็จะมีการบอกต่อ

หรือแบ่งปันข้อมูลในระบบออนไลน์ ถือว่าเป็นข้อดีในกลยุทธ์การทำตลาดยุคใหม่ นอกจากนี้ คิวฤทธิ พงศกรรังศิลป์ และสุรเดช สุเมธาภิวัดน์ (2559) ยังได้เสนอแนวคิดกลยุทธ์การทำตลาดยุคใหม่ ที่ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยคือ กลยุทธ์การตลาด ต้องแสดงให้เห็นถึงการสร้างคุณค่าร่วมกัน (Co-Creation) โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการโดยอาศัยการสนทนา และการปฏิสัมพันธ์ในระบบออนไลน์หรือเป็นการสร้างความสำคัญร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาลักษณะของการแสดงออกในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งหากผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านสุขภาพเข้าใจถึงพฤติกรรมดังกล่าว ก็จะสามารถสร้างสรรค์ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Health Mat ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายของการบริการตรวจสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามลักษณะพฤติกรรมได้ 4 กลุ่ม ดังนี้

1.1 กลุ่ม Health Lovers กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่รักสุขภาพมาก จะดูแลสุขภาพของตัวเองทุกเรื่องทั้งเรื่องของการกินรวมถึงการใช้ชีวิตประจำวันอีกทั้งยังคอยดูแลสุขภาพให้กับบุคคลในครอบครัวและคนที่ตนรักอีกด้วย

1.2 กลุ่ม Health Conscious กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่รักสุขภาพของตัวเองทั้งเรื่องอาหารการกินและการใช้ชีวิตประจำวันเหมือนกับกลุ่ม Health Lovers แต่ไม่ถึงกับขณะที่คอยดูแลสุขภาพให้กับผู้อื่น

1.3 กลุ่ม Life Balancing กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ดำเนินชีวิตเป็นหลักจะไม่สุดโต่งไปด้านใดด้านหนึ่ง คนกลุ่มนี้อาจจะเลือกดูแลสุขภาพของตนเองในบางเรื่องแต่ก็ไม่ลืมที่จะหาความสุขให้กับตัวเองโดยอาจจะออกมาในรูปแบบของการกินการดื่มหรือการเที่ยว

1.4 กลุ่ม Enjoy Living กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ดำเนินชีวิตเป็นหลักจะใช้ชีวิตสนุกทุกอย่างเต็มที่คนกลุ่มนี้จะหาความสุขให้กับตัวเองในทุกกิจกรรมของชีวิตโดยจะเต็มที่ทั้งการกินการดื่มและการท่องเที่ยวโดยไม่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพหรือใส่ใจน้อยมา

2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ใช้บริการธุรกิจสปาในกรุงเทพมหานคร (ศุภราง จันทนวัลย์ และรัชฎา พงศธนกิจ, 2562) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษา

ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและมีประสบการณ์ในการใช้บริการธุรกิจสปา 1-5 ครั้ง/ปี ซึ่งผู้หญิงในช่วงอายุดังกล่าวจะเป็นผู้หญิงที่ดูแลสุขภาพมาก่อนแล้ว ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงสามารถตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่จะมีบุคลิกค่อนข้าง มีความคิดสร้างสรรค์เป็นคนสนุกสนานทันสมัย ชอบเดินทางในสถานการณ์ที่แปลกใหม่ และชอบลองของใหม่เดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะชอบความหรูหรา และค่อนข้างชอบเข้าสังคม

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสนใจมากที่สุด ได้แก่รูปแบบกิจกรรมการบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม รองลงมาคือ รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ รูปแบบกิจกรรมวารีบำบัดรูปแบบกิจกรรมสวนคนธบำบัด รูปแบบกิจกรรมการบริการอาบน้ำแร่ รูปแบบกิจกรรมการฝึกกายบริหารฤๅษีดัดตน รูปแบบกิจกรรมการนวดแผนไทย รูปแบบกิจกรรมการอบหรือประคบสมุนไพร รูปแบบกิจกรรมการบริหารอาหาร และเครื่องตีสมุนไพรเพื่อสุขภาพ รูปแบบกิจกรรมการนวดเท้า และรูปแบบกิจกรรมการฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา

ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการเดินทางเพื่อไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยตนเองหรือครอบครัว ส่วนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการใช้บริการรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเกี่ยวกับการใช้บริการนวดน้ำมันหอมระเหยเพื่อคลายเครียดและลดความปวดเมื่อย เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการใช้บริการรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งมีราคาค่อนข้างสูงแต่ก็ยังไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน

พฤติกรรมการหาข้อมูลของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทยจะมีการหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากเว็บไซต์มากที่สุด

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สรุปพฤติกรรมในการมาใช้บริการสุขภาพของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังต่อไปนี้

3.1 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (63%) มีอายุระหว่าง 18-49 ปี (82%) ส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนมากกว่า US\$ 3,000 (77%) อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (32%)

3.2 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยเพื่อใช้บริการสุขภาพร่วมกับเดินทางมาเพื่อวัตถุประสงค์อื่นด้วยเช่นมาท่องเที่ยว 82% มาเพื่อติดต่อธุรกิจ 13% มาเยี่ยมครอบครัวญาติเพื่อน 10% มาใช้บริการทางสุขภาพด้านการรักษา 5% และมาเพื่ออบรมสัมมนา 1%

3.3 เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มสุขภาพส่วนใหญ่เคยมาใช้บริการสุขภาพในประเทศไทยก่อนหน้านี้แล้วคิดเป็นร้อยละ 65 (65%) ในขณะที่อีกร้อยละ 35 (35%) เป็นกลุ่มที่มาใช้บริการสุขภาพในประเทศไทยเป็นครั้งแรก

3.4 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาใช้บริการสุขภาพด้วยตัวเองที่คิดเป็นร้อยละ 68(68%) และซื้อแพคเกจท่องเที่ยวจากบริษัทตัวแทนคิดเป็นร้อยละ 32 (32%)

3.5 ในการเดินทางมาประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาใช้บริการสุขภาพจากสถานประกอบการ 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46 (46%) ส่วนอีกร้อยละ 54 (54%) ใช้บริการมากกว่า 1 แห่ง

3.6 นักท่องเที่ยวจะมาพักอยู่ในประเทศน้อยกว่าเจ็ดวันคิดเป็นร้อยละ 57 (57%) และอีกกลุ่มหนึ่งจะมาพักอยู่ในประเทศนานกว่าเจ็ดวันคิดเป็นร้อยละ 43 (43%) โดยผู้ที่มาใช้บริการสปาจากสถานประกอบการประเภท Destination spa จะมีระยะเวลาที่พักอยู่ในประเทศไทยนานกว่าผู้ที่มาใช้บริการจาก Day spa

3.7 นักท่องเที่ยวร้อยละ 51 (51%) เดินทางมาใช้บริการสุขภาพในประเทศไทย 1-2 บริการ และอีกร้อยละ 49 (49%) จะใช้บริการที่หลากหลายและครบวงจรโดยบริการประเภทนวดเป็นกลุ่มบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 94 (94%) รองลงมาคือบริการในกลุ่มการบำบัดร่างกายคิดเป็นร้อยละ 35 (35%) การบำบัดด้วยน้ำร้อยละ 29 (29%) และบริการด้านการเสริมสวยร้อยละ 28 (28%) ซึ่งค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการใช้บริการสุขภาพความงามของนักท่องเที่ยวอยู่ที่ US\$ 189.27 ต่อทริป (5678.10 บาทต่อครั้ง)

3.8 ลักษณะของบริการที่ได้รับความนิยมได้แก่การนวดไทยร้อยละ 65% การนวด Aroma Therapy ร้อยละ 46 (46%) การขัดผิวกายร้อยละ 22 (22%) การแช่น้ำนม ด้วยอ่างอาบน้ำขนาดเล็กร้อยละ 18 (18%) การดูแลผิวหน้าร้อยละ 15 (15%) การนวดเท้าร้อยละ 19 (19%) และการประคบสมุนไพรร้อยละ 11 (11%)

3.9 นอกจากการให้บริการแล้ว นักท่องเที่ยวร้อยละ 35 (35%) ยังนิยมซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพกลับไปยังประเทศของตนอีกด้วยซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดได้แก่น้ำมัน เจลครีมสำหรับนวดคิดเป็นร้อยละ 76 (76%) สบู่ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิวหน้าและกาย 20 (20%) รูปประคบและผลิตภัณฑ์ขัดผิวหน้าผิวกายร้อยละ 15 (15%) เท่า ๆ กัน ซึ่งค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสำหรับการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สูงใกล้เคียงกับค่าใช้จ่ายในการบริการคือ US\$112 ต่อทริป (3,360 บาทต่อครั้ง)

4. ปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการสุขภาพในประเทศไทย ได้แก่

4.1 ความเชี่ยวชาญคิดเป็นร้อยละ 78 (78%) เช่นชื่อเสียงด้านการนวดไทย สปาไทยชื่อเสียงด้านสมุนไพรท้องถิ่นสมุนไพรไทยและความน่าเชื่อถือของการให้บริการของพนักงานและสถานประกอบการ เป็นต้น

4.2 บริการคิดเป็นร้อยละ 63 (63%) เช่น การให้บริการที่ดีและเป็นมิตรตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานบริการที่ดี เช่น ห้องสปา ห้องพักผ่อน เป็นต้น

4.3 ราคาที่สมเหตุสมผลร้อยละ 52 (52%)

4.4 การท่องเที่ยวร้อยละ 51 (51%) เช่น มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจมีความสะดวกในการเดินทางมาประเทศไทยและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ

4.5 การบอกต่อ ใช้ซ้ำร้อยละ 50 (50%) เช่นการได้รับคำแนะนำจากคนรู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศตลอดจนได้รับคำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยวตัวแทน

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

“การส่งเสริม”หรือ“promotion” มักจะเข้าใจว่า เป็นการ “ส่งเสริมการขาย” หรือ “Sales Promotion” เสมอ ดังนั้น การส่งเสริมนั้นก็คือ การทำให้ผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยวเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นนักท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเริ่มต้นด้วยการทำให้ผู้ที่กำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวรู้จักสินค้าการท่องเที่ยว มีการจูงใจและสร้างอิทธิพลให้ “ผู้ที่กำลังจะซื้อ” เปลี่ยนเป็น “ซื้อ” ในที่สุดนั่นคือ เปลี่ยนจากสถานะกำลังจะเป็นนักท่องเที่ยวเป็นท่องเที่ยว คือ กำลังจะเดินทางกลายเป็นได้เดินทาง การส่งเสริมจะมีเครื่องการส่งเสริมโดยจะรวมเรียกว่า ส่วนผสมของการส่งเสริม (Promotion Mix) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

กระทรวงมหาดไทย (2551, หน้า 53) ได้อธิบายคำว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง การส่งเสริมให้มีย่านนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น หรือชุมชน และใช้บริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น นอกจากนี้ อรรถพล จันทรสาขา (2548, หน้า 20) ได้สรุปเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้ที่จะเป็นนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่กำลังจะซื้อให้เป็นการซื้อ สนใจการท่องเที่ยวจะเคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวมาก่อนหรือไม่ก็ได้ และเครื่องมือของการส่งเสริมเข้าถึงได้โดยผ่านสื่อประเภทหนึ่งสำหรับ

เครื่องมือของการส่งเสริมประกอบด้วยการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และประชาสัมพันธ์

ชญาณิศ วรษ์พันธุ์ (2565, หน้า 134) ได้กล่าวถึง การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง เป็นการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว โดยผ่านกระบวนการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความสนใจและตัดสินใจ ที่จะเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ

จากความหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การส่งเสริมหรือสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว มีการใช้บริการและกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยใช้เครื่องมือผ่านกระบวนการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

ในการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว หลักการดำเนินการที่สำคัญมี 5 ประการ ดังนี้ (กระทรวงมหาดไทย, 2549, หน้า 10)

1. เร่งพัฒนา บุรณะ พื้นฟูมรดกสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจำหน่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้อยู่ในสภาพเดิมอย่างต่อเนื่อง

2. เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมโดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว และการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

3. เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวรวมทั้งเร่งรัดการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

4. เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นอื่น ๆ โดยรอบทั้งด้านการตลาด การลงทุน และการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

5. บริหารการท่องเที่ยวโดยกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ตลอดจนพัฒนาคุณภาพการบริการท่องเที่ยว รวมทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบหลากหลาย

ธนธรณ์ ทองหอม (2558) ได้เสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกคุ้มค่า โดยจะต้องดำเนินนโยบายมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) สิ้นค้าทางการท่องเที่ยวมากกว่าการลดราคาสินค้าการท่องเที่ยวลงโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มหรือยกระดับคุณค่าสินค้าการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าท่องเที่ยวที่จะสนองอรรถประโยชน์เบื้องต้นของนักท่องเที่ยว

2. การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าท่องเที่ยวที่สนองอรรถประโยชน์ด้านอื่น เช่น ด้านสุขภาพและจิตใจ นอกเหนือไปจากประโยชน์เบื้องต้นของนักท่องเที่ยว

3. การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการด้านจิตใจ

4. การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผูกพันเหมือนเป็นบ้านหลังที่สอง

5. การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ไทย (Thainess)

ชญาธิดา วงษ์พันธุ์ (2565, หน้า 135) ได้กล่าวถึงด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสนใจ และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวจากกิจกรรมหรือแนวทางการส่งเสริมทางการตลาดของพื้นที่นั้น เพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายหรือเป็นจุดน่าสนใจที่จะผลักดันให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นการวางแผนส่งเสริมของการบริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์ในการตลาดเชิงรุกและมีการเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวคุ้มค่ากับการจ่ายเงินโดยส่งเสริมในรูปแบบของการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานสินค้าท่องเที่ยว ประโยชน์เบื้องต้นของนักท่องเที่ยวสนองความต้องการสินค้า ท่องเที่ยวด้านอื่นในด้านสุขภาพและจิตใจ อีกทั้งสินค้าท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกผูกพันและเป็นสินค้าที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย (Thainess)

มาตรฐานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

กระทรวงมหาดไทย (2549) ได้กำหนดมาตรฐานไว้เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนี้โดยกำหนดมาตรฐานออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. มาตรฐานด้านแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวนั้นถือได้ว่า เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ดังนั้น มาตรฐานด้านแหล่งท่องเที่ยวจึงประกอบด้วย

- 1.1 มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
- 1.3 มีระบบดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว

2. มาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว

บริการที่รองรับการท่องเที่ยว จัดเป็นอุปทาน (Supply) ประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นสิ่งดึงดูดใจได้เช่นกัน ประกอบด้วย

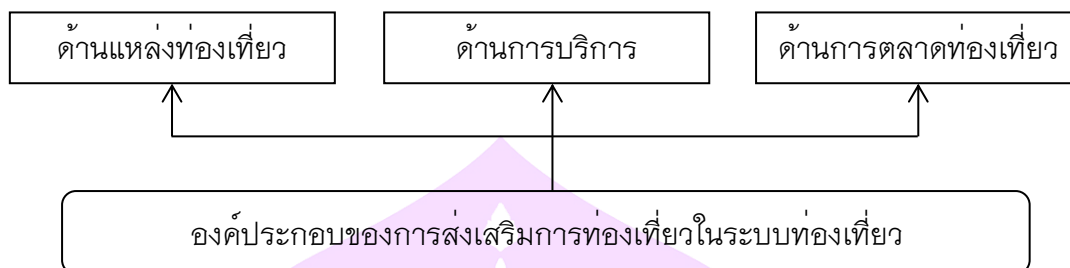
- 2.1 มีบริการด้านความปลอดภัย
- 2.2 มีบริการภัตตาคารและอาหาร
- 2.3 มีบริการสินค้าและของที่ระลึก
- 2.4 มีบริการที่พักค้างแรมสำหรับนักท่องเที่ยว
- 2.5 มีบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- 2.6 มีบริการด้านบันเทิงและนันทนาการ
- 2.7 มีบริการด้านสารสนเทศ
- 2.8 มีบริการด้านขนส่ง

3. มาตรฐานด้านการตลาดท่องเที่ยว

การตลาดท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายถึง การส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยประกอบด้วย

- 3.1 มีการกำหนดแผนการตลาดท่องเที่ยว
- 3.2 มีการสร้างเส้นทางหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

3.3 จัดให้มีการโฆษณาไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว



ภาพ 3 องค์ประกอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยว

ที่มา: กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (2549)

ในการดำเนินการกิจด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) เพื่อที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ดังกล่าว ทำให้เกิดเป็นกรอบของการกำหนดมาตรฐานในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากข้อสรุปข้างต้นของมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวที่รัฐบาลได้กำหนดมาตรฐานออกเป็น 3 ด้าน คือ มาตรฐานด้านแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานด้านการบริการท่องเที่ยว มาตรฐานด้านการตลาด ซึ่งทั้ง 3 มาตรฐานนี้ เป็นองค์ประกอบที่สามารถนำไปสู่แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จะต้องประกอบไปด้วย เส้นทางท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อที่จะรับรองการบริการแก่นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในบริการของแหล่งท่องเที่ยวนั้นซึ่งยังหมายความว่า รวมถึงความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ที่พักแรม ร้านอาหาร รถบริการ ร้านขายของที่ระลึกและมัคคุเทศก์ แหล่งให้ข้อมูลข่าวสารทั้งนี้ ด้านการตลาดก็ต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะชูเรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ของพื้นที่นั้น รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างสื่อออนไลน์ทางการตลาดให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจะได้ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนยังแหล่งท่องเที่ยวนี้อย่าง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's)

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2547) ได้ให้ความหมายของ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4P's ไว้ว่า เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมไว้ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ร่วมกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์กร

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550) ให้ความหมายของการตลาดการท่องเที่ยวไว้ว่า กระบวนการจัดการแผนงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการต้อนรับที่กระทำอย่างเป็นลำดับ และต่อเนื่อง การวิจัย การปฏิบัติ การควบคุม และประเมินกิจกรรมที่คิดขึ้นเพื่อตอบสนองความจำเป็นความต้องการ ความพอใจของลูกค้า และบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

ฟิลลิป คอตเลอร์ (2009) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนผสมการตลาด ประกอบด้วย ทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนผสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าเป็นชื่อ “4Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

นิคม จารุมณี (2551, หน้า 201) ให้ความหมาย การตลาดการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย 5 ประการ คือ 1) การกำหนดความต้องการของสินค้าและบริการ 2) กำหนดขั้นตอนเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ๆ 3) กำหนดราคาตามอัตราการแข่งขันของตลาด และกำไรที่ต้องการจะได้ 4) วิธีการที่เหมาะสมเพื่อสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยว และ 5) การขายการท่องเที่ยว

ชญานิศา วงศ์พันธุ์ (2565) ให้ความหมาย การตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง เป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาท่องเที่ยว โดยการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และได้ใช้แนวคิดการตลาดการท่องเที่ยวในการสร้างแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อการส่งเสริมการตลาดให้ทันกับเหตุการณ์และความต้องการของลูกค้า รวมถึงรู้ทันความต้องการของลูกค้าและนำมาวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับสินค้าและบริการ

จากความหมายของส่วนประสมทางการตลาดข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การใช้ตัวแปรที่เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาด ที่นำมาใช้ร่วมกัน และใช้อย่างสอดคล้องเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายทางการตลาด สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 11) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้ภายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้มค่า รวมถึงการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อหาเพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามตั้งใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง

ศุภชาติ เอี่ยมรัตน์กุล (2557, หน้า 175) ได้กล่าวถึง การตลาดปัจจุบันสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing) จะแตกต่างจากธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจบริการ รวมทั้งการวางกลยุทธ์การตลาดการยังแตกต่างกันแต่ละธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจบริการ หรือธุรกิจอื่นลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์บริการจะเป็นตัวกำหนดแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดบริการ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะดังกล่าว ได้แก่ 1) การบริการไม่สามารถจับต้องได้ 2) คุณภาพบริการไม่สามารถควบคุมให้คงที่ได้ 3) การบริการไม่สามารถแยกการผลิตออกจากการบริโภคได้ และ 4) การบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ โดยส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในกลุ่มลูกค้าหรือตลาดเป้าหมาย โดยมีผลให้ผลิตภัณฑ์ หรือบริการถูกเสนอสู่ตลาดหรือกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้าและบริการ

องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด 10 P's

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญา ลักขิตานนท์ และ ศุภกร เสรีรัตน์ (2541, หน้า 35-36) อธิบายความหมายของส่วนประสมการตลาด ดังนี้ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจ ในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค และบริโภคทั่วไปเพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาดกลยุทธ์ การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจบริการจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจาก

การตลาดโดยทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจ

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของการบริการกับราคา (Price) ของการบริการนั้น ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและประโยชน์ของบริการที่นำเสนอซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้กับผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการต่าง ๆ ต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และผู้ใช้บริการต่าง ๆ ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

8. ด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) สิ่งที่สำคัญของกลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ คือ การออกแบบที่สวยงาม มีความน่าเชื่อถือ โดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง เมื่อนำไปวางขายสามารถดึงดูดความสนใจ และตอบโต้ความต้องการของลูกค้าได้ ส่วนในด้านของร้านค้าออนไลน์นั้น กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ยังรวมถึงเรื่องความปลอดภัยของสินค้าในส่วนของการจัดส่งรวมอยู่ด้วย เพราะการส่งสินค้าในระยะทางไกลนั้น อาจเกิดเหตุไม่คาดฝันขึ้นได้ ดังนั้นจึงควรจัดการห่อสินค้าเป็นอย่างดี เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความประทับใจ และทำให้ลูกค้ามีทัศนคติที่ดีต่อร้านค้าออนไลน์ของเราและยังรวมถึงรูปลักษณ์ของธุรกิจทางด้านธุรกิจสปาที่จะต้องสร้างรูปลักษณ์ที่ดูมีความเป็นเอกลักษณ์และนำมาสัมผัสหรือมาใช้บริการ

9. ด้านการให้ข่าวสาร (Public Relation) การให้ข้อมูลข่าวสารเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ และเหมาะกับยุคสมัยนี้ที่สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างไรพร้อมแดน ทำให้ข่าวสาร ถือเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ เพราะการให้ข่าวสารนั้นนับเป็นช่องทางหนึ่งในการติดต่อกับลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายอีกทั้งเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ เพิ่มทัศนคติในเชิงบวก สร้างความเข้าใจในการใช้สินค้า บริการ ให้กับแบรนด์ได้อีกทางหนึ่งด้วย

10. ด้านความเข้าใจ (Perception) เป็นกลยุทธ์ที่จะต้องเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ แล้วนำหลักการตลาดมาประยุกต์เพื่อให้เท่าทันต่อสถานการณ์ในขณะนั้น เพราะโลกยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสาร การไหลเวียนของวัตถุดิบ การไหลเวียนของสินค้า และบริการ กระจายไปทั่วทุกมุมโลก เราจะเห็นได้ว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่วางขายในประเทศไทยนั้น เราก็สามารถนำเข้าจากประเทศอื่น ๆ มาวางขายได้อย่างเสรี ด้วยเหตุนี้เจ้าของกิจการ นักธุรกิจ ที่มีความเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงประสบความสำเร็จในการทำการตลาดยุคนี้ ทั้งในเรื่องของการขายสินค้าและงานบริการ

จากแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing mix หรือ 10P's) ดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจขาย แกนนักท่องเที่ยว และปัจจัยด้านนโยบายของสถานประกอบการ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการ

ของตลาดเป้าหมายในงานวิจัยนี้ สามารถนำองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด (10P's) มาเป็นกรอบในการวัดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis และ Tows Matrix

การวิเคราะห์ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์ SWOT เพื่อทราบถึงเทคนิคอย่างหนึ่งที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายใน และภายนอกองค์กร เพื่อนำผลที่ได้ในรูปแบบจุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค มากำหนดเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการวางแผน และพัฒนาองค์กรนำมาปรับใช้ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของชุมชน เพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ในแต่ละด้าน

Kerin, Hartley and Rudelius (2008 อ้างอิงใน สุณีย์ วรรณธรโกมล และธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552) กล่าวว่า การวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) 2 ด้าน ได้แก่สภาพการณ์ภายใน และสภาพการณ์ภายนอก เพื่อประเมินจุดแข็งจุดอ่อน อุปสรรค ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะเป็นแนวทางในการดำเนินการกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ และกลยุทธ์ เป็นข้อมูลในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสมต่อไป

ทวีป สิริรัตมี (2554, หน้า 65) กล่าวว่า การนำเอาจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) มากำหนดเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการวางแผน ซึ่งเมื่อนำมาปรับใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยนำไปปรับใช้เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของชุมชนทั้งในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำไปสู่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ของชุมชนโดยในแต่ละด้านนั้น มีความหมายโดยสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. จุดแข็ง (Strength) หมายถึง เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในชุมชนโดยการประเมินข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นของทรัพยากรที่ชุมชนคาดว่าจะสนับสนุนให้การจัดการท่องเที่ยวบรรลุสำเร็จซึ่งจะพิจารณาจากตัวแปรต่าง ๆ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น บุคลากร งบประมาณ เป็นต้น

2. จุดอ่อน (Weakness) หมายถึง เป็นการพิจารณาปัจจัยภายในชุมชน โดยการประเมินข้อเสียเปรียบหรือจุดด้อยของทรัพยากรชุมชน ซึ่งเป็นปัญหาอุปสรรคที่ขัดขวางมิให้การจัดการท่องเที่ยวบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ พิจารณาตัวแปร เช่นเดียวกับจุดแข็ง

3. โอกาส (Opportunity) หมายถึง เป็นการพิจารณาปัจจัยภายนอกชุมชนโดยการประเมินโอกาส หรือเงื่อนไขที่คาดว่าเอื้ออำนวยต่อการจัดการท่องเที่ยวให้บรรลุผลสำเร็จ พิจารณาจากตัวแปรด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจการเมือง สังคม และเทคโนโลยี

4. อุปสรรค (Treat) หมายถึง เป็นการพิจารณาปัจจัยภายนอกชุมชนโดยการประเมินอุปสรรค หรือเงื่อนไขที่ขัดขวางการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งจะพิจารณาจากตัวแปรเช่นเดียวกับโอกาส

ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์ (2553, หน้า 388-389) กล่าวว่า จากองค์ประกอบในแต่ละด้านของ SWOT นั้น กระบวนการของการวิเคราะห์ SWOT จะประสบความสำเร็จได้ ต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้ 1) ใช้การมีส่วนร่วมสูงสุดทุกระดับ การมีส่วนร่วมทำให้สมาชิกชุมชนทราบทิศทาง และแผนงานของชุมชน 2) เป็นเวทีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งจะเกิดจากการร่วมคิด ร่วมอภิปราย ร่วมเสนอแนะ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน หรือของตนเองให้กระจ่างชัดเจนขึ้นมา 3) การใช้เหตุผลคิดและตัดสินใจอย่างรอบคอบ SWOT จึงเป็นกระบวนการที่ต้องให้เหตุผลในการตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์ 4) การใช้ข้อมูลของผู้เข้าร่วมที่ได้จากประสบการณ์ในชุมชนหรือวิทยากร ข้อมูลที่ถูกต้องจะต้องเกิดผลดี SWOT คือ มองการณ์ไกลกำหนดภารกิจและวัตถุประสงค์ สอดคล้องกับสถานการณ์และระบุจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคได้ใกล้เคียงความจริง 5) การกระตุ้นให้คิดและเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้นเพราะผู้เข้าร่วมจะเป็นผู้กระทำต่าง ๆ ตามขั้นตอน หากผู้เข้าร่วมทำไม่ได้ในขั้นตอนใดไม่สามารถข้ามไปได้ ผู้เข้าร่วมอาจไม่เคยคิดหรือเห็นแง่มุมใหม่ซึ่งเป็นการเปิดเผยประเด็นที่ซ่อนเร้นให้ชัดเจนขึ้นความชัดเจนมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนา 6) การเป็นเจ้าของหรือพันธสัญญา เพราะได้ร่วมคิด วิเคราะห์ อภิปรายจนไปสู่การตัดสินใจของชุมชนเอง ในการกำหนดภารกิจ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ของกลุ่มทำให้เกิดความผูกพัน การเป็นเจ้าของ และ 7) การปฏิบัติทันที กระบวนการ SWOT เผยให้เห็นจุดอ่อนที่เป็นปัญหาที่จะต้องเร่งด่วนการแก้ไขเมื่อเสร็จสิ้น การวางแผนผู้เข้าร่วมจะต้องลงมือปฏิบัติแก้ไขได้ทันที ซึ่งอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการวิเคราะห์ SWOT ทำให้เกิดผลทางการปฏิบัติการ

การวิเคราะห์ TOWS Matrix

ธีระภัทรา เอกผาชัยสวัสดิ์ (2554) กล่าวว่า เมื่อได้ผลจากการวิเคราะห์ SWOT แล้ว การวิเคราะห์ตำแหน่ง SWOT เพื่อพัฒนาชุมชนสู่การท่องเที่ยว มีวิธีการโดยกำหนดให้จุดแข็ง และจุดอ่อนของชุมชนอยู่ในแนวนอนหรือแกนเอ็กซ์ (X) และโอกาสดับภัยคุกคามอยู่ในแนวตั้ง หรือแกนวาย (Y) โดยสามารถกำหนดยุทธศาสตร์ได้ว่าชุมชนควรจะใช้ยุทธศาสตร์ใดเป็นสิ่ง

สำคัญและเหมาะสมดั่งนั้นในการวิเคราะห์ตำแหน่ง SWOT จะทำให้ทราบว่าชุมชนควรจะปรับปรุง ฟันฟู จะเจริญก้าวหน้าโดยการวิเคราะห์ตำแหน่ง SWOT ดังนี้

ถ้า W มากกว่า S, O มากกว่า T แสดงว่า ชุมชนมีโอกาสที่จะพลิกฟื้นปรับปรุงชุมชน เพื่อดำเนินการท่องเที่ยวได้

ถ้า W มากกว่า S, T มากกว่า O แสดงว่า ชุมชนต้องระมัดระวังไว้ โอกาสในการจะพัฒนาไปข้างหน้าอย่างมาก สถานการณ์ในชุมชนแท้จริง ๆ ต้องรอโอกาสไว้ก่อน

ถ้า S มากกว่า W, T มากกว่า O เช่น ถ้าเป็นการผลิตสินค้าหนึ่ง ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล อาจต้องพัฒนาสินค้าให้ดีขึ้น เพราะสินค้าเราดีแล้ว แต่สินค้าเราผลิตอาจมีชุมชนผลิตมามาก เราอาจจะต้องเสี่ยงไปตลาดอื่น ๆ หรือไปผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาเพิ่มแทน

ถ้า S มากกว่า W, O มากกว่า T แสดงว่า ชุมชนมีโอกาสพัฒนาสู่การจัดการท่องเที่ยวได้ เพราะมีจุดแข็งที่ดีและโอกาสจากภายนอกสนับสนุน

เอกชัย บุญยาธิษฐาน (2553, หน้า 105-108) ได้ศึกษาการทำ SWOT Matrix เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ในระดับ องค์การหรือชุมชน ซึ่งจะต้องจับคู่ประเด็นต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ก่อนจากปัจจัยหลักทั้ง 4 คือ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ซึ่งการจับคู่จากปัจจัยหลักทั้ง 4 นี้ จะทำให้เกิดกลยุทธ์ 4 ประเภท ดังนี้

1. กลยุทธ์ที่ 1: SO (Strengths-Opportunities) เป็นกลยุทธ์ที่เกิดจากการเอาจุดแข็งขององค์กรไม่ว่าจะเป็นด้านใดก็ตามไปรวมกับโอกาสที่ดีจากภายนอกที่เหมาะสมการเป็นกลยุทธ์ที่ทุกองค์กรแสวงหา และต้องการให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่เพื่อปกป้องจุดแข็งของตนเอง และนำโอกาสที่ดีจากภายนอกมาใช้ประโยชน์ นอกจากนี้ หากกลยุทธ์นี้สามารถนำไปแก้ไขจุดอ่อนขององค์กรได้จะยิ่งมีประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2. กลยุทธ์ที่ 2: WO (Weakness-Opportunities) กลยุทธ์ในการพยายามที่จะลดจุดอ่อนของตัวเอง และเพื่อที่จะนำเอาโอกาสที่ดีข้างนอกมารวมกันจุดอ่อนขององค์กรที่ตรงกัน เพื่อพัฒนาให้เกิดประโยชน์กลยุทธ์ในส่วนนี้ จะช่วยในการกำหนดวิธีการปรับปรุงจุดอ่อนและเปลี่ยนจุดแข็ง

3. กลยุทธ์ที่ 3: ST (Strength-Threats) กลยุทธ์ที่เอาจุดแข็งขององค์กรมาจับคู่กับภัยคุกคามจากภายนอกเพื่อต่อสู้กับภัยคุกคามนั้น จุดมุ่งหมายก็คือเพื่อเพิ่มความเข้มแข็งและลดปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งไม่ได้หมายความว่าองค์กรจะเอาจุดแข็งของตัวเองไปสู้กับอุปสรรคภายนอก เพราะการทำแบบนี้ ไม่แน่ว่าอาจสร้างความหายนะให้กับองค์กรได้แต่สิ่งที่ยังต้องระวังก็คือการนำจุดแข็งไปลดทอนปัญหาที่เกิดขึ้น หรือไม่ก็เปลี่ยนอุปสรรคนั้นให้เป็นโอกาสเสีย

4. กลยุทธ์ที่ 4: WT (Weakness–Threats) กลยุทธ์ที่จับคู่ระหว่างจุดอ่อนขององค์กรกับภัยคุกคามจากภายนอกที่ตรงกันเพื่อพยายามที่จะลดทอนปัญหาทั้งสองที่เกิดขึ้น คือรอดังจุดอ่อน และภัยอุปสรรคที่มีมาจากภายนอกองค์กรใดที่ตกอยู่ในภาวะที่ถูกสภาพแวดล้อมภายนอกคุกคาม ซึ่งองค์กรอาจจะมีทางเลือกสองทางคือต่อสู้เพื่อความอยู่รอด หรือไม่ก็ต้องหลบหนี แต่ในทางธุรกิจยังมีทางเลือกอื่นให้เดินเหมือนกัน

จากความหมายของการวิเคราะห์ SWOT Analysis ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าการวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือในการกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์กร หนึ่งชุมชน โดยการจับคู่ประเด็นต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ได้แก่ กลยุทธ์ SO กลยุทธ์ ST กลยุทธ์ WO และกลยุทธ์ WT นำไปปรับใช้เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของชุมชนทั้งในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

บริบทพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประวัติอำเภอหัวหิน

จากบันทึกของราชการในสมัยรัชกาลที่ 7 พ.ศ. 2470 ที่บันทึกว่าชาวพระนครและชาวต่างชาตินิยมเที่ยวหัวหินมากถึง 10,000 คน และในปี พ.ศ. 2471 มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นถึง 30,000 คน ซึ่งในสมัยนั้นประชากรในพระนครยังมีจำนวนไม่มากนัก จำนวนตัวเลขที่มากถึง 30,000 คน นั้นย่อมแสดงให้เห็นถึงความเฟื่องฟูของหัวหิน (สุกัญญา ไชยภายี, 2551, หน้า 98) ความนิยมดังกล่าว ทำให้หัวหินในยุคสมัยนั้นกลายมาเป็นเมืองตากอากาศที่สำคัญของประเทศไทย ประกอบกับในห้วงเวลาดังกล่าวตรงกับรัชสมัยของรัชกาลที่ 7 มีการสร้างสถานที่ต่าง ๆ ขึ้นหลายแห่ง เช่น พระราชวังไกลกังวล การสร้างสนามกอล์ฟ การสร้างโรงแรมหัวหินรวมไปถึงตลาดฉัตรไชย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสังคมไทยในยุคสมัยดังกล่าวได้เปิดรับวัฒนธรรมบางอย่างของชาติตะวันตกเข้ามาสู่ประเทศไทย เช่น โรงแรมหัวหิน มีบริการอาหารเช้า (breakfast) มีการทำห้องเก็บเหล้าไวน์ใต้พื้น (Wine cellar) และมีการจ้างผู้ชำนาญการชาวต่างประเทศเข้ามาเป็นผู้ฝึกสอนด้านการบริหาร การบริการ และการอาหารแก่เจ้าหน้าที่ของกรมรถไฟหลวง (สรศัลย์ แพ่งสภา, 2545, หน้า 40)

หัวหินเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีเรื่องราวและความน่าสนใจทางประวัติศาสตร์อยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างพระราชวังไกลกังวล พลับพลาที่ประทับรถไฟ การสร้างโรงแรมรถไฟ การสร้างสนาม Golf และตลาดฉัตรไชย เป็นต้น ซึ่งเรื่องราวของหัวหินได้ถูกเล่าขานผ่านสิ่งต่าง ๆ มากมายที่กลายมาเป็นเอกลักษณ์บางอย่างของหัวหิน ทำให้หัวหิน

ในวันนี้กับหัวหินในวันวานมีความแตกต่างกันอย่างมากในแง่มุมของเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมไปถึงการประดิษฐ์ที่เป็นวัตถุหรือวัฒนธรรมที่ได้สะท้อนให้เห็นความเป็นไปต่าง ๆ มีการเล่าสืบต่อกันมาว่า มีชาวบ้านกลุ่มหนึ่งจากเมืองเพชรบุรีได้อพยพหนีความอดอยากลงมาทางใต้ จนมาถึงบริเวณบ่อฝ้าย หนองสะแก และเขาตะเกียบ ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์มีแม่น้ำลำคลองไหลผ่านชาวบ้านเหล่านั้นจึงลงหลักปักฐานสร้างบ้านเรือนและทำประมงเป็นอาชีพหลัก ต่อมา มีชาวปักข์ใต้ ได้แก่ ชาวภูเก็ต พัทลุง และตรัง ย้ายถิ่นฐานมาอาศัยอยู่ด้วยทำให้ชุมชนขยายตัวใหญ่ขึ้นเป็นชุมชนผสมระหว่างคนภาคกลางและคนภาคใต้ มีภาษาพูดและสำเนียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะเรียกว่า บ้านสมอเรียงตั้งอยู่ใกล้กับคลองสมอเรียง เนื่องจากบริเวณนั้นมีแนวเขตหินใหญ่น้อยเรียงรายไปตามแนวชายฝั่ง จึงมีการเปลี่ยนชื่อหมู่บ้านตามลักษณะภูมิศาสตร์ว่าบ้านหินเรียงต่อมาได้กลายเป็นบ้านแหลมหินและบ้านหัวหินในที่สุด (ณัฐชยา ราทีกุลกรลักษณ์, 2547, หน้า 22)

แม้ว่าในอดีต หัวหินจะไม่ได้มีความโดดเด่นและสำคัญมากมายดัง เช่น ปัจจุบันแต่ชื่อของหัวหินหรือแหลมหินก็มักจะถูกกล่าวถึงอยู่เสมอ การถอยร่นของชุมชน เช่น ชุมชนสมอเรียง ชุมชนแหลมหิน ชุมชนบ่อฝ้ายมาจนถึงจุดที่ตั้งของอำเภอหัวหินในปัจจุบันและไม่ได้ถอยร่นต่อไปนั้นแสดงให้เห็นว่าบริเวณดังกล่าวมีความเหมาะสมในการตั้งถิ่นฐานเพื่อประกอบอาชีพและดำรงชีวิต เมื่อชุมชนต่าง ๆ รวมตัวกันมากขึ้นพื้นที่ดังกล่าวก็เริ่มขยายใหญ่ขึ้น ทำให้เริ่มมีความสำคัญและมีบทบาทในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมามีพื้นที่ดังกล่าวก็ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปมากนัก จนมาถึงรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 3 พื้นที่บริเวณหัวหิน (ในปัจจุบัน) เริ่มเป็นที่ประจักษ์มากขึ้นแต่ก็ยังจำกัดอยู่ในระดับของราชวงศ์และชนชั้นสูงเท่านั้น

ในปี พ.ศ. 2377 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) พบว่าเพชรบุรีมีหาดทราย ชายทะเลแปลกกว่าที่อื่น คือ มีกลุ่มหินกระจัดกระจายอยู่อย่างสวยงาม พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระนเรศรวรฤทธิ์ (พระองค์เจ้าชายกฤษดาภินิหาร ต้นราชสกุลกฤดากร) เป็นเจ้านายองค์แรกที่สร้างตำหนักหลังใหญ่ชายทะเลด้านใต้ของหมู่หิน และประทานชื่อตำหนักว่า “แสนสำราญสุขเวศน์” ต่อมาทรงปลูกอีกหลังหนึ่งแยกเป็น “แสนสำราญ” และ “สุขเวศน์” เพื่อไว้ใช้รับเสด็จเจ้านาย พร้อมกับทรงสร้างเรือนขนาดเล็กใต้ถุนสูงอีกหลายหลัง ซึ่งต่อมาก็กลายเป็น “บังกะโลสุขเวศน์” และทรงขนานนามหาดทรายบริเวณตำหนักและหาดถัด ๆ ไปทางใต้เสียใหม่ว่า “หัวหิน” ซึ่งเป็นคนละส่วนกับบ้านแหลมหินเดิม โดยมีกองหินชายทะเลที่หมายแบ่งเขตโดยบ้านแหลมหินเดิมมีเขตด้านใต้ถึงเพียงแค่นั้นเกิดใหญ่ชายทะเล

เท่านั้นไม่ได้มาจนถึงที่ดินของเสด็จในกรมครั้นเมื่อเวลาผ่านไปชื่อ “หัวหิน” ก็แผ่คลุมทั้งหาดทั้งตำบลจนขยายเป็นอำเภอหัวหิน

หัวหิน เป็นเมืองตากอากาศเก่าแก่และคลาสสิกที่ได้รับความนิยมมานาน เป็นหนึ่งในเมืองตากอากาศชายทะเลแรก ๆ ของเมืองไทย โดยความสวยงามของหัวหินเริ่มเป็นที่รู้จักครั้งแรกในรัชกาลสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เมื่อครั้งพระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้นายเสนรี กิตตินส์ เลขาธิการกรมการรถไฟและกรมหลวงดำรงราชานุภาพเสนาบดีกระทรวงมหาดไทย สำนวณเพื่อเตรียมก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ ซึ่งเสนอรายงาน ถึงความสวยงามของหาดทรายชายทะเลหัวหินว่าเหมาะที่จะสร้างเป็นเมืองตากอากาศพักผ่อนชายทะเล ภายหลังเมื่อเส้นทางรถไฟเสร็จแล้ว หัวหินจึงเป็นเมืองตากอากาศที่ได้รับความนิยมอย่างสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มบุคคลสังคมชั้นสูงและยังคงได้รับความนิยมจวบจนปัจจุบัน จุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของหาดหัวหิน คือ กองหินที่กระจายตัวอยู่หน้าโรงแรมรถไฟ (สนุกคอตคอม, 2561, ลีออนไลน์)

ในช่วงปี พ.ศ. 2493 ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 ได้สร้างแล้วเสร็จเรียบร้อยแล้วจึงทำให้การเดินทางไปมาหาสู่ระหว่างพระนครกับหัวหินมีความสะดวกมากขึ้น ผู้คนที่มารถยนต์ก็ขับรถยนต์ไปเที่ยวกันได้ง่ายขึ้น มีความเป็นส่วนตัวมากกว่าการนั่งรถไฟ ถึงแม้ว่าการเดินทางด้วยรถยนต์จะมีความสะดวกสบายมากขึ้นแต่ทว่าในสมัยดังกล่าวเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เศรษฐกิจหลังสงครามเพิ่งจะฟื้นก็ยังคงมีความฝืดเคืองอยู่ รถยนต์จึงยังมีอยู่ไม่มากแต่จะมีให้เห็นก็เฉพาะคนที่มฐานะร่ำรวยเท่านั้น (สุกัญญา ไชยภาณี, 2551, หน้า 113) จากเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 ผ่านพ้นไป ความคิดคัก ครึกครื้นก็เริ่มที่จะกลับมาเยือนหัวหินอีกครั้ง แต่ทว่าบริบทต่าง ๆ ก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน ชนชั้นกลางเริ่มที่จะท่องเที่ยวมากขึ้น เมื่อเข้าสู่ช่วงปี พ.ศ. 2500 เป็นต้นไป หัวหินที่เคยเป็นที่ตากอากาศแห่งเดียวของไทยเริ่มมีคู่แข่งโดยท่านผู้นำในยุคนั้นได้เปิดเมืองตากอากาศขึ้นมาอีกหลายแห่ง เช่น บางปู บางแสน พัทยา

ในช่วงเวลา พ.ศ. 2520-2530 เป็นช่วงเวลาประเทศไทยเริ่มฟื้นตัวและเริ่มฟื้นความรุ่งเรืองทางการเมือง หัวหินเริ่มเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงอีกครั้งในสมัยรัฐบาลของพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ที่ประกาศให้ปี พ.ศ. 2530 เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวไทย การพัฒนารูปแบบใหม่ เพื่อรับนักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศและทั่วโลกจึงทำให้หัวหินกลายเป็นเมืองท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีการขยายตัวและมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา โดยสังเกตได้จากการที่มีร้านค้าเพิ่มมากขึ้น ตลาดนัดโรยมีการพัฒนาขยายใหญ่ขึ้น ร้านสะดวกซื้อที่บริการ 24 ชั่วโมง รีสอร์ทชั้นนำของโลก โรงแรม 5 ดาวชื่อดังอีกจำนวนมากนับไม่ถ้วนมาอยู่รวมกันที่นี่ (สุกัญญา

ไชยภาณี, 2551, หน้า 120) ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้หัวหินเริ่มเปลี่ยนแปลงไป สภาพต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นคอนโดมิเนียมริมชายหาดและบ้านพักอาศัยจำนวนมากที่เกิดขึ้นย่อมสะท้อนให้เห็นได้ชัดเจนว่าหัวหินได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างแทบไม่เหลือเค้าโครงของความเป็นหัวหินที่มีวิถีชีวิต สังคมและความเป็นอยู่แบบเดิม ๆ ให้เห็นมาหัวหินกลายเป็นเมืองนักท่องเที่ยวย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะมีแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้นตามมาโดยแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระยะหลังนี้มักจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งสิ้น เช่น ตลาดน้ำซานโตรินี และเวนิเซีย เป็นต้น

อาณาเขต

ถ้าพิจารณาตามภูมิศาสตร์และจะ พบว่า เมืองหัวหินในปัจจุบันตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงของอำเภอหัวหิน ติดกับทะเลอ่าวไทย พื้นที่มีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทิศตะวันตกเป็นภูเขาพื้นที่ลาดเอียงลงสู่ทะเลอ่าวไทย มีพื้นที่รวม 86.36 ตารางกิโลเมตร หรือ 53,975 ไร่ มีถนนเพชรเกษม (ทางหลวงหมายเลข 4) ตัดผ่านจากทิศเหนือจรดทิศใต้ยาวประมาณ 22 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครโดยประมาณ 230 กิโลเมตร ลักษณะพื้นที่เป็นชุมชนเมืองหนาแน่นและมีชุมชนที่กระจัดกระจายไม่หนาแน่นห่างไกลออกไป พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม พื้นที่ว่างและพื้นที่เขตทหาร การขยายตัวของเมืองมีลักษณะเป็นแนวยาวไปตามถนนเพชรเกษม มีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง มีโรงแรม บ้านพัก ร้านอาหาร และสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำนวนมาก นอกจากนี้ เมืองหัวหินยังเป็นที่ตั้งของเขตพระราชฐาน คือ พระราชวังไกลกังวล ซึ่งพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถทรงประทับ อำเภอหัวหินตั้งอยู่ทางตอนเหนือสุดของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีอาณาเขตติดต่อดังต่อไปนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ อำเภอแก่งกระจาน อำเภอท่ายาง และอำเภอชะอำ (จังหวัดเพชรบุรี)

ทิศตะวันออกเฉียง ติดต่อกับ ชายฝั่งของอ่าวไทย

ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอปราณบุรี

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ เขตตะนาวศรี (ประเทศเมียนมาร์)

คำขวัญประจำอำเภอหัวหิน

“ท่องเที่ยวหัวหิน แวะถิ่นมนต์ขลัง ทะเลสวย นักมวยดัง พระราชวังดงาม”

เขตการปกครอง

แบ่งพื้นที่การปกครองส่วนภูมิภาคออกเป็น 7 ตำบล 63 หมู่บ้าน ได้แก่ ตำบลหัวหิน ตำบลหนองแก ตำบลหินเหล็กไฟ ตำบลหนองพลับ ตำบลทับใต้ ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ และตำบลบึงนคร ท้องที่อำเภอหัวหินประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 7 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลเมืองหัวหิน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหัวหินและตำบลหนองแกทั้งตำบล
2. เทศบาลตำบลหนองพลับ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลหนองพลับ
3. องค์การบริหารส่วนตำบลหินเหล็กไฟ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหินเหล็กไฟทั้งตำบล
4. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองพลับ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองพลับ (นอกเขตเทศบาลตำบลหนองพลับ)
5. องค์การบริหารส่วนตำบลทับใต้ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลทับใต้ทั้งตำบล
6. องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลห้วยสัตว์ใหญ่ทั้งตำบล
7. องค์การบริหารส่วนตำบลบึงนคร ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบึงนครทั้งตำบล (วิกิพีเดีย, 2560, สืบออนไลน์)

ลักษณะภูมิประเทศ

อำเภอหัวหินตั้งอยู่ระหว่างเทือกเขาตะนาวศรีและอ่าวไทย มีส่วนกว้างประมาณ 60 กิโลเมตร ลักษณะพื้นที่ทั่วไปทางตะวันตกซึ่งติดต่อกับสหภาพเมียนมาร์เป็นทิวเขาสูงประกอบด้วยป่าไม้ พื้นที่ค่อย ๆ ลาดต่ำลงมาทางตะวันออกเป็นป่าละเมาะเล็ก ๆ จนจรดชายฝั่งทะเล เหมาะแก่การกสิกรรมและเลี้ยงสัตว์ มีเกาะเล็กอยู่ทางใต้ของเขาตะเกียบ 1 เกาะ คือ เกาะสิงโต มีทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ป่าไม้และหินควอทซ์ (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2560, ออนไลน์)

สภาพภูมิอากาศ

อำเภอหัวหินอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมที่พัดเวียนประจำฤดูกาล 2 ชนิด คือ พัดจากทิศตะวันออกเฉียงเหนือในฤดูหนาว เรียกว่าฤดูลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ อิทธิพลของลมนี้ทำให้บริเวณประเทศไทยตอนบนมีอากาศหนาวเย็น แต่ภาคใต้ฝั่งตะวันออก โดยเฉพาะทางตอนล่างของภาคจะมีฝนตกชุกมาก เนื่องจากไม่มีภูเขากั้น ทำให้ได้รับอิทธิพลจากลมที่พัดผ่านทะเลจีนใต้และอ่าวไทยอย่างเต็มที่ ส่วนอำเภอหัวหินอยู่ทางตอนบนของภาคใต้ฝั่งตะวันออกเฉียงเหนือ จึงพัดเข้าสู่อาณานิคมเป็นบริเวณแคบ ทำให้มีฝนตกน้อยในช่วงฤดูหนาว อากาศส่วนใหญ่จึงคล้ายครั้งกับภาคกลางคือมีอากาศเย็นเป็นครั้งคราว และมีฝนตกชุกในช่วงต้นฤดู ส่วนมรสุมอีกชนิดหนึ่งคือมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ลมนี้จะพัดประจำในช่วงฤดูฝน และเป็นลมที่พัดผ่านมหาสมุทรอินเดียจึงทำให้ประเทศไทยมีฝนตกมาก

แต่เนื่องจากอำเภอหัวหินอยู่หลังทิวเขาตะนาวศรีซึ่งปิดกั้นทางลมนี้ไว้จึงเป็นที่อับฝน มีฝนตกน้อยในช่วงฤดูฝน ส่วนใหญ่จะตกมากในช่วงฤดูหนาว คือระหว่างเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน (กรมอุตุนิยมวิทยา, 2560, ออนไลน์)



ภาพ 4 แผนที่อำเภอหัวหิน

ที่มา: ชิลไปไหน (2564, สื่อบนออนไลน์)

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ดังนี้

สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1. **สวนสนประดิพัทธ์** ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จากหัวหินใช้ทางหลวงหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ไปทางทิศใต้ประมาณ 9 กิโลเมตรแยกซ้าย กม. ที่ 240 เลี้ยวซ้ายเข้าไปประมาณ 500 เมตร ถึงชายหาด โดยหาดสวนสนแห่งนี้นอกจากจะมีแนวสนประดิพัทธ์เป็นเอกลักษณ์ของชายหาดแล้ว เมื่อเดินพ้นจากแนวต้นสนออกมายังชายหาด จะพบว่าหาดสวนสนมีแนวหาดกว้างสวยงามไม่แพ้หาดใด ๆ และด้วยความยาวถึง 2.8 กิโลเมตรจากเขาตะเกียบมองดูเป็นเว้งโค้งสวยงาม ทรายชาวสะอาดร่มรื่นไปด้วยทิวสนประดิพัทธ์ อันเป็นที่มาของชื่อหาด ระดับน้ำทะเลไม่ลึกเหมาะกับการลงเล่นน้ำ หาดสวนสนประดิพัทธ์ หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่าหาดสวนสนนี้ เดิมทีเป็นพื้นที่ตากอากาศของทางราชการ อยู่ในความดูแลของศูนย์ทหารราบปราณบุรี เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าไปพักผ่อนหย่อนใจท่องเที่ยวได้ สิ่งอำนวยความสะดวก

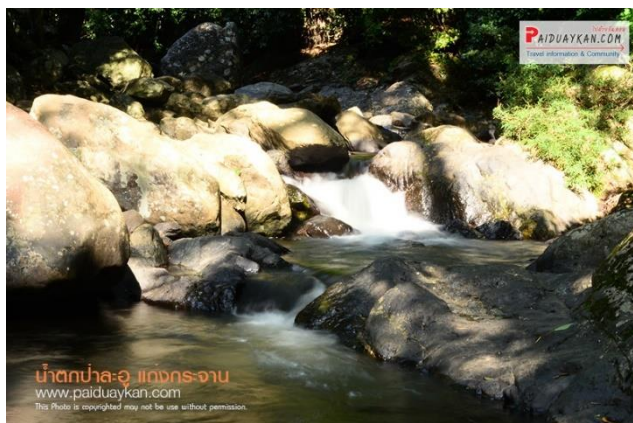
ต่าง ๆ บนหาดก็มีอยู่เพียบพร้อมไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำจืด ห้องสุขา รวมทั้งเตียงผ้าใบ เสื้อ ห่วงยาง เล่นน้ำ ร้านอาหาร เส้นท่อนของหาดนี้คือความเงียบสงบ ร่มรื่นด้วยแนวสนประติพัทธ์ เหมาะกับการพักผ่อนหย่อนใจ



ภาพ 5 หาดสวนสนประติพัทธ์

ที่มา: หัวหินพ็อกเก็ตไกด์ (2564, สื่อออนไลน์)

2. **น้ำตกป่าละอู** ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน เป็นน้ำตกขนาดใหญ่อยู่ทางตอนใต้ของอุทยานแห่งชาติแก่งกระจานในท้องที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ห่างจากหัวหินประมาณ 60 กิโลเมตร ใกล้หน่วยพิทักษ์ อุทยานแห่งชาติที่ กจ.3 (ห้วยป่าเลา) มีความสูง 15 ชั้น ไหลลดหลั่นลงมาเป็นทางยาวชั้นที่ 1-3 เหมาะสำหรับการเล่นน้ำ เนื่องจากน้ำตกที่สูงขึ้นไปต้องปีนป่ายไปตามโขดหินสูงชันน้ำตกชั้นที่สวยงามที่สุดคือ น้ำตกชั้นที่ 7 มีแอ่งน้ำใหญ่อยู่ท่ามกลางป่าร่มครึ้ม



ภาพ 6 น้ำตกป่าละอู

ที่มา: ไปด้วยกัน (2564, สื่อออนไลน์)

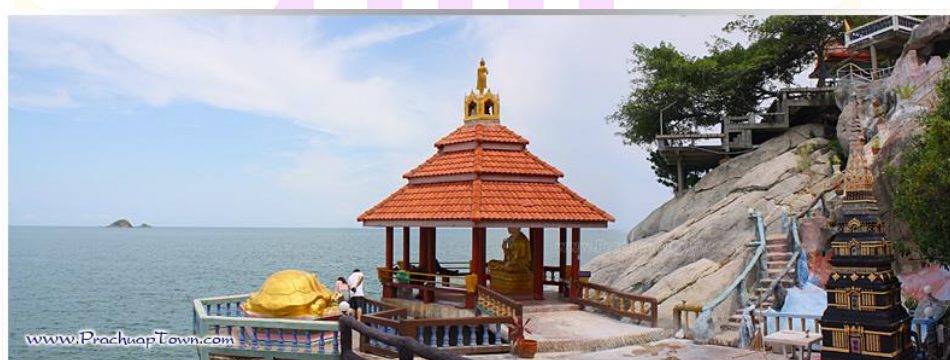
3. เขาหินเหล็กไฟ อยู่ห่างจากตัวเมืองหัวหินไปทางทิศตะวันตกเพียง 3 กิโลเมตร เหมาะแก่การชมวิวพระอาทิตย์ขึ้นยามเช้า หรือช่วงค่ำที่สามารถมองเห็นตัวเมืองหัวหิน ได้อย่างชัดเจน ซึ่งมีจุดชมวิวทั้งหมด 15 จุด แต่บางจุดอาจขึ้นหรือเดินลำบาก แต่จะมีจุดชมวิวใหญ่ ๆ อยู่ 6 จุด ด้วยกัน จุดชมวิวที่ 5 จะเป็นจุดชมวิวที่สวยงามที่สุด เพราะจะมองเห็นเมืองหัวหิน ได้ทั้งเมืองและยาวไปจนถึงเมืองชะอำ จากจุดชมวิวจะมองเห็นตัวเมืองหัวหิน ชายหาดหัวหิน พระราชวังไกลกังวล เขาตะเกียบ สถานีรถไฟหัวหิน สนามกอล์ฟหลวงหัวหิน โดยรอบ บนยอดเขาจะเป็นพื้นราบ และผาหินที่สวยงาม พร้อมกับมีศูนย์จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง พื้นที่อเนกประสงค์ ปลุุกพันธุ์ไม้ในวรรณคดี สวนนก ร้านอาหาร เครื่องดื่ม นอกจากนี้แล้ว ยังเป็นที่ประดิษฐานพระบรมรูปพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ให้นักท่องเที่ยวที่แวะเวียนขึ้นไปได้สักการบูชา



ภาพ 7 จุดชมวิวเขาหินเหล็กไฟ

ที่มา: หัวหินพ็อกเก็ตไกด์ (2564, สื่อออนไลน์)

4. **หาดเขาเต่า** ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองแก อยู่ห่างจากหัวหินประมาณ 3 กิโลเมตร โดยมีทางแยกจากถนนเพชรเกษมกิโลเมตรที่ 243-244 เลี้ยวซ้ายข้ามทางรถไฟไปอีกประมาณ 1 กิโลเมตรถึงวัดเขาเต่า บริเวณเขาเต่ามีหาดทรายที่สะอาดและสวยงาม 2 แห่ง คือ หาดทรายน้อย และหาดทรายใหญ่



ภาพ 8 หาดเขาเต่า

ที่มา: ประจวบทาวน์ (2564, สื่อออนไลน์)

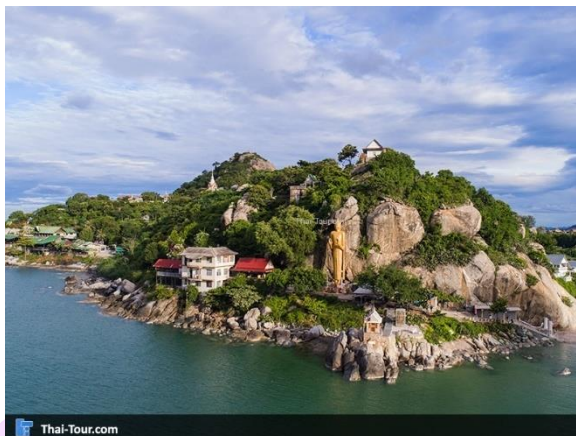
5. หาดหัวหิน ชายหาดอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนตากอากาศที่มีชื่อเสียงแห่งแรกของเมืองไทย อยู่ทางด้านทิศตะวันออกของตัวเมือง มีทางลงหาดอยู่ที่ถนนดำเนินเกษมสองข้างทางลงหาด มีโรงแรม และร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก หาดหัวหินมีความยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ทรายขาวละเอียด เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการจัดบริเวณเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีเหมาะแก่การพักผ่อน อาบแดด และเล่นน้ำทะเล



ภาพ 9 หาดหัวหิน

ที่มา: เทศบาลหัวหิน (2564, สื่อออนไลน์)

6. เขาตะเกียบ เขาไกรลาส เป็นภูเขาสองลูกอยู่ใกล้กัน อยู่ห่างจากตัวอำเภอหัวหินไปทางทิศใต้ประมาณ 3 กิโลเมตร เขาตะเกียบเป็นเขาที่ยื่นเป็นแหลมออกไปในทะเลมีโขดหินสวยงาม ถูกกำหนดให้เป็นขอบเขตด้านใต้สุดของหาดหัวหิน เขาตะเกียบ ยังเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางห้ามญาติขนาดใหญ่หันหน้าออกสู่ทะเล บริเวณยอดเขาเป็นที่ตั้งของวัดเขาตะเกียบ สามารถขึ้นไปชมวิิวทัศน์ของท้องทะเลและตัวเมืองหัวหินได้อย่างชัดเจน ชายหาดเขาตะเกียบมีความยาวประมาณ 1.5 กิโลเมตร มีความลาดชันน้อย ทรายขาวละเอียด เขาไกรลาส จะอยู่ก่อนทางขึ้นเขาตะเกียบ มีประติมากรรมที่มีความเก่าแก่บ่งบอกถึงระยะเวลาที่สร้างมานาน ทำให้เกิดความขลังน่าศรัทธา เป็นความงามอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าน่าลองไปเที่ยวชมบนเขา ทางซ้ายจะมีจุดนั่งชมวิิวที่มีลมพัดผ่านตลอดเวลา เหมาะกับการนั่งพักผ่อนมองไปจะเห็นวิิวทัศน์ที่สวยงามของเขาตะเกียบอย่างชัดเจน จะมีโบสถ์และศาลหลวงพ่อไกรลาสให้กราบไหว้ก่อนเดินทางกลับออกมา



ภาพ 10 เขาตะเกียบ และเขาไกรลาส

ที่มา: ไทยทัวร์ (2564, สื่อออนไลน์)

สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

1. **สถานีรถไฟหัวหิน** เป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของอำเภอหัวหิน จุดเด่นของสถานีรถไฟแห่งนี้คือ ยังคงรูปแบบของสถานีแบบสมัยก่อนที่สร้างตัวอาคารด้วยไม้ ที่ทางเจ้าหน้าที่ของสถานีทำนุบำรุงดูแลรักษาอย่างดี ซึ่งหาดูได้ยากมากในสมัยปัจจุบัน เพราะสถานีอื่น ๆ ได้ทำการรื้อถอนและสร้างสถานีเป็นแบบสมัยใหม่เกือบหมดแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ต่างพากันมาแวะเวียนเยี่ยมชมสถานีรถไฟแห่งนี้ คือ “พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ” เป็นพลับพลาจตุรมุขสร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ เดิมมีชื่อว่า “พลับพลาสนามจันทร์” ตั้งอยู่บริเวณสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พลับพลาแห่งนี้มีไว้ในกรณีที่พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯ เสด็จประทับทอดพระเนตรกองเสือป่าและลูกเสือทั่วประเทศทำการฝึกซ้อมยุทธวิธีเป็นประจำทุกปี หลังจากสิ้นรัชสมัยพระองค์การรถไฟแห่งประเทศไทยจึงได้ทำการรื้อถอนมาเก็บไว้เพื่อรำลึกถึงพระมหากรุณาที่ คุณของพระองค์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2511 สมัยพันเอกแสง จุลจาริตต์ เป็นผู้ว่าการรถไฟฯ ได้พิจารณาเห็นว่าควรนำเครื่องอุปกรณ์ก่อสร้างของพลับพลาสนามจันทร์ มาปลูกสร้างขึ้นใหม่ที่หัวหิน เพื่อเป็นที่ประทับขึ้นและลงรถไฟของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว การดำเนินก่อสร้างนี้ใช้ช่างฝีมือคนไทย และได้มีการทำพิธีเปิดพลับพลา ซึ่งได้ตั้งชื่อว่า “พลับพลาพระมงกุฎเกล้าฯ” เมื่อวันที่ 6 เมษายน 2517



ภาพ 11 สถานีรถไฟหัวหิน

ที่มา: ไปด้วยกัน (2564, สื่อออนไลน์)

2. อุทยานราชภักดี เป็นอุทยานประวัติศาสตร์ ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองแก อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ตั้งพระบรมราชานุสาวรีย์ ของพระมหากษัตริย์ไทยในอดีต 7 พระองค์ ประกอบด้วย 1) พ่อขุนรามคำแหงมหาราช 2) สมเด็จพระนารายณ์มหาราช 3) สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี 4) พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช 5) พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว 6) พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว 7) พระบาทสมเด็จพระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช พระราชทานชื่อว่า “อุทยานราชภักดี” ซึ่งเป็นอุทยานที่สร้างขึ้นด้วยความจงรักภักดีและเพื่อเป็นการเทิดทูลและประกาศเกียรติคุณพระมหากษัตริย์แห่งสยามโดยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ์ บดินทรเทพยวรางกูรขณะดำรงพระยศเป็นสมเด็จพระบรมโอรสาธิราช เจ้าฟ้ามหาวชิราลงกรณ์ สยามมกุฎราชกุมารเสด็จพระราชดำเนินพร้อมด้วย พระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา ทรงเปิดอุทยานเมื่อวันที่ 26 กันยายน พ.ศ. 2558



ภาพ 12 อุทยานราชภักดี

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2564, สื่อดอนไลน์)

สถานที่ท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม

1. **ตลาดฉัตรไชย** สร้างในปี พ.ศ. 2469 ถูกออกแบบให้มีหลังคาเป็นรูปโค้งครึ่งวงกลมต่อเนื่องกัน 7 โค้ง ถือเป็นสัญลักษณ์ ว่าได้ถูกสร้างขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 7 เป็นงานคอนกรีตเสริมเหล็กทั้งอาคาร แม้แต่แผงขายสินค้าสด สินค้าแห้งตัวตลาดโล่งโถง อากาศถ่ายเทสะดวก ล้างทำความสะอาดง่าย จัดได้ว่าเป็นตลาดที่ถูกลุขลักษณะที่สุดในประเทศไทยขนาดนั้น ปัจจุบันจำหน่ายสินค้าที่ระลึกผลิตภัณฑ์อาหารทะเลสด และอาหารแห้งจากทะเล



ภาพ 13 ตลาดจัตุรไชย

ที่มา: เทศบาลหัวหิน (2564, สื่อออนไลน์)

2. ตลาดโตรุ่งหัวหิน เป็นสี่สัณยามราตรีของหัวหิน จะอยู่บริเวณถนนเดชาอนุชิต ติดกับถนนเพชรเกษม เป็นแหล่งรวมอาหารนานาชาติ อาทิ อาหารทะเล อาหารไทย ขนมไทย โรตีสี เป็นต้น



ภาพ 14 ตลาดโตรุ่งหัวหิน

ที่มา: จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (2564, สื่อออนไลน์)

3. วัดห้วยมงคล เป็นที่ประดิษฐานรูปเหมือน หลวงพ่อทวดองค์ใหญ่ที่สุดในโลก แต่เดิมชื่อว่า “วัดห้วยคต” ตั้งอยู่ในชุมชนบ้านห้วยคต ตำบลทับใต้ อำเภอหัวหิน ต่อมา พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงพระราชทานนามใหม่จาก “ห้วยคต” เป็นหมู่บ้านห้วยมงคลเป็นที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ทรงเสด็จมา เยี่ยมประชาชนด้วยโครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหมู่บ้านเพื่อสร้างความมั่นคงให้กับพสกนิกร ได้มีฐานะดีขึ้น ประชาชนมีสุขกันทั่วหน้า และโครงการต่าง ๆ ก็ดำเนินไปได้ด้วยดี เพราะมีส่วนร่วม ราชการให้การดูแล รวมทั้งทรงอุปถัมภ์วัดห้วยมงคลไว้ให้เป็นที่พักใจสำหรับชาวบ้าน



ภาพ 15 วัดห้วยมงคล

ที่มา: ไปด้วยกัน (2564, สื่อออนไลน์)

สินค้าขึ้นชื่อประจำท้องถิ่น

1. ผ้าพิมพ์ไหมพัสดร์ โรงงานพิมพ์ผ้าฝ้ายไหมพัสดร์ กำเนิดขึ้นโดยพลเอกพระวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าบวรเดชและหม่อมเจ้าหญิงผจงจิตร์ กฤดากร เนื่องจากทรงสนพระทัยในเรื่อง ย้อมและพิมพ์ผ้าเป็นพิเศษ ประกอบกับทรงมีเจตนาที่จะสืบสานศิลปวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ที่ดีขึ้น จึงทรงดำริให้สร้างโรงงานขึ้นบนที่ดินส่วนพระองค์ ที่อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ขึ้นราวปี พ.ศ. 2492 ไหมพัสดร์ แปลว่า ผ้าขาวที่นำมาพิมพ์ลาย โดยภาพพิมพ์ลายไทยของไหมพัสดร์ เป็นลายไทยแท้ๆ จากลายต้นแบบโบราณในพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่เขียนและพิมพ์ลายด้วยมือจึงนับเป็นสินค้าทำมือชิ้นประณีตมาแต่เก่าก่อน ภายหลังจึงปรับ ลวดลายให้ร่วมสมัยขึ้นโดยสอดแทรกลวดลายที่เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมและพืชพันธุ์ ธรรมชาติของไทย เช่น ลายวัดอรุณราชวรารามฯ ลายเรือหงส์ ลายเทพพนม ลายหัวโขน

ลายบ้านชาวนา ลายใบบัว ลายนกยูง ลายวงข้าว ฯลฯ โดยเฉพาะลายที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ผ้าเกี่ยวพิมพ์ลายทอง ซึ่งเดิมเป็นผ้าภูษาทรงของรัชกาลที่ 4 โดยมีขั้นตอนการพิมพ์ที่สลับซับซ้อนเผยให้เห็นความวิจิตรของลวดลายไทยอย่างแท้จริง ปัจจุบันมีลวดลายกว่าพันลาย สินค้าที่จำหน่ายนอกจากมีผ้าพิมพ์ลายไหมพัลลวร์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ตัดเสื้อผ้า ทำม่าน ผ้าปูโต๊ะแว่น ยังมีสินค้าที่ระลึกมากมายให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติได้เลือกซื้อเป็นของขวัญและของฝาก

2. อาหารทะเลสดและแห้ง เนื่องจากอำเภอหัวหิน มีอาณาเขตติดกับทะเล สินค้าจากทะเลจึงเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงของที่นี่ ทั้งอาหารทะเลสด และแห้ง อาหารทะเลสด ๆ นี้สามารถหาซื้อได้จากชาวประมงที่เดินเรือเข้ามาในตอนเช้าบริเวณชายหาด หรือหาซื้อได้จากสะพานปลาและตลาดสด

3. โรงอุ้มน้ำหัวหินฮิลล์ วินยาร์ด แห่งแรกและแห่งเดียวในอำเภอหัวหิน ด้วยความที่เพาะปลูกบนพื้นที่ชายทะเล ซึ่งเดิมเป็นพื้นที่ซางป่าเอเชียเคยอาศัยอยู่ สภาพดินและสภาพอากาศจึงเหมาะต่อการเจริญเติบโตของอุ้มน้ำพันธุ์ดีต่าง ๆ ผลอุ้มน้ำที่ได้จะมีกลิ่นหอมและคาแร็กเตอร์พิเศษ ไวน์ที่ได้จากการผลิตจะมีความเข้มข้น โรงอุ้มน้ำแห่งนี้นอกจากเป็นแหล่งผลิตไวน์คุณภาพดีแล้วยังได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านไวน์แห่งใหม่ ที่ช่วยดึงดูดทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และกิจกรรมสนุกสนาน

กิจกรรมท่องเที่ยวในหัวหิน

1. สปาและนวดแผนไทย สปาในหัวหินนั้นมีให้เลือกใช้บริการอย่างมากหลายหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นสปาที่มีบริการภายในโรงแรมที่พัก หรือสปาที่มีอยู่ทั่วไปโดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการเพื่อการพักผ่อนได้ตามความต้องการ ซึ่งสปาแต่ละแห่งนั้นมีเอกลักษณ์และมีคุณภาพระดับที่ทั่วโลกยอมรับ

2. กิจกรรมตกปลา มีทั้งกิจกรรมตกปลาน้ำจืด และน้ำเค็ม โดยกิจกรรมตกปลาน้ำจืดนั้นจะอยู่ห่างจากตัวเมืองหัวหินประมาณ 10 กิโลเมตร ไปทางน้ำตกป่าละอู แบ่งออกเป็น 2 ทะเลสาบ แต่ละทะเลสาบจะมีปลาอยู่ประมาณ 23 ชนิด เช่น ปลาไหล ปลาคาร์พ เป็นต้น ส่วนกิจกรรมตกปลาน้ำเค็มนั้นจะต้องนั่งเรือออกไปนอกชายฝั่งสู่เกาะสิงโต โดยจะมีชาวประมงคอยแนะนำในเรื่องการตกปลา วิธีใช้เหยื่อล่อปลา รวมถึงการตกปลาหมึก

3. กอล์ฟ หัวหินนั้นมีสนามกอล์ฟที่มีมาตรฐานระดับโลกให้นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินได้มากถึง 7 สนาม โดยนักท่องเที่ยวสามารถเล่นกอล์ฟได้อย่างเพลิดเพลินบนภูมิทัศน์อันสวยงามรอบข้าง พร้อมทั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอย่างครบครัน

4. **กิจกรรมชายหาดและกีฬาทางน้ำ** หัวหินนั้นมีชายหาดทอดยาวจากตัวเมืองมา ลึนสุดที่เขาตะเกียบ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักผ่อนกับกิจกรรมสบาย ๆ ได้ ทั้งขี่ม้าหรือนอนอาบแดดริมชายหาดโดยมีเตียงผ้าใบและร่มชายหาดพร้อมให้บริการ ส่วนกิจกรรมทางน้ำ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทั้งเจ็ทสกี บานาน่าโบ๊ท วินด์เซิร์ฟ รวมถึงการพายเรือ และการโดร่มชูชีพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ

ภานุวัฒน์ กิจเกศาเจริญ และพลชนันท์ บุญช่วย (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการตลาดและความต้องการของสมุนไพรไทยของธุรกิจสปาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดและความต้องการสมุนไพรของผู้ประกอบการธุรกิจสปา 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์พฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจสปา กับส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการผู้หญิงและผู้ชายในสัดส่วนที่เท่า ๆ กันของรูปแบบธุรกิจสปาเป็นแบบ Day spa เงินลงทุนเป็นส่วนตัวและเงินกู้จากธนาคาร มีพนักงานในร้านตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ลูกค้าของธุรกิจสปาส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ รูปแบบการให้บริการด้านการนวดสปาทั่วไป ราคามีหลายระดับ มีหน้าร้าน ใช้การส่งเสริมการขาย การแต่งกายของพนักงานเป็นแบบเรียบหรือดูดีสะอาด การตกแต่งร้านสปา มีหลายรูปแบบ กระบวนการขั้นตอนการให้บริการมีความคล้ายคลึงกัน การบริหารจัดการในธุรกิจสปา ด้านบุคลากร มีการคัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านธุรกิจสปา สามารถติดต่อสื่อสารภาษาต่างประเทศ ส่วนพนักงานให้บริการจะต้องมีใบประกอบวิชาชีพ บุคลิกภาพ มารยาท มีมนุษยสัมพันธ์ วิธีการนวด ด้านการเงินโดยผู้ประกอบการจะมีการแบ่งเงินเป็นสัดส่วน มีการจัดทำบัญชีของกิจการด้วย ด้านการจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในธุรกิจสปาซื้อวัตถุดิบสำเร็จรูป ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจสปา การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญทั้งในด้านการบริหารธุรกิจสปา อัตราการเข้า-ออกของพนักงานมีสูง และด้านการให้บริการของพนักงานฝีมือในการให้บริการหายาก ด้านการตลาด ที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ด้านทำเลที่ตั้งที่ดีหายากและมีราคาสูง ความต้องการสมุนไพรเพื่อใช้ในธุรกิจสปาเป็นสมุนไพรทั่วไปที่ใช้กัน เช่น ขมิ้น ไพล น้ำมันนวด ประคบ มะขาม มะกรูด ยาหม่อง น้ำมันหอมระเหย ฯลฯ ปัจจุบันยังไม่มีการขาดแคลนสมุนไพรดังกล่าว และมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการ

นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพโสด รายได้มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป อาชีพพนักงานเอกชน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รูปแบบการให้บริการนวดไทย วัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลายความเครียด ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้ง/เดือน ช่วงเวลาในการใช้บริการ วันเสาร์-อาทิตย์ หรือลาพักร้อน บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการตัวเองและบุคคลในครอบครัว ค่าใช้จ่าย/ครั้งในการใช้บริการต่ำกว่า 1,000 บาท ระยะเวลาในการใช้บริการ 1-2 ชั่วโมง/ครั้ง ส่วนผสมทางการตลาด (7 P's) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการของธุรกิจสปาในด้านกระบวนการ ด้านกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ

วรลักษณ์ เขียวมีส่วน และคณะ (2561) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจสปา เพื่อตอบสนองความคาดหวังในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ บริเวณอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับกลยุทธ์ทางการตลาดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีผลต่อความคาดหวังในการใช้บริการเดย์สปา บริเวณอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อ 2) ศึกษาศักยภาพธุรกิจสปาประเภทรีสอร์ตแอนด์สปา บริเวณอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีช่วงอายุ 25-35 ปี วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป มีรายได้ต่อเดือน 50,001-65,000 บาท ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน เดินทางมาเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นครั้งแรก มีการมาใช้บริการสปาอยู่ในแผนการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ชอบใช้บริการนวดแผนไทย จำนวนเงินต่อครั้งที่มาใช้บริการสปา 500-800 บาท มีวิธีจองหรือเลือกใช้บริการสปาโดยจองผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังการบริการสปาในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 4 ด้าน ในส่วนของศักยภาพธุรกิจสปาประเภทรีสอร์ตแอนด์สปา มีการกำหนดกลยุทธ์ โดยใช้แนวคิด 7s McKinsey 1) กลยุทธ์ขององค์กร พบว่า กลยุทธ์ที่ใช้ดำเนินธุรกิจ คือ ผลิตภัณฑ์ การตกแต่ง สถานที่ ราคาและพนักงานเทอราปิสต์ 2) โครงสร้างองค์กร พบว่า มีการแบ่งฝ่ายงานกันอย่างชัดเจน 3) ระบบการปฏิบัติงาน พบว่า มีเพียงบางแห่งนำซอฟต์แวร์ระบบการวางแผนทรัพยากรขององค์กร (Enterprise Resource Planning Software) เข้าควบคุมกระบวนการทำงาน 4) บุคลากร พบว่า ทุกสถานประกอบการสปาจำเป็นต้องรับพนักงานเทอราปิสต์ที่ผ่านการอบรมจากสถาบันตามเกณฑ์มาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข 5) ทักษะ พบว่า มีเพียงบางแห่งที่พนักงานของสปาในทุก ๆ แผนกสามารถทำงานแทนกันได้ เนื่องจากมีการสอนงานในทุก ๆ ส่วน 6) รูปแบบการบริหารจัดการ พบว่า มีเพียงบางแห่งมีการใช้เกณฑ์การประเมินผลการ

ดำเนินงานในด้านต่าง ๆ (KPI) 7) คำนิยมร่วม พบว่า สถานประกอบการที่มีค่านิยมร่วมจะส่งผลให้บุคลากรมีความรักในองค์กรมากขึ้น

นิออน ศรีสมยง (2559) ได้ทำวิจัยเรื่อง การวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา ผู้ประกอบการการแพทย์ทางเลือกในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การแพทย์ทางเลือก) รวมถึง การวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันเป็นการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก ตัวอย่างสำหรับการศึกษาคือ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การแพทย์ทางเลือก) ในเขตกรุงเทพมหานคร หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เครื่องมือที่ใช้เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ตัวอย่างสำหรับการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งคนไทยและชาวต่างประเทศที่ใช้บริการทางแพทย์ทางเลือกกับผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การแพทย์ทางเลือก) ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า จุดแข็งในการดำเนินงานของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การแพทย์ทางเลือก) คือ การสร้างนวัตกรรม ความเชี่ยวชาญของแพทย์หรือผู้ให้การบำบัดรักษา มาตรฐานการใช้บริการ ลักษณะเฉพาะของการแพทย์ทางเลือก สมุนไพรและภูมิปัญญาไทยและรูปลักษณ์ของสถานประกอบการ สำหรับจุดอ่อน ได้แก่ ราคา ค่าบริการและระยะเวลาการรักษา การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ เป้าหมายของการทำธุรกิจ และการรวบรวมองค์ความรู้ของการแพทย์ทางเลือกโอกาส คือ การสนับสนุนจากภาครัฐ แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ พฤติกรรมของผู้ป่วยและบุคคลทั่วไปที่เปลี่ยนแปลงไป การเปิดหลักสูตรการแพทย์ทางเลือกและการแพทย์แผนไทย และการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และอุปสรรคต่อการดำเนินงาน ได้แก่ ความต่อเนื่องของการสนับสนุนจากภาครัฐ สถานการณ์บ้านเมือง การเป็นที่ยอมรับ ภาพลบของธุรกิจแอบแฝงและความมีมาตรฐานของสมุนไพรไทย การประเมินสภาพการณ์ของการแข่งขันในธุรกิจสุขภาพ (การแพทย์ทางเลือก) ผู้วิจัยพบว่า ในปัจจุบันธุรกิจสุขภาพ (การแพทย์ทางเลือก) โดยเฉพาะการนัดเพื่อการบำบัดรักษาและสปา เป็นธุรกิจสุขภาพที่มีการแข่งขันสูง สำหรับอำนาจการต่อรองของผู้ผลิตและผู้ขายปัจจัยการผลิต พบว่า เนื่องจากมีผู้ผลิตและผู้ขายปัจจัยการผลิตจำนวนมากให้เลือกใช้จึงไม่มีการผูกขาด ส่วนอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การแพทย์ทางเลือก) มีมากขึ้นเพราะมีการเปิดดำเนินการของธุรกิจสุขภาพมากขึ้น และการวิเคราะห์สภาวะ

การแข่งขัน ที่เกิดจากการมีสินค้าและบริการอื่นทดแทนนั้น พบว่า การแพทย์ทางเลือก เป็นศาสตร์เฉพาะทางที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของแพทย์และผู้บำบัด ซึ่งการทดแทนด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น ๆ จึงเป็นเรื่องที่ทำได้ค่อนข้างยาก การวิเคราะห์ การจัดการห่วงโซ่คุณค่าประเด็นแรกคือ การคัดเลือกผู้ผลิตและการจัดเก็บวัตถุดิบ ในงานวิจัย นี้พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้ผู้ผลิตภายในประเทศเป็นหลัก สำหรับการส่งเสริม การตลาดพบว่า การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำหรับการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เลือกใช้ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ด้วยการบอกต่อและการประชาสัมพันธ์ ผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก ในส่วนของการจัดการการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นว่าเป็นกิจกรรมสำคัญในการสร้างคุณค่าให้ธุรกิจ สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้ประกอบการต่างให้ความสำคัญกับการให้บริการลูกค้า โดยมีการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่ ลูกค้าเริ่มติดต่อเข้ามาใช้บริการและหลังการใช้บริการและผู้ประกอบการต่างให้ความสำคัญ กับการคัดเลือกบุคลากรและการฝึกอบรม และการพัฒนาเทคโนโลยี สำหรับผลการศึกษา ทักษะคตินักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การแพทย์ทางเลือก) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งคนไทย และชาวต่างชาติเห็นด้วยกับทุกประเด็นในส่วนประสมทางการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงคือ การบำบัดอยู่ภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญที่มีความน่าเชื่อถือ และการบำบัดอยู่ภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการรับรอง ด้านราคา พบว่าประเด็นที่มี ค่าเฉลี่ยสูงคือ การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม ด้านสถานที่พบว่าประเด็นที่มี ค่าเฉลี่ยสูงคือ ที่ตั้งของสถานประกอบการมีความสะดวกในการเข้าถึง ด้านการส่งเสริม การตลาดพบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงคือ การรู้จักสถานประกอบการจากการพูดปากต่อปาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการพบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงคือ พนักงานผู้ให้บริการมีอัธยาศัยที่ดี ด้านขั้นตอนการบริการพบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงคือ ขั้นตอนการให้บริการของผู้ประกอบการ เป็นไปอย่างรวดเร็ว และด้านลักษณะทางกายภาพพบว่าประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงคือ สถาน ประกอบการมีความสะอาดเรียบร้อย

ราณี อิลิซัยกุล และรชพร จันทรสว่าง (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพ สถานประกอบการสปา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวัง และความเป็นจริงของศักยภาพสถานประกอบการสปาของไทย และ 2) นโยบาย และการ สนับสนุนจากภาครัฐในการส่งเสริมสถานประกอบการสปาของไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของศักยภาพสถานประกอบการ สปาในปัจจุบัน 7 ด้าน ในระดับมากที่สุดในทุกด้าน และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพความเป็น

จริงในปัจจัย 7 ด้าน ในระดับมากทุกด้าน โดยปัจจัยด้านบุคลากรและด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่อยู่ในความคาดหวังและสภาพความเป็นจริงของสถานประกอบการสปา และ 2) ขณะที่จุดแข็งของศักยภาพของสถานประกอบการสปาไทยหลายด้านที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมให้ศักยภาพสถานประกอบการสปาไทย มีคุณภาพและมาตรฐาน อย่างไรก็ตามยังมีสถานประกอบการสปาจำนวนมากที่ยังไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานและกระบวนการที่ภาครัฐกำหนด

นริศ คำแก่น, ศัชชญาส์ ดวงจันทร์ และฤทธิ วัฒนชัยยิ่งเจริญ (2557) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สุขภาพในสุคนธ์บำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ และการตลาด รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3) เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ 4) เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้ผลิตภัณฑ์ของสุคนธ์บำบัดและสปาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 5) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาและ ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างยั่งยืน ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ 2) นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาใช้บริการสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพและนวดเพื่อสุขภาพ ได้แก่ ค่าความถี่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหา ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามพฤติกรรมแบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามความพึงพอใจและแบบบันทึกข้อมูลทางคลินิก สถิติที่ใช้ในงานวิจัย ผลการวิจัยมี ดังนี้ 1) ผลการประเมินตนเองด้านความพร้อมของผู้ประกอบการสปา 8 เพื่อสุขภาพ 8 และนวดเพื่อสุขภาพ พบว่า ผู้ประกอบการมีความพร้อมในด้านบุคลากรมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม และด้านบริหารจัดการ ตามลำดับ ผู้ประกอบการไม่มีความพร้อมในด้านบริการมากที่สุด รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ 2) ผลการวิเคราะห์วิธีการบริหารจัดการที่ธุรกิจสปาใช้ พบว่า ธุรกิจสปาในจังหวัดชลบุรีมีวิธีการบริหารจัดการโดยเน้นในเรื่องบุคลากรจะจัดฝึกอบรมให้พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับการทำสปา เพื่อให้ความรู้แก่ลูกค้าได้ ฝึกอบรมมารยาทพนักงานให้ใส่ใจรายละเอียดของลูกค้า คัดเลือกพนักงานที่มีประสบการณ์และชำนาญมาทำงาน ในเรื่องวัสดุจะเลือกและใช้สมุนไพรแท้ที่มีคุณภาพสูงมาใช้ ในเรื่องเงิน แต่ใช้ลงทุนในการประชาสัมพันธ์

การบริการของร้านในทุกรูปแบบ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า ส่วนในเรื่องการจัดการจะเน้นที่ การให้พนักงานให้บริการตามมาตรฐานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดให้มีคอร์สบริการ หลากหลาย และจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานอย่างเป็นธรรม คือได้เงินเดือนและส่วนแบ่ง พิเศษ 3) ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงามของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ราคาที่เหมาะสม โปรแกรมสุขภาพที่เลือกใช้บริการในปัจจุบัน คือ สปา โปรแกรมสุขภาพ ที่มีความสนใจที่จะเลือกใช้บริการ คือ โปรแกรมลดน้ำหนัก ช่องทางค้นหาข้อมูลที่เลือกใช้ คือ อินเทอร์เน็ต ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสปา คือ ตนเอง พฤติกรรมในการเข้า บริการ คือ ไปใช้เป็นกลุ่มเล็ก 2-3 คน ในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยมีความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ เดย์สปา รูปแบบการนวดในสปาที่เข้าใช้บริการ คือ นวดตัว (นวดไทย นวดน้ำมันหอมระเหย นวดสมุนไพร และลูกประคบ) ผลิตภัณฑ์สปาเพื่อ ผิวพรรณที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบ คือ สมุนไพรสด รูปแบบของการตกแต่งสปาที่มีความต้องการ คือ แบบธรรมชาติ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์สปาของ กลุ่มตัวอย่าง คือ ความ มีมาตรฐาน ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสปาในแต่ละครั้ง จำนวน 500 – 1,000 บาทต่อครั้ง มีความสนใจในโปรโมชั่นที่ผู้ให้บริการสปา ได้แก่ ลดราคา 4) ผลการศึกษาประสิทธิผลของการ ใช้ผลิตภัณฑ์ของสுகอนธบำบัดและสปาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มที่หนึ่ง จำนวน 29 คน ณ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่ได้รับการบริการนวดไทย นวดอโรมาด้วยน้ำมันตะไคร้ และนวดน้ำมันด้วยน้ำมันเมล็ด อัลมอนด์ มีค่าร้อยละการเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิก มีค่าเฉลี่ย $3.40+14.07$, $1.66+13.64$, $1.00+7.47$ ตามลำดับ ความดันโลหิตไดแอสโตลิกมี ค่าเฉลี่ย $-40.92+10.93$, $-40.48+10.13$, $-41.21+7.37$ ตามลำดับ และชีพจรมีค่าเฉลี่ย $0.07+10.37$, $-0.47+10.38$, $1.67+13.05$ ตามลำดับ กลุ่มที่ 2 จำนวน 40 คน ณ สถาน ประกอบการนวดเพื่อสุขภาพในจังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการบริการนวด อโรมาด้วยน้ำมันหอมระเหยสูตรผสมและนวดน้ำมัน ด้วยน้ำมันนำพาสูตรผสม มีค่าร้อยละ การเปลี่ยนแปลงของสัญญาณชีพ โดยความดันโลหิตซิสโตลิกมีค่าเฉลี่ย $-8.03+4.51$ และ $-1.47+ 5.50$ ความดันโลหิตไดแอสโตลิกมีค่าเฉลี่ย $-4.38+10.50$ และ $2.83+16.78$ ชีพจรมีค่าเฉลี่ย $-9.76 + 5.88$ และ $-3.61+5.55$ และอัตราการหายใจ มีค่าเฉลี่ย $- 15.50+13.27$ และ $-13.49+11.33$ (5) ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม สามารถสรุปแนว ทางการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและความงาม เพื่อพัฒนาศักยภาพการแข่งขัน

ในเชิงธุรกิจ จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด 8Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

จิระวดี คุณทรัพย์ และชัชฎารัชช กุลาหงส์ (2556) ได้ศึกษาสถานการณ์และการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาใช้บริการสปาในประเทศไทย มีจำนวนกว่า 4.6 ล้านคน ซึ่งมียาได้จากการให้บริการของสปาไทยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 3-4 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหนึ่งที่ควบคู่กับการดำเนินธุรกิจของโรงพยาบาลทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออก และภูมิภาคอาเซียนซึ่งมีประเทศที่มีความโดดเด่นทั้งการบริหารจัดการ และการตลาดเป็นอย่างมาก ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ อินเดียมมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ไต้หวัน เกาหลี และญี่ปุ่น โดยประเทศไทยมีปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มีดังนี้

1. การรักษาพยาบาลมีคุณภาพ (Good Quality) เพราะมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการให้การรักษามีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัย และการให้บริการที่เป็นเยี่ยม
 2. ราคา (Price) ค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยมีราคาไม่แพง
 3. การให้บริการรักษา (Access) ในหลายประเทศผู้ป่วยต้องรอคิวเพื่อเข้ารับการรักษา แต่การให้บริการในประเทศไทยสามารถเข้ารับการรักษาได้ทันทีในกรณีฉุกเฉิน
 4. ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่ไม่แพงเหมาะสำหรับผู้ป่วย ญาติ หรือ ผู้ติดตามที่ต้องการพักผ่อนหลังรับการรักษาพยาบาล
 5. การดูแลรักษาสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Treatment) หรือสปาแบบไทย (Thai Spa) ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคนี้ มีปัจจัย ดังนี้
 - 5.1 ประเทศไทยมีความเป็นอัตลักษณ์ของการนวดแบบไทย (Thai massage)
 - 5.2 ประเทศไทยมีอัตลักษณ์ของการบริการแบบไทย (Thai Hospitality)
 - 5.3 ภูมิปัญญาไทยการใช้สมุนไพรไทย การบำบัดรักษาโรค (Thai Herbs)
 - 5.4 มีแหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน และศูนย์การบำบัดหลากหลายวิธี
- มีมาตรฐาน (Various of Holistic / Spa Service)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างประเทศ

Jusana Techakana, Srisuda Chongsitjiphol (2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการสปา: กรณีศึกษาพื้นที่ภาคตะวันออกของประเทศไทย (Tourist's Satisfaction with spa Services: A Case Study of the Eastern Region of Thailand) วัตถุประสงค์

ในการวิจัย 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบริการของธุรกิจสปาในประเทศไทย
 2) เพื่อแนะนำการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ที่เป็นนวัตกรรมเพื่อยกระดับความพึงพอใจ
 ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของบริการสปาเพื่อสุขภาพที่คาดหวังไว้อยู่ในระดับสูงและคุณภาพ
 ที่รับรู้ก็ยิ่งสูงขึ้น คุณภาพของบริการสปาเพื่อสุขภาพที่คาดหวังคุณภาพของปัจจัยการบริการ
 ทั้ง 5 ประการ นั้นอยู่ในระดับสูง ผลการวิจัยยืนยันคุณภาพของสมมติฐาน ของปัจจัยการ
 ให้บริการทั้ง 5 อย่างอยู่ในระดับสูง ผลการวิจัยยืนยันสมมติฐาน ที่ว่าการรับรู้คุณภาพ
 เกินคุณภาพที่คาดหวัง พฤติกรรมของพวกเขาหลังจากใช้บริการแล้วจะเป็นไปในทางบวก
 หมายความว่าพวกเขารับรู้คุณค่าพึงพอใจและจะใช้บริการซ้ำเมื่อความสัมพันธ์ของตัวแปร
 ถูกรวมเข้ากับแบบจำลองสมการโครงสร้างแสดงให้เห็นว่าทุกรายการเป็นตัวบ่งชี้สะท้อนแสง
 ที่เกี่ยวข้องสิ่งที่แสดงอยู่ ผลกระทบของคุณภาพที่คาดหวังต่อคุณภาพการรับรู้ในระดับต่ำ
 แต่ผลกระทบของคุณภาพการรับรู้ที่มีต่อผลลัพธ์ของการใช้บริการนั้นมีมาก สรุปได้ว่า
 อุตสาหกรรมสปาเพื่อสุขภาพในภาคตะวันออกของประเทศไทยมีศักยภาพในการเติบโตสูง
 ในภูมิภาคนี้สามารถเป็นศูนย์กลางและท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติที่มีการจัดการที่ดี
 การดำเนินงานที่ดี และการบริการที่ดีพร้อมกับทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจในภูมิภาคนี้

Seri Wongmonta, Srisuda Chongsitjiphol (2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพของ
 ประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: กรณีศึกษาธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ
 ในภาคตะวันออกของประเทศไทย (Potential of Thailand to be a Hub of Health Tourism:
 A Case study of Wellness spa Business in the Eastern Region of Thailand) วัตถุประสงค์ในการ
 วิจัยมีดังนี้ 1) เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) เพื่อศึกษา
 การจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและสปา 3) เพื่อศึกษาการจัดการนวัตกรรมของการท่องเที่ยว
 เชิงสุขภาพ 4) เพื่อมองหาแนวทางสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจเพื่อสุขภาพและสปา
 5) เพื่อค้นหาเนื้อหาเพื่อพัฒนาหนังสือคู่มือสำหรับการจัดการสุขภาพและสปา ผลการวิจัย
 พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญของอุตสาหกรรมสปาเพื่อสุขภาพในภูมิภาคนี้ได้แก่การ
 บริการแบบไทยพนักงานมีอาชีพที่ได้รับการรับรองซึ่งมีความเชี่ยวชาญ มีเมนูให้เลือก
 หลากหลาย และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน
 ในเวทีระดับโลก ธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในภูมิภาคควรอยู่ในฐานะองค์กรที่ให้บริการสปา
 เพื่อสุขภาพแบบองค์รวมทั้งด้านร่างกายจิตใจสังคมและสุขภาพที่แตกต่างกัน นอกจากนี้บริเวณ
 ด้านสุขภาพแล้วควรมีบริการในด้านความงามโภชนาการการลดน้ำหนักการปรับรูปร่างและการ
 ชะลอวัยพนักงานจะต้องได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับทักษะการนวด ทักษะการขายทักษะการ
 บริการทักษะการโต้ตอบและความสามารถทางภาษา

การสนับสนุนแบบบูรณาการของรัฐบาลเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง การสนับสนุน ได้แก่ 1) การฝึกอบรมพนักงาน 2) การพัฒนาการจัดการการเปิดตัวแคมเปญการตลาดเชิงรุก และแคมเปญการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เจ้าหน้าที่ภาครัฐควรเปลี่ยนความคิดจากการทำงานโดยใช้แนวคิดการควบคุมเป็นแนวคิดสนับสนุน พวกเขาควรทำตัวเหมือนโค้ชที่ปรึกษาและที่ปรึกษาเพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสปาเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระหว่างประเทศรัฐบาลต้องดำเนินการสร้างตราสินค้าสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยในขณะนี้ ผู้ประกอบการต้องสร้างความเสมอภาคของทำธุรกิจของตัวเอง

Charles Atanga Adongo (2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างแบบจำลองทางเลือกของกิจกรรมบำบัดของผู้เข้าสปา (Beyond Fragmentary: A Proposed Measure for Travel Vaccination Concerns) วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อการศึกษาวิเคราะห์ทางเลือกของการบำบัดในสถานที่สปาการศึกษานี้ได้นำเสนอทฤษฎีทางเลือกและแนวความคิดเกี่ยวกับภูมิทัศน์การบำบัดของ Gesler 2) เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงลึกใหม่ ๆ เกี่ยวกับการเลือกทรีตเมนต์ของผู้ไปสปา ผลการวิจัยพบว่า การนวดการบำบัดความงามและการบำบัดด้วยความร้อนเป็นสิ่งที่ได้รับการอุปถัมภ์มากที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นลोजิสติกแบบพหุนาม และการทอดยทวินามลอบที่ถูกตัดทอนเป็นศูนย์แสดงให้เห็นว่าการเลือกประเภทและจำนวนการรักษาทั้งสองได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ อายุระดับการศึกษาขนาดของบุคคลที่เดินทางประสบการณ์ สปาประเภทของแขกระยะเวลาการเข้าพัก และผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับวันวรรคเนื่องจากความต้องการที่เพิ่มขึ้นของรัฐบาลและผู้กำหนดนโยบายอื่น ๆ ในการเสริมสร้างสถานะสุขภาพของพลเมืองข้อมูลนี้สามารถใช้เป็นวิธีการที่มีคุณค่าในการดึงดูดการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสปา ยิ่งไปกว่านั้นผู้ให้บริการด้านสุขภาพและองค์กรการตลาดปลายทางสามารถใช้ผลการวิจัยเหล่านี้ในการแบ่งกลุ่มลูกค้าการผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพ

Heesup Han and Kaitawsin (2017) ศึกษาเรื่อง การตรวจสอบการสร้างความรักดีของลูกค้าสำหรับสปาเพื่อสุขภาพ: ความเป็นปัจเจกกับการรวมกลุ่ม (Investigating Customer Loyalty Formation for Wellness spa: Individualism vs Collectivism) วัตถุประสงค์ครั้งนี้เพื่อการพัฒนากรอบความรักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติสำหรับแหล่งท่องเที่ยวสปาเพื่อสุขภาพ ผลการศึกษา พบว่า แบบจำลองแนวคิดของเรามีความเหมาะสมกับข้อมูลคุณภาพและคุณค่าพบว่ามีบทบาทสำคัญและโครงสร้างการศึกษาอันอื่นถูกระบุว่าทำหน้าที่เป็นแรงผลักดันทางตรงและทางอ้อมของความตั้งใจในการรักดี นอกจากนี้ยังพบการโต้เถียงบทบาทของผลกระทบ

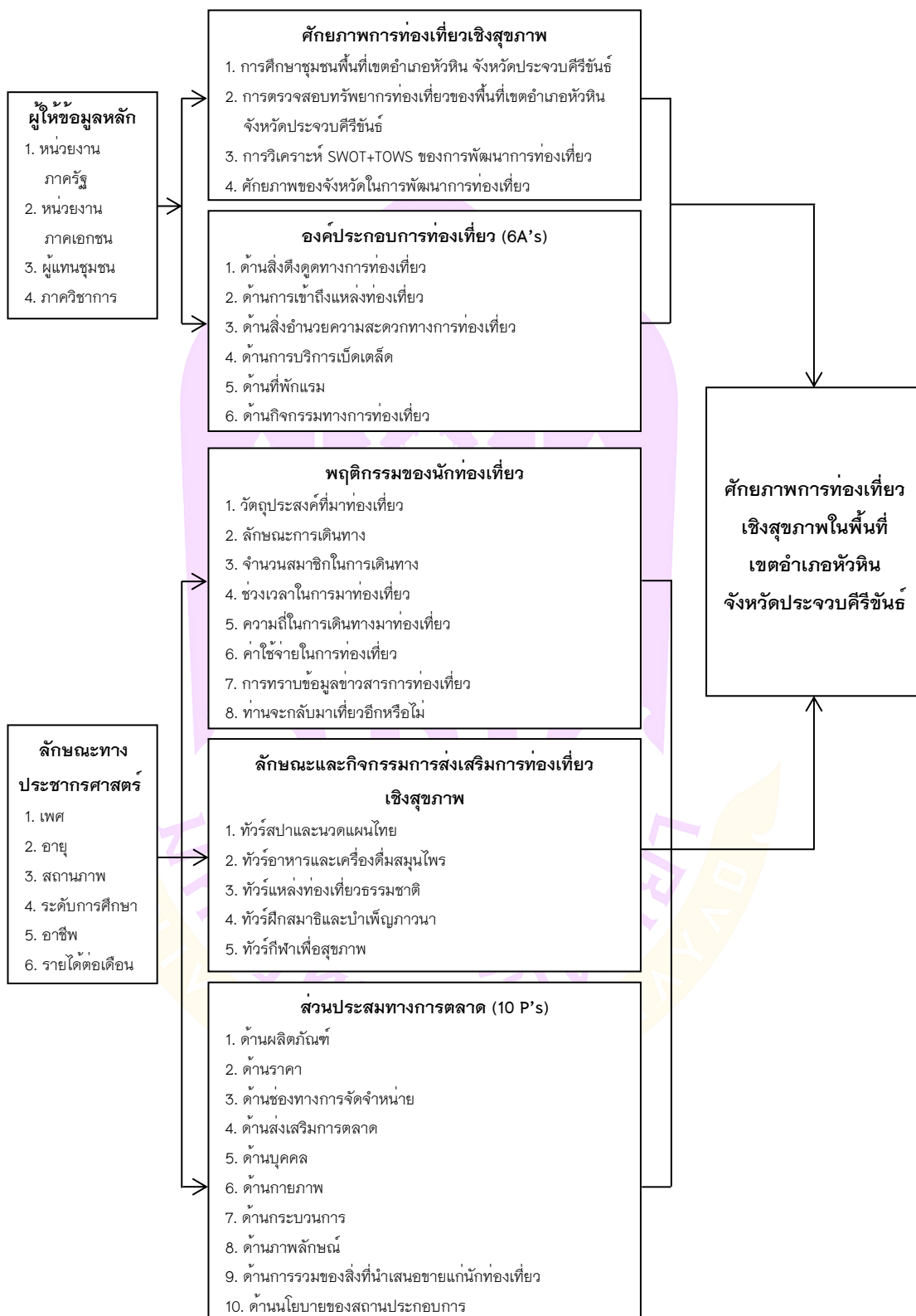
ความพึงพอใจและความปรารถนา ยิ่งไปกว่านั้น การกลั่นกรองผลกระทบของวัฒนธรรม (ลัทธิปัจเจกนิยมเทียบกับการรวมกลุ่ม) ที่มีต่อการสร้างความภักดีโดยรวมแล้วกรอบทางทฤษฎีของเราแสดงให้เห็นว่ามีความสามารถในการสร้างความภักดีปลายทางของนักท่องเที่ยว เพื่อสุขภาพที่ชัดเจนมีการกล่าวถึงผลกระทบสำหรับนักการตลาดปลายทางในประเทศไทย

Ling Ling Liang (2016) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพบริการและการรับรู้คุณค่าที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจและความภักดีต่อร้านสปาของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร (Service Quality and Perceived Value Factors Influencing Satisfaction, Trust and Loyalty towards Spa Shops of Customers in Bangkok) วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพบริการและการรับรู้คุณค่าต่อความพึงพอใจความไว้วางใจและความภักดีต่อร้านสปาของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงประมาถ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ที่เคยใช้บริการร้านสปาในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน ที่ได้มาจากการเลือกแบบสะดวกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงและความตรงของเนื้อหาแล้ว สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ตอบส่วนใหญ่เพศหญิงสมรสแล้ว มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ทำงานเต็มเวลา มีรายได้ส่วนต่อเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า 1) คุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่น ด้านความเข้าใจ การรับรู้คุณค่าด้านคุณค่าเชิงหน้าที่ เชิงสังคม เชิงอารมณ์ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ 2) คุณภาพบริการด้านสิ่งที่มีมองเห็นได้ ด้านความเชื่อมั่นได้ การรับรู้คุณค่าด้านคุณค่าเชิงหน้าที่ เชิงสังคม เชิงอารมณ์ อิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจ 3) ความพึงพอใจ และความไว้วางใจ มีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดี

Logrosen and Lagrosen (2016) ศึกษาเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการในธุรกิจสปา (Customer Perceptions of Quality A Study in the SPA Industry) วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อสำรวจมิติของการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับประสบการณ์คุณภาพในธุรกิจสปาและเพื่อประเมินคุณภาพบริการที่มีผลต่อมิติเหล่านี้ผลการวิจัยพบว่าการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพสามารถแสดงในมิติต่อไปนี้ ผลกระทบทางกายภาพ ผลกระทบทางจิตใจ สุข และอารมณ์ สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากผู้ให้บริการคือการให้บริการบรรยากาศภายในสปาลูกค้าคำนึงถึงปัจจัยพื้นฐานดังนี้ความเพลิดเพลิน การบำบัด การปฏิบัติราคาและความเงียบสงบ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 16 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ประกอบด้วยวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) เพื่อศึกษาลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 5) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การวิเคราะห์ข้อมูล
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบผสม คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยแบ่งเป็น ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และขนาดกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่เป็นแบบทราบจำนวนประชากร ได้จากการคำนวณจากสูตรของ (Yamane, 1973) ดังนี้

จำนวนของประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม 2563 มีจำนวน 2,943,027 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)

$$\begin{aligned} \text{สูตร } n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ e &= \text{ค่าความคลาดเคลื่อนของการประเมินค่า} \\ N &= \text{จำนวนประชากร} \\ n &= \text{ขนาดตัวอย่าง} \end{aligned}$$

จากการคำนวณจากสัดส่วนจำนวนประชากรนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

$$\begin{aligned} n &= \frac{2,943,027}{1+2,943,027 (0.5)^2} \\ n &= 399.99 \text{ คน} \\ &= 400 \end{aligned}$$

วิธีการสุ่มตัวอย่างและเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาวิจัยใช้การเลือกสถานที่ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการเลือกเก็บข้อมูลในสถานที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากการทบทวนวรรณกรรมว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเยือนอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งสามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ใช้วิธีแบบเจาะจงสถานที่เก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการเลือกสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant)

การสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากตำแหน่งผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้แทนที่ได้รับมอบหมาย รวมจำนวนทั้งสิ้น 20 คน เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความเห็นของแต่ละภาคส่วน ทั้งระดับผู้บริหาร และระดับปฏิบัติการในพื้นที่วิจัยในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

หน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นายอำเภอเมืองหัวหิน นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน

หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 8 คน ได้แก่ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว หัวหิน-ชะอำ สมาคมโรงแรมหัวหิน-ชะอำ ผู้ประกอบการด้านสุขภาพและสปา ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ นักโภชนาการ

ผู้แทนชุมชน จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้นำในชุมชนอำเภอหัวหิน ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน

ภาควิชาการ จำนวน 3 คน ได้แก่ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามลักษณะแบบปลายปิด (Closed-end questionnaire) และแบบสอบถามลักษณะปลายเปิด (Open-end questionnaire) โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วยหัวข้อคำถามหลัก ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดหรือแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีวิธีการตอบโดยให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับความเป็นจริง และในส่วนข้อมูลภูมิสำเนา แบบสอบถามเป็นลักษณะปลายเปิด (Open-ended) โดยให้นักท่องเที่ยวเขียนข้อมูลตามความเป็นจริง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ท่านจะกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดหรือแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีวิธีการตอบโดยให้นักท่องเที่ยวทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ให้ตรงกับความเป็นจริง และใน ส่วนข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งใจมาเที่ยว แบบสอบถามเป็นลักษณะปลายเปิด (Open-ended) โดยให้นักท่องเที่ยวเขียนคำตอบตามความเป็นจริง

ตอนที่ 3 ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ ทิวรสป่าและนวดแผนไทย ทิวรอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทิวรแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ทิวรฝึกสมาธิและบำบัดปัญญาภาวนา ทิวรกีฬาเพื่อสุขภาพ เป็นแบบ (Interval Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วยคำถาม กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว (10P's) ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านส่งเสริมการตลาด 5) ด้านบุคคล 6) ด้านกายภาพ 7) ด้านกระบวนการ 8) ด้านภาพลักษณ์ 9) ด้านการรวมของ สิ่งที่น่าเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว 10) ด้านนโยบายของสถานประกอบการ เป็นแบบ (Interval Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-end questionnaire) เพื่อให้ นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยในครั้งนี้โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาไปทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) รายละเอียด ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content validity test) มีขั้นตอน ดังนี้
 - 1.1 กำหนดผู้เชี่ยวชาญตัดสิน (Judgmental process) โดยกำหนดคณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตามลักษณะการสร้างแบบสอบถามวัดค่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องและลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้แก่

1.1.1 ดร.ธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป, รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

1.1.2 ดร.ปวีณา ขำพัด, หัวหน้าสาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยงและมีคู้เทศก์ คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

1.1.3 อาจารย์อังคณา บุญเกิด, หัวหน้าสาขาวิชานวัตกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการ คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

1.1.4 อาจารย์ปิยวรรณ สันติแก้ว, หัวหน้าสาขาวิชาการโรงแรม คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

1.1.5 อาจารย์พเยาว์ สายทองสุข, อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรม คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

1.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงเนื้อหาตามคำแนะนำของคณะอาจารย์ที่ปรึกษา และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทดสอบความตรงของเนื้อหา (A test of validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) เพื่อให้หน้านักความสอดคล้องและความเหมาะสมตามกรอบแนวคิดการวิจัยหรือไม่ โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1.2.1 ความสอดคล้องกับนิยามและเนื้อหาของตัวแปรโดยรวม

1.2.2 ความสอดคล้องกับนิยามและเนื้อหาย่อยของตัวแปร

1.2.3 ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม

1.3 นำความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item objective congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านและเกณฑ์ที่ต้องปรับปรุง

$$\begin{aligned} \text{กำหนดให้ } IOC &= \frac{\sum R}{N} \\ IOC &= \text{ดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์} \\ \sum R &= \text{ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ} \\ N &= \text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ} \end{aligned}$$

การทดสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมือ (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ได้สร้างแล้วเสร็จ ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาว่าสอดคล้องกับหัวเรื่องและวัตถุประสงค์การวิจัยโดยวิธี Item objective congruence index: IOC โดยใช้วิธีผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ผลการหาค่าอัตราส่วนความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา IOC พบว่า แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด (10P's) ที่นำมาเป็นองค์ประกอบในการกำหนดยุทธศาสตร์การตลาดท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ค่าพหุคูณค่า IOC ได้ค่า 0.90 มีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่า ไม่มีข้อคำถามที่ต้องตัดทิ้ง ซึ่งถือได้ว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ด้านเนื้อหาใช้ได้

2. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability test) มีขั้นตอน ดังนี้

2.1 แบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบความเชื่อมั่นหรือความเที่ยงก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริง (Try out) โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างทดลองที่คล้ายคลึงกับประชากรที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นหรือความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม ในการทดสอบความน่าเชื่อถือนั้น จะเลือกคำนวณเฉพาะส่วนที่สามารถนำมาตีเป็นค่าคะแนนได้ โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ในการวิเคราะห์และประมวลผลความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$r = 1 - n \frac{\sum V_i}{n-1 V_t}$$

เมื่อ V_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
 V_t = รวมทุกข้อ
 n = จำนวนข้อในแบบสอบถาม

โดยสามารถคำนวณโดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป ซึ่งความเชื่อมั่นได้เป็นส่วนหนึ่งที่ยืนยันความถูกต้องของการทดสอบด้วยค่า Alpha ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

2.2 การทดสอบความน่าเชื่อถือหรือความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ (Alpha coefficient) แบบครอนบาค อัลฟา (Cronbach alpha) จากการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับตัวอย่างทดลองที่มีคุณสมบัติเหมือนประชากรการวิจัยจำนวน 30 ตัวอย่าง โดยสามารถคำนวณโดยใช้โปรแกรมคำนวณสำเร็จรูป ซึ่งความเชื่อมั่นได้เป็นส่วนหนึ่งที่ยืนยันความถูกต้องของการทดสอบด้วยค่า Alpha ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

ผู้วิจัยนำผลจากการทดสอบก่อนการใช้จริงมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าความสอดคล้องภายใน (Internal consistency) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละส่วน (ชุด) คือ ค่าอัลฟา ทุกค่าที่ได้สูงกว่าเกณฑ์ ค่าอัลฟาที่กำหนดโดย Nunnally (1978) ว่าค่าอัลฟาที่ยอมรับได้ ควรจะมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

จากการนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความน่าเชื่อถือด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้วิธีวิเคราะห์ประมวลผลหาค่าครอนบาค อัลฟา (Cronbach's alpha analysis test) ซึ่งผลการคำนวณสัมประสิทธิ์อัลฟาค่าความเชื่อมั่นที่ได้เท่ากับ 0.996 ซึ่งเป็นค่าคะแนนความเชื่อมั่นในระดับที่ค่อนข้างสูง จึงถือได้ว่าเป็นเครื่องมือวิจัยที่ได้มาตรฐานสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยมีวิธีการ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา นำมาตรวจสอบและคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบคำถามทุกรายการครบถ้วนสมบูรณ์และ สามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์มาจัดเป็นกลุ่มและนับคะแนนลงรหัสตามที่กำหนดไว้

3. บันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

4. แบบสอบถามตอนที่ 1-2 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบหาค่าความถี่ (Frequency) และคาร์ร้อยละ (Percentage)

5. แบบสอบถาม ตอนที่ 3-4 ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยมีคำตอบ และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีการของ เร็นสิส เอ. ลีเคิร์ต (Rensis A. Likert) คือ ลีเคิร์ตสเกล (Likert scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนจากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวนั้น ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

ตาราง 1 แสดงกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนการตอบแบบสอบถาม

ระดับ	กำหนดค่าน้ำหนักคะแนน
1. มากที่สุด	มีค่าเท่ากับ 5
2. มาก	มีค่าเท่ากับ 4
3. ปานกลาง	มีค่าเท่ากับ 3
4. น้อย	มีค่าเท่ากับ 2
5. น้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ 1

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1-5 คะแนน โดยกำหนดการแบ่งคะแนน ออกเป็น 5 ช่วงชั้น ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{จำนวนชั้น} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$5 = 0.8$$

จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนจากการแบ่งเป็น 5 ช่วงชั้น ดังนี้

4.21-5.00	ระดับความคิดเห็น	ระดับมากที่สุด
3.41-4.20	ระดับความคิดเห็น	ระดับมาก
2.61-3.40	ระดับความคิดเห็น	ระดับปานกลาง
1.81-2.60	ระดับความคิดเห็น	ระดับน้อย
1.00-1.80	ระดับความคิดเห็น	ระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยใช้อธิบายความหมายของข้อมูลในลักษณะการบรรยายทั่วไป

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 ทดสอบความตรงของเนื้อหา (A test of validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of item objective congruence: IOC)

2.2 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) จะใช้ทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ได้แก่

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการทดสอบสมมติฐาน สถิติใช้ในการศึกษา คือ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และสมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการทดสอบสมมติฐาน สถิติในการศึกษา คือ การทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวน (Analysis of variance) แบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA or f-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และตัวแปรตาม คือ ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยครั้งละคู่ โดยลุ่มตัวอย่างแต่ละชุดเป็นอิสระต่อกัน ด้วยวิธีของ Fisher (Least Significant Difference, LSD) เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) โดยมีการวางแผนการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า อย่างเป็นขั้นตอนแบบเข้มงวดพอประมาณ ประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้โครงสร้างไว้แบบหลวม ๆ นอกจากนี้ จะพิจารณาคำถาม สร้างคำถาม ปรับคำถาม และพัฒนาคำถามให้สอดคล้องกับสถานการณ์จริงในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง ขณะเดียวกันก็พยายามปรับให้

คำถามให้เปิดรับกับแนวทางที่จะได้ข้อมูลเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วย โดยเนื้อหาการสัมภาษณ์จะเกี่ยวข้องกับ 1) ศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย 1.1) การศึกษาชุมชนในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1.2) การตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1.3) การวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 1.4) ศักยภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2) องค์ประกอบการท่องเที่ยว (6A's) ได้แก่ 2.1) ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว 2.2) ด้านเส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2.3) ด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว 2.4) ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด 2.5) ด้านที่พักแรม และ 2.6) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยคัดเลือกผู้บริหาร หัวหน้าส่วนราชการ หรือผู้แทนที่ได้รับมอบหมาย แบบเจาะจงเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) จำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม รวมจำนวนทั้งหมด 20 คน ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 4 คน ได้แก่
 - 1.1 คุณอาชวันต์ กงกะนันท์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
 - 1.2 ว่าที่ร้อยตรีกรกฎ โอภาส ตำแหน่ง รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
 - 1.3 คุณพลกฤต พวงวลัยสิน ตำแหน่ง นายอำเภอเมืองหัวหิน
 - 1.4 คุณนพพร วุฒิกุล ตำแหน่ง นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน
2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 8 คน ได้แก่
 - 2.1 คุณวาสนา ศรีกาญจนา ตำแหน่ง นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวหัวหิน-ชะอำ
 - 2.2 คุณวสันต์ กิตติกุล ตำแหน่ง นายกสมาคมโรงแรมไทยภาคตะวันตก
 - 2.3 คุณชนัญญ์ พงศ์ธราธิก ตำแหน่ง ประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
 - 2.4 คุณกิติพงษ์ สิริเพชรเกษม ตัวแทนสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวหัวหิน-ชะอำ

- 2.5 คุณชลภาพรณ ม่วงจำกั๊ด ตำแหน่งผู้จัดการแผนกสปา
- 2.6 คุณโสธยา โรตพวง ตำแหน่งผู้จัดการแผนกสปา
- 2.7 คุณอรอนงค์ บุญเพิ่ม ตำแหน่งพนักงานต้อนรับสปา
- 2.8 คุณกรศิริ ศุภกฤตกุล ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในอำเภอหัวหิน
3. ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาคชุมชน จำนวน 5 คน ได้แก่
 - 3.1 ร.ต.อ.นพรัตน์ อกเงิน ผู้นำในชุมชนเนินดินแดง ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน
 - 3.2 ร.ต.สมจิตร ศรีงาม ผู้นำในชุมชนบ่อฝ้าย ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน
 - 3.3 คุณนิคม เทศแย้ม ผู้นำในชุมชนเขาพิทักษ์ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน
 - 3.4 คุณลัญญา นัยนา ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
 - 3.5 คุณสุชาติา จันทรานันท์ ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์จากหน่วยงานภาควิชาการ จำนวน 3 คน ได้แก่

อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

 - 4.1 ผศ.บุปผา วงษ์พันธุ์ทา คณบดีคณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล
 - 4.2 ดร.ปวีณา ขำพัด, หัวหน้าสาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล
 - 4.3 อาจารย์พเยาว์ สายทองสุข, อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรม คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการได้รับคำแนะนำจาก คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งมีวิธีการหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ว่ามีข้อคำถามที่มีเนื้อหาครอบคลุมและสามารถ ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วน จากนั้นนำไปตรวจสอบความสอดคล้อง เชิงเนื้อหา โดยคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 3 คน ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาดการท่องเที่ยว

2. ดร. ผกามาศ ชัยรัตน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว

3. รองศาสตราจารย์ ดร. ชุษณะ เตชคณา อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการสื่อสาร

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสังเกตทั่วไปและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) โดยผู้วิจัยมีลำดับการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 การติดต่อประสานงานและนัดหมายล่วงหน้ากับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของทุกภาคส่วนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant)

1.2 การขอเอกสารจากฝ่ายวิชาการและงานวิจัยวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง “ขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” และจัดส่งไปให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกคน

1.3 การลงพื้นที่การวิจัยตามวัน เวลา และสถานที่ที่นัดหมายเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ในระหว่างการสัมภาษณ์มีการจดบันทึกข้อมูลและบันทึกเสียงตลอดการสัมภาษณ์

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อใช้กำหนดแนวทางการวิจัย อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจ และสามารถนำไปสู่แนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi structure) ที่ได้จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย โดยการระบุคุณลักษณะเฉพาะของ

ข้อความอย่างมีระบบที่มีการอ้างอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี โดยมีวิธีการ 4 ขั้นตอน ดังนี้ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2554)

1. กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเอกสาร เป็นการกำหนดให้ชัดเจนว่า ผู้วิจัยคัดเลือกเอกสารประเภทใด เพื่อมาทำการวิเคราะห์ โดยผู้วิจัยจะต้องตั้งกฎเกณฑ์ขึ้นมาเองในการคัดเลือกเอกสารและหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์ให้ชัดเจน โดยในการวิจัยครั้งนี้ เอกสารที่ใช้ คือ บันทึกรการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) จากกลุ่มตัวอย่าง

2. วางเค้าโครงการวิเคราะห์ เป็นการจัดระบบการจำแนกคำ หรือ ข้อความในเนื้อหาสาระของเอกสาร ซึ่งผู้วิจัยได้จัดระบบการจำแนกให้ชัดเจนว่าจะจำแนกโดยใช้คำ หรือ ข้อความใดบ้าง ระบบการจำแนกที่ชัดเจนนี้จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถที่จะนำเนื้อหาใดมาวิเคราะห์ และจะตัดเนื้อหาใดออกไป ทั้งนี้การกำหนดระบบการจำแนกอาศัยการพิจารณาตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้คือ

2.1 การจำแนกควรสอดคล้องกับปัญหา วัตถุประสงค์ของตัวแปรการวิจัย

2.2 การจำแนกควรมีความครอบคลุมคำ หรือ ข้อความที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นระบบในการจำแนกควรมีความครอบคลุมคำ หรือ ข้อความอื่น ๆ ที่มีอยู่ในเอกสาร เพื่อให้สามารถนำมาลงรหัส แจกจ่ายได้ถูกต้องภายใต้ตามหลักการจำแนก

2.3 การจำแนกควรใช้หลักเกณฑ์เดียวกัน การใช้หลักเกณฑ์เดียวกันในการจำแนกจะมีประโยชน์สำหรับป้องกันการซ้ำซ้อนกันของคำหรือข้อความที่จะปรากฏ เมื่อทำการแจกจ่าย

2.4 การจำแนกควรมีระบบที่เด่นชัด ไม่ควรซ้ำซ้อนกันระหว่างข้อความที่จะนำไปแจกจ่ายใต้ระบบการจำแนกแต่ละครั้ง

3. พิจารณาเงื่อนไขแวดล้อมของข้อมูลเอกสาร เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูลเอกสารที่จะนำมาวิเคราะห์ เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปอย่างถูกต้อง มีความครอบคลุมมากที่สุด โดยลักษณะของข้อมูลที่จะพิจารณา ได้แก่ แหล่งที่มาของข้อมูล ช่วงเวลาในการบันทึกข้อมูล บุคคลที่ผู้ให้ข้อมูลประสงค์จะส่งข้อมูลถึง ซึ่งลักษณะเหล่านี้ของข้อมูลจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงอธิบายข้อมูลในเอกสารได้ดีขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการนับความถี่ของคำ หรือ ข้อความที่จำแนกไว้ภายใต้ระบบการจำแนกที่กำหนดไว้หลังจากนั้นก็ทำการวิเคราะห์ เชื่อมโยง สรุป บรรยายข้อมูลที่ได้จำแนกได้ และอ้างอิงไปสู่ข้อมูลทั้งหมดในเอกสารนั้น ๆ

การตรวจพิสูจน์ความถูกต้องและความเที่ยงตรงของข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเก็บแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ และนำผลที่ได้จากการดำเนินการมาตรวจสอบความถูกต้อง โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจัดเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เป็นการทำให้ข้อมูลของเอกสาร ได้แก่ ถ้อยคำ ประโยค ใจความที่ปรากฏในบทสัมภาษณ์เป็นจำนวนที่วัดได้แล้วลงนับจำนวนของถ้อยคำ ประโยค หรือใจความ การวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จัดความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ จำแนก และสรุปประเด็นสำคัญ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2554)

2. ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งกระทำโดยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิจารณาว่าถ้าเก็บข้อมูลต่างเวลา ต่างสถานที่ และผู้ให้ข้อมูลต่างคนจะยังได้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ หากผลของข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีสามเส้าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง

3. ผู้วิจัยได้สรุปรวบรวมประเด็นสำคัญนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการนำเสนอผลของการวิจัยเรื่อง “ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” นี้ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยแบ่งการนำเสนอ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้เสนอสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่า t-Test
F	แทน	ค่า F-Test
χ^2	แทน	ค่าไค-สแควร์
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ระดับแห่งความเป็นอิสระ (Degree of freedom)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ได้ข้อมูล ดังนี้

ตาราง 2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	175	43.75
1.2 หญิง	225	56.25
รวม	400	100.00
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	61	15.25
2.2 20-35 ปี	139	34.75
2.3 35-50 ปี	165	41.25
2.4 มากกว่า 50 ปี	35	8.75
รวม	400	100.00
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	203	50.75
3.2 สมรส	150	37.50
3.2 หม้าย/หย่าร้าง	47	11.75
รวม	400	100.00
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	96	24.00
4.2 ปริญญาตรี	199	49.75
4.3 ปริญญาโท	85	21.25
4.4 ปริญญาเอก	20	5.00
รวม	400	100.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
5.1 พนักงานบริษัทเอกชน	85	21.25
5.2 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	143	35.75
5.3 ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	95	23.75
5.4 นักเรียน/นักศึกษา	35	8.75
5.5 พ่อบ้าน/แม่บ้าน	42	10.50
5.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0.00
รวม	400	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
6.1 น้อยกว่า 15,000 บาท	61	15.25
6.2 15,000–30,000 บาท	107	26.75
6.3 30,001–50,000 บาท	203	28.25
6.4 มากกว่า 50,000 บาท	29	7.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 43.75 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอายุ 35–50 ปี รองลงมามีอายุระหว่าง 20–35 ปี อายุต่ำกว่า 20 ปี และมีอายุมากกว่า 50 ปี และมีคิดเป็นร้อยละ 41.25 34.75 15.25 และ 8.75 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งมีสถานภาพโสด รองลงมา มีสถานภาพสมรส และสถานภาพเป็นหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 50.75 37.50 และ 11.75 ตามลำดับ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 49.75 24.00 21.25 และ 5.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รองลงมาเป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน พ่อบ้าน/แม่บ้าน และนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 35.75 23.75 21.25 10.50 และ 8.75 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งมีรายได้ระหว่าง 30,001–50,000 บาท รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 15,000–30,000 บาท มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 28.25 26.75 15.25 และ 7.25 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ได้ข้อมูล ดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง		
1.1 พักผ่อน หย่อนใจ	295	73.75
1.2 ประชุม/อบรม/สัมมนา	45	11.25
1.3 เยี่ยมญาติ	39	9.75
1.4 ทำงาน	21	5.25
1.5 อื่น ๆ	0	0.00
รวม	400	100.00
2. ลักษณะการเดินทาง		
2.1 ครอบครัว	178	44.50
2.2 หน่วยงาน	23	5.75
2.3 เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	184	46.00
2.4 บริษัทนำเที่ยว	0	0.00
2.5 คนเดียว	15	3.75
รวม	400	100.00
3. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง		
3.1 1-2 คน	52	13.00
3.2 3-5 คน	198	49.50
3.3 6-10 คน	101	25.25
3.4 มากกว่า 10 คนขึ้นไป	49	12.25
รวม	400	100.00
4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว		
4.1 วันหยุด	278	69.50
4.2 วันธรรมดา	59	14.75
4.3 ไม่นั่นนอน	63	15.75
รวม	400	100.00

ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่อปี		
5.1 จำนวน 2 ครั้ง หรือต่ำกว่า	56	14.00
5.2 จำนวน 3 ครั้ง	108	27.00
5.3 มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	236	59.00
รวม	400	100.00
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว		
6.1 ต่ำกว่า 3,000 บาท	31	7.75
6.2 3,000-5,000 บาท	55	13.75
6.3 5,001-10,000 บาท	133	33.25
6.4 สูงกว่า 10,000 บาท	181	45.25
รวม	400	100.00
7. การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว		
7.1 บริษัทนำเที่ยว	5	1.25
7.2 เพื่อน/ครอบครัว	72	18
7.3 โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ	109	27.25
7.4 อินเทอร์เน็ต	65	16.25
7.5 การออกบูธ/โปสเตอร์	149	37.25
7.6 อื่น ๆ	0	0.00
รวม	400	100.00
8. การกลับมาท่องเที่ยว		
8.1 กลับมาแน่นอน	372	93.00
8.2 ไม่แน่นอน	28	7.00
8.3 ไม่กลับมาแน่นอน	0	0.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากกว่าครึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 73.75 รองลงมาเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา เยี่ยมญาติ และทำงาน คิดเป็นร้อยละ 11.25 9.75 และ 5.25 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวกับเพื่อน/กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาเดินทางกับครอบครัว หน่วยงาน และคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 44.50 5.75 และ 3.75 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีผู้ร่วม

เดินทางระหว่าง 3-5 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมา มีผู้ร่วมเดินทางระหว่าง 6-10 คน ระหว่าง 1-2 คน และ 10 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.25 13.00 และ 12.25 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมา ไม่นั่นนอน และเดินทางท่องเที่ยววันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 15.75 และ 14.75 ตามลำดับ เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา เคยเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 3 ครั้ง และจำนวน 2 ครั้งหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 27.00 และ 14.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายสูงกว่า 10,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 5,001-10,000 บาท ระหว่าง 3,000-5,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.25 13.75 และ 7.75 ตามลำดับ โดยทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากการออกบูธ/ไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมา โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ เพื่อน/ครอบครัว อินเทอร์เน็ต และบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.25 18 16.25 และ 1.25 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งกลับมาท่องเที่ยวแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 93.00 รองลงมา ไม่นั่นนอน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งเป็นรายด้าน คือ ทวีร์สปาและนวดแผนไทย ทวีร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทวีร์กีฬาเพื่อสุขภาพ ทวีร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทวีร์ฝึกสมาธิและบำบัดปัญหาความ

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านภาพรวม

ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ทวีร์สปาและนวดแผนไทย	4.57	0.43	มากที่สุด
2. ทวีร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร	4.56	0.36	มากที่สุด
3. ทวีร์กีฬาเพื่อสุขภาพ	4.54	0.41	มากที่สุด
4. ทวีร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.53	0.41	มากที่สุด
5. ทวีร์ฝึกสมาธิและบำบัดปัญหาความ	4.26	0.48	มากที่สุด
รวม	4.52	0.27	มากที่สุด

จากตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่า ทวีร์สปาและนวดแผนไทย ทวีร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทวีร์กีฬาเพื่อสุขภาพ ทวีร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทวีร์ฝึกสมาธิและบำบัดปัญหาความ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ทวีร์สปาและนวดแผนไทย			
1.1 ใช้บริการนวดสปาและนวดแผนไทยตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน	4.64	0.51	มากที่สุด
1.2 ใช้บริการโปรแกรมการออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือที่เรียกว่า “โยคะ” และเดินแอโรบิก	4.59	0.53	มากที่สุด
1.3 ใช้บริการอบสมุนไพรแบบ “เซาว์น่า” โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบด เต่า หรือการประคบโดยสมุนไพร	4.43	0.52	มากที่สุด
รวม	4.57	0.43	มากที่สุด
2. ทวีร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร			
2.1 ร่วมชิมทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรท้องถิ่นในตลาดฉัตรชัย	4.65	0.54	มากที่สุด
2.2 เข้าคลาสเรียนการทำอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน	4.58	0.52	มากที่สุด
2.3 ทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ของโรงแรมที่มีชื่อเสียงในพื้นที่อำเภอหัวหิน	4.47	0.52	มากที่สุด
รวม	4.56	0.36	มากที่สุด

ตาราง 5 (ต่อ)

ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
3. ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ			
3.1 ร่วมกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน	4.57	0.51	มากที่สุด
3.2 เล่นกิจกรรมกีฬาทางน้ำ ได้แก่ พายเรือคายัค เล่น Kite Boarding	4.54	0.58	มากที่สุด
3.3 เข้าคลาสเรียนชกมวยไทยในพื้นที่อำเภอหัวหิน	4.52	0.58	มากที่สุด
รวม	4.54	0.41	มากที่สุด
4. ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ			
4.1 เยี่ยมชมเดินเที่ยวบริเวณชายหาดหัวหิน หาดเขาตะเกียบ หาดสวนสนประดิพัทธ์ หาดเขาเต่า	4.59	0.60	มากที่สุด
4.2 เยี่ยมชมจุดชมวิวเขาหินเหล็กที่สามารถมองเห็นเมืองหัวหินได้แบบ 180 องศา	4.57	0.51	มากที่สุด
4.3 เยี่ยมชมและเล่นน้ำที่น้ำตกป่าละอู	4.44	0.62	มากที่สุด
รวม	4.53	0.41	มากที่สุด
5. ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา			
5.1 บวชชีพราหมณ์ ณ สำนักแม่ชีไทยสันตินิวาส	4.30	0.72	มากที่สุด
5.2 ร่วมฝึกจิตนั่งวิปัสสนากรรมฐานเพ็ญภาวนาในสถานที่ปฏิบัติธรรมวัดเขาอติสุตโต	4.25	0.62	มากที่สุด
5.3 เยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมในศูนย์ปฏิบัติธรรมแบบทิเบตที่ศูนย์ชิววัน (มูลนิธิพันดารา)	4.22	0.54	มากที่สุด
รวม	4.26	0.48	มากที่สุด
ภาพรวม	4.52	0.27	มากที่สุด

จากตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ทัวร์สปาและนวดแผนไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ใช้บริการนวดสปาและนวดแผนไทยตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 (S.D. = 0.51) รองลงมา ได้แก่ ใช้บริการโปรแกรมการออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือที่เรียกว่า “โยคะ” และเดินแอโรบิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 (S.D. = 0.53) ใช้บริการอบสมุนไพรแบบ“เซาว์น่า”โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบน เตา หรือการประคบโดยสมุนไพร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ร่วมชิมทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรท้องถิ่นในตลาดนัดราชฯ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (S.D. = 0.54) รองลงมา ได้แก่ เข้าคลาสเรียนการทำอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (S.D. = 0.52) และทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ของโรงแรมที่มีชื่อเสียงในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ร่วมกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.57) รองลงมา ได้แก่ เล่นกิจกรรมกีฬาทางน้ำ ได้แก่ พายเรือคายัค เล่น Kite Boarding ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.58) และเข้าคลาสเรียนชกมวยไทยในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.58) ตามลำดับ

ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 (S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เยี่ยมชมเดินเที่ยวบริเวณชายหาดหัวหิน หาดเขาตะเกียบ หาดสวนสนประดิพัทธ์ หาดเขาเต่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 (S.D. = 0.60) รองลงมา ได้แก่ เยี่ยมชมจุดชมวิวเขาหินเหล็กไฟที่สามารถมองเห็นเมืองหัวหินได้แบบ 180 องศา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.51) และเยี่ยมชมและเล่นน้ำที่น้ำตกป่าละอู ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ บวชชีพราหมณ์ ณ สำนักแม่ชีไทยสันตินิวาส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.72) รองลงมา ได้แก่ ร่วมฝึกจิตนั่งวิปัสสนากรรมฐานเพ็ญภาวนาในสถานที่ปฏิบัติธรรมวัดเขาอติสุคติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.62) และเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมในศูนย์ปฏิบัติธรรมแบบทิเบตที่ศูนย์ชิววัน (มูลนิธิพันดารา) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.54) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) แบ่งเป็นรายด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจขายแก่นักท่องเที่ยว และด้านนโยบายของสถานประกอบการ

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) ด้านภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านบุคคล	4.58	0.36	มากที่สุด
2. ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจขายแก่นักท่องเที่ยว	4.54	0.35	มากที่สุด
3. ด้านภาพลักษณ์	4.53	0.36	มากที่สุด
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.52	0.38	มากที่สุด
5. ด้านนโยบายของสถานประกอบการ	4.51	0.34	มากที่สุด
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.48	0.39	มากที่สุด
7. ด้านผลิตภัณฑ์	4.47	0.42	มากที่สุด
8. ด้านกระบวนการ	4.47	0.38	มากที่สุด
9. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.46	0.34	มากที่สุด
10. ด้านราคา	4.43	0.37	มากที่สุด
รวม	4.49	0.28	มากที่สุด

จากตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่า ด้านบุคคล ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจนอกชายแก่นักท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านนโยบายของสถานประกอบการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านบุคคล			
1. ด้านบุคคล			
1.1 ผู้ให้บริการมีการให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับก่อนการบริการ	4.63	0.50	มากที่สุด
1.2 ผู้ให้บริการมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อยเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน	4.62	0.49	มากที่สุด
1.3 จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	4.60	0.55	มากที่สุด
1.4 ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี	4.48	0.62	มากที่สุด
รวม	4.58	0.36	มากที่สุด
2. ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจนอกชายแก่นักท่องเที่ยว			
2.1 รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจนอกชายแก่นักท่องเที่ยวมีความหลากหลายครบครัน	4.61	0.51	มากที่สุด
2.2 รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจนอกชายแก่นักท่องเที่ยวคุ้มค่า	4.59	0.50	มากที่สุด
2.3 รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจนอกชายแก่นักท่องเที่ยวก่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่	4.54	0.50	มากที่สุด
2.4 รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจนอกชายแก่นักท่องเที่ยวผสมผสานมีความลงตัว	4.44	0.51	มากที่สุด
รวม	4.54	0.35	มากที่สุด

ตาราง 7 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
3. ด้านภาพลักษณ์			
3.1 มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ	4.62	0.50	มากที่สุด
3.2 มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของให้บริการและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	4.61	0.49	มากที่สุด
3.3 มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความปลอดภัย	4.47	0.50	มากที่สุด
3.4 มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความสะอาด	4.44	0.63	มากที่สุด
รวม	4.53	0.36	มากที่สุด
4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
4.1 สินค้าในพื้นที่สามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์	4.60	0.52	มากที่สุด
4.2 ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ	4.57	0.53	มากที่สุด
4.3 นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก	4.50	0.51	มากที่สุด
4.4 มีช่องทางศึกษาสืบค้นข้อมูลติดต่อหลากหลายช่องทางผ่านสื่อโซเชียล	4.44	0.53	มากที่สุด
รวม	4.52	0.38	มากที่สุด
5. ด้านนโยบายของสถานประกอบการ			
5.1 มีการส่งพนักงานผู้ให้บริการไปอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง	4.63	0.57	มากที่สุด
5.2 มีการพัฒนาคุณภาพและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการยกระดับมาตรฐานการบริการมากขึ้น	4.56	0.53	มากที่สุด
5.3 มีการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น สี เสียงดนตรี กลิ่น อาหารและเครื่องดื่ม สมุนไพรในการให้บริการ	4.49	0.57	มากที่สุด
5.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ได้แก่ การบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต และบริการรับฝากของ	4.42	0.64	มากที่สุด
รวม	4.51	0.34	มากที่สุด

ตาราง 7 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
6. ด้านการส่งเสริมการตลาด			
6.1 มีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และไอจี	4.58	0.52	มากที่สุด
6.2 มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	4.52	0.50	มากที่สุด
6.3 มีการส่งเสริมการขายโดยการมอบส่วนลดการจูง ลวงหน้า หรือการจูงผ่านออนไลน์	4.46	0.50	มากที่สุด
6.4 มีการให้ส่วนลดสำหรับโอกาสพิเศษ	4.36	0.52	มากที่สุด
รวม	4.48	0.39	มากที่สุด
7. ด้านผลิตภัณฑ์			
7.1 พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.54	0.56	มากที่สุด
7.2 พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ใช้บริการมีคุณภาพน่าเชื่อถือ	4.48	0.51	มากที่สุด
7.3 พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.46	0.55	มากที่สุด
7.4 แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการบริการที่มีความ หลากหลาย เช่น การนวด ชัดผัด ชวนำ วารีบำบัด อาหารสมุนไพร การฝึกสมาธิ กีฬาเพื่อสุขภาพ และ โภชนาการบำบัด	4.43	0.63	มากที่สุด
รวม	4.47	0.42	มากที่สุด
8. ด้านกระบวนการ			
8.1 ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและ สะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น การจัดพื้นที่การบริการ ด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.57	0.54	มากที่สุด
8.2 มีมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์ในการดูแลความปลอดภัย อย่างเพียงพอ	4.54	0.52	มากที่สุด
8.3 ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบข้อ ควรปฏิบัติให้ยึดถือและปฏิบัติตามอย่างชัดเจน	4.45	0.52	มากที่สุด
8.4 มีขั้นตอนการเข้าชมหรือการทำกิจกรรมในพื้นที่แหล่ง ท่องเที่ยวที่เหมาะสม สะดวก และเป็นระบบ	4.33	0.63	มากที่สุด
รวม	4.47	0.38	มากที่สุด

ตาราง 7 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
9. ด้านลักษณะทางกายภาพ			
9.1 สถานที่จอดรถมีการจัดการที่จอดรถเป็นสัดส่วน ปลอดภัย และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว	4.70	0.52	มากที่สุด
9.2 บริเวณโดยรอบพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ทางลาดสำหรับผู้พิการ บันไดน้ำขึ้น ตู้ ATM	4.46	0.50	มากที่สุด
9.3 สภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม เช่น สะอาด สวยงาม มีป้ายบอกข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงข้อห้ามต่าง ๆ กฎระเบียบที่อ่านง่าย และชัดเจน	4.36	0.60	มากที่สุด
9.4 มีบรรยากาศการให้บริการ (แสงสว่าง เสียง และกลิ่น) อย่างเหมาะสม	4.31	0.55	มากที่สุด
รวม	4.46	0.34	มากที่สุด
10. ด้านราคา			
10.1 มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการ ซ้ำ	4.51	0.51	มากที่สุด
10.2 มีการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อบริการเป็น แพ็คเกจ	4.47	0.52	มากที่สุด
10.3 มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นกลุ่ม หรือกรุ๊ปทัวร์	4.43	0.53	มากที่สุด
10.4 มีการกำหนดราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับ สถานที่ และการบริการ	4.30	0.55	มากที่สุด
รวม	4.43	0.37	มากที่สุด
ภาพรวม	4.49	0.28	มากที่สุด

จากตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อยได้แก่

ผู้ให้บริการมีการให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับก่อนการบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 (S.D. = 0.50) รองลงมา ได้แก่ ผู้ให้บริการมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อย เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 (S.D. = 0.49) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอ ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D. = 0.55) และผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจของแก่นักท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจ มีความหลากหลายครบครัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 (S.D. = 0.51) รองลงมา ได้แก่ รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจมีความคุ้มค่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 (S.D. = 0.50) มีรูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจก่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.50) และรูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจรวมกันผสมผสานมีความลงตัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ด้านภาพลักษณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 (S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่

หัวหน้ามีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยว และมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 (S.D. = 0.50) รองลงมา ได้แก่ มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของให้บริการและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 (S.D. = 0.49) มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.50) และมีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความสะอาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.63) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สินค้าในพื้นที่สามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D. = 0.52) รองลงมา ได้แก่ ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.53) นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D. = 0.51) และมีช่องทางศึกษาสืบค้นข้อมูลติดต่อหลากหลายช่องทางผ่านโซเชียลมีเดีย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.53)

ด้านนโยบายของสถานประกอบการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 (S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีการส่งพนักงานผู้ให้บริการไปอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 (S.D. = 0.57) รองลงมา ได้แก่ มีการพัฒนาคุณภาพและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการยกระดับมาตรฐานการบริการมากขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D. = 0.53) มีการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น สี เสียงดนตรี กลิ่น อาหารและเครื่องดื่ม สมุนไพร ในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (S.D. = 0.57) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ได้แก่ การบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต และบริการรับฝากของ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (S.D. = 0.64) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และไอจี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (S.D. = 0.52) รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.50) มีการส่งเสริมการขาย โดยการมอบส่วนลดการจูงหน้า หรือการจูงผ่านออนไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.50) และมีการให้ส่วนลดสำหรับโอกาสพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (S.D. = 0.52) ตามลำดับ

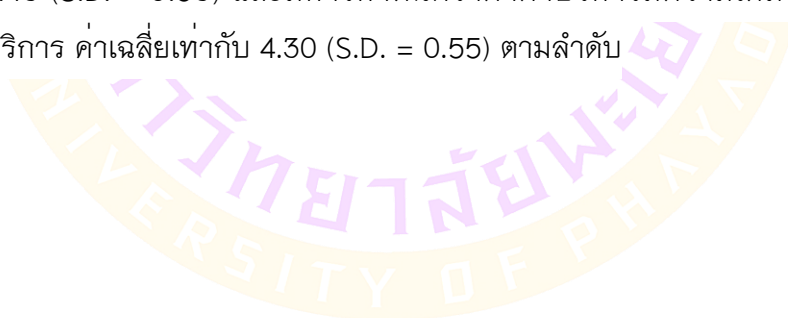
ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.56) รองลงมา ได้แก่ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ใช้บริการมีคุณภาพน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D. = 0.51) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.55) และแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการบริการที่มีความหลากหลาย เช่น การนวด ชัดผัด ซาวน่า วารีบำบัด อาหารสมุนไพร การฝึกสมาธิ กีฬาเพื่อสุขภาพ และโภชนาการบำบัด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. = 0.63) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น การจัดพื้นที่การบริการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.54) รองลงมา ได้แก่ มีมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์

ในการดูแลความปลอดภัยอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.52) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบข้อควรปฏิบัติให้ยึดถือและปฏิบัติตามอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 (S.D. = 0.52) และมีขั้นตอนการเข้าชมหรือการทำกิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม สะดวก และเป็นระบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (S.D. = 0.63) ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สถานที่จอดรถมีการจัดการที่จอดรถเป็นสัดส่วน ปลอดภัย และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 (S.D. = 0.52) รองลงมา ได้แก่ บริเวณโดยรอบพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ทางลาดสำหรับผู้พิการ บิมน้ำมัน ตู้ ATM ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.50) สภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม เช่น สะอาด สวยงาม มีป้ายบอกข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงข้อห้ามกฎระเบียบที่อ่านง่าย และชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (S.D. = 0.60) และมีบรรยากาศการให้บริการ (แสงสว่าง เสียง และกลิ่น) อย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการซ้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 (S.D. = 0.51) รองลงมา ได้แก่ มีการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อบริการเป็นแพ็คเกจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.52) มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นกลุ่ม หรือกรุ๊ปทัวร์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. = 0.53) และมีการกำหนดราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับสถานที่และการบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.55) ตามลำดับ



ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตาราง 8 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	เพศ		χ^2	Sig.
	ชาย	หญิง		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง			11.143	.004*
1.1 พักผ่อน หย่อนใจ	148 (84.57)	182 (80.89)		
1.2 ประชุม/อบรม/สัมมนา/ทำงาน	16 (9.14)	9 (4.00)		
1.3 เยี่ยมญาติ	11 (6.29)	34 (15.11)		
รวม	175 (100.00)	225 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทาง			2.388	.303
2.1 ครอบครัว	82 (46.86)	99 (44.00)		
2.2 หน่วยงาน	13 (7.43)	10 (4.44)		
2.3 เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	80 (45.71)	116 (51.56)		
รวม	175 (100.00)	225 (100.00)		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	เพศ		χ^2	Sig.
	ชาย	หญิง		
3. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง			17.585	.001*
3.1 1-2 คน	15 (8.57)	7 (3.11)		
3.2 3-5 คน	43 (24.57)	95 (42.22)		
3.3 6-10 คน	36 (20.57)	45 (20.00)		
3.4 10 คนขึ้นไป	81 (46.29)	78 (34.67)		
รวม	175 (100.00)	225 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว			1.159	.560
4.1 วันหยุด	109 (62.29)	129 (57.33)		
4.2 วันธรรมดา	5 (2.86)	9 (4.00)		
4.3 ไม่นั่นนอน	61 (34.86)	87 (38.67)		
รวม	175 (100.00)	225 (100.00)		
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว			77.655	.000*
5.1 จำนวน 2 ครั้ง หรือต่ำกว่า	17 (9.71)	59 (26.22)		
5.2 จำนวน 3 ครั้ง	20 (11.43)	88 (39.11)		
5.3 มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	138 (78.86)	78 (34.67)		
รวม	175 (100.00)	225 (100.00)		

ตาราง 8 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	เพศ		χ^2	Sig.
	ชาย	หญิง		
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว			13.664	.003*
6.1 ต่ำกว่า 3,000 บาท	21 (12.00)	10 (4.44)		
6.2 3,000-5,000 บาท	20 (11.43)	35 (15.56)		
6.3 5,001-10,000 บาท	47 (26.86)	86 (38.22)		
6.4 สูงกว่า 10,000 บาทขึ้นไป	87 (49.71)	94 (41.78)		
รวม	175 (100.00)	225 (100.00)		
7. การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว			8.497	.014*
7.1 เพื่อน/ครอบครัว	70 (40.00)	61 (27.11)		
7.2 โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ/การออกนิตยสาร/ไปรษณีย์	24 (13.71)	47 (20.89)		
7.3 อินเทอร์เน็ต	81 (46.29)	117 (52.00)		
รวม	175 (100.00)	225 (100.00)		
8. การกลับมาท่องเที่ยว			1.102	.294
8.1 กลับมาแน่นอน	163 (93.14)	215 (95.56)		
8.2 ไม่กลับมาแน่นอน	12 (6.86)	10 (4.44)		
รวม	175 (100.00)	225 (100.00)		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 8 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง

ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 9 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อายุ			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				7.959	.093
1.1 พักผ่อน หย่อนใจ	47 (77.05)	135 (87.66)	148 (80.00)		
1.2 ประชุม/อบรม/สัมมนา/ทำงาน	5 (8.20)	10 (6.49)	10 (5.41)		
1.3 เยี่ยมญาติ	9 (14.75)	9 (5.84)	27 (14.59)		
รวม	61 (100.00)	154 (100.00)	185 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทาง				28.968	.000*
2.1 ครอบครัว	28 (45.90)	94 (61.04)	59 (31.89)		
2.2 หน่วยงาน	3 (4.92)	7 (4.55)	13 (7.03)		
2.3 เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	30 (49.18)	53 (34.42)	113 (61.08)		
รวม	61 (100.00)	154 (100.00)	185 (100.00)		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อายุ			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี		
3. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง				74.836	.000
3.1 1-2 คน	12 (19.67)	3 (1.95)	7 (3.78)		
3.2 3-5 คน	28 (45.90)	76 (49.35)	34 (18.38)		
3.3 6-10 คน	6 (9.84)	21 (13.64)	54 (29.19)		
3.4 มากกว่า 10 คนขึ้นไป	15 (24.59)	54 (35.06)	90 (48.65)		
รวม	61 (100.00)	154 (100.00)	185 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว				13.274	.010*
4.1 วันหยุด	29 (47.54)	87 (56.49)	122 (65.95)		
4.2 วันธรรมดา	5 (8.20)	2 (1.30)	7 (3.78)		
4.3 ไม่นานนอน	27 (44.26)	65 (42.21)	56 (30.27)		
รวม	61 (100.00)	154 (100.00)	185 (100.00)		
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว				45.729	.000*
5.1 จำนวน 2 ครั้ง หรือต่ำกว่า	29 (47.54)	27 (17.53)	20 (10.81)		
5.2 จำนวน 3 ครั้ง	5 (8.20)	50 (32.47)	53 (28.65)		
5.3 มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	27 (44.26)	77 (50.00)	112 (60.54)		
รวม	61 (100.00)	154 (100.00)	185 (100.00)		

ตาราง 9 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อายุ			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี		
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว				76.704	.000*
6.1 ต่ำกว่า 3,000 บาท	13 (21.31)	3 (1.95)	15 (8.11)		
6.2 3,000-5,000 บาท	4 (6.56)	41 (26.62)	10 (5.41)		
6.3 5,001-10,000 บาท	32 (52.46)	49 (31.82)	52 (28.11)		
6.4 สูงกว่า 10,000 บาท	12 (19.67)	61 (39.61)	108 (58.38)		
รวม	61 (100.00)	154 (100.00)	185 (100.00)		
7. การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว				43.551	.000*
7.1 เพื่อน/ครอบครัว	30 (49.18)	53 (34.42)	48 (25.95)		
7.2 โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ/การออกบูธ/ โปรชัวร์	8 (13.11)	8 (5.19)	55 (29.73)		
7.3 อินเทอร์เน็ต	23 (37.70)	93 (60.39)	82 (44.32)		
รวม	61 (100.00)	154 (100.00)	185 (100.00)		
8. การกลับมาท่องเที่ยว				1.632	.442
8.1 กลับมาแน่นอน	58 (95.08)	148 (96.10)	172 (92.97)		
8.2 ไม่กลับมาแน่นอน	3 (4.92)	6 (3.90)	13 (7.03)		
รวม	61 (100.00)	154 (100.00)	185 (100.00)		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 10 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	สถานภาพ		χ^2	Sig.
	โสด/หม้าย/ หย่าร้าง	สมรส		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง			12.856	.002*
1.1 พักผ่อน หย่อนใจ	181 (89.16)	149 (75.63)		
1.2 ประชุม/อบรม/สัมมนา/ทำงาน	7 (3.45)	18 (9.14)		
1.3 เยี่ยมญาติ	15 (7.39)	30 (15.23)		
รวม	203 (100.00)	197 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทาง			21.954	.000*
2.1 ครอบครัว	107 (52.71)	74 (37.56)		
2.2 หน่วยงาน	2 (0.99)	21 (10.66)		
2.3 เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	94 (46.31)	102 (51.78)		
รวม	203 (100.00)	197 (100.00)		

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	สถานภาพ		Sig.
	โสด/หม้าย/ หย่าร้าง	สมรส	
3. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง			12.756 .005*
3.1 1-2 คน	13 (6.40)	9 (4.57)	
3.2 3-5 คน	85 (41.87)	53 (26.90)	
3.3 6-10 คน	39 (19.21)	42 (21.32)	
3.4 10 คนขึ้นไป	66 (32.51)	93 (47.21)	
รวม	203 (100.00)	197 (100.00)	
4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว			7.243 .027*
4.1 วันหยุด	108 (53.20)	130 (65.99)	
4.2 วันธรรมดา	7 (3.45)	7 (3.55)	
4.3 ไม่นั่นนอน	88 (43.35)	60 (30.46)	
รวม	203 (100.00)	197 (100.00)	
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว			53.682 .000*
5.1 จำนวน 2 ครั้ง หรือต่ำกว่า	62 (30.54)	14 (7.11)	
5.2 จำนวน 3 ครั้ง	65 (32.02)	43 (21.83)	
5.3 มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	76 (37.44)	140 (71.07)	
รวม	203 (100.00)	197 (100.00)	

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	สถานภาพ		χ^2	Sig.
	โสด/พหุภรรยา/หย่าร้าง	สมรส		
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว			31.296	.000*
6.1 ต่ำกว่า 3,000 บาท	15 (7.39)	16 (8.12)		
6.2 3,000-5,000 บาท	32 (15.76)	23 (11.68)		
6.3 5,001-10,000 บาท	90 (44.33)	43 (21.83)		
6.4 สูงกว่า 10,000 บาทขึ้นไป	66 (32.51)	115 (58.38)		
รวม	203 (100.00)	197 (100.00)		
7. การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว			2.494	.287
7.1 เพื่อน/ครอบครัว	69 (33.99)	62 (31.47)		
7.2 โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ/การออกบูธ/โปรচার	30 (14.78)	41 (20.81)		
7.3 อินเทอร์เน็ต	104 (51.23)	94 (47.72)		
รวม	203 (100.00)	197 (100.00)		
8. การกลับมาท่องเที่ยว			.005	.942
8.1 กลับมาแน่นอน	192 (94.58)	186 (94.42)		
8.2 ไม่กลับมาแน่นอน	11 (5.42)	11 (5.58)		
รวม	203 (100.00)	197 (100.00)		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 11 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				25.426	.000*
1.1 พักผ่อน หย่อนใจ	72 (83.72)	241 (84.56)	17 (58.62)		
1.2 ประชุม/อบรม/สัมมนา/ทำงาน	5 (5.81)	12 (4.21)	8 (27.59)		
1.3 เยี่ยมญาติ	9 (10.47)	32 (11.23)	4 (13.79)		
รวม	86 (100.00)	285 (100.00)	29 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทาง				29.125	.000*
2.1 ครอบครัว	44 (51.16)	129 (45.26)	8 (27.59)		
2.2 หน่วยงาน	3 (3.49)	12 (4.21)	8 (27.59)		
2.3 เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	39 (45.35)	144 (50.53)	13 (44.83)		
รวม	86 (100.00)	285 (100.00)	29 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
3. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง				24.283	.000*
3.1 1-2 คน	12 (13.95)	9 (3.16)	1 (3.45)		
3.2 3-5 คน	31 (36.05)	99 (34.74)	8 (27.59)		
3.3 6-10 คน	19 (22.09)	60 (21.05)	2 (6.90)		
3.4 มากกว่า 10 คนขึ้นไป	24 (27.91)	117 (41.05)	18 (62.07)		
รวม	86 (100.00)	285 (100.00)	29 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว				17.716	.001*
4.1 วันหยุด	43 (50.00)	182 (63.86)	13 (44.83)		
4.2 วันธรรมดา	5 (5.81)	5 (1.75)	4 (13.79)		
4.3 ไม่นานนอน	38 (44.19)	98 (34.39)	12 (41.38)		
รวม	86 (100.00)	285 (100.00)	29 (100.00)		
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว				48.154	.000*
5.1 จำนวน 2 ครั้ง หรือต่ำกว่า	36 (41.86)	34 (11.93)	6 (20.69)		
5.2 จำนวน 3 ครั้ง	12 (13.95)	94 (32.98)	2 (6.90)		
5.3 มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	38 (44.19)	157 (55.09)	21 (72.41)		
รวม	86 (100.00)	285 (100.00)	29 (100.00)		

ตาราง 11 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา			χ^2	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท		
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว				28.604	.000*
6.1 ต่ำกว่า 3,000 บาท	13 (15.12)	15 (5.26)	3 (10.34)		
6.2 3,000-5,000 บาท	14 (16.28)	36 (12.63)	5 (17.24)		
6.3 5,001-10,000 บาท	40 (46.51)	85 (29.82)	8 (27.59)		
6.4 สูงกว่า 10,000 บาท	19 (22.09)	149 (52.28)	13 (44.83)		
รวม	86 (100.00)	285 (100.00)	29 (100.00)		
7. การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว				14.881	.005*
7.1 เพื่อน/ครอบครัว	41 (47.67)	86 (30.18)	4 (13.79)		
7.2 โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ/การออกบูธ/ โปรชัวร์	11 (12.79)	52 (18.25)	8 (27.59)		
7.3 อินเทอร์เน็ต	34 (39.53)	147 (51.58)	17 (58.62)		
รวม	86 (100.00)	285 (100.00)	29 (100.00)		
8. การกลับมาท่องเที่ยว				20.963	.000*
8.1 กลับมาแน่นอน	83 (96.51)	273 (95.79)	22 (75.86)		
8.2 ไม่กลับมาแน่นอน	3 (3.49)	12 (4.21)	7 (24.14)		
รวม	86 (100.00)	285 (100.00)	29 (100.00)		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 11 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ระดับการศึกษา

มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และการกลับมาท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 12 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อาชีพ				χ^2	Sig.
	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พอบาน/แม่บ้าน		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง					27.760	.000*
1.1 พักผ่อน หย่อนใจ	83 (74.77)	128 (83.66)	98 (89.09)	21 (80.77)		
1.2 ประชุม/อบรม/สัมมนา/ทำงาน	16 (14.41)	3 (1.96)	2 (1.82)	4 (15.38)		
1.3 เยี่ยมญาติ	12 (10.81)	22 (14.38)	10 (9.09)	1 (3.85)		
รวม	111 (100.00)	153 (100.00)	110 (100.00)	26 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทาง					49.119	.000*
2.1 ครอบครัว	60 (54.05)	47 (30.72)	61 (55.45)	13 (50.00)		
2.2 หน่วยงาน	16 (14.41)	5 (3.27)	1 (0.91)	1 (3.85)		
2.3 เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	35 (31.53)	101 (66.01)	48 (43.64)	12 (46.15)		
รวม	111 (100.00)	153 (100.00)	110 (100.00)	26 (100.00)		

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อาชีพ					χ^2	Sig.
	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/ นักศึกษา/ พ่อบ้าน/แม่บ้าน			
3. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง						59.472	.000*
3.1 1-2 คน	2 (1.80)	10 (6.54)	5 (4.55)	5 (19.23)			
3.2 3-5 คน	49 (44.14)	39 (25.49)	33 (30.00)	17 (65.38)			
3.3 6-10 คน	30 (27.03)	40 (26.14)	10 (9.09)	1 (3.85)			
3.4 มากกว่า 10 คนขึ้นไป	30 (27.03)	64 (41.83)	62 (56.36)	3 (11.54)			
รวม	111 (100.00)	153 (100.00)	110 (100.00)	26 (100.00)			
4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว						39.623	.000*
4.1 วันหยุด	49 (44.14)	80 (52.29)	87 (79.09)	22 (84.62)			
4.2 วันธรรมดา	4 (3.60)	7 (4.58)	2 (1.82)	1 (3.85)			
4.3 ไม่นานนอน	58 (52.25)	66 (43.14)	21 (19.09)	3 (11.54)			
รวม	111 (100.00)	153 (100.00)	110 (100.00)	26 (100.00)			
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว						35.455	.000*
5.1 จำนวน 2 ครั้ง หรือต่ำกว่า	15 (13.51)	44 (28.76)	6 (5.45)	11 (42.31)			
5.2 จำนวน 3 ครั้ง	28 (25.23)	40 (26.14)	34 (30.91)	6 (23.08)			
5.3 มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	68 (61.26)	69 (45.10)	70 (63.64)	9 (34.62)			
รวม	111 (100.00)	153 (100.00)	110 (100.00)	26 (100.00)			

ตาราง 12 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	อาชีพ					χ^2	Sig.
	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/ นักศึกษา/ พอบางแม่บ้าน			
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว						66.460	.000*
6.1 ต่ำกว่า 3,000 บาท	5 (4.50)	12 (7.84)	7 (6.36)	7 (26.92)			
6.2 3,000-5,000 บาท	25 (22.52)	7 (4.58)	12 (10.91)	11 (42.31)			
6.3 5,001-10,000 บาท	44 (39.64)	51 (33.33)	31 (28.18)	7 (26.92)			
6.4 สูงกว่า 10,000 บาท	37 (33.33)	83 (54.25)	60 (54.55)	1 (3.85)			
รวม	111 (100.00)	153 (100.00)	110 (100.00)	26 (100.00)			
7. การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว						67.932	.000*
7.1 เพื่อน/ครอบครัว	40 (36.04)	67 (43.79)	19 (17.27)	5 (19.23)			
7.2 โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ/ การออกบูธ/โปรচার์	15 (13.51)	43 (28.10)	6 (5.45)	7 (26.92)			
7.3 อินเทอร์เน็ต	56 (50.45)	43 (28.10)	85 (77.27)	14 (53.85)			
รวม	111 (100.00)	153 (100.00)	110 (100.00)	26 (100.00)			
8. การกลับมาท่องเที่ยว						5.678	.128
8.1 กลับมาแน่นอน	107 (96.40)	145 (94.77)	104 (94.55)	22 (84.62)			
8.2 ไม่กลับมาแน่นอน	4 (3.60)	8 (5.23)	6 (5.45)	4 (15.38)			
รวม	111 (100.00)	153 (100.00)	110 (100.00)	26 (100.00)			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			χ^2	Sig.
	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป		
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				14.193	.007*
1.1 พักผ่อน หย่อนใจ	64 (79.01)	175 (84.95)	91 (80.53)		
1.2 ประชุม/อบรม/สัมมนา/ทำงาน	3 (3.70)	8 (3.88)	14 (12.39)		
1.3 เยี่ยมญาติ	14 (17.28)	23 (11.17)	8 (7.08)		
รวม	81 (100.00)	206 (100.00)	113 (100.00)		
2. ลักษณะการเดินทาง				28.575	.000*
2.1 ครอบครัว	38 (46.91)	112 (54.37)	31 (27.43)		
2.2 หน่วยงาน	6 (7.41)	4 (1.94)	13 (11.50)		
2.3 เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	37 (45.68)	90 (43.69)	69 (61.06)		
รวม	81 (100.00)	206 (100.00)	113 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			χ^2	Sig.
	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป		
3. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง				67.885	.000*
3.1 1-2 คน	14 (17.28)	5 (2.43)	3 (2.65)		
3.2 3-5 คน	45 (55.56)	71 (34.47)	22 (19.47)		
3.3 6-10 คน	7 (8.64)	50 (24.27)	24 (21.24)		
3.4 มากกว่า 10 คนขึ้นไป	15 (18.52)	80 (38.83)	64 (56.64)		
รวม	81 (100.00)	206 (100.00)	113 (100.00)		
4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว				15.635	.004*
4.1 วันหยุด	41 (50.62)	132 (64.08)	65 (57.52)		
4.2 วันธรรมดา	8 (9.88)	5 (2.43)	1 (0.88)		
4.3 ไม่นั่นนอน	32 (39.51)	69 (33.50)	47 (41.59)		
รวม	81 (100.00)	206 (100.00)	113 (100.00)		
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว				90.767	.000*
5.1 จำนวน 2 ครั้ง หรือต่ำกว่า	41 (50.62)	26 (12.62)	9 (7.96)		
5.2 จำนวน 3 ครั้ง	11 (13.58)	79 (38.35)	18 (15.93)		
5.3 มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	29 (35.80)	101 (49.03)	86 (76.11)		
รวม	81 (100.00)	206 (100.00)	113 (100.00)		

ตาราง 13 (ต่อ)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			χ^2	Sig.
	น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป		
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว				91.173	.000*
6.1 ต่ำกว่า 3,000 บาท	16 (19.75)	10 (4.85)	5 (4.42)		
6.2 3,000-5,000 บาท	23 (28.40)	19 (9.22)	13 (11.50)		
6.3 5,001-10,000 บาท	36 (44.44)	80 (38.83)	17 (15.04)		
6.4 สูงกว่า 10,000 บาท	6 (7.41)	97 (47.09)	78 (69.03)		
รวม	81 (100.00)	206 (100.00)	113 (100.00)		
7. การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว				39.474	.000*
7.1 เพื่อน/ครอบครัว	27 (33.33)	68 (33.01)	36 (31.86)		
7.2 โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ/การออกบูธ/ โปรচার์	16 (19.75)	16 (7.77)	39 (34.51)		
7.3 อินเทอร์เน็ต	38 (46.91)	122 (59.22)	38 (33.63)		
รวม	81 (100.00)	206 (100.00)	113 (100.00)		
8. การกลับมาท่องเที่ยว				1.989	.370
8.1 กลับมาแน่นอน	78 (96.30)	196 (95.15)	104 (92.04)		
8.2 ไม่กลับมาแน่นอน	3 (3.70)	10 (4.85)	9 (7.96)		
รวม	81 (100.00)	206 (100.00)	113 (100.00)		

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตาราง 14 สรุปภาพรวมจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	✓	✗	✓	✓	✓	✓
2. ลักษณะการเดินทาง	✗	✓	✓	✓	✓	✓
3. จำนวนสมาชิกในการเดินทาง	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว	✗	✓	✓	✓	✓	✓
5. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	✓	✓	✗	✓	✓	✓
8. การกลับมาท่องเที่ยว	✗	✗	✗	✓	✗	✗
ภาพรวม	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ

เครื่องหมาย ✗ แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 14 แสดงผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน สามารถอธิบายเป็นรายด้าน ดังนี้

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และการกลับมาท่องเที่ยว

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว

ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย	ชาย	4.52	0.38	-0.850	398	.396
	หญิง	4.56	0.42			
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร	ชาย	4.52	0.34	-2.065	398	.040*
	หญิง	4.60	0.36			
ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ชาย	4.58	0.40	2.343	398	.020*
	หญิง	4.49	0.41			
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา	ชาย	4.29	0.44	1.359	398	.175
	หญิง	4.23	0.50			
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ	ชาย	4.56	0.37	0.959	398	.338
	หญิง	4.52	0.43			
ภาพรวม	ชาย	4.50	0.26	0.665	398	.506
	หญิง	4.48	0.29			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย					
ระหว่างกลุ่ม	3.859	2	1.930	12.434	.000*
ภายในกลุ่ม	61.612	397	0.155		
รวม	65.471	399			
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร					
ระหว่างกลุ่ม	2.874	2	1.437	12.005	.000*
ภายในกลุ่ม	47.522	397	0.120		
รวม	50.396	399			
ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
ระหว่างกลุ่ม	0.985	2	0.493	2.984	.052
ภายในกลุ่ม	65.523	397	0.165		
รวม	66.509	399			
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา					
ระหว่างกลุ่ม	0.176	2	0.088	0.386	.680
ภายในกลุ่ม	90.362	397	0.228		
รวม	90.538	399			
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	1.700	2	0.850	5.232	.006*
ภายในกลุ่ม	64.495	397	0.162		
รวม	66.194	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	0.445	2	0.223	2.983	.052
ภายในกลุ่ม	29.631	397	0.075		
รวม	30.076	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 17-19

ตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.39	-	.270*	.111
20-35 ปี	4.66	-	-	.159*
มากกว่า 35 ปี	4.50	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์สปาและนวดแผนไทย จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 18 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวยังสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรร				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.53	-	.139*	.044
20-35 ปี	4.67	-	-	.182*
มากกว่า 35 ปี	4.49	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวยังสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรร จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวยแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวยังสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.67	-	.193*	.110
20-35 ปี	4.47	-	-	.083
มากกว่า 35 ปี	4.56	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา	สถานภาพ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ทัวร์สปีดและนวดแผนไทย	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.48	0.40	-3.068	398	.002*
	สมรส	4.61	0.40			
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรม	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.57	0.36	0.556	398	.579
	สมรส	4.55	0.35			
ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.49	0.39	-1.905	394.659	.057
	สมรส	4.57	0.42			
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.21	0.47	-2.131	398	.034*
	สมรส	4.31	0.48			
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.53	0.43	-0.562	398	.574
	สมรส	4.55	0.38			
ภาพรวม	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.46	0.26	-2.228	392.126	.026*
	สมรส	4.52	0.29			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปีดและนวดแผนไทย และทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา

ตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย					
ระหว่างกลุ่ม	1.669	2	0.835	5.193	.006*
ภายในกลุ่ม	63.802	397	0.161		
รวม	65.471	399			
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร					
ระหว่างกลุ่ม	0.334	2	0.167	1.324	.267
ภายในกลุ่ม	50.062	397	0.126		
รวม	50.396	399			
ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
ระหว่างกลุ่ม	0.417	2	0.208	1.252	.287
ภายในกลุ่ม	66.092	397	0.166		
รวม	66.509	399			
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา					
ระหว่างกลุ่ม	0.096	2	0.048	0.211	.810
ภายในกลุ่ม	90.442	397	0.228		
รวม	90.538	399			
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	1.693	2	0.847	5.211	.006*
ภายในกลุ่ม	64.501	397	0.162		
รวม	66.194	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	0.105	2	0.053	0.697	.499
ภายในกลุ่ม	29.971	397	0.075		
รวม	30.076	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษามี

ความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 22-23

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.43	-	.154*	.053
ปริญญาตรี	4.58	-	-	.101
ปริญญาโท	4.48	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์สปาและนวดแผนไทย จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.65	-	.151*	.030
ปริญญาตรี	4.50	-	-	.120
ปริญญาโท	4.62	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย					
ระหว่างกลุ่ม	11.018	3	3.673	26.710	.000*
ภายในกลุ่ม	54.453	396	0.138		
รวม	65.471	399			
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร					
ระหว่างกลุ่ม	4.078	3	1.359	11.623	.000*
ภายในกลุ่ม	46.317	396	0.117		
รวม	50.396	399			
ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
ระหว่างกลุ่ม	3.775	3	1.258	7.943	.000*
ภายในกลุ่ม	62.734	396	0.158		
รวม	66.509	399			
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา					
ระหว่างกลุ่ม	8.363	3	2.788	13.433	.000*
ภายในกลุ่ม	82.175	396	0.208		
รวม	90.538	399			
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	4.277	3	1.426	9.119	.000*
ภายในกลุ่ม	61.917	396	0.156		
รวม	66.194	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	4.854	3	1.618	25.403	.000*
ภายในกลุ่ม	25.222	396	0.064		
รวม	30.076	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับ

ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทัวร์ฝึกสมาธิและบำบัดปัญหาความ และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 25-30

ตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาพรวม					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.48	-	.031	.150*	.295*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.45	-	-	.182*	.264*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.63	-	-	-	.445*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.18	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.64	-	.222*	.069	.514*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.42	-	-	.292*	.293*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.71	-	-	-	.584*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.13	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์สปาและนวดแผนไทย จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.59	-	.043	.066	.368*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.54	-	-	.109*	.323*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.65	-	-	-	.434*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.22	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.44	-	.079	.231*	.070
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.52	-	-	.152*	.149
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.67	-	-	-	.301*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.37	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 29 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.15	-	.073	.329*	.134
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.22	-	-	.256*	.207*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.48	-	-	-	.463*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.01	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.57	-	.043	.057	.389*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.53	-	-	.099*	.3456*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.62	-	-	-	.445*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	4.18	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย					
ระหว่างกลุ่ม	14.005	2	7.003	54.017	.000*
ภายในกลุ่ม	51.466	397	0.130		
รวม	65.471	399			
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร					
ระหว่างกลุ่ม	3.816	2	1.908	16.260	.000*
ภายในกลุ่ม	46.580	397	0.117		
รวม	50.396	399			
ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
ระหว่างกลุ่ม	0.274	2	0.137	0.821	.441
ภายในกลุ่ม	66.235	397	0.167		
รวม	66.509	399			
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา					
ระหว่างกลุ่ม	4.759	2	2.380	11.013	.000*
ภายในกลุ่ม	85.779	397	0.216		
รวม	90.538	399			
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	0.209	2	0.104	0.628	.534
ภายในกลุ่ม	65.986	397	0.166		
รวม	66.194	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	2.673	2	1.336	19.362	.000*
ภายในกลุ่ม	27.403	397	0.069		
รวม	30.076	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์ฝึกสมาธิและบำบัดปัญหาภาวะ

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 32-35

ตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาพรวม				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.44	-	.122*	.062
15,000-30,000 บาท	4.56	-	-	.184*
มากกว่า 30,000 บาท	4.38	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.35	-	.375*	.001
15,000-30,000 บาท	4.72	-	-	.374*
มากกว่า 30,000 บาท	4.35	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์สปาและนวดแผนไทย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.49	-	.167*	.044
15,000-30,000 บาท	4.66	-	-	.212*
มากกว่า 30,000 บาท	4.45	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000–30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.25	–	.103	.153*
15,000–30,000 บาท	4.35	–	–	.255*
มากกว่า 30,000 บาท	4.09	–	–	–

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 35 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 สรุปภาพรวมจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1. ทัวร์สปาและนวดแผนไทย	×	✓	✓	✓	✓	✓
2. ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร	✓	✓	×	×	✓	✓
3. ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	✓	×	×	×	✓	×
4. ทัวร์ฝึกสมาธิและบำบัดสุขภาพ	×	×	✓	×	✓	✓
5. ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ	×	✓	×	✓	✓	×
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเครื่องหมาย × แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 36 แสดงผลสรุปของการทดสอบด้วยการทดสอบที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) พบว่า

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

อายุไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าสถานภาพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย และทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา

ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอาชีพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา



สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ชาย	4.45	0.42	-0.911	398	.363
	หญิง	4.49	0.41			
ด้านราคา	ชาย	4.43	0.37	0.317	398	.751
	หญิง	4.42	0.36			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชาย	4.52	0.38	-0.600	398	.549
	หญิง	4.54	0.38			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชาย	4.47	0.39	-0.372	398	.710
	หญิง	4.48	0.38			
ด้านบุคคล	ชาย	4.60	0.37	0.959	356.751	.338
	หญิง	4.57	0.34			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	4.43	0.35	-1.324	361.181	.186
	หญิง	4.48	0.33			
ด้านกระบวนการ	ชาย	4.46	0.38	-0.649	398	.517
	หญิง	4.48	0.37			
ด้านภาพลักษณ์	ชาย	4.52	0.36	-0.865	398	.388
	หญิง	4.55	0.36			
ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยว	ชาย	4.53	0.36	-0.507	398	.612
	หญิง	4.55	0.34			
ด้านนโยบายของสถานประกอบการ	ชาย	4.54	0.31	0.805	398	.421
	หญิง	4.51	0.37			
ภาพรวม	ชาย	4.50	0.29	-0.430	398	.667
	หญิง	4.51	0.27			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในทุกด้าน

ตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์					
ระหว่างกลุ่ม	3.326	2	1.663	10.027	.000*
ภายในกลุ่ม	65.849	397	0.166		
รวม	69.175	399			
ด้านราคา					
ระหว่างกลุ่ม	1.182	2	0.591	4.468	.012*
ภายในกลุ่ม	52.517	397	0.132		
รวม	53.699	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ระหว่างกลุ่ม	1.760	2	0.880	6.339	.002*
ภายในกลุ่ม	55.130	397	0.139		
รวม	56.890	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ระหว่างกลุ่ม	0.560	2	0.280	1.896	.152
ภายในกลุ่ม	58.686	397	0.148		
รวม	59.246	399			
ด้านบุคคล					
ระหว่างกลุ่ม	1.973	2	0.986	8.069	.000*
ภายในกลุ่ม	48.533	397	0.122		
รวม	50.506	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	1.024	2	0.512	4.541	.011*
ภายในกลุ่ม	44.751	397	0.113		
รวม	45.775	399			
ด้านกระบวนการ					
ระหว่างกลุ่ม	4.368	2	2.184	16.452	.000*
ภายในกลุ่ม	52.704	397	0.133		
รวม	57.073	399			

ตาราง 37 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านภาพลักษณ์					
ระหว่างกลุ่ม	4.198	2	2.099	17.878	.000*
ภายในกลุ่ม	46.614	397	0.117		
รวม	50.813	399			
ด้านการรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.040	2	0.020	0.163	.849
ภายในกลุ่ม	48.985	397	0.123		
รวม	49.025	399			
ด้านนโยบายของสถานประกอบการ					
ระหว่างกลุ่ม	0.570	2	0.285	2.455	.087
ภายในกลุ่ม	46.129	397	0.116		
รวม	46.700	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	1.389	2	0.694	9.379	.000*
ภายในกลุ่ม	29.390	397	0.074		
รวม	30.779	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านการรับรู้ภาพลักษณ์

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 39-46

ตาราง 39 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ส่วนประสมทางการตลาดภาพรวม				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.49	-	.082*	.047
20-35 ปี	4.57	-	-	.128*
มากกว่า 35 ปี	4.45	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 39 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 40 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ด้านผลิตภัณฑ์				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.42	-	.171*	.021
20-35 ปี	4.59	-	-	.192*
มากกว่า 35 ปี	4.40	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 41 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ด้านราคา				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.50	-	.034	.131*
20-35 ปี	4.47	-	-	.097*
มากกว่า 35 ปี	4.37	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านราคา จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และระหว่าง 20-35 ปีมีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.47	-	-.146*	-.014
20-35 ปี	4.61	-	-	.133*
มากกว่า 35 ปี	4.48	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปีมีส่วนประสมทางการตลาด

แตกต่างกันกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ด้านบุคคล				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.52	-	.154*	.013
20-35 ปี	4.67	-	-	.141*
มากกว่า 35 ปี	4.53	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านบุคคล จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ด้านลักษณะทางกายภาพ				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.41	-	.110*	.008
20-35 ปี	4.52	-	-	.102*
มากกว่า 35 ปี	4.42	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 45 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ด้านกระบวนการ				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.43	-	.168*	.057
20-35 ปี	4.60	-	-	.225*
มากกว่า 35 ปี	4.38	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 46 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อายุ		
		ต่ำกว่า 20 ปี	20-35 ปี	มากกว่า 35 ปี
ด้านภาพลักษณ์				
ต่ำกว่า 20 ปี	4.57	-	.083	.139*
20-35 ปี	4.65	-	-	.222*
มากกว่า 35 ปี	4.43	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 46 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และระหว่าง 20-35 ปีมีส่วนประสมทางการตลาด แตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	\bar{X}	S.D.	t	df	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.44	0.42	-1.758	398	.080
	สมรส	4.51	0.41			
ด้านราคา	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.39	0.36	-1.923	398	.055
	สมรส	4.46	0.37			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.53	0.37	-0.090	398	.928
	สมรส	4.53	0.38			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.50	0.40	1.349	398	.178
	สมรส	4.45	0.37			
ด้านบุคคล	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.57	0.35	-0.947	398	.344
	สมรส	4.60	0.37			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.44	0.34	-0.883	398	.378
	สมรส	4.47	0.33			
ด้านกระบวนการ	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.43	0.36	-2.437	394.518	.015*
	สมรส	4.52	0.39			
ด้านภาพลักษณ์	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.55	0.35	0.809	398	.419
	สมรส	4.52	0.36			
ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจ ชายแก่หนักท่องเที่ยว	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.49	0.35	-3.029	398	.003*
	สมรส	4.60	0.34			
ด้านนโยบายของสถาน ประกอบการ	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.46	0.34	-4.005	398	.000*
	สมรส	4.59	0.33			
ภาพรวม	โสด/หม้าย/หย่าร้าง	4.48	0.26	-1.663	398	.097
	สมรส	4.53	0.29			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้าน กระบวนการ ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว และด้านนโยบายของสถานประกอบการ

ตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์					
ระหว่างกลุ่ม	0.553	2	0.277	1.600	.203
ภายในกลุ่ม	68.622	397	0.173		
รวม	69.175	399			
ด้านราคา					
ระหว่างกลุ่ม	0.314	2	0.157	1.169	.312
ภายในกลุ่ม	53.385	397	0.134		
รวม	53.699	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ระหว่างกลุ่ม	1.071	2	0.536	3.809	.023*
ภายในกลุ่ม	55.819	397	0.141		
รวม	56.890	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ระหว่างกลุ่ม	0.203	2	0.102	0.684	.505
ภายในกลุ่ม	59.043	397	0.149		
รวม	59.246	399			
ด้านบุคคล					
ระหว่างกลุ่ม	0.594	2	0.297	2.361	.096
ภายในกลุ่ม	49.912	397	0.126		
รวม	50.506	399			

ตาราง 48 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	0.552	2	0.276	2.425	.090
ภายในกลุ่ม	45.222	397	0.114		
รวม	45.775	399			
ด้านกระบวนการ					
ระหว่างกลุ่ม	0.169	2	0.084	0.589	.555
ภายในกลุ่ม	56.904	397	0.143		
รวม	57.073	399			
ด้านภาพลักษณ์					
ระหว่างกลุ่ม	0.689	2	0.344	2.727	.067
ภายในกลุ่ม	50.124	397	0.126		
รวม	50.813	399			
ด้านการรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	0.265	2	0.133	1.079	.341
ภายในกลุ่ม	48.760	397	0.123		
รวม	49.025	399			
ด้านนโยบายของสถานประกอบการ					
ระหว่างกลุ่ม	0.020	2	0.010	0.086	.918
ภายในกลุ่ม	46.680	397	0.118		
รวม	46.700	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	0.030	2	0.015	0.192	.825
ภายในกลุ่ม	30.749	397	0.077		
รวม	30.779	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 49

ตาราง 49 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	ระดับการศึกษา		
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.46	-	.081	.216*
ปริญญาตรี	4.54	-	-	.135
ปริญญาโท	4.67	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
จำแนกตามอาชีพ

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์					
ระหว่างกลุ่ม	8.317	3	2.772	18.040	.000*
ภายในกลุ่ม	60.858	396	0.154		
รวม	69.175	399			
ด้านราคา					
ระหว่างกลุ่ม	1.676	3	0.559	4.253	.006*
ภายในกลุ่ม	52.023	396	0.131		
รวม	53.699	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ระหว่างกลุ่ม	4.167	3	1.389	10.432	.000*
ภายในกลุ่ม	52.723	396	0.133		
รวม	56.890	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ระหว่างกลุ่ม	5.630	3	1.877	13.859	.000*
ภายในกลุ่ม	53.617	396	0.135		
รวม	59.246	399			
ด้านบุคคล					
ระหว่างกลุ่ม	5.627	3	1.876	16.550	.000*
ภายในกลุ่ม	44.879	396	0.113		
รวม	50.506	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	2.527	3	0.842	7.714	.000*
ภายในกลุ่ม	43.248	396	0.109		
รวม	45.775	399			
ด้านกระบวนการ					
ระหว่างกลุ่ม	5.403	3	1.801	13.802	.000*
ภายในกลุ่ม	51.670	396	0.130		
รวม	57.073	399			
ด้านภาพลักษณ์					
ระหว่างกลุ่ม	2.228	3	0.743	6.053	.000*
ภายในกลุ่ม	48.585	396	0.123		
รวม	50.813	399			

ตาราง 50 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	4.901	3	1.634	14.662	.000*
ภายในกลุ่ม	44.124	396	0.111		
รวม	49.025	399			
ค่านโยบายของสถานประกอบการ					
ระหว่างกลุ่ม	3.419	3	1.140	10.429	.000*
ภายในกลุ่ม	43.280	396	0.109		
รวม	46.700	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	3.617	3	1.206	17.576	.000*
ภายในกลุ่ม	27.162	396	0.069		
รวม	30.779	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านการรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว และค่านโยบายของสถานประกอบการ

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 51-61

ตาราง 51 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ส่วนประสมทางการตลาดภาพรวม					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.51	-	.071*	.116*	.234*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.44	-	-	.186*	.164*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.63	-	-	-	.350*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.28	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 52 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านผลิตภัณฑ์					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.46	-	.077	.216*	.301*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.39	-	-	.292*	.224*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.68	-	-	-	.516*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.16	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 53 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านราคา					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.41	-	.006	.092	.174*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.41	-	-	.098*	.168*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.51	-	-	-	.266*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.24	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านราคา จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 54 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.61	-	.176*	.012	.286*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.44	-	-	.189*	.109
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.63	-	-	-	.298*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.33	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 55 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.42	-	.005	.247*	.128
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.42	-	-	.242*	.133
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.66	-	-	-	.375*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.29	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 56 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านบุคคล					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.64	-	.156*	.069	.337*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.49	-	-	.225*	.181*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.71	-	-	-	.406*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.31	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านบุคคล จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 57 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.51	-	.128*	.036	.190*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.38	-	-	.164*	.062
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.54	-	-	-	.226*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.32	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 58 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านกระบวนการ					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.50	-	.125*	.125*	.252*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.38	-	-	.250*	.127
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.63	-	-	-	.377*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.25	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านกระบวนการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 59 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านภาพลักษณ์					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.52	-	.024	.123*	.148
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.50	-	-	.147*	.123
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.65	-	-	-	.271*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.38	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 59 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 60 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านการรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.47	-	.058	.238*	.149*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.52	-	-	.180*	.207*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.70	-	-	-	.387*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน	4.32	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านการรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 61 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	อาชีพ			
		พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา/ พ่อบ้าน/แม่บ้าน
ด้านนโยบายของสถานประกอบการ					
พนักงานบริษัทเอกชน	4.58	-	.077	.002	.377*
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	4.50	-	-	.076	.300*
ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.58	-	-	-	.375*
นักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	4.20	-	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 61 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านนโยบายของสถานประกอบการ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 62 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์					
ระหว่างกลุ่ม	6.712	2	3.356	21.329	.000*
ภายในกลุ่ม	62.463	397	0.157		
รวม	69.175	399			
ด้านราคา					
ระหว่างกลุ่ม	1.589	2	0.795	6.053	.003*
ภายในกลุ่ม	52.110	397	0.131		
รวม	53.699	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ระหว่างกลุ่ม	5.136	2	2.568	19.698	.000*
ภายในกลุ่ม	51.754	397	0.130		
รวม	56.890	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ระหว่างกลุ่ม	13.611	2	6.806	59.204	.000*
ภายในกลุ่ม	45.635	397	0.115		
รวม	59.246	399			
ด้านบุคคล					
ระหว่างกลุ่ม	5.984	2	2.992	26.677	.000*
ภายในกลุ่ม	44.523	397	0.112		
รวม	50.506	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
ระหว่างกลุ่ม	3.692	2	1.846	17.416	.000*
ภายในกลุ่ม	42.083	397	0.106		
รวม	45.775	399			
ด้านกระบวนการ					
ระหว่างกลุ่ม	6.252	2	3.126	24.422	.000*
ภายในกลุ่ม	50.820	397	0.128		
รวม	57.073	399			
ด้านภาพลักษณ์					
ระหว่างกลุ่ม	7.882	2	3.941	36.445	.000*
ภายในกลุ่ม	42.930	397	0.108		
รวม	50.813	399			

ตาราง 62 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านการรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว					
ระหว่างกลุ่ม	9.480	2	4.740	47.585	.000*
ภายในกลุ่ม	39.545	397	0.100		
รวม	49.025	399			
ค่านโยบายของสถานประกอบการ					
ระหว่างกลุ่ม	0.655	2	0.327	2.823	.061
ภายในกลุ่ม	46.045	397	0.116		
รวม	46.700	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	5.189	2	2.594	40.247	.000*
ภายในกลุ่ม	25.590	397	0.064		
รวม	30.779	399			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 62 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ และด้านการรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว

เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ได้ผลดังตาราง 63-72

ตาราง 63 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000–30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ส่วนประสมทางการตลาดภาพรวม				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.44	–	.165*	.093*
15,000–30,000 บาท	4.61	–	–	.258*
มากกว่า 30,000 บาท	4.35	–	–	–

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 63 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 64 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000–30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านผลิตภัณฑ์				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.38	–	.219*	.063
15,000–30,000 บาท	4.60	–	–	.282*
มากกว่า 30,000 บาท	4.32	–	–	–

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 64 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 65 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านราคา				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.42	-	.057	.091
15,000-30,000 บาท	4.48	-	-	.148*
มากกว่า 30,000 บาท	4.33	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 65 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 66 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.47	-	.167*	.089
15,000-30,000 บาท	4.64	-	-	.255*
มากกว่า 30,000 บาท	4.38	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 66 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 67 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านการส่งเสริมการตลาด				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.49	-	.141*	.291*
15,000-30,000 บาท	4.63	-	-	.432*
มากกว่า 30,000 บาท	4.20	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 67 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 68 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000–30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านบุคคล				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.49	–	.209*	.057
15,000–30,000 บาท	4.70	–	–	.265*
มากกว่า 30,000 บาท	4.43	–	–	–

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 68 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านบุคคล จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 69 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านลักษณะทางกายภาพ				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.37	-	.178*	.023
15,000-30,000 บาท	4.55	-	-	.201*
มากกว่า 30,000 บาท	4.35	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 69 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 70 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านกระบวนการ				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.38	-	.213*	.059
15,000-30,000 บาท	4.59	-	-	.271*
มากกว่า 30,000 บาท	4.32	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 70 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านกระบวนการ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 71 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านภาพลักษณ์				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.52	-	.136*	.192*
15,000-30,000 บาท	4.66	-	-	.328*
มากกว่า 30,000 บาท	4.33	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 71 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านภาพลักษณ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 72 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่

ตัวแปรที่ศึกษา	\bar{X}	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
		น้อยกว่า 15,000 บาท	15,000-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจขายแก่นักท่องเที่ยว				
น้อยกว่า 15,000 บาท	4.46	-	.225*	.122*
15,000-30,000 บาท	4.69	-	-	.347*
มากกว่า 30,000 บาท	4.34	-	-	-

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 72 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจขายแก่นักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท

กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 73 สรุปภาพรวมจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนประสมทางการตลาด	ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1. ด้านผลิตภัณฑ์	×	✓	×	×	✓	✓
2. ด้านราคา	×	✓	×	×	✓	✓
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	×	✓	×	✓	✓	✓
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	×	×	×	×	✓	✓
5. ด้านบุคคล	×	✓	×	×	✓	✓
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	×	✓	×	×	✓	✓
7. ด้านกระบวนการ	×	✓	✓	×	✓	✓
8. ด้านภาพลักษณ์	×	✓	×	×	✓	✓
9. ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว	×	×	✓	×	✓	✓
10. ด้านนโยบายของสถานประกอบการ	×	×	✓	×	✓	×
ภาพรวม	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	ไม่สัมพันธ์	สัมพันธ์	สัมพันธ์

หมายเหตุ: กำหนดให้เครื่องหมาย ✓ แทนข้อที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ เครื่องหมาย × แทนข้อที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง 73 แสดงผลสรุปของการทดสอบด้วยการทดสอบที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) พบว่า

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในทุกด้าน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งมีเครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure) โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม จำนวนรวมทั้งสิ้น 20 คน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ (G:Government) ได้แก่ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (G1) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (G2) นายอำเภอเมืองหัวหิน (G3) นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน (G4)

กลุ่มที่ 2 ตัวแทนจากหน่วยงานภาคเอกชน (B:Business) ได้แก่ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว หัวหิน-ชะอำ (B1) สมาคมโรงแรมหัวหิน-ชะอำ (B2) ผู้ประกอบการด้านสุขภาพและสปา (B3) ผู้ประกอบการด้านสุขภาพและสปา (B4) ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (B5) ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (B6) ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (B7) นักโภชนาการ (B8)

กลุ่มที่ 3 ตัวแทนจากผู้แทนชุมชน (P:People) ได้แก่ ผู้นำในชุมชนอำเภอหัวหิน (P1) ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (P2) ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (P3) ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (P4) ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (P5)

กลุ่มที่ 4 ตัวแทนจากภาควิชาการ (E:Education) ได้แก่ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (E1) อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (E2) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (E3)

ในการวิจัยเชิงคุณภาพมีคำถามการวิจัย 13 ข้อ ได้แก่

1. ท่านคิดว่าศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอย่างไร
2. ท่านคิดว่าในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมืองสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หรือไม่ อย่างไร
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่สำคัญในความคิดของท่านมีอะไรบ้าง
4. จุดแข็งทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในความคิดของท่านคืออะไร

5. จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในความคิดของท่านคืออะไร

6. โอกาสทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในความคิดของท่านคืออะไร

7. อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในความคิดของท่านคืออะไร

8. ท่านคิดว่าสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีเอกลักษณ์โดดเด่นอย่างไร และมีการดูแลรักษาให้คงอยู่ในสภาพดีหรือไม่ อย่างไร

9. ท่านคิดว่าการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอย่างไร

10. ท่านคิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร เพียงพอหรือไม่ เช่น ศาลา ที่นั่งพัก จุดชมวิว ป้ายแนะนำสถานที่ ป้ายสื่อความหมาย อินเทอร์เน็ต ห้องสุขา ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก ศูนย์รับแจ้งเหตุ ฯลฯ

11. ท่านคิดว่าการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีเพียงพอหรือไม่ เช่น ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว การชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ตู้ ATM โรงพยาบาล ฯลฯ

12. ท่านคิดว่าที่พักแรม (Accommodation) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร เพียงพอหรือไม่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮ้าส์ เป็นต้น และมีแนวโน้มจะปรับเปลี่ยนหรือไม่อย่างไร และมีหน่วยงานใดกำกับดูแล

13. ท่านคิดว่ากิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น กิจกรรมการต้อนรับประทับใจในรูปแบบพื้นถิ่น) ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม มีกิจกรรมอะไรบ้าง และท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี หรือการท่องเที่ยวในช่วงงานเทศกาลสำคัญในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

โดยมีวิธีสัมภาษณ์ ดังนี้

1. ใช้คำถาม 1 ชุด ถามผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม
2. คำถามสัมภาษณ์มี 3 ตอน

การสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ผู้แทนชุมชน และภาควิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถแยกออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การศึกษาศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ประเด็นที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's)

ผลจากการสัมภาษณ์ทั้ง 2 ประเด็น นำมาใช้ตอบคำถามการวิจัย ได้ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การศึกษาศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มาจากคำถามข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 7 เพื่อนำข้อมูลไปใช้ตอบคำถามของการวิจัยในข้อที่ 1

ประเด็นที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) มาจากคำถามข้อที่ 8 ถึงข้อที่ 13 เพื่อข้อมูลไปใช้ตอบคำถามของการวิจัยในข้อที่ 2

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (G1) รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (G2) นายอำเภอเมืองหัวหิน (G3) นายกเทศมนตรีเมืองหัวหิน (G4)

ประเด็นที่ 1 การศึกษาศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย

1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์พบว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จัดอยู่ในกลุ่มจังหวัดที่มีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ กีฬา และการท่องเที่ยวโดยชุมชน อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่พื้นที่เชื่อมโยงกันกับจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัด

ชุมพร โดยได้มีชื่อเสียงในเชิงการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลายาวนาน และได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้อำเภอหัวหินจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน และประเด็นสำคัญคือ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งใหม่ ด้วยการปรับภาพลักษณ์ของอำเภอหัวหินให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งใหม่ของไทย มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และต้องการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหินด้วยการใช้เอกลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของความเป็นไทย และเป็นสิ่งที่ควรอนุรักษ์ไว้ โดยอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้มีการอนุรักษ์และส่งเสริมความเป็นไทยมาอย่างต่อเนื่อง

“...อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จัดอยู่ในกลุ่มจังหวัดที่มีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ กีฬา และการท่องเที่ยว โดยชุมชน อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่พื้นที่เชื่อมโยงกันกับจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดชุมพร โดยได้มีชื่อเสียงในเชิงการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลายาวนาน และได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน...” (G1)

“สถานที่ที่พื้นที่เชื่อมโยงกันกับจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดชุมพร โดยได้มีชื่อเสียงในเชิงการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลายาวนาน และได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน...” (G2)

“อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งใหม่ ด้วยการปรับภาพลักษณ์ของอำเภอหัวหินให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งใหม่ของไทย มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

และต้องการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหินด้วยการใช้เอกลักษณ์ความเป็นไทย...” (G3)

“แหล่งท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยส่วนใหญ่จะยังคงรักษาและอนุรักษ์ความเป็นไทย เพื่อการสร้างความปลอดภัยให้แก่ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งทางด้านการจัดตกแต่งสถานที่ การแต่งกาย หรือการพูดจา ซึ่งถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์สำคัญของอำเภอหัวหินที่ได้มีการปฏิบัติกันยาวนานมาอย่างต่อเนื่อง...” (G4)

2. ความเหมาะสมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความเหมาะสมทั้งทางด้านพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว ในการจัดให้เป็นพื้นที่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยระยะทางในการเดินทางจากกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยสู่อำเภอหัวหินใช้เวลาในการเดินทางไม่ยาวมากนัก อีกทั้งยังมีพื้นที่ติดกับทะเลซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักท่องเที่ยว และมีธรรมชาติที่สวยงามผสมผสานกับความเป็นเมืองที่ไม่มีความวุ่นวาย นักท่องเที่ยวจึงนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสร้างความผ่อนคลาย ซึ่งที่ผ่านมาได้มีการจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ อย่างมากมายหลากหลายรูปแบบ และมีกิจกรรมการให้บริการเชิงสุขภาพเพิ่มมากขึ้น จากผู้ประกอบการหลากหลายสาขา จึงถือได้ว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความเหมาะสมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้แก่ประเทศไทย

“...อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความเหมาะสมทั้งทางด้านพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว ในการจัดให้เป็นพื้นที่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ...” (G1)

“...การเดินทางมาที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ถือว่าใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่ไกลมากนัก ซึ่งเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว...” (G2)

“...มีพื้นที่ติดกับทะเลซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักท่องเที่ยว และมีธรรมชาติที่สวยงามผสมผสานกับความเป็นเมืองที่ไม่มีความวุ่นวาย นักท่องเที่ยวจึงนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสร้างความผ่อนคลาย...” (G3)

“...ผ่านมาได้มีการจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ อย่างมากมายหลากหลายรูปแบบ และมีกิจกรรมการให้บริการเชิงสุขภาพเพิ่มมากขึ้น จากผู้ประกอบการหลากหลายสาขา...” (G4)

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การมีพื้นที่ที่ติดชายทะเลถือได้ว่าเป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญในการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความโดดเด่น สวยงาม และอุดมสมบูรณ์ รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในผู้ประกอบการอย่างหลากหลาย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพ และผู้ประกอบการด้านที่พักแรม ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสปาในโรงแรม การใช้ชานว่และการนวด การผ่าตัดเสริมความงาม อีกทั้งหน่วยงานของที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็ได้พยายามที่จะมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น และในกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง การเล่นกีฬาบริเวณริมชายหาด เป็นต้น นอกจากนี้ อำเภอหัวหิน ยังได้มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น พลับพลานีรณโไฟ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ปฏิมากรรมโผนกิ่งเพชร จุดชมวิวเขา ตะเกียบ เขาไกลาศ หาดสวนสนประดิพัทธ์ เกาะสิงโต หาดเขาเต่า ศาลพระพรหม เขาทินเหล็กไฟ น้ำตกป่าละอู อุทยานเขาสาร้อยยอด ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วโลก อีกทั้งยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในการมาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง

“...การมีพื้นที่ที่ติดชายทะเลถือได้ว่าเป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญในการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์...” (G1)

“...มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความโดดเด่น สวยงาม และอุดมสมบูรณ์ รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในผู้ประกอบการอย่างหลากหลาย ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อสุขภาพ และผู้ประกอบการด้านที่พักแรม ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสปาในโรงแรม การใช้ชานว่และการนวด การผ่าตัดเสริมความงาม...” (G2)

“...หน่วยงานของที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็ได้พยายามที่จะมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นและในกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง การเล่นกีฬาบริเวณริมชายหาด เป็นต้น...” (G3)

“...อำเภอหัวหิน ยังได้มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น พลับพลานีรณโไฟ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ปฏิมากรรมโผนกิ่งเพชร จุดชมวิวเขา ตะเกียบ เขาไกลาศ หาดสวนสนประดิพัทธ์ เกาะสิงโต หาดเขาเต่า ศาลพระพรหม เขาทินเหล็กไฟ น้ำตกป่าละอู อุทยานเขาสาร้อยยอด ซึ่งเป็น

สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วโลก อีกทั้งยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในการมาเยี่ยมชมอย่างต่อเนื่อง...” (G4)

4. จุดแข็งทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หากมีการพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เมืองหลวงสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย “หัวหิน” ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากมีรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งครอบคลุมรูปแบบทั้งหมดของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยอำเภอหัวหินนั้น ตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 185 กิโลเมตร อีกทั้งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเด็นความสำคัญของพื้นที่เมืองหัวหินถือได้ว่าอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์แห่งราชวงศ์จักรี แหล่งท่องเที่ยวตามแนวพระราชดำริ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย

“...หากมีการพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เมืองหลวงสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย...” (G1)

“...“หัวหิน” ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากมีรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ได้แก่ การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (natural based tourism) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (cultural based tourism) และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งครอบคลุมรูปแบบทั้งหมดของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน...” (G2)

“...อำเภอหัวหินนั้น ตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 185 กิโลเมตร อีกทั้งยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยว...” (G3)

“ในประเด็นความสำคัญของพื้นที่เมืองหัวหินถือได้ว่าอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทาง

ประวัติศาสตร์แห่งราชวงศ์จักรี แหล่งท่องเที่ยวตามแนวพระราชดำริ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามแนวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย...” (G4)

5. จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ประเด็นสำคัญในด้านจุดอ่อนของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้แก่ การจราจรติดขัด ปัญหาในเรื่องการบริหารงานของรัฐและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวดซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา ภาคเอกชนขาดความสามัคคีกัน ขาดการพัฒนาด้านบุคลากร ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว รายได้กระจุกตัวไม่เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน คนท้องถิ่นขาดการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน และข้อมูลที่เป็นช่องทางธุรกิจ ขาดการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารข้อมูลในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยเฉพาะการมุ่งเน้นการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและมีประโยชน์ที่หลากหลายจากการใช้สื่อดังกล่าว อีกทั้งการใช้สื่อดังกล่าวจะทำให้อำเภอหัวหินมีชื่อเสียงมากขึ้น นักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ของอำเภอหัวหินได้มากขึ้น และข้อมูลศักยภาพของชุมชนที่ขาดการพัฒนาและส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง ประชาชนขาดจิตสำนึกทำให้สังคมเสื่อมลง รวมทั้งการขาดการปลูกฝังจิตสำนึกให้เยาวชนรุ่นใหม่อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ยังพบว่า อำเภอหัวหินมีค่าครองชีพสูงโดยไม่จำเป็น ขาดการบูรณาการของหน่วยงานรัฐอย่างต่อเนื่อง และไม่มีกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนแน่นอน อีกทั้งยังมีการจัดสรรงบประมาณและใช้งบประมาณไม่เหมาะสม และเกิดการ “คอร์รัปชัน” ในระบบราชการ

“...อำเภอหัวหินมีจุดอ่อนต่าง ๆ มากมายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางด้านจราจรที่ติดขัดเนื่องจากมีความเป็นเมือง ปัญหาในเรื่องการบริหารงานของรัฐและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวดซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา ภาคเอกชนขาดความสามัคคีกัน ขาดการพัฒนาด้านบุคลากร ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว รายได้กระจุกตัวไม่เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน คนท้องถิ่นขาดการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน และข้อมูลที่เป็นช่องทางธุรกิจ...” (G1)

“...ทุกวันนี้คิดว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดขาดการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารข้อมูลในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยเฉพาะการมุ่งเน้นการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและมีประโยชน์ที่หลากหลายจากการใช้สื่อดังกล่าว อีกทั้งการใช้สื่อดังกล่าวจะทำให้อำเภอหัวหินมีชื่อเสียงมากขึ้น นักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ของอำเภอหัวหินได้มากขึ้น...” (G2)

“...นักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ของอำเภอหัวหินได้มากขึ้น และข้อมูลศักยภาพของชุมชนที่ขาดการพัฒนาและส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง ประชาชนขาดจิตสำนึกทำให้สังคมเสื่อมลง รวมทั้งการขาดการปลูกฝังจิตสำนึกให้เยาวชนรุ่นใหม่อย่างเป็นรูปธรรม...” (G3)

“...อำเภอหัวหินมีค่าครองชีพสูงโดยไม่จำเป็น ขาดการบูรณาการของหน่วยงานรัฐอย่างต่อเนื่อง และไม่มีการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนแน่นอน อีกทั้งยังมีการจัดสรรงบประมาณและใช้งบประมาณไม่เหมาะสม และเกิดการ “คอร์รัปชั่น” ในระบบราชการ...” (G4)

6. โอกาสทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เกิดขึ้นได้จากนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่ได้เล็งเห็นความสำคัญของพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหัวหินและพื้นที่เชื่อมโยงเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากอำเภอหัวหินมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนการพัฒนากการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย (The Royal Coast) ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อพัฒนากลุ่มจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับตลาดบนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใต้โครงการต่าง ๆ ซึ่งบางโครงการก็ได้ดำเนินการมาแล้วอย่างต่อเนื่องและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี อีกทั้งในอนาคตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทั้งทางอากาศ ทางน้ำ ทางบก และระบบรางของพื้นที่ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จากแผนการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมขนส่งของกระทรวงคมนาคม ซึ่งมีนโยบายที่จะสร้างเส้นทางคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงโครงข่ายการท่องเที่ยวจากพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันออกสู่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก และแผนการพัฒนาโครงข่ายการสัญจรรถไฟรางคู่ที่สามารถเชื่อมโยงการสัญจรของนักท่องเที่ยวจากภาคกลาง และกรุงเทพมหานครสู่แหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก ทั้ง 4 จังหวัด คือ เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง ได้ในเวลาที่รวดเร็วและประหยัด รวมไปถึงการพัฒนาท่าอากาศยานหัวหินให้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ซึ่งในปัจจุบันมีสายการบินเอกชนที่เริ่มเปิดให้บริการเที่ยวบินจากภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่ท่าอากาศยานหัวหินแล้ว ประกอบกับในปัจจุบันบริเวณอำเภอหัวหินยังเป็นที่ตั้งของท่าเรือเฟอร์รี่ขนส่งนักท่องเที่ยวเชื่อมโยงพื้นที่อำเภอหัวหินสู่อำเภอพญา

“...โอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เกิดขึ้นได้จากนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่ได้เล็งเห็นความสำคัญของพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหัวหินและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากอำเภอหัวหินมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอ่าวไทย (The Royal Coast) ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อพัฒนากลุ่มจังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับตลาดบนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ...” (G1)

“...การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใต้โครงการต่าง ๆ ซึ่งบางโครงการก็ได้ดำเนินการมาแล้วอย่างต่อเนื่องและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี...” (G2)

“...ในอนาคตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทั้งทางอากาศ ทางน้ำ ทางบก และระบบรางของพื้นที่ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จากแผนพัฒนาโครงข่ายคมนาคมขนส่งของกระทรวงคมนาคม ซึ่งมีนโยบายที่จะสร้างเส้นทางคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงโครงข่ายการท่องเที่ยวจากพื้นที่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันออกสู่ชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตะวันตก และแผนพัฒนาโครงข่ายการสัญจรรถไฟรางคู่ที่สามารถเชื่อมโยงการสัญจรของนักท่องเที่ยวจากภาคกลาง และกรุงเทพมหานครสู่แหล่งท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตกทั้ง 4 จังหวัด คือ เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง ได้ในเวลาที่รวดเร็วและประหยัด...” (G3)

“...การพัฒนาท่าอากาศยานหัวหินให้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ซึ่งในปัจจุบันมีสายการบินเอกชนที่เริ่มเปิดให้บริการเที่ยวบินจากภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่ท่าอากาศยานหัวหินแล้ว ประกอบกับในปัจจุบันบริเวณอำเภอหัวหินยังเป็นที่ตั้งของท่าเรือเฟอร์รี่ขนส่งนักท่องเที่ยวเชื่อมโยงพื้นที่อำเภอหัวหินสู่อำเภอพัทธยา...” (G4)

7. อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง แต่กลับมีอัตราการเติบโตและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่สูงมากนัก ทั้งนี้อาจเกิดจากการบริหารจัดการของเมืองหัวหินเองที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองหัวหินลดน้อยลงจากเดิมทั้งที่เป็นเมืองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ พัทธยา ชะอำ บางแสน และระยอง

ซึ่งมีปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุที่คล้ายกัน เช่น เรื่องโครงสร้างพื้นฐานและระบบ สาธารณูปโภค ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการจราจร ปัญหาจากการมีนักลงทุนที่ไม่ใช่ผู้คนในท้องถิ่นมาลงทุนประกอบกิจการต่าง ๆ ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ซึ่งคาดว่าสาเหตุสำคัญนั้นเกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญเฉพาะการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว อีกทั้งยังขาดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ และการรักษา สภาพแวดล้อมให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด ซึ่งถือได้ว่าเป็นแผนงานที่สำคัญที่หน่วยงาน ภาครัฐทุก ๆ ส่วนควรที่จะสร้างความร่วมมือด้วยกัน เพื่อขจัดปัญหาดังกล่าวและเพื่อการ พัฒนาอำเภอหัวหินให้มีศักยภาพต่อไป

“...อำเภอหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง แต่กลับมีอัตราการเติบโตและ จำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่สูงมากนัก ทั้งนี้อาจเกิดจากการบริหารจัดการของเมืองหัวหินเองที่ทำให้ นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองหัวหินลดน้อยลงจากเดิมทั้งที่เป็นเมืองที่มีศักยภาพทางการ ท่องเที่ยวมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ พัทยา ชะอำ บางแสน และระยอง...” (G1)

“...ทุกวันนี้ อำเภอหัวหิน ประสบปัญหาในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องโครงสร้าง พื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการจราจร ปัญหาจากการมีนักลงทุนที่ไม่ใช่ผู้คนในท้องถิ่นมาลงทุนประกอบกิจการ ต่าง ๆ ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว...” (G2)

“...การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญเฉพาะการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เพียงอย่างเดียวทำให้เกิดปัญหาในด้านต่าง ๆ ตามมา ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐานระบบ สาธารณูปโภค การพัฒนาของเมือง ประเด็นสิ่งแวดล้อม การจราจรที่ติดขัด การลงทุนของ ชาวต่าง ๆ...” (G3)

“...ตอนนี้ อำเภอหัวหิน ขาดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการเจริญเติบโต ทางด้านเศรษฐกิจ และการรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด ซึ่งถือได้ว่าเป็น แผนงานที่สำคัญที่หน่วยงานภาครัฐทุก ๆ ส่วนควรที่จะสร้างความร่วมมือด้วยกัน เพื่อขจัด ปัญหาดังกล่าวและเพื่อการพัฒนาอำเภอหัวหินให้มีศักยภาพต่อไป...” (G4)

ประเด็นที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่ เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) ประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบ มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีการจัดเทศกาลต่าง ๆ มีชายหาดที่สวยงาม มีการผสมผสานระหว่างความเก่าและความใหม่ เหมาะสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ การมีสถานที่ที่มีพระราชวังและมีตลาดที่หลากหลาย ซึ่งอำเภอหัวหินเป็นเมืองที่ใคร ๆ ก็รู้จัก และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่เหมาะสำหรับการพักผ่อน เป็นเมืองที่มีการผสมผสานระหว่างยุคใหม่และยุคเก่าอย่างลงตัว เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ไม่ไกลมากนัก จากกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญระดับชาติและระดับนานาชาติ เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหารที่หลากหลาย นอกจากนี้อำเภอหัวหินถือได้ว่าเป็นอำเภอที่ให้ความรู้สึกไม่วุ่นวาย สบาย เพลิดเพลิน และมีความอบอุ่น โดยการทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ที่มาเยือนจากประชาชนในท้องถิ่น ทั้งนี้การท่องเที่ยวสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นหัวหิน คือ เป็นเมืองเก่า ดิตทะเล ป้ายสถานีรถไฟที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว มีสถาปัตยกรรมย้อนยุค ชายหาดที่สวยงาม เป็นเมืองแห่งดนตรีแจ๊ส และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ทันสมัยทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาพักผ่อน

“...อำเภอหัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบ มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีการจัดเทศกาลต่าง ๆ มีชายหาดที่สวยงาม มีการผสมผสานระหว่างความเก่าและความใหม่ เหมาะสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว...” (G1)

“...สิ่งดึงดูดที่สำคัญคืออำเภอหัวหินเป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ การมีสถานที่ที่มีพระราชวังและมีตลาดที่หลากหลาย ซึ่งอำเภอหัวหินเป็นเมืองที่ใคร ๆ ก็รู้จัก และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่เหมาะสำหรับการพักผ่อน เป็นเมืองที่มีการผสมผสานระหว่างยุคใหม่และยุคเก่าอย่างลงตัว เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวได้ไม่ไกลมากนัก จากกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญระดับชาติและระดับนานาชาติ เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหารที่หลากหลาย...” (G2)

“...อำเภอหัวหินถือได้ว่าเป็นอำเภอที่ให้ความรู้สึกไม่วุ่นวาย สบาย เพลิดเพลิน และมีความอบอุ่น โดยการทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีต่อผู้ที่มาเยือนจากประชาชนในท้องถิ่น...” (G3)

“...การท่องเที่ยวสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นหัวหิน คือ เป็นเมืองเก่า ดิตทะเล ป้ายสถานีรถไฟที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว มีสถาปัตยกรรมย้อนยุค ชายหาดที่สวยงาม เป็นเมืองแห่งดนตรีแจ๊ส และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ทันสมัยทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาพักผ่อน...” (G4)

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินนั้น นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เนื่องจากทุกวันนี้อำเภอหัวหินได้รับการพัฒนาเมืองในแทบจะทุก ๆ ด้าน ถนนทุกเส้นทุกสายของแหล่งท่องเที่ยวได้รับความสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางในการเดินทางที่มีประสิทธิภาพ และด้วยทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ที่อยู่บริเวณรอบ ๆ ตัวเมืองอำเภอหัวหิน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ไม่ไกลมากนัก และมีการให้บริการด้วยรถสาธารณะในหลากหลายรูปแบบที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว

“...การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินนั้นนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เนื่องจากทุกวันนี้อำเภอหัวหินได้รับการพัฒนาเมืองในแทบจะทุก ๆ ด้าน ทุกวันนี้หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่ได้นิ่งดูตาย คิดและแก้ไขปัญหากันทุกวันและต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาอำเภอหัวหินให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดียิ่งขึ้น...” (G1)

“...ถนนทุกเส้นทุกสายของแหล่งท่องเที่ยวได้รับความสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางในการเดินทางที่มีประสิทธิภาพ โดยส่วนใหญ่ก็จะเป็นถนนที่ปูคอนกรีตเสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว ซึ่งรัฐได้ใช้งบประมาณของการดำเนินการในส่วนนี้มาอย่างต่อเนื่อง...” (G2)

“...ด้วยทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ที่อยู่บริเวณรอบ ๆ ตัวเมืองอำเภอหัวหิน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ไม่ไกลมากนัก...” (G3)

“...มีการให้บริการด้วยรถสาธารณะในหลากหลายรูปแบบที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก และรวดเร็ว...” (G4)

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน ไม่ว่าจะเป็น การจัดทำป้ายบอกทางในเส้นทาง การเดินทาง การจัดสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะอาด ปลอดภัย และเพียงพอต่อการ

ให้บริการของนักท่องเที่ยว มีการจัดหาเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ การจัดการร้านค้า ร้านอาหาร หรือรายขายของฝาก ตลอดจนการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา รวมถึงระบบการสื่อสารที่ดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นตัวแทนของสิ่งอำนวยความสะดวก

“...สถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน ไม่ว่าจะเป็น การจัดทำป้ายบอกทางในเส้นทาง การเดินทาง การจัดการสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะอาด ปลอดภัย และเพียงพอต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยว...” (G1, G2, G3)

“...หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก ได้มีการจัดหาเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ การจัดการร้านค้า ร้านอาหาร หรือรายขายของฝาก ตลอดจนการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา รวมถึงระบบการสื่อสารที่ดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นตัวแทนของสิ่งอำนวยความสะดวก...” (G4)

4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินได้เปิดศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบ One Stop Service ณ เมืองหัวหิน โดยให้บริการนักท่องเที่ยวผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งเน้นการลดขั้นตอนเพื่อความสะดวก รวดเร็ว และความโปร่งใส เพื่อรองรับ Thailand 4.0 ระบบดังกล่าวจะแสดงคิวการให้บริการพร้อมทั้งการประเมินระยะเวลาในการรอรับบริการ นักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบคิวตนเองผ่านสมาร์ทโฟนได้ตลอดเวลา ทำให้สามารถไปทำภารกิจอื่นได้ขณะที่รอคิว โดยเปิดให้บริการ 4 ประเภท ได้แก่ การขอยุ่ต่อในราชอาณาจักรระยะสั้น การขออนุญาตเพื่อกลับเข้ามาในราชอาณาจักร การรายงานตัวเกินกว่า 90 วัน และการรับแจ้งความต่างด้าวเข้าพักอาศัย จากเดิมที่ผู้ใช้บริการต้องเดินทางไปยื่นเรื่อง ณ ที่ทำงาน ซึ่งมีผู้ใช้บริการค่อนข้างหนาแน่น ซึ่งสาเหตุที่เกิดศูนย์ดังกล่าวเนื่องจากอำเภอหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญติดอันดับโลก และที่ผ่านมามีผู้ใช้บริการจำนวนมากซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจจากยุโรปและอเมริกา โดยศูนย์ดังกล่าวได้สร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีบริการเบ็ดเตล็ดที่เพียงพอ โดยได้เปิดศูนย์บริการภาครัฐแบบเบ็ดเตล็ดที่ห้างบลูพอร์ต หัวหิน เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในการติดต่อและรับบริการของภาครัฐแบบครบวงจร โดยได้รวบรวมส่วนราชการของจังหวัด 7 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนมารวมไว้ ณ จุดบริการเดียว ประกอบด้วย 1) สำนักงานขนส่ง 2) สำนักงานเทศบาลเมือง

หัวหน้า 3) สำนักงานแรงงาน 4) ที่ปกครองอำเภอหัวหน้า 5) สำนักงานสรรพากรพื้นที่ 6) ตรวจคนเข้าเมือง 7) ที่ทำการไปรษณีย์และบริการด้านการเงิน

“...อำเภอหัวหน้าได้เปิดศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบ One Stop Service ณ เมืองหัวหน้า โดยให้บริการนักท่องเที่ยวผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งเน้นการลดขั้นตอน เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และความโปร่งใส เพื่อรองรับ Thailand 4.0 ระบบดังกล่าวจะแสดงวิธีการให้บริการพร้อมทั้งการประเมินระยะเวลาในการรอรับบริการ นักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบคิวตนเองผ่านสมาร์ทโฟนได้ตลอดเวลา ทำให้สามารถไปทำภารกิจอื่นได้ขณะที่รอคิว โดยเปิดให้บริการ 4 ประเภท ได้แก่ การขอยุ่ต่อในราชอาณาจักรระยะสั้น การขออนุญาตเพื่อกลับเข้ามาในราชอาณาจักร การรายงานตัวเกินกว่า 90 วัน และการรับแจ้งความต่างด้าวเข้าพักอาศัย จากเดิมที่ผู้ใช้บริการต้องเดินทางไปยื่นเรื่อง ณ ที่ทำงาน ซึ่งมีผู้ใช้บริการค่อนข้างหนาแน่นซึ่งสาเหตุที่เกิดขึ้นดังกล่าวเนื่องจากอำเภอหัวหน้าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญติดอันดับโลก และที่ผ่านมาผู้ใช้บริการจำนวนมากซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจจากยุโรป และอเมริกาโดยศูนย์ดังกล่าวได้สร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก...” (G1, G2)

“...ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหน้า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีบริการเบ็ดเสร็จที่เพียงพอ โดยได้เปิดศูนย์บริการภาครัฐแบบเบ็ดเสร็จที่ท่าบรูพอร์ต หัวหน้า เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในการติดต่อและรับบริการของภาครัฐแบบครบวงจร โดยได้รวบรวมส่วนราชการของจังหวัด 7 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนมารวมไว้ ณ จุดบริการเดียว ประกอบด้วย 1) สำนักงานขนส่ง 2) สำนักงานเทศบาลเมืองหัวหน้า 3) สำนักงานแรงงาน 4) ที่ปกครองอำเภอหัวหน้า 5) สำนักงานสรรพากรพื้นที่ 6) ตรวจคนเข้าเมือง 7) ที่ทำการไปรษณีย์และบริการด้านการเงิน...” (G3)

5. ที่พักแรม (Accommodation) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหน้า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหน้ามีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มผู้ประกอบการในรูปแบบของเกสต์เฮาส์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ต่าง ๆ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งการให้บริการของโรงแรมเป็นการให้บริการที่สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์คู่กับหัวหน้ามานาน อีกทั้งยังเป็นโรงแรมที่มีประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่และเน้นทางด้านศิลปวัฒนธรรม อันเป็นที่รู้จักของต่างชาติอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นโรงแรมที่พักผ่อนตากอากาศเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมค่อนข้างสูง สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่เดินทางมา

พักผ่อน ต้องการความเงียบสงบ และเป็นส่วนตัวค่อนข้างมาก ซึ่งมีความแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวแห่งอื่นอย่างสิ้นเชิง

“...อำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มผู้ประกอบการในรูปแบบของเกสต์เฮาส์และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ต่าง ๆ สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว...” (G1)

“...การให้บริการของโรงแรมเป็นการให้บริการที่สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์คู่กับหัวหินมานาน อีกทั้งยังเป็นโรงแรมที่มีประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่และเน้นทางด้านศิลปวัฒนธรรมอันเป็นที่รู้จักของต่างชาติอย่างมาก...” (G2)

“...โรงแรมในหัวหินส่วนใหญ่เป็นที่พักผ่อนตากอากาศเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมค่อนข้างสูง สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อน ต้องการความเงียบสงบ และเป็นส่วนตัวค่อนข้างมาก ซึ่งมีความแตกต่างกับเมืองท่องเที่ยวแห่งอื่นอย่างสิ้นเชิง...” (G3, G4)

6. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งในเรื่องของการดูแลสุขภาพร่างกาย อาหาร และการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี เพื่อเป็นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver Age ที่เน้นความสุขที่คุ้มที่สุดคือการ Fulfill ชีวิต เน้นความคุ้มค่า แสวงหาความสุขหลังจากการทำงานหนัก และมีความรู้สึว่าการท่องเที่ยวคือการให้รางวัลกับชีวิต ซึ่งอำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพด้านการบริการเชิงสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสุขทางกายและทางใจหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวอย่างหาดทรายชายทะเลที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวพักผ่อนอย่างแท้จริง

“...อำเภอหัวหินมีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งในเรื่องของการดูแลสุขภาพร่างกาย อาหาร และการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี เพื่อเป็นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver Age ที่เน้นความสุขที่คุ้มที่สุดคือการ Fulfill ชีวิต เน้นความคุ้มค่า แสวงหาความสุขหลังจากการทำงานหนัก และมีความรู้สึว่าการท่องเที่ยวคือการให้รางวัลกับชีวิต...” (G2)

“...อำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพด้านการบริการเชิงสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสุขทางกายและทางใจหลากหลายรูปแบบ อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวอย่างหาดทรายชายทะเลที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวพักผ่อนอย่างแท้จริง...” (G4)

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ตัวแทนจากหน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว หัวหิน-ชะอำ (B1) สมาคมโรงแรมหัวหิน-ชะอำ (B2) ผู้ประกอบการด้านสุขภาพและสปา (B3) ผู้ประกอบการด้านสุขภาพและสปา (B4) ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (B5) ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (B6) ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (B7) นักโภชนาการ (B8)

ประเด็นที่ 1 การศึกษาศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย

1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินเป็นอำเภอหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทะเล น้ำตก ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น พลับพลานีรติไฟ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ประติมากรรมเฝือกเพชร จุดชมวิวเขาตะเกียบ เขาไกลาศ หาดสวนสนประดิพัทธ์ เกาะสิงโต หาดเขาเต่า ศาลพระพรหม เขาหินเหล็กไฟ น้ำตกป่าละอู อุทยานเขาสามร้อยยอด ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก อีกทั้งยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในการมาเยี่ยมชม นอกจากนี้อำเภอหัวหินยังเป็นเมืองท่องเที่ยว ดากอากาศที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติแห่งหนึ่งของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวพักผ่อนจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการลงทุนทั้งในภาครัฐและเอกชนในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม ธุรกิจโรงแรมที่พัก ร้านค้า ร้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง สปา บริษัทนำเที่ยว รวมถึงมีการมุ่งเน้นการส่งเสริมกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวที่มีจำนวนมากขึ้นและเพื่อรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอนาคต

“...อำเภอหัวหินเป็นอำเภอหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทะเล น้ำตก ป่าไม้...” (B1, B4)

“...อำเภอหัวหินได้มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น พลับพลานีรติไฟ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ประติมากรรมเฝือกเพชร จุดชมวิวเขาตะเกียบ เขาไกลาศ หาดสวนสนประดิพัทธ์ เกาะสิงโต

หาดเขาเต่าศาลพระพรหม เขาหินเหล็กไฟ น้ำตกป่าละอู อุทยานเขาสามร้อยยอด ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยุ่จักทั่วโลก...” (B2, B3, B8)

“...อำเภอหัวหินถือได้ว่าเป็นอำเภอหนึ่งที่ได้รับความสะดวกจากนักท่องเที่ยวในการมาเยี่ยมชม...” (B5)

“...อำเภอหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยว ดากอากาศที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติแห่งหนึ่งของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวพักผ่อนจำนวนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีการลงทุนทั้งในภาครัฐและเอกชนในด้านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคม ธุรกิจโรงแรมที่พัก ร้านค้า ร้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง สปา บริษัทนำเที่ยว รวมถึงมีการมุ่งเน้นการส่งเสริมกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวที่มีจำนวนมากขึ้นและเพื่อรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอนาคต...” (B6, B7)

2. ความเหมาะสมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมือง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เมืองหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่ดี มีความเป็นธรรมชาติปนกับบรรยากาศเมือง ทำให้บรรยากาศที่ได้ไม่เหมือนกับที่ไหน และถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของเมืองหัวหิน อีกทั้งการเพิ่มและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นมาอยู่เรื่อย ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยได้มาสัมผัส เมื่อกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งก็จะได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น ยังคงบรรยากาศของความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติและตัวเมือง ที่เข้ากันได้ดี เป็นการพัฒนาโดยที่ไม่ลบกลืนไอของความเป็นหัวหิน

“...เมืองหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่ดี มีความเป็นธรรมชาติปนกับบรรยากาศเมือง ทำให้บรรยากาศที่ได้ไม่เหมือนกับที่ไหน และถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของเมืองหัวหิน...” (B1, B5, B7)

“...การเพิ่มและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นมาอยู่เรื่อย ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยได้มาสัมผัส เมื่อกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งก็จะได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น ยังคงบรรยากาศของความเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติและตัวเมือง ที่เข้ากันได้ดี เป็นการพัฒนาโดยที่ไม่ลบกลืนไอของความเป็นหัวหิน...” (B8)

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบ เนื่องจากหัวหินเป็นเมืองที่ติดทะเล และอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ภูเขา น้ำตก พื้นที่ป่าอนุรักษ์ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกิดความสบายใจ รู้สึกสงบ อีกทั้งหัวหินยังเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่มไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวหรือคู่รัก หรือเดินทางมาเที่ยวคนเดียว นอกจากนี้ หัวหินยังมีชายหาดที่สวยงาม มีความสะอาด และมีชายหาดที่สวยงาม ทราชมี่มีความนุ่มละเอียด เป็นเมืองที่มีพระราชวัง และเป็นเมืองแห่งตลาดที่หลากหลายทั้งเป็นตลาดที่สร้างขึ้นหรือตลาดนัด ตลาดสินค้าทำมือ อีกทั้งหัวหินยังเป็นเมืองเก่าย้อนยุค เพราะเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงย้อนยุคและเป็นเมืองที่มีการสร้างภาพลักษณ์ให้ดูเป็นเมืองเก่า เช่น ตลาดน้ำ ป้ายสถานีรถไฟ พระราชวังมฤคทายวัน เป็นต้น

“...หัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบ เนื่องจากหัวหินเป็นเมืองที่ติดทะเล และอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ภูเขา น้ำตก พื้นที่ป่าอนุรักษ์ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกิดความสบายใจ รู้สึกสงบ...” (B1, B8)

“...หัวหินยังเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่มไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวหรือคู่รัก หรือเดินทางมาเที่ยวคนเดียว...” (B2, B4)

“..หัวหินยังมีชายหาดที่สวยงาม มีความสะอาด และมีชายหาดที่สวยงาม ทราชมี่มีความนุ่มละเอียด เป็นเมืองที่มีพระราชวัง และเป็นเมืองแห่งตลาดที่หลากหลายทั้งเป็นตลาดที่สร้างขึ้นหรือตลาดนัด ตลาดสินค้าทำมือ...” (B3, B6) “...หัวหินเป็นเมืองเก่าย้อนยุค เพราะเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงย้อนยุคและเป็นเมืองที่มีการสร้างภาพลักษณ์ให้ดูเป็นเมืองเก่า เช่น ตลาดน้ำ ป้ายสถานีรถไฟ พระราชวังมฤคทายวัน เป็นต้น...” (B7)

4. จุดแข็งทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หัวหินมีลักษณะความเป็นตัวตน คือ เป็นเมืองที่ใคร ๆ ก็รู้จัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่ เหมาะสำหรับการพักผ่อนหรือการฟื้นฟูจิตใจ เมืองที่มีการผสมผสานระหว่างยุคใหม่และยุคเก่าอย่างลงตัว ทำให้เกิดเป็นลักษณะความเป็นตัวตนที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น อีกทั้งยังเป็นเมืองที่เดินทางสะดวกจากกรุงเทพมหานคร

เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญ เช่น หัวหินมินิมาราธอน เทศกาลดนตรีแจ๊ส เทศกาลบอลลูนนานาชาติ และเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหารโดยเฉพาะอาหารทะเล

“...หัวหินมีลักษณะความเป็นตัวตน คือ เป็นเมืองที่ใคร ๆ ก็รู้จัก เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก๋ไก๋ เหมาะสำหรับการพักผ่อนหรือการฟื้นฟูจิตใจ เมืองที่มีการผสมผสานระหว่างยุคใหม่และยุคเก่าอย่างลงตัว ทำให้เกิดเป็นลักษณะความเป็นตัวตนที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น...” (B4)

“...หัวหินเป็นเมืองที่เดินทางสะดวกจากกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญ เช่น หัวหินมินิมาราธอน เทศกาลดนตรีแจ๊ส เทศกาลบอลลูนนานาชาติ และเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหารโดยเฉพาะอาหารทะเล...” (B7)

5. จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ขาดความชัดเจนในแผนการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง และผู้ประกอบการภาคเอกชนไม่ได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และขาดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานเพื่อทำให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด ซึ่งถือเป็นโอกาสในการสร้างความอยู่รอดหากประเทศต้องประสบกับภาวะวิกฤตต่าง ๆ เช่นที่ผ่านมาสถานการณ์ของการเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ทำให้ผู้ประกอบการบางรายไม่สามารถอยู่รอดได้ ดังนั้นการสร้างความร่วมมือระหว่างกันถือเป็นสิ่งสำคัญ

“...การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ขาดความชัดเจนในแผนการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง...” (B1)

“...ผู้ประกอบการภาคเอกชนไม่ได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ...” (B2)

“...ด้านประสานงานและความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานเพื่อทำให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด ซึ่งถือเป็นโอกาสในการสร้างความอยู่รอดหากประเทศต้องประสบกับภาวะวิกฤตต่าง ๆ เช่นที่ผ่านมาสถานการณ์ของการเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ทำให้ผู้ประกอบการบางรายไม่สามารถอยู่รอดได้ ดังนั้นการสร้างความร่วมมือระหว่างกันถือเป็นสิ่งสำคัญ...” (B4, B5)

6. โอกาสทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า โอกาสในการพัฒนาให้อำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเกิดขึ้นจากนโยบายของรัฐในการเลือกพื้นที่อำเภอหัวหินเป็นโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Wellness Sandbox โดยให้ผู้ที่ประสงค์จะเดินทางเข้าประเทศไทยสามารถลงทะเบียนผ่าน Thailand Pass เพื่อเดินทางเข้าประเทศผ่านระบบ Test & Go ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลประโยชน์จากการจัดกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ อีกทั้งความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีรวมทั้งสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ได้มีส่วนสำคัญที่ทำให้อำเภอหัวหินเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อการส่งเสริมสุขภาพให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูล และได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม

“...โอกาสในการพัฒนาให้อำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเกิดขึ้นจากนโยบายของรัฐในการเลือกพื้นที่อำเภอหัวหินเป็นโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Wellness Sandbox โดยให้ผู้ที่ประสงค์จะเดินทางเข้าประเทศไทยสามารถลงทะเบียนผ่าน Thailand Pass เพื่อเดินทางเข้าประเทศ ผ่านระบบ Test & Go ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ได้รับผลประโยชน์จากการจัดกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ...” (B1, B2)

“...ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีรวมทั้งสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ได้มีส่วนสำคัญที่ทำให้อำเภอหัวหินเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อการส่งเสริมสุขภาพให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูล และได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม...” (B3, B6)

7. อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจุบันนี้มีตัวเลือกอย่างมากมายในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นยุโรปหรือเอเชียล้วนแต่มีจุดสนใจในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการจะไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และที่สำคัญกว่านั้น คือ เศรษฐกิจท่องเที่ยวในแต่ละประเทศถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ

ทั้งสิ้น ทั้งในเรื่องเงินที่จะเข้าสู่ประเทศไทย และในด้านชื่อเสียงของประเทศ ดังนั้นสภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศถือได้ว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหิน ที่ผ่านมาสถานการณ์ทางการเมืองก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือด้านสภาพคล่องในช่วงที่ประเทศประสบกับสภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ทำให้ผู้ประกอบการต้องปิดกิจการไปหลายแห่ง

“...ปัจจุบันนี้มีตัวเลือกอย่างมากมายในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็ยุโรปหรือเอเชีย ล้วนแต่มีจุดสนใจในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการจะไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และที่สำคัญกว่านั้นคือ เศรษฐกิจท่องเที่ยวในแต่ละประเทศถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศทั้งสิ้น ทั้งในเรื่องเงินที่จะเข้าสู่ประเทศไทย และในด้านชื่อเสียงของประเทศ ดังนั้นสภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศถือได้ว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหิน...” (B1)

“...ผ่านมาสถานการณ์ทางการเมืองก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือด้านสภาพคล่องในช่วงที่ประเทศประสบกับสภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ทำให้ผู้ประกอบการต้องปิดกิจการไปหลายแห่ง...” (B4, B7)

ประเด็นที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) ประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหิน คือ การที่อำเภอหัวหินมีธรรมชาติที่ยังคงมีการเก็บรักษาและอนุรักษ์ไว้อยู่ อีกทั้งการขยายตัวทางการแพทย์ของหน่วยงานเอกชนที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพทั้งของชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้มีการจัดทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ซึ่งเป็นการให้บริการด้านสุขภาพที่ครบวงจร นอกจากนี้อำเภอหัวหินยังมีเอกลักษณ์ด้านอาหารที่โดดเด่น ซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่น โดยเฉพาะอาหารทะเลที่มีความสดใหม่และถูกต้องตามหลักโภชนาการ โดยมีผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวนมากที่เปิดให้บริการแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดได้ดี

“...สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหิน คือ การที่อำเภอหัวหินมีธรรมชาติที่ยังคงมีการเก็บรักษาและอนุรักษ์ไว้อยู่...” (B1)

“...การขยายตัวทางการแพทย์ของหน่วยงานเอกชนที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพทั้งของชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้มีการจัดทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ซึ่งเป็นการให้บริการด้านสุขภาพที่ครบวงจร...” (B4)

“...อำเภอหัวหินยังมีเอกลักษณ์ด้านอาหารที่โดดเด่น ซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะอาหารทะเลที่มีความสดใหม่และถูกต้องตามหลักโภชนาการ โดยมีผู้ประกอบการร้านอาหารจำนวนมากที่เปิดให้บริการแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดได้ดี...” (B8)

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก มีระบบคมนาคม และมีสถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะประเภทรถสาธารณะที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นรถโดยสารประจำทาง รถตุ๊ก รถไฟ หรือเครื่องบิน ซึ่งถือได้ว่า ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย นอกจากนี้ถนนทุกเส้นสายในอำเภอหัวหินจะมีการผ่านเข้าออกได้สะดวก สามารถเดินทางเชื่อมโยงกันได้ทั้งภายในตัวอำเภอและระหว่างอำเภอ หรือจังหวัดอื่นในบริเวณใกล้เคียง

“...แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก มีระบบคมนาคม และมีสถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะประเภทรถสาธารณะที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นรถโดยสารประจำทาง รถตุ๊ก รถไฟ หรือเครื่องบิน ซึ่งถือได้ว่า ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย...” (B1, B2)

“...ถนนทุกเส้นการเข้าถึงในอำเภอหัวหินจะมีการผ่านเข้าออกได้สะดวก สามารถเดินทางเชื่อมโยงกันได้ทั้งภายในตัวอำเภอและระหว่างอำเภอ หรือจังหวัดอื่นในบริเวณใกล้เคียง...” (B6)

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจโดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มาใช้บริการ เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมก็จะให้ความสำคัญกับการให้สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก การมีอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ครบทุกส่วน การให้บริการด้านอาหารเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการเสริมความงามก็จะเปิดให้บริการแบบครบวงจร นอกจากนี้ยังได้มีการให้บริการด้านการจัดจำหน่ายของฝากหรือของที่ระลึก ณ สถานที่ให้บริการของโรงแรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทำการเลือกซื้อสินค้าได้โดยง่าย สำหรับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตอำเภอหัวหิน ก็จะมีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไว้อย่างชัดเจน จึงทำให้เกิดความสะดวกแก่การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

“...การให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจโดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มาใช้บริการ เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมก็จะให้ความสำคัญกับการให้สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก การมีอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ครบทุกส่วน การให้บริการด้านอาหารเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว มีการให้บริการด้านการจัดจำหน่ายของฝากหรือของที่ระลึก ณ สถานที่ให้บริการของโรงแรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทำการเลือกซื้อสินค้าได้โดยง่าย...” (B3, B6, B7)

“...ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการเสริมความงามก็จะเปิดให้บริการแบบครบวงจร...” (B4)

4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีแหล่งการให้บริการที่ครบวงจรหลายแห่ง ทั้งตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และตั้งอยู่ในบริเวณตลาดซึ่งเป็นใจกลางเมืองของอำเภอหัวหิน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาใช้บริการได้โดยสะดวก อีกทั้งยังเป็นการให้บริการที่ครบวงจรเพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ในอำเภอหัวหินจะมีทั้งร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้าต่าง ๆ ทั้งร้านจำหน่ายของที่ระลึกและร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง รวมทั้งร้านจำหน่ายอาหาร ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

“...อำเภอหัวหินมีแหล่งการให้บริการที่ครบวงจรหลายแห่งทั้งตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และตั้งอยู่ในบริเวณตลาดซึ่งเป็นใจกลางเมืองของอำเภอหัวหิน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาใช้บริการได้โดยสะดวก...” (B1)

“...ผู้ประกอบการต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินได้กำหนดให้มีการให้บริการที่ครบวงจรเพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ในอำเภอหัวหินจะมีทั้งร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้าต่าง ๆ ทั้งร้านจำหน่ายของที่ระลึกและร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง รวมทั้งร้านจำหน่ายอาหารซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว...” (B3, B5, B7)

5. ที่พักแรม (Accommodation) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมเป็นจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการแต่ละแห่งจะมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันออกไป และให้ความสำคัญกับการกำหนด กลยุทธ์การให้บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะมีการให้บริการด้านการทำสปาไว้ที่โรงแรมหรือสถานที่พักเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางมาพัก โดยมีอัตราการให้บริการที่เหมาะสม นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางแห่งยังได้ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย จึงได้มีการออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการออกกำลังกายของนักท่องเที่ยว โดยเน้นความเป็นธรรมชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สูดอากาศบริสุทธิ์ในระหว่างการทำกิจกรรม รวมทั้งการมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพโดยการโภชนาการ ซึ่งได้มีการเปิดศูนย์รวมอาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย

“...อำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมเป็นจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการแต่ละแห่งจะมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันออกไป และให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ...” (B2)

“...โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะมีการให้บริการด้านการทำสปาไว้ที่โรงแรมหรือสถานที่พักเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางมาพัก โดยมีอัตราการให้บริการที่เหมาะสม...” (B3)

“...ผู้ประกอบการบางแห่งยังได้ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย จึงได้มีการออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการออกกำลังกายของนักท่องเที่ยว โดยเน้นความเป็นธรรมชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สูดอากาศบริสุทธิ์ในระหว่างการทำกิจกรรม...” (B4)

“...การมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพโดยการโภชนาการ ซึ่งได้มีการเปิดศูนย์รวมอาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย...” (B8)

6. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมายและแตกต่างกันออกไป ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การขี่ม้าในบริเวณชายหาด ซึ่งเป็นกิจกรรมสุดคลาสสิกที่ยังคงอยู่ในความทรงจำของใครหลาย ๆ คน และเป็นกิจกรรมที่สร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในกิจกรรมนี้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้จากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรม “หัวหินโยคะเฟสตีวัล 2023” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมเพื่อกระตุ้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้แก่เมืองหัวหินได้เป็นอย่างดี โดยกิจกรรมดังกล่าวได้รับความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างดี

“...อำเภอหัวหินมีกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมายและแตกต่างกันออกไป ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การขี่ม้าในบริเวณชายหาด ซึ่งเป็นกิจกรรมสุดคลาสสิกที่ยังคงอยู่ในความทรงจำของใครหลาย ๆ คน และเป็นกิจกรรมที่สร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในกิจกรรมนี้ได้เป็นอย่างดี...”

(B1)

“...จากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรม “หัวหินโยคะเฟสตีวัล 2023” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมเพื่อกระตุ้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้แก่เมืองหัวหินได้เป็นอย่างดี โดยกิจกรรมดังกล่าวได้รับความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างดี...” (B2)

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ตัวแทนจากผู้แทนชุมชน ได้แก่ ผู้นำในชุมชนอำเภอหัวหิน (P1) ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (P2) ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (P3) ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (P4) ประชาชนในชุมชนพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (P5)

ประเด็นที่ 1 การศึกษาดัชนีภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย

1. ดัชนีภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หัวหินเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่นับเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศริมทะเลที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นจุดหมายยอดนิยมอันดับต้น ๆ

สำหรับการท่องเที่ยวและพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ของคนกรุงเทพฯ มาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน เพราะนอกจากจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลากหลายรูปแบบแล้ว อำเภอหัวหินยังได้มีที่พัก รีสอร์ท และโรงแรมชั้นนำมากมาย มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย แล้วหัวหินก็อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางไป – กลับ ได้ภายในวันเดียว อีกทั้งยังสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีจึงถือได้ว่า อำเภอหัวหินมีศักยภาพที่ดีและเหมาะที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เปี่ยมเสน่ห์ที่สมบูรณ์อีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย

“...หัวหินเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่นับเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศริมทะเลที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นจุดหมายยอดนิยมอันดับต้น ๆ สำหรับการท่องเที่ยวและพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ของคนกรุงเทพฯ มาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน...” (P1)

“...หัวหินเป็นอำเภอที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางได้สะดวก อาจจะได้เดินทางไปเช้า เย็นกลับ ก็ได้...” (P2)

“...หัวหินเหมาะแก่การเป็นที่พักของคนกรุงเทพฯ ซึ่งสามารถเดินทางได้ไม่นาน เพราะกรุงเทพฯ หัวหิน ไม่ไกลมากนัก สามารถเดินทางไป กลับ ได้ภายในวันเดียว...” (P3)

“...นอกจากหัวหินจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลากหลายรูปแบบแล้ว อำเภอหัวหินยังได้มีที่พัก รีสอร์ท และโรงแรมชั้นนำมากมาย มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย...” (P4)

“...การท่องเที่ยวในหัวหิน สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปีจึงถือได้ว่า อำเภอหัวหินมีศักยภาพที่ดีและเหมาะที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เปี่ยมเสน่ห์ที่สมบูรณ์อีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย...” (P5)

2. ความเหมาะสมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมือง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หัวหินเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในฐานะสถานที่ตากอากาศที่สวยงาม และโด่งดังมากขึ้นเรื่อย ๆ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางมาพักผ่อนและตีกลอล์ฟ เนื่องจากมีสนามกอล์ฟ หัวหินรอยัลกอล์ฟ ซึ่งเป็นสนามกอล์ฟระดับมาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศไทย จึงเหมาะแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และความเหมาะสมอีกประเด็นหนึ่ง คือ การมีชายหาดที่ต่อเนื่องเป็นระยะยาวและมีความสวยงาม มีความสะอาด จึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การออกกำลังกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามเช้าที่นักท่องเที่ยวต้องการสูดอากาศบริสุทธิ์ของธรรมชาติ

“...หัวหินเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในฐานะสถานที่ตากอากาศที่สวยงาม และโด่งดังมากขึ้นเรื่อย ๆ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางมาพักผ่อนและตีกลอล์ฟ เนื่องจากมีสนาม

กอล์ฟ หัวหินรอยัลกอล์ฟ ซึ่งเป็นสนามกอล์ฟระดับมาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศไทย จึงเหมาะแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ...” (P3)

“...หัวหินมีชายหาดที่ต่อเนื่องเป็นระยะยาวและมีความสวยงาม มีความสะอาดจึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การออกกำลังกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามเช้าที่นักท่องเที่ยวต้องการสูดอากาศบริสุทธิ์ของธรรมชาติ...” (P5)

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศของพระมหากษัตริย์และเจ้านายในสังคมชั้นสูง มีพระราชวังไกลกังวลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญของชาติ ซึ่งมีอิทธิพลทางด้านความรู้สึกในด้านบวกต่อนักท่องเที่ยว อีกทั้งหัวหินยังเป็น High Class ที่แตกต่างจากเมืองตากอากาศชายทะเลอื่น ๆ ของประเทศไทย มีชายหาดที่สวยงามเป็นแนวยาวตลอด 15 กม. และมีทรายที่ขาวละเอียดเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากชายหาดของเมืองท่องเที่ยวทางทะเลอื่น ๆ มีระยะทางไกลกับกรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวกทำให้นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครซึ่งมีกำลังซื้อสูงสามารถเดินทางมาพักผ่อนตากอากาศได้โดยสะดวกสบาย นอกจากนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการได้มีการให้บริการระดับมาตรฐาน เช่น โรงแรมที่พักทุกระดับ และสนามกอล์ฟที่พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จึงถือได้ว่าอำเภอหัวหินมีทรัพยากรทางธรรมชาติและทางทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมที่เหมาะแก่การดูแลสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้อำเภอหัวหินยังมีระบบการท่องเที่ยวพื้นฐานที่เข้มแข็ง โดยมีความเป็นส่วนตัว มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการพักผ่อน ไม่เร่งรีบ เรียบสงบ ภูมิประเทศมีความเหมาะสม มีอุณหภูมิซึ่งเป็นอากาศที่ไม่ร้อนและไม่หนาวจนเกินไป จึงไม่ทำลายสุขภาพของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

“...อำเภอหัวหินเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศของพระมหากษัตริย์และเจ้านายในสังคมชั้นสูง มีพระราชวังไกลกังวลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญของชาติ ซึ่งมีอิทธิพลทางด้านความรู้สึกในด้านบวกต่อนักท่องเที่ยว...” (P1)

“...หัวหินยังเป็น High Class ที่แตกต่างจากเมืองตากอากาศชายทะเลอื่น ๆ ของประเทศไทย มีชายหาดที่สวยงามเป็นแนวยาวตลอด 15 กม. และมีทรายที่ขาวละเอียดเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากชายหาดของเมืองท่องเที่ยวทางทะเลอื่น ๆ...” (P2)

“...หัวหินมีระยะทางใกล้กับกรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวกทำให้นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครซึ่งมีกำลังซื้อสูงสามารถเดินทางมาพักผ่อนตากอากาศได้โดยสะดวกสบาย...” (P3)

“...ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการได้มีการให้บริการระดับมาตรฐาน เช่น โรงแรมที่พักทุกระดับ และสนามกอล์ฟที่พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จึงถือได้ว่าอำเภอหัวหินมีทรัพยากรทางธรรมชาติและทางทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมที่เอื้อต่อการดูแลสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว...” (P4)

“...หัวหินมีการท่องเที่ยวพื้นฐานที่เข้มแข็ง โดยมีความเป็นส่วนตัว มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการพักผ่อน ไม่เร่งรีบ เงียบสงบ ภูมิประเทศมีความเหมาะสม มีอุณหภูมิ ซึ่งเป็นอากาศที่ไม่ร้อนและไม่หนาวจนเกินไปจึงไม่ทำลายสุขภาพของนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน...” (P5)

4. จุดแข็งทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดแข็งที่สำคัญคือ เมืองหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เรียกว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะหัวหินยังมีสภาพเป็นเมืองชายหาดซึ่งยังไม่ทรุดโทรมและผังเมืองไม่เสีย เมื่อเทียบกับพัทยาที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร และอำเภอหัวหินอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร จึงเดินทางได้สะดวก อีกทั้งยังเป็นอำเภอที่มีแต่ความปลอดภัยไม่มีโจรหรือขโมย เพราะมีการมอบหมายให้มีตำรวจหมู่บ้านเพื่อออกตรวจพร้อมตำรวจจริง มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการแจ้งกับหัวหน้าชุมชนทุกชุมชน สถานศึกษา นักธุรกิจ เพื่อให้เข้าประชุมร่วมกันและมีการมอบหมายงานให้แต่ละหน่วยงาน ชุมชน ไปดำเนินการ ซึ่งเป็นการสร้างความร่วมมือที่ดี นอกจากนี้ยังได้มีการจัดโครงการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทำให้ชุมชนมีอาชีพและนำผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสินค้าที่มีอยู่ในชุมชนโดยไม่ทำลายธรรมชาติ

“...หัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เรียกว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะหัวหินยังมีสภาพเป็นเมืองชายหาดซึ่งยังไม่ทรุดโทรมและผังเมืองไม่เสีย เมื่อเทียบกับพัทยาที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร และอำเภอหัวหินอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครจึงเดินทางได้สะดวก...” (P1, P2)

“...แหล่งท่องเที่ยวหัวหินไม่ค่อยมีขโมย หรือฆ่ากันตายเพราะในหมู่บ้านมีตำรวจหมู่บ้านอยู่ประมาณ 4 – 5 คน เค้ายะออกตรวจพร้อมทั้งตำรวจจริง เมื่อสมัยก่อนมีการขโมยของ และไล่ตีกันในเมืองนี้แหละ แต่พอมาตอนหลังเค้ามียาตำรวจหมู่บ้านออกตรวจประจำ ก็เลยไม่มีขโมยแล้ว...” (P3)

“...ช่วงเทศบาลมีงานก็จะแจ่งกับหัวหน้าชุมชนทุกชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานศึกษา นักธุรกิจ ฯลฯ เพื่อให้เข้าประชุมร่วมกัน และก็แจกงานให้แต่ละหน่วยงานและชุมชนไปทำ อย่างที่ผ่านมามีวันสงกรานต์ก็ให้เจ้าหน้าที่ของชุมชนไปนั่งให้บริการตามจุดบริการต่าง ๆ ที่เทศบาลจัดให้ เพื่อได้ทำงานร่วมช่วยเหลือกันดี และมีการจัดอบรมเหมือนกันให้ทำโครงการงานต่าง ๆ ไปเสนอกับเทศบาลว่าเราจะทำอะไรกันบ้างแล้วส่งให้เทศบาลเค้าดูอย่างรวดเร็ว ๆ นี้ก็จะจัดอบรมเรื่องการทำอาหารซึ่งทาง กศน. เค้าจะมาสอนเพื่อเป็นอาชีพ ทำให้ประชาชนในชุมชนมีอาชีพเสริมและนำผลิตภัณฑ์ที่ได้มาขายแก่นักท่องเที่ยว เพราะใช้ของที่มีอยู่ในชุมชนไม่ทำลายธรรมชาติด้วย...” (P4, P5)

5. จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ถนนในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินเริ่มมีการจราจรที่หนาแน่น และบางพื้นที่ไม่สามารถขยายได้ ทำให้ไม่มีพื้นที่ที่เพียงพอต่อการจอดรถของนักท่องเที่ยวสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวในบางแห่ง สำหรับพื้นที่เพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนไม่มีการปรับปรุงดูแลรักษาความสะอาด และไม่มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ร่มรื่น อีกทั้งยังไม่มีจุดให้บริการความรู้เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของแต่ละสถานที่ที่ชัดเจน

“...ถนนของเทศบาลเมืองหัวหินมีการจราจรที่แน่นหนามาก และบางพื้นที่ไม่สามารถขยายได้ จึงอยากให้เทศบาลมีการจัดระเบียบของการจอดรถ และพื้นที่ขายของของประชาชน เช่น เขาหินเหล็กไฟ สถานีรถไฟ น้ำตกป่าละอู ชายหาด ไม่มีการปรับปรุงดูแลรักษาความสะอาด และไม่มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ร่มรื่น ...” (P2, P4)

“...ไม่มีจุดให้บริการความรู้เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของแต่ละสถานที่ที่ชัดเจน ...” (P3)

6. โอกาสทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติสงบร่มรื่นอยู่แล้ว จึงเป็นโอกาสที่ดีในการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มเติม

ซึ่งในประเด็นนี้รัฐบาลได้ให้ความสำคัญมากกับอำเภอหัวหิน จึงได้จัดทำโครงการนำร่องต่าง ๆ มากมายที่อำเภอหัวหิน โดยได้รับความร่วมมือและได้รับความสนใจจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย ซึ่งรัฐบาลได้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการดังกล่าว ทำให้อำเภอหัวหินมีโอกาสด้านการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งในระดับชาติและในระดับนานาชาติ

“...ภาครัฐบาลได้เลือกพื้นที่อำเภอหัวหินเป็นโครงการนำร่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงถือเป็นโอกาสที่ดีในการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพราะหัวหินเป็นพื้นที่ที่มีความเป็นธรรมชาติ สงบร่มรื่น รัฐบาลจึงเลือกอำเภอนี้...” (P1)

“...ภาครัฐบาลให้งบประมาณมาในพื้นที่อำเภอหัวหินเพื่อจัดทำโครงการนำร่องต่าง ๆ มากมาย โดยได้รับความร่วมมือและได้รับความสนใจจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย ซึ่งรัฐบาลได้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการดังกล่าว ทำให้อำเภอหัวหินมีโอกาสด้านการพัฒนาและส่งเสริมให้เป็นอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งในระดับชาติและในระดับนานาชาติ...” (P3, P5)

7. อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจุบันภาวะการณ์การแข่งขันทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรมบริการ ผู้ประกอบธุรกิจบางรายต้องเลิกจ้างลูกจ้างเดิมที่จ้างอยู่ และลูกจ้างเหล่านั้นก็ได้เดินทางกลับภูมิลำเนาเดิมของตนเอง ทำให้ตอนนี้อาจจะหาลูกจ้างได้ยากมาก นอกจากนี้การบริหารงบประมาณของบางหน่วยงานไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ของอำเภอหัวหิน ซึ่งเกิดจากการไม่อนุมัติงบประมาณของหน่วยงานในขณะที่รัฐบาลได้สนับสนุนงบประมาณดังกล่าวมาแล้ว จึงขาดความเป็นเอกเทศในการบริหารจัดการ และขาดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานระดับชุมชนในการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่สินค้าของชุมชน อีกทั้งยังขาดการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้เป็นที่รู้จัก เช่น การนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปเป็นของที่ระลึกกับหน่วยงานอื่น ๆ เมื่อมีการจัดงานประชุม อบรม หรือสัมมนา เป็นต้น

“...ปัจจุบันภาวะการณ์การแข่งขันทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรมบริการ

ผู้ประกอบการธุรกิจบางรายต้องเลิกจ้างลูกจ้างเดิมที่จ้างอยู่ และลูกจ้างเหล่านั้นก็ได้เดินทางกลับภูมิลำเนาเดิมของตนเอง ทำให้ตอนนี้อาจจะหาลูกจ้างได้ยากมาก...” (P1)

“...โครงการที่นำเสนอต่อเทศบาลนั้นยังขาดการสนับสนุนด้านงบประมาณบางครั้ง ให้งานกับชุมชนแต่ไม่ส่งเสริมหรือไม่มีงบประมาณมาให้...” (P2)

“...การส่งเสริมขอตัวสินค้า คือ พัด ที่ทำเองกับมือไม่มีการส่งเสริมจากเทศบาล พอไปคุยกับเค้าก็แค่ให้เสนอเฉย ๆ ไม่มีงบประมาณมาช่วยเหลือ อยากให้เทศบาลนำผลิตภัณฑ์ของชุมชนไปเป็นของที่ระลึกให้กับหน่วยงานที่เค้ามาอบรม ประชุม สัมมนา และก็เขียนชื่อไปเลยว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของหัวหิน เพื่อคนที่ได้รับเค้าจะได้พูดกันปากต่อปากว่าเป็นของดีหัวหิน แต่ก็ไม่เห็นเค้าจะทำเลย...” (P5)

ประเด็นที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) ประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน คือ การมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับมาเป็นเวลานาน มีการสร้างหรือออกแบบสถานที่พักผ่อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม เช่น โรงแรมโซฟิเทล เซ็นทรัล หัวหิน ซึ่งเดิมชื่อ “ไฮเต็ลหัวหิน” สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 โดยการรถไฟหลวง รูปแบบสถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียล เป็นอาคารครึ่งตึกครึ่งไม้ หลังคามุงกระเบื้องว่าวสีแดง ก่อสร้างอย่างหรูหราไม่แพ้โรงแรมชั้นหนึ่งในเมืองกรุงเทพมหานคร สิ่งของเครื่องใช้บางอย่างส่งตรงมาจากยุโรป ประทับตราการรถไฟอย่างเลิศหรู และลักษณะพิเศษอีกอย่างหนึ่งของโรงแรมนี้คือการประยุกต์สถาปัตยกรรมแบบตะวันตกให้เข้ากับภูมิอากาศของไทย นอกจากนี้ หัวหินถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ที่คนทุกเพศ ทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่างชื่นชอบหัวหิน เนื่องจากเที่ยวพร้อมไปทุกอย่าง ทั้งชายหาด อย่งหาดหัวหิน หาดเขาตะเกียบ ตลาดน้ำ ตลาดกลางคืน จุดชมวิว ศาสนสถาน แหล่งช้อปปิ้ง สวนน้ำ ร้านอาหารเครื่องดื่มที่มีสไตล์น่าสนใจ อีกทั้งมีกิจกรรมสนุก ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกทำตามต้องการอีกสารพัดอย่าง จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวที่หัวหินได้ตลอดปี

“...หัวหินเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมในอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย มีสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน คือ การมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับมาเป็นเวลานาน มีการสร้างหรือออกแบบสถานที่พักผ่อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม...” (P1)

“..สิ่งดึงดูดที่น่าสนใจ ก็ขอยกตัวอย่าง โรงแรมโซฟิเทล เซ็นทรัล หัวหิน ซึ่งเดิมชื่อ “ไฮเต็ลหัวหิน” สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 โดยการรถไฟหลวง รูปแบบสถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียล เป็นอาคารครึ่งตึกครึ่งไม้ หลังคามุงกระเบื้องว่าวสีแดง ก่อสร้างอย่างหรูหราไม่แพ้โรงแรมชั้นหนึ่งในเมืองกรุงเทพมหานคร สิ่งของเครื่องใช้บางอย่างส่งตรงมาจากยุโรป ประทับใจตราการรถไฟอย่างงเลิศหรู และลักษณะพิเศษอีกอย่างหนึ่งของโรงแรมนี้คือการประยุกต์สถาปัตยกรรมแบบตะวันตกให้เข้ากับภูมิอากาศของไทย...” (P3)

“...หัวหินถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ที่คนทุกเพศทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่างชื่นชอบหัวหิน เนื่องจากเที่ยวพร้อมไปทุกอย่างทั้งชายหาด อย่างหาดหัวหิน หาดเขาตะเกียบ ตลาดน้ำ ตลาดกลางคืน จุดชมวิว ศาสนสถาน แหล่งช้อปปิ้ง สวนน้ำ ร้านอาหารเครื่องดื่มที่มีสไตล์น่าสนใจ...” (P4)

“...อำเภอหัวหินถือได้ว่าเป็นอำเภอที่มีกิจกรรมสนุก ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกทำตามต้องการอีกสารพัดอย่าง จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวหัวหินได้ตลอดปี...” (P5)

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหิน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย เพราะสถานที่พักแรมบางแห่งก็ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมในเชิงสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คนในชุมชนก็เริ่มให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อจะได้เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพราะหากประชาชนมีความรู้และมีความเข้าใจที่ดีต่อการดูแลสุขภาพก็จะสามารถนำความรู้ความเข้าใจดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพได้ โดยอาจจะนำมาใช้เพื่อการคิดวิเคราะห์หรือออกแบบกระบวนการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ง่ายขึ้น

“...การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหินนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย เพราะสถานที่พักแรมบางแห่งก็ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมในเชิงสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก...” (P1)

“...คนในชุมชนก็เริ่มให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อจะได้เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะหากประชาชนมีความรู้และมีความ

เข้าใจที่ดีต่อการดูแลสุขภาพก็จะสามารถนำความรู้ความเข้าใจดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพได้...” (P3)

“...ตอนนี้คนบางคนในชุมชนได้มีการคิด วิเคราะห์ ออกแบบกระบวนการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ง่ายขึ้น...” (P5)

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หาดหัวหินอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของตัวเมือง มีทางลงหาดซึ่งสองข้างทางลงหาดมีโรงแรมและรีสอร์ทจำนวนมากให้เลือกใช้บริการ มีร้านอาหารริมหาด ร้านค้า ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ป้ายสื่อความหมาย มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย แต่จะมีเฉพาะบางจุดของหาด จุดไหนที่ใกล้โรงแรม จะมีเจ้าหน้าที่ของโรงแรมดูแลความปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีการคมนาคมที่สะดวกสบายในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหินแห่งนี้ ทำให้หาดหัวหิน เป็นสถานที่สำหรับการพักผ่อนอย่างแท้จริง

“...หัวหินจะมีทางเดินลงหาด ซึ่งสองข้างทางของทางลงหาดจะมีโรงแรมและรีสอร์ทจำนวนมากให้เลือกใช้บริการ มีร้านอาหารริมหาด ร้านค้า ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ป้ายสื่อความหมาย มัคคุเทศก์ท้องถิ่น...” (P2)

“...บริเวณชายหาดจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย แต่จะมีเฉพาะบางจุดของหาด จุดไหนที่ใกล้โรงแรม จะมีเจ้าหน้าที่ของโรงแรมดูแลความปลอดภัย...” (P3)

“...หัวหินถือได้ว่าการคมนาคมที่สะดวกสบายในปัจจุบันทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวที่อำเภอหัวหินแห่งนี้ ทำให้หาดหัวหิน เป็นสถานที่สำหรับการพักผ่อนอย่างแท้จริง...” (P5)

4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีหน่วยงานที่ให้บริการครบวงจรแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวในการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และมีความโปร่งใสในการให้บริการ ซึ่งเป็นการให้บริการที่

ครบวงจรในสถานที่แห่งเดียว นักท่องเที่ยวและประชาชนไม่ต้องเดินทางให้เสียเวลาในการไปติดต่อสถานที่แต่ละแห่ง จุดนี้นับว่าเป็นจุดเด่นและเป็นความแตกต่างของอำเภอหัวหินกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย สำหรับที่พักแรมก็มีการเปิดให้บริการด้านต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจสปาที่เกิดขึ้นในโรงแรมและรีสอร์ทต่าง ๆ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการ อีกทั้งยังมีการกำหนดรูปแบบการชำระเงินของการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ทันสมัย ด้วยการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ซึ่งเป็นระบบการชำระเงินที่เกิดขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน หากสถานที่ให้บริการนักท่องเที่ยวแห่งใดไม่มีก็อาจจะถูกปฏิเสธการให้บริการจากนักท่องเที่ยวได้ ดังนั้นผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการให้บริการแต่ละแห่งต้องมีการปรับตัว เพื่อตอบสนองต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อให้การให้บริการดังกล่าวเกิดการยอมรับมากยิ่งขึ้น

“...อำเภอหัวหินมีหน่วยงานที่ให้บริการครบวงจรแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก...” (P1)

“...เมื่อไม่นานมานี้ อำเภอหัวหินได้มี One Stop Service เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและประชาชน ซึ่งเป็นการให้บริการที่ครบวงจรในสถานที่แห่งเดียว นักท่องเที่ยวและประชาชนไม่ต้องเดินทางให้เสียเวลาในการไปติดต่อสถานที่แต่ละแห่ง จุดนี้นับว่าเป็นจุดเด่นและเป็นความแตกต่างของอำเภอหัวหินกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย...” (P2)

“...ที่พักแรมก็มีการเปิดให้บริการด้านต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจสปาที่เกิดขึ้นในโรงแรมและรีสอร์ทต่าง ๆ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการ อีกทั้งยังมีการกำหนดรูปแบบการชำระเงินของการให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ทันสมัย ด้วยการชำระเงินผ่านระบบ QR Code ซึ่งเป็นระบบการชำระเงินที่เกิดขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน หากสถานที่ให้บริการนักท่องเที่ยวแห่งใดไม่มีก็อาจจะถูกปฏิเสธการให้บริการจากนักท่องเที่ยวได้...” (P3)

“...เดี๋ยวนี้ไปที่ไหนถ้าไม่มีให้ยิง QR Code ก็อาจจะถูกปฏิเสธการให้บริการได้ ดังนั้นผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการให้บริการแต่ละแห่งต้องมีการปรับตัว เพื่อตอบสนองต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อให้การให้บริการดังกล่าวเกิดการยอมรับมากยิ่งขึ้น...” (P5)

5. ที่พักแรม (Accommodation) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจุบันที่พักแรมในอำเภอหัวหินได้ให้ความสำคัญกับสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยได้มีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการด้านสุขภาพที่หลากหลาย เช่น การพัฒนาโรงแรมเพื่อตอบสนองนโยบายด้านสุขภาพ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปพักจะทำให้รู้สึกเหมือนได้อยู่กับโลกส่วนตัวที่สงบเงียบ มีความสวยงามมาก ๆ มีห้องอาหารที่มีแต่อาหารสุขภาพเท่านั้น มีโปรแกรมการทำดีท็อก cleaning diet และโปรแกรมการออกกำลังกายนานาชนิด เช่น โยคะ แอโรบิคว่ายน้ำ ชกมวย อีกทั้งยังมีโปรแกรมนวดไทย นวดสวีดิชต่าง ๆ และมีห้องอบเซาวนาและสตีมน้ำแร่ที่ใหม่ปะปนกัน โดยกิจกรรมต่าง ๆ จะมุ่งเน้นเรื่องของสุขภาพเป็นหลัก นอกจากนั้นโรงแรมบางโรงแรมยังมีความพร้อมในการให้บริการเพื่อการผ่อนคลายแบบลักซ์วรี รวมไปถึงโปรแกรมเพื่อสุขภาพที่ผู้ที่มาพักที่โรงแรมจะได้รับสิทธิพิเศษสำหรับเข้าใช้บริการต่าง ๆ และคลาสออกกำลังกายแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายและแบบไม่จำกัดจำนวนครั้ง

“...ถ้าที่เห็น ๆ กันอยู่ก็คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในตอนนี้ต่างก็ให้ความสำคัญกับสุขภาพเพิ่มมากขึ้น มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มากมายให้แก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และได้ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ...” (P1)

“...ตอนนี้โรงแรมบางโรงแรมได้ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ ได้มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย เช่น การพัฒนาโรงแรมเพื่อตอบสนองนโยบายด้านสุขภาพ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปพักจะทำให้รู้สึกเหมือนได้อยู่กับโลกส่วนตัวที่สงบเงียบ มีความสวยงามมาก ๆ มีห้องอาหารที่มีแต่อาหารสุขภาพเท่านั้น มีโปรแกรมการทำดีท็อก cleaning diet และโปรแกรมการออกกำลังกายนานาชนิด เช่น โยคะ แอโรบิคว่ายน้ำ ชกมวย อีกทั้งยังมีโปรแกรมนวดไทย นวดสวีดิชต่าง ๆ และมีห้องอบเซาวนาและสตีมน้ำแร่ที่ใหม่ปะปนกัน โดยกิจกรรมต่าง ๆ จะมุ่งเน้นเรื่องของสุขภาพเป็นหลัก...” (P3, P4)

“...โรงแรมบางโรงแรมยังมีความพร้อมในการให้บริการเพื่อการผ่อนคลายแบบลักซ์วรี รวมไปถึงโปรแกรมเพื่อสุขภาพที่ผู้ที่มาพักที่โรงแรมจะได้รับสิทธิพิเศษสำหรับเข้าใช้บริการต่าง ๆ และคลาสออกกำลังกายแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายและแบบไม่จำกัดจำนวนครั้ง...” (P5)

6. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งการเล่าเรื่องด้วยภาพ และนำเสนอคลิปวิดีโอ เพื่อให้ประชาชนหายคิดถึง ตลอดจนแนะนำแหล่งท่องเที่ยว

ที่ไม่ควรพลาดซึ่งมีอยู่หลายแห่ง เช่น ชายหาดหัวหิน ที่ขึ้นชื่อในความงดงาม สถานีรถไฟหัวหิน ซึ่งถือว่าเป็นสถานีรถไฟที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย มีพลับพลาจตุรมุขที่สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นเอกลักษณ์ของสถานีรถไฟแห่งนี้ ตลาดโต้รุ่งหัวหิน ที่เป็นแหล่งรวมของอาหาร สินค้าที่ระลึก/ของฝาก สำหรับคนที่มีโอกาสค้างคืน พลาดไม่ได้ต้องมาใช้เวลายามค่ำคืนชิมช้อปปิ้ง ใช้อาหารการกินแถวนี้ อุทยานราชภักดี สัญลักษณ์ของเมืองที่สร้างขึ้นด้วยความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ไทย และออกไปจากตัวหัวหินก็จะมีตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี อยู่บริเวณตลาดเก่าปราณบุรี ที่ชาวบ้านยังรักษาความเป็นตลาดเก่าแก่มากกว่า 200 ปีไว้ได้ โดยมีร่องรอยของความเป็นแหล่งชุมชนการค้าขายที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาก

“...หัวหินมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากมาย และเป็นที่ยุ่จักของนักท่องเที่ยว ซึ่งภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ได้มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มาถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปเพื่อให้ประชาชนได้หายคิดถึงอำเภอหัวหิน หลังจากในช่วง COVID-19 ไม่ได้มาเที่ยวเลย...” (P1)

“กิจกรรมการท่องเที่ยวของหัวหินนับว่ามีกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะ ชายหาดหัวหิน ที่ขึ้นชื่อในความงดงาม สถานีรถไฟหัวหิน ซึ่งถือว่าเป็นสถานีรถไฟที่สวยงามที่สุดในประเทศไทย มีพลับพลาจตุรมุขที่สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นเอกลักษณ์ของสถานีรถไฟแห่งนี้...” (P2)

“...เมื่อพูดถึงการมาเที่ยวหัวหิน คนมักจะคิดถึงตลาดกลางคืนที่เรียกว่า หัวหินไนท์ ไคร์ ๆ ก็อยากมาเที่ยว ซึ่งตลาดโต้รุ่งหัวหินแห่งนี้เป็นแหล่งรวมของอาหาร สินค้าที่ระลึก/ของฝาก สำหรับคนที่มีโอกาสค้างคืน พลาดไม่ได้ต้องมาใช้เวลายามค่ำคืนชิม ช้อป ใช้อาหารการกินแถวนี้...” (P3)

“...เพื่อการอนุรักษ์ความเป็นประวัติศาสตร์โบราณ อำเภอหัวหินได้มีการสร้าง อุทยานราชภักดี ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเมืองที่สร้างขึ้นด้วยความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ไทย โดยได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหัวหินเป็นจำนวนมาก และนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านอำเภอหัวหินเพื่อไปอำเภอปราณบุรี หรืออำเภอหรือจังหวัดอื่น ๆ ถัดไป ก็ต่างแวะชมเพื่อถ่ายรูปกันเป็นจำนวนมาก...” (P4)

“...นอกจากแหล่งกิจกรรมในหัวหินแล้ว ห่างออกไปจากตัวหัวหินก็จะมีตลาดเก่าปราณบุรี 200 ปี อยู่บริเวณตลาดเก่าปราณบุรี ที่ชาวบ้านยังรักษาความเป็นตลาดเก่าแก่มากกว่า 200 ปีไว้ได้ โดยมีร่องรอยของความเป็นแหล่งชุมชน การค้าขายที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาก...” (P5)

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 4 ตัวแทนจากภาควิชาการ จำนวน 3 คน ได้แก่ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (E1) อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (E2) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (E3)

ประเด็นที่ 1 การศึกษาศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประกอบด้วย

1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินโดยส่วนใหญ่ จะได้รับการเข้าร่วมฟังการบรรยายเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกันมาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงถือได้ว่า อำเภอหัวหินมีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนาศักยภาพของอำเภอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะในพื้นที่ฐานของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวมีความรู้และมีความเข้าใจในรูปแบบและวิธีการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดีอยู่แล้ว

“...ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินโดยส่วนใหญ่ จะได้รับการเข้าร่วมฟังการบรรยายเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกันมาอย่างต่อเนื่อง...” (E1)

“...หน่วยงานต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินได้มีการประชุมเพื่อหารือเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอยู่เสมอ ทำให้อำเภอหัวหินมีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนาศักยภาพของอำเภอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ...” (E2)

“...การจัดประชุมและการฝึกอบรมมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความรู้และมีความเข้าใจในรูปแบบและวิธีการเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดีอยู่แล้ว...” (E3)

2. ความเหมาะสมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมือง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ด้วยสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้งของอำเภอหัวหินที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และความมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน ทำให้อำเภอหัวหินมีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาให้ตอบสนอง

ต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และผ่อนคลายจากการทำงาน จึงสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเสาะแสวงหา กิจกรรมที่ช่วยสร้างความผ่อนคลายและเพื่อการพักผ่อนที่แท้จริง ดังนั้น อำเภอหัวหิน จึงถือได้ว่าเป็นอำเภอที่มีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาและปรับปรุงให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียง

“...ด้วยสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้งของอำเภอหัวหินที่อยู่ไม่ไกลจาก กรุงเทพมหานคร และควมามีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน ทำให้อำเภอหัวหินมีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน...” (E1)

“...ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และผ่อนคลายจากการทำงาน จึงสนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเสาะแสวงหา กิจกรรมที่ช่วยสร้างความผ่อนคลายและเพื่อการพักผ่อนที่แท้จริง...” (E2)

“...อำเภอหัวหิน ถือได้ว่าเป็นอำเภอที่มีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาและปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียง...” (E3)

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหิน อยู่ห่างออกไปไม่ถึง 180 กม. จากกรุงเทพมหานคร และเป็นเมืองตากอากาศที่มีเสน่ห์ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของอ่าวไทย ติดชายหาด

เชื่อมต่อโดยตรงกับกรุงเทพฯ ผ่านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมสะดวก ช่วยให้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะหรือโดยรถแท็กซี่ในเวลาอันน้อยกว่าสาม ชั่วโมง ซึ่งช่วยประหยัดทั้งการเดินทางไกลไปยังจุดหมายปลายทางที่ห่างไกลมากขึ้นและ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงรวมอยู่ในการใช้รถแท็กซี่ภายในประเทศ อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งในและรอบ ๆ หัวหิน ชายหาดที่สวยงามซึ่งอยู่ในระยะที่สามารถเดินทางไปถึง การเดินทางไปยังเกาะใกล้เคียงแสนสะดวกและอื่น ๆ อีกมากมาย ทั้งหมดนี้จะทำให้ผู้ที่สนใจ มาเที่ยวหัวหินได้สัมผัสกลิ่นอายความเป็นไทยในเจดีย์ทั้งหมดโดยไม่ประนีประนอมและไม่ สูญเสียอะไรเลย สำหรับผู้ที่มาที่หัวหินสามารถสัมผัสภูมิประเทศที่หลากหลายซึ่งครอบคลุม หลายสิบกิโลเมตรของอำเภอที่เมืองนี้ตั้งอยู่ ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ริมมหาสมุทรที่มีทิวเขาแยกไทย และพม่าอยู่ด้านหลัง (หรือทางตะวันตก) ทำให้เกิดภูมิทัศน์ที่หลากหลายซึ่งสามารถเพลิดเพลิน

ได้ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะชายหาดขนาดใหญ่ของเมืองซึ่งมีรีสอร์ทหรือหลายระดับกระจายอยู่กระจายอยู่กระจายอยู่ เนื่องจากรีสอร์ทแต่ละแห่งมีความรับผิดชอบในส่วนของผู้ประกอบการที่ติดกัน พื้นที่ใกล้กับรีสอร์ท

ที่มีชื่อเสียงกว่าจะมีเงื่อนไขที่ดีกว่า เช่น การดูแลความสะดวกเป็นพิเศษและโครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นชายหาดที่ค่อนข้างพลุกพล่าน เนื่องจากเป็นหาดที่อยู่ตรงกลางและอาจเข้าถึงได้มากที่สุด และอีกหนึ่งในประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวทุกคนต้องเลือกในประเทศไทยคือประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ไม่มีใครเทียบได้ ยิ่งไปกว่านั้น ยังเป็นโอกาสที่จะได้สัมผัสกับบรรยากาศในท้องถิ่นมากขึ้น ได้รู้จักคนในท้องถิ่นอย่างใกล้ชิดและเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศไทยที่แท้จริง หัวหินเป็นเมืองตากอากาศไม่มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตามตลาดกลางคืนเป็นแหล่งช้อปปิ้งที่พลุกพล่าน และแน่นอนว่า The Venezia ที่มอบประสบการณ์การช้อปปิ้งและความบันเทิงที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวกับบริบทของไทย

“...อำเภอหัวหิน อยู่ห่างออกไปไม่ถึง 180 กม. จากกรุงเทพฯ เมืองหลวงและเป็นเมืองตากอากาศที่มีเสน่ห์ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของอ่าวไทย ติดชายหาด เชื่อมต่อโดยตรงกับกรุงเทพฯ ผ่านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมสะดวก ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะหรือโดยรถแท็กซี่ในเวลาน้อยกว่าสามชั่วโมง ซึ่งช่วยประหยัดทั้งการเดินทางไกลไปยังจุดหมายปลายทางที่ห่างไกลมากขึ้นและค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงรวมอยู่ในการใช้บนเที่ยวบินภายในประเทศ...” (E1)

“...มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งในและรอบ ๆ หัวหิน ชายหาดที่สวยงาม ซึ่งอยู่ในระยะที่สามารถเดินถึง การเดินทางไปยังเกาะใกล้เคียงแสนสะดวกและอื่น ๆ อีกมากมายทั้งหมดนี้จะทำให้ผู้ที่สนใจมาเที่ยวหัวหินได้สัมผัสกลิ่นอายความเป็นไทยในเจดีย์ทั้งหมดโดยไม่ประณีประนอมและไม่สูญเสียอะไรเลย สำหรับผู้ที่มาที่หัวหินสามารถสัมผัสภูมิประเทศที่หลากหลายซึ่งครอบคลุมหลายสิบกิโลเมตรของอำเภอที่เมืองนี้ตั้งอยู่ ตำแหน่งที่ตั้งอยู่ริมมหาสมุทรที่มีทิวเขาแยกไทยและพม่าอยู่ด้านหลัง (หรือทางตะวันตก) ทำให้เกิดภูมิทัศน์ที่หลากหลายซึ่งสามารถเพลิดเพลินได้ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะชายหาดขนาดใหญ่ของเมืองซึ่งมีรีสอร์ทหรือหลายระดับกระจายอยู่กระจายอยู่ เนื่องจากรีสอร์ทแต่ละแห่งมีความรับผิดชอบในส่วนของผู้ประกอบการที่ติดกัน พื้นที่ใกล้กับรีสอร์ทที่มีชื่อเสียงกว่าจะมีเงื่อนไขที่ดีกว่า เช่น การดูแลความสะดวกเป็นพิเศษและโครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นชายหาดที่ค่อนข้างพลุกพล่าน เนื่องจากเป็นหาดที่อยู่ตรงกลางและอาจเข้าถึงได้มากที่สุด...” (E2)

“...หนึ่งในประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวทุกคนต้องเลือกในประเทศไทยคือ ประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ไม่มีใครเทียบได้ ยิ่งไปกว่านั้น ยังเป็นโอกาสที่จะได้สัมผัสกับ บรรยากาศในท้องถิ่นมากขึ้น ได้รู้จักคนในท้องถิ่นอย่างใกล้ชิดและเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศไทยที่ แท้จริง หัวหินเป็นเมืองตากอากาศไม่มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตาม ตลาด กลางคืนเป็นแหล่งช้อปปิ้งที่พลุกพล่าน และแน่นอนว่า The Venezia ที่มอบประสบการณ์การช้อ บปิ้งและความบันเทิงที่ผสมผสานกันอย่างลงตัวกับบริบทของไทย...” (E3)

3. จุดแข็งทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย มีเทศกาลประจำปี ที่โดดเด่น เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival) งาน แข่งขันเรือใบ หัวหินรีกัตตา เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ เทศกาลการแข่งขันเรือยาว มีความ พร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญ กับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน และเป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

“...อำเภอหัวหินมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อ เส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีแหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติที่หลากหลาย...” (E1)

“...ที่หัวหินถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมี ชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ หลากหลาย มีเทศกาลประจำปีที่โดดเด่น เช่น เทศกาลดนตรีแจ๊สระดับนานาชาติ (Hua Hin International Jazz Festival) งานแข่งขันเรือใบหัวหิน รีกัตตา เทศกาลกอล์ฟหัวหินชะอำ เทศกาลการแข่งขันเรือยาว...” (E2)

“...อำเภอหัวหินถือได้ว่ามีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน และเป็นเมืองเป้าหมาย ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ...” (E3)

4. จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรม และมีการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม อีกทั้งยังมีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอหัวหิน

“...อำเภอหัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรม และมีการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม...” (E1, E3)

“...ปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอหัวหิน...” (E2)

5. โอกาสทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจุบันภาครัฐได้มีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน และได้ให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมืองหัวหินให้มีความทันสมัยด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้มากขึ้น นอกจากนี้ยังได้มีโอกาสจากการขยายตลาดการค้าและการลงทุนของแผนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศ รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าของประเทศไทยที่มีต่อภูมิภาคต่าง ๆ อันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในอำเภอหัวหินและในเขตพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย

“...ปัจจุบันภาครัฐได้มีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน และได้ให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมืองหัวหินให้มีความทันสมัยด้านการท่องเที่ยว...” (E1)

“...แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้มากขึ้น...” (E2)

“...มีโอกาสจากการขยายตลาดการค้าและการลงทุนของแผนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศ รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าของประเทศไทยที่มี

ต่อภูมิภาคต่าง ๆ อันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในอำเภอหัวหินและในเขตพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทย...” (E3)

6. อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อุปสรรคที่สำคัญน่าจะอยู่ที่ประเด็นของการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจและพนักงานผู้ให้บริการ ในการจัดรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องและเหมาะสม ซึ่งเป็นการให้บริการที่ให้ผลได้จริงต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้มีประเด็นของการขาดการส่งเสริมของหน่วยงานการท่องเที่ยวในด้านการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งประเด็นของการจัดสรรงบประมาณที่จะต้องมีความยุติธรรมและวัดผลการดำเนินงานได้ยิ่ง และประเด็นของการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน ซึ่งควรจะต้องมุ่งเน้นให้มีการทบทวนแผนยุทธศาสตร์เป็นประจำอย่างต่อเนื่องในทุกปี ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวมที่เหมาะสมต่อไป

“...อุปสรรคที่สำคัญน่าจะอยู่ที่ประเด็นของการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจและพนักงานผู้ให้บริการ ในการจัดรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องและเหมาะสม ซึ่งเป็นการให้บริการที่ให้ผลได้จริงต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น...”

(E1)

“...ประเด็นของการขาดการส่งเสริมของหน่วยงานการท่องเที่ยวในด้านการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งประเด็นของการจัดสรรงบประมาณที่จะต้องมีความยุติธรรมและวัดผลการดำเนินงานได้ยิ่ง...” (E2)

“...ประเด็นที่สำคัญที่ถือเป็นอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหิน ได้แก่ ประเด็นของการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน ซึ่งควรจะต้องมุ่งเน้นให้มีการทบทวนแผนยุทธศาสตร์เป็นประจำอย่างต่อเนื่องในทุกปี ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวมที่เหมาะสมต่อไป...” (E3)

ประเด็นที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) ประกอบด้วย

1. สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการดูแลสุขภาพ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีกิจกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน แต่ต้องมีการพัฒนา ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อมิให้เกิดความซ้ำซากจำเจ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเกิดความเบื่อหน่ายได้

“...หัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ และพร้อมที่ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ การสร้างขึ้นมาใหม่ หรือการพัฒนาให้มีกิจกรรมเสริมเพื่อการดูแลสุขภาพ...” (E1)

“...อำเภอหัวหินถือได้ว่ามีสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพมากมายทั้งในแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ได้มีการสร้างกิจกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน...” (E2)

“...สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมีอยู่แล้วมากมาย แต่อย่างไรก็ตาม การพัฒนา ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องกระทำ ทั้งนี้ เพื่อมิให้เกิดความซ้ำซากจำเจ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเกิดความเบื่อหน่ายได้...” (E3)

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินนั้น นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินกระจายกันออกไป และมีรูปแบบของกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว สำหรับทางด้านการคมนาคมถือได้ว่าเป็นความสะดวกเป็นอย่างยิ่งในการให้ความช่วยเหลือหรือการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือการมาเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อการส่งเสริมสุขภาพของอำเภอหัวหิน นอกจากนี้ยังได้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ

ซึ่งอาจจะยังไม่แพร่หลายมากนักแต่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหินได้อีกช่องทางหนึ่ง

“...ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินนั้น นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องจากมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินกระจายกันออกไป และมีรูปแบบของกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว...” (E1)

“...การคมนาคมถือว่ามีความสะดวกเป็นอย่างยิ่งในการให้ความช่วยเหลือหรือการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือการมาเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพของอำเภอหัวหิน...” (E2)

“...มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งอาจจะยังไม่แพร่หลายมากนักแต่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหินได้อีกช่องทางหนึ่ง...” (E3)

3. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อำเภอหัวหินมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย ทั้งการมีห้างสรรพสินค้าในการจัดจำหน่ายสินค้า การมีตลาดเพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น การมีร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารหลากหลายประเภท และหลากหลายรูปแบบเพื่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การมีที่พักที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว การมีระบบสาธารณสุขที่เพียงพอ และการมีหน่วยงานให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เพียงพอ อีกทั้งปัจจุบันเมืองหัวหินกำลังพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่องทั้งด้านระบบสาธารณสุข ปลอดภัย และความปลอดภัย มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนน การติดตั้ง CCTV ทั่วทั้งเมือง การสร้างหัวหินเป็นเมือง Internet ไร้สาย เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ความปลอดภัย แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มาเยือน นอกจากนี้เมืองหัวหินได้มีตราสินค้าต่าง ๆ มาลงทุนมากมาย นับเป็นการสร้างความเชื่อมั่นว่าหัวหินจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันทั้งห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาเก็ต โรงแรมดังระดับ 5 ดาว สถานศึกษาที่มีชื่อเสียงและ โรงพยาบาลชั้นนำระดับประเทศ

“...หัวหินถือได้ว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ตลาด ร้านอาหาร ที่พัก ระบบสาธารณสุข และการมีหน่วยงานให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เพียงพอ...” (E1)

“...ปัจจุบันเมืองหัวหินกำลังพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่องทั้งด้านระบบสาธารณูปโภค ระบบขนส่ง และความปลอดภัย มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนน การติดตั้ง CCTV ทั่วทั้งเมือง การสร้างหัวหินเป็นเมือง Internet ไร้สาย เพื่อเพิ่มความสะดวกรบาย ความปลอดภัย แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มาเยือน...” (E2)

“...เมืองหัวหินได้มีตราสินค้าต่าง ๆ มาลงทุนมากมาย นับเป็นการสร้างความเชื่อมั่นว่าหัวหินจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ทั้งห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต โรงแรมดังระดับ 5 ดาว สถานศึกษาที่มีชื่อเสียงและ โรงพยาบาลชั้นนำระดับประเทศ...” (E3)

4. การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หัวหิน เรียกได้ว่า เป็นเมืองพักตากอากาศอย่างแท้จริง ที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย และไม่ได้มีดีแค่ทะเลสวย อย่างเดียว แต่ปัจจุบัน หัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ผู้คนน่ารัก อาหารอร่อย สามารถมาท่องเที่ยว พักผ่อน ได้ตลอดทั้งปี ไม่ว่าจะซีซั่นไหน หัวหิน ก็ยังมีสีสัน และสร้างความประทับใจ ให้ผู้มาเยือนได้เสมอ นอกจากนี้ หัวหินยังได้มีร้านค้าสะดวกซื้อ โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ หน่วยงานของรัฐและนโยบายของภาครัฐ ยังได้ให้ความสำคัญกับการให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ด้วยการจัดให้มี One Stop Service ที่เปิดให้บริการจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการให้ความช่วยเหลือและให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว และเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

“...หัวหิน เรียกได้ว่า เป็นเมืองพักตากอากาศอย่างแท้จริง ที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย และไม่ได้มีดีแค่ทะเลสวยอย่างเดียว แต่ปัจจุบัน หัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ผู้คนน่ารัก อาหารอร่อย สามารถมาท่องเที่ยว พักผ่อน ได้ตลอดทั้งปี ไม่ว่าจะซีซั่นไหน หัวหิน ก็ยังมีสีสัน และสร้างความประทับใจให้ผู้มาเยือนได้เสมอ...” (E1)

“...หัวหินยังได้มีร้านค้าสะดวกซื้อ โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญแก่นักท่องเที่ยว...” (E2)

“...หน่วยงานของรัฐและนโยบายของภาครัฐ ยังได้ให้ความสำคัญกับการให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ด้วยการจัดให้มี One Stop Service ที่เปิดให้บริการจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการให้ความช่วยเหลือและให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่

ซึ่งถือได้ว่าเป็นการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จในจุดเดียว และเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี...” (E3)

5. ที่พักแรม (Accommodation) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ปัจจุบันที่พักแรมในอำเภอหัวหินถือได้ว่ามีบริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการศึกษาวิจัยในหลาย ๆ งานวิจัยได้ค้นพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสถานที่พักแรมในอำเภอหัวหินในระดับที่ดี สำหรับแนวโน้มการปรับเปลี่ยนของที่พักแรมคาดว่าจะมีอัตราการปรับเปลี่ยนในจำนวนที่น้อยมาก เนื่องจากปัจจุบันอำเภอหัวหินมีผู้ให้บริการด้านที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมากอยู่แล้ว และมีการเปิดให้บริการมาให้ระยะเวลายาวนาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ และการปรับปรุงสถานที่ในการให้บริการมากกว่าการเปิดสาขาใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสร้างความแปลกใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว สำหรับการกำกับดูแลผู้ประกอบการธุรกิจด้านที่พักแรมของอำเภอหัวหินนั้นมีหน่วยงานที่ให้ความรับผิดชอบดูแลอยู่แล้วซึ่งได้แก่ เทศบาลอำเภอหัวหิน ซึ่งเป็นหน่วยงานท้องถิ่นพื้นฐานที่ให้การกำกับดูแล การพัฒนาและส่งเสริมกิจการให้มีความเจริญรุ่งเรืองมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ที่พักแรม ในประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีความแตกต่างกันออกไป ทำให้ราคาและการบริการต่างต่างกัน เช่น สระว่ายน้ำ ซาวน่า บิสซิเนสเซ็นเตอร์ และอื่น ๆ โดยจะเห็นได้ว่าโรงแรมหรือที่พักในอำเภอหัวหิน มีหลายระดับ และมีราคาแตกต่างกันออกไป แบ่งตามสถานที่ตั้งหรือสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเข้าใช้บริการได้ความพอใจ

“...ปัจจุบันที่พักแรมในอำเภอหัวหินถือได้ว่ามีบริการแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการศึกษาวิจัยในหลาย ๆ งานวิจัยได้ค้นพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสถานที่พักแรมในอำเภอหัวหินในระดับที่ดี...” (E1)

“...แนวโน้มการปรับเปลี่ยนของที่พักแรมคาดว่าจะมีอัตราการปรับเปลี่ยนในจำนวนที่น้อยมาก เนื่องจากปัจจุบันอำเภอหัวหินมีผู้ให้บริการด้านที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมากอยู่แล้ว และมีการเปิดให้บริการมาให้ระยะเวลายาวนาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ และการปรับปรุงสถานที่ในการให้บริการมากกว่าการเปิดสาขาใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสร้างความแปลกใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว...” (E2)

“...การดูแลผู้ประกอบการธุรกิจด้านที่พักแรมของอำเภอหัวหินนั้น มีหน่วยงานที่ให้ความรับผิดชอบดูแลอยู่แล้วซึ่งได้แก่ เทศบาลอำเภอหัวหิน ซึ่งเป็นหน่วยงานท้องถิ่นพื้นฐานที่ให้การกำกับดูแล การพัฒนาและส่งเสริมกิจการให้มีความเจริญรุ่งเรืองมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักแรม ในประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่มีความแตกต่างกันออกไป ทำให้ราคาและการบริการต่างต่างกัน เช่น สระว่ายน้ำ ซาวน่า บิสซิเนสเซ็นเตอร์ และอื่น ๆ โดยจะเห็นได้ว่าโรงแรมหรือที่พักในอำเภอหัวหิน มีหลายระดับ และมีราคาแตกต่างกันออกไป แบ่งตามสถานที่ตั้งหรือสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม นักท่องเที่ยวจะสามารถเลือกเข้าใช้บริการได้ความพอใจ...” (E3)

6. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหิน มีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งบางกิจกรรมได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐในการจัดกิจกรรมและการกำหนดรูปแบบของกิจกรรม เช่น กิจกรรมซุมบ้าในธีม Zumba Leisure Dance For Life ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสการออกกำลังกายที่สนุกสนานได้ทั้งสุขภาพ และความสนุกสุดฤทธิ์ อีกทั้งยังได้ร่วมกันรณรงค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมกับกิจกรรมเก็บขยะริมชายหาดหัวหิน เพื่อร่วมกันดูแลรักษาและคืนความสวยงามให้ชายหาด นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมโยคะริมชายหาดหัวหิน เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการสร้างภาพลักษณ์ให้เมืองหัวหินเป็นจุดปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ รวมทั้งเพื่อส่งเสริมให้คนหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมโยคะเป็นทางเลือกหนึ่งของกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้หัวหินเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในยุคปัจจุบันหลายคนต่างก็หันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ในขณะเดียวกันสายเที่ยวที่ชอบมองหากิจกรรมใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ก็มากขึ้นด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดกิจกรรมสนุก ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมายในอำเภอหัวหิน ซึ่งกิจกรรม Sup Run Yo Fun Race เป็นกิจกรรมที่จัดมาอย่างต่อเนื่องในทุกปี และเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ให้ทุกคนมาร่วมตัวกันเพื่อสร้างความสนุก สร้างแรงบันดาลใจในการเป็นนักท่องเที่ยววิถีใหม่ ให้การท่องเที่ยวอำเภอหัวหินเป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อประโยชน์ได้แบบไม่ทำลายธรรมชาติ โดยกิจกรรมดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวได้รับสุขภาพและความสนุกไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวประกอบด้วย การพาย การวิ่ง และโยคะ ไปด้วยกัน โดยมุ่งเน้นการใช้แนวคิดสู่โลกยุคใหม่ เพื่อสิทธิในความเสมอภาคทางเพศ

ที่ทุกคนควรได้มีสิทธิอย่างเสรี และนอกจากจะทำให้สุขภาพกายและจิตใจเข้มแข็งแล้ว ยังถือได้ว่าการจัดกิจกรรมดังกล่าวเป็นโมเดลต้นแบบเพื่อเป็นงานประจำปีของอำเภอหัวหินที่จะเกิดขึ้นในทุกปี

“...กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหินมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งบางกิจกรรมได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐในการจัดกิจกรรมและการกำหนดรูปแบบของกิจกรรม เช่น กิจกรรมซุมบ้าในธีม Zumba Leisure Dance For Life ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสการออกกำลังกายที่สนุกสนาน ได้ทั้งสุขภาพ และความสนุกสนานที่ อีกทั้งยังได้ร่วมกันรณรงค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมกับกิจกรรมเก็บขยะริมชายหาดหัวหิน เพื่อร่วมกันดูแลรักษาและคืนความสวยงามให้ชายหาด...” (E1)

“...การจัดกิจกรรมโยคะริมชายหาดหัวหิน เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการสร้างภาพลักษณ์ให้เมืองหัวหินเป็นจุดปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ รวมทั้งเพื่อส่งเสริมให้คนหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งกิจกรรมโยคะเป็นทางเลือกหนึ่งของกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน และเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้หัวหินเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง...” (E2)

“...กิจกรรม Sup Run Yo Fun Race เป็นกิจกรรมที่จัดมาอย่างต่อเนื่องในทุกปี และเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ให้ทุกคนมารวมตัวกัน เพื่อสร้างความสนุก สร้างแรงบันดาลใจในการเป็นนักท่องเที่ยววิถีใหม่ ให้การท่องเที่ยวอำเภอหัวหินเป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อประโยชน์ได้แบบไม่ทำลายธรรมชาติ โดยกิจกรรมดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวได้รับสุขภาพและความสนุกไปพร้อม ๆ กัน และยังได้ใกล้ชิดกับเซเลบริตี วงการสุขภาพมากมาย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวประกอบด้วย การพาย การวิ่ง และโยคะ ไปด้วยกัน โดยมุ่งเน้นการใช้แนวคิดสู่โลกยุคใหม่ เพื่อสิทธิในความเสมอภาคทางเพศ ที่ทุกคนควรได้มีสิทธิอย่างเสรี และนอกจากจะทำให้สุขภาพกายและจิตใจเข้มแข็งแล้ว ยังถือได้ว่าการจัดกิจกรรมดังกล่าวเป็นโมเดลต้นแบบเพื่อเป็นงานประจำปีของอำเภอหัวหินที่จะเกิดขึ้นในทุกปี...” (E3)

สรุปผลการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 การศึกษาศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา และส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีประเด็นคำถามที่ประกอบด้วย ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความเหมาะสมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สรุปได้ว่า อำเภอหัวหินเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศริมทะเลที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นอำเภอหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทะเล น้ำตก ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้น จึงถือได้ว่า อำเภอหัวหินมีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนา ศักยภาพของอำเภอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ด้านความเหมาะสมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีความเหมาะสมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สรุปได้ว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความเหมาะสมทั้งทางด้านพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว ในการจัดให้เป็นพื้นที่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่ดี มีความเป็นธรรมชาติปนกับบรรยากาศเมือง ทำให้บรรยากาศที่ได้ไม่เหมือนกับที่ไหน และถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของเมืองหัวหิน อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในฐานะสถานที่ตากอากาศที่สวยงาม และโด่งดังมากขึ้นเรื่อย ๆ

มีสนามกอล์ฟพระตำบลดอนสวรรค์แห่งแรกของประเทศไทย รวมทั้งมีชายหาดที่ต่อเนื่องเป็นระยะยาวและมีความสวยงาม มีความสะอาด จึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การออกกำลังกาย ดังนั้น อำเภอหัวหิน จึงถือได้ว่าเป็นอำเภอที่มีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาและปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียง

ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สรุปได้ว่า อำเภอหัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบ เนื่องจากหัวหินเป็นเมืองที่ติดทะเลและเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายซึ่งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติต่าง ๆ และได้มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่ม อีกทั้งหัวหินยังเป็น High Class ที่แตกต่างจากเมืองตากอากาศชายทะเลอื่น ๆ ของประเทศไทย และเชื่อมต่อโดยตรงกับกรุงเทพฯ ผ่านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมสะดวก ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะหรือโดยรถแท็กซี่ในเวลาน้อยกว่าสามชั่วโมง ซึ่งช่วยประหยัดทั้งการเดินทางไกลไปยังจุดหมายปลายทางที่ห่างไกลมากขึ้นและค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยการใช้น้ำมันภายในประเทศ

จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้ ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญในการนำมาใช้เพื่อการพัฒนาอำเภอหัวหินให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สรุปได้ว่า “หัวหิน” ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ มีลักษณะความเป็นตัวตน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่ เหมาะสำหรับการพักผ่อนหรือการฟื้นฟูจิตใจ อีกทั้งยังเป็นอำเภอที่มีแต่ความปลอดภัยไม่มีโจรหรือขโมย มีศักยภาพและมีสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก เป็นเมืองที่เดินทางสะดวกจากกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญ เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหาร และเป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ

ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการจัดโครงการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีจุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อทำให้อำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่มีชื่อเสียง

สรุปได้ว่า จุดอ่อนที่สำคัญคือ มีการจราจรที่ติดขัด ปัญหาในเรื่องการบริหารงานของรัฐบาลและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวด ขาดความชัดเจนในแผนการพัฒนาของหน่วยงาน ภาครัฐอยู่เป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนไม่ได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และขาดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานเพื่อทำให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด สำหรับพื้นที่เพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนไม่มีการปรับปรุงดูแลรักษาความสะอาด และไม่มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ร่มรื่น อีกทั้งยังไม่มีจุดให้บริการความรู้เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของแต่ละสถานที่ที่ชัดเจน นอกจากนี้อำเภอหัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรม และมีการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม อีกทั้งยังมีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอหัวหิน

โอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้ ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินได้รับโอกาสจากหน่วยงานภาครัฐที่จะช่วยส่งเสริมให้อำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีประสบความสำเร็จ

สรุปได้ว่า นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่ได้เล็งเห็นความสำคัญของพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหัวหินและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการเลือกพื้นที่อำเภอหัวหินเป็นโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Wellness Sandbo ซึ่งได้รับความร่วมมือและได้รับความสนใจจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย อีกทั้งในอนาคตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง นอกจากนี้ยังได้มีโอกาสจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการพัฒนาเมืองหัวหินให้มีความทันสมัยด้านการท่องเที่ยว และโอกาสจากการขยายตลาดการค้า

และการลงทุนของแผนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศ รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าของประเทศไทยที่มีต่อภูมิภาค ต่าง ๆ

อุปสรรคด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีอุปสรรคจากสิ่งแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งเสริมให้อำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จ

สรุปได้ว่า ปัจจุบันนี้มีตัวเลือกร้อยละมากมายในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นยุโรปหรือเอเชียล้วนแต่มีจุดสนใจในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการจะไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น และที่สำคัญกว่านั้นคือ เศรษฐกิจท่องเที่ยว และการแข่งขันของธุรกิจ รวมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุที่คล้ายกัน เช่น เรื่องโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการจราจร ปัญหาจากการมีนักลงทุนที่ไม่ใช่ผู้คนในท้องถิ่นมาลงทุนประกอบกิจการต่าง ๆ ขาดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ การรักษาสิ่งแวดล้อมให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด การบริหารงบประมาณของบางหน่วยงานไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ต่าง ๆ จึงขาดความเป็นเอกเทศในการบริหารจัดการ ขาดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานระดับชุมชนในการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่สินค้าของชุมชน และขาดการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้เป็นที่รู้จัก อีกทั้งยังขาดการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพนักงานผู้ให้บริการ ในการจัดรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องและเหมาะสม ซึ่งเป็นการให้บริการที่ให้ผลได้จริงต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น

ตาราง 74 สรุปผลการสัมภาษณ์ประเด็นศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว
เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาครัฐ
ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์
	ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ
ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ	<p>ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวม ทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินเป็นสถานที่พักผ่อน ตากอากาศริมทะเลที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นอำเภอหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทะเล น้ำตก ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยว ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดย ได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้น จึงถือได้ว่า อำเภอหัวหินมีความพร้อมที่จะได้รับ การพัฒนาศักยภาพของอำเภอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</p>
ความเหมาะสมของการเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	<p>ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวม ทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ มีความเหมาะสมทั้งทางด้านพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ ท่องเที่ยว ในการจัดให้เป็นพื้นที่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจาก เป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่ดี มีความเป็นธรรมชาติปนกับบรรยากาศเมือง ทำให้ บรรยากาศที่ได้ไม่เหมือนกับที่ไหน และถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของเมืองหัวหิน อีกทั้ง ยังเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในฐานะสถานที่ตากอากาศที่สวยงาม และโด่งดังมาก ขึ้นเรื่อย ๆ มีสนามกอล์ฟระดับมาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศไทย รวมทั้งมี ชายหาดที่ต่อเนื่องเป็นระยะยาวและมีความสวยงาม มีความสะอาด จึงเป็นสถานที่ ที่เหมาะสมแก่การออกกำลังกาย ดังนั้น อำเภอหัวหิน จึงถือได้ว่าเป็นอำเภอที่มีความ เหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาและปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง สุขภาพที่มีชื่อเสียง</p>
ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่สำคัญ	<p>ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวม ทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า หัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบ เนื่องจากหัวหินเป็นเมืองที่ติดทะเล และเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายซึ่ง อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติต่าง ๆ และได้มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้น เพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เหมาะสมกับ นักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่ม อีกทั้งหัวหินยังเป็น High Class ที่แตกต่างจากเมืองตาก อากาศชายทะเลอื่น ๆ ของประเทศไทย และเชื่อมต่อโดยตรงกับกรุงเทพฯ ผ่าน โครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมสะดวก ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดย ระบบขนส่งสาธารณะหรือโดยรถแท็กซี่ในเวลาน้อยกว่าสามชั่วโมง ซึ่งช่วยประหยัด ทั้งการเดินทางไกลไปยังจุดหมายปลายทางที่ห่างไกลมากขึ้นและค่าใช้จ่ายในการ เดินทางโดยการใช้น้ำมันภายในประเทศ</p>

ตาราง 74 (ต่อ)

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์ ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ
จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	<p>ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า “หัวหิน” ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ มีลักษณะความเป็นตัวตน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่ เหมาะสำหรับการพักผ่อนหรือการฟื้นฟูจิตใจ อีกทั้งยังเป็นอำเภอที่มีแต่ความปลอดภัยไม่มีโจรหรือขโมย มีศักยภาพและมีสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก เป็นเมืองที่เดินทางสะดวกจากกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญ เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหาร และเป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการจัดโครงการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน</p>
จุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	<p>ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า จุดอ่อนที่สำคัญคือ มีการจรรยาบรรณที่ติดขัด ปัญหาในเรื่องการบริหารงานของรัฐบาลและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวด ขาดความชัดเจนในแผนการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ผู้ประกอบธุรกิจภาคเอกชนไม่ได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และขาดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานเพื่อทำให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด สำหรับพื้นที่เพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนไม่มีการปรับปรุงดูแลรักษาความสะอาด และไม่มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ร่มรื่น อีกทั้งยังไม่มีจุดให้บริการความรู้เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของแต่ละสถานที่ที่ชัดเจน นอกจากนี้อำเภอหัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรม และมีการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม อีกทั้งยังมีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอหัวหิน</p>
จุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	<p>ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่ได้เล็งเห็นความสำคัญของพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหัวหินและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการเลือกพื้นที่อำเภอหัวหินเป็นโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Wellness Sandbo ซึ่งได้รับความร่วมมือและได้รับความสนใจจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย อีกทั้งในอนาคตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง นอกจากนี้ยังได้มีโอกาสจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการพัฒนาเมืองหัวหินให้มีความทันสมัยด้านการท่องเที่ยว และโอกาสจากการขยายตลาดการค้าและการลงทุนของแผนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศ รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าของประเทศไทยที่มีต่อภูมิภาคต่าง ๆ</p>

ตาราง 74 (ต่อ)

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์ ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ
อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	<p>ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า ปัจจุบันนี้มีตัวเลือกอย่างมากมายในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นยุโรปหรือเอเชียล้วนแต่มีจุดสนใจในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการจะไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น และที่สำคัญกว่านั้นคือ เศรษฐกิจท่องเที่ยว และการแข่งขันของธุรกิจ รวมทั้งปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุที่คล้ายกัน เช่น เรื่องโครงสร้างพื้นฐานและระบบ สาธารณูปโภค ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการจราจร ปัญหาจากการมีนักลงทุนที่ไม่ใช่ผู้คนในท้องถิ่นมาลงทุนประกอบกิจการต่าง ๆ ขาดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ การรักษาสุขภาพแวดล้อมให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด การบริหารงบประมาณของบางหน่วยงานไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ต่าง ๆ จึงขาดความเป็นเอกเทศในการบริหารจัดการ ขาดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานระดับชุมชนในการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่สินค้าของชุมชน และขาดการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้เป็นที่รู้จัก อีกทั้งยังขาดการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพนักงานผู้ให้บริการ ในการจัดรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องและเหมาะสม ซึ่งเป็นการให้บริการที่ให้ผลได้จริงต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น</p>

ตาราง 75 สรุปผลการสัมภาษณ์ประเด็นศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว
เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขต
อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ภาครัฐ	อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยการส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งใหม่ ด้วยการปรับภาพลักษณ์ของอำเภอหัวหินให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแห่งใหม่ของไทย มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อการนำเสนอสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และต้องการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหินด้วยการใช้เอกลักษณ์ความเป็นไทย
ภาคเอกชน	อำเภอหัวหินเป็นอำเภอหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทะเล น้ำตก ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้อำเภอหัวหินยังเป็นเมืองท่องเที่ยว ดากอากาศที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติแห่งหนึ่งของประเทศไทยมาอย่างยาวนาน และมีการลงทุนทั้ง ในภาครัฐและเอกชน ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม ธุรกิจโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง สปา บริษัทนำเที่ยว รวมถึงมีการมุ่งเน้นการส่งเสริมกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการขยายตัวที่มีจำนวนมากขึ้นและเพื่อรองรับการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอนาคต
ภาคชุมชน	หัวหินเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่นับเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศริมทะเลที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นจุดหมายยอดนิยมอันดับต้น ๆ สำหรับการท่องเที่ยวและพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ของคนกรุงเทพฯ มาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน อีกทั้งยังสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี จึงถือได้ว่า อำเภอหัวหินมีศักยภาพที่ดีและเหมาะที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เปี่ยมเสน่ห์ที่สมบูรณ์อีกแห่งหนึ่งของประเทศไทย
ภาควิชาการ	ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอหัวหินโดยส่วนใหญ่จะได้รับการเข้าร่วมฟังการบรรยายเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกันมาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงถือได้ว่า อำเภอหัวหินมีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนาศักยภาพของอำเภอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะในพื้นที่ฐานของผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวมีความรู้และมีความเข้าใจในรูปแบบและวิธีการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดีอยู่แล้ว

ตาราง 75 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น ความเหมาะสมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ภาครัฐ	อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความเหมาะสมทั้งทางด้านพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว ในการจัดให้เป็นพื้นที่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ภาคเอกชน	เมืองหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่ดี มีความเป็นธรรมชาติปนกับบรรยากาศเมือง ทำให้บรรยากาศที่ได้ไม่เหมือนกับที่ไหน และถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของเมืองหัวหิน อีกทั้งการเพิ่มและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นมาอยู่เรื่อย ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยได้มาสัมผัสเมื่อกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งก็จะได้เห็นสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น
ภาคชุมชน	หัวหินเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในฐานะสถานที่ตากอากาศที่สวยงาม และโด่งดังมากขึ้นเรื่อย ๆ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางมาพักผ่อนและดีดอล์ฟ เนื่องจากมีสนามกอล์ฟ หัวหินรอยัลกอล์ฟ ซึ่งเป็นสนามกอล์ฟระดับมาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศไทย จึงเหมาะแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และความเหมาะสมอีกประเด็นหนึ่ง คือ การมีชายหาดที่ต่อเนื่องเป็นระยะยาวและมีความสวยงาม มีความสะอาด จึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การออกกำลังกาย
ภาควิชาการ	ด้วยสภาพแวดล้อมและทำเลที่ตั้งของอำเภอหัวหินที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และความมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลาที่ยาวนาน ทำให้อำเภอหัวหินมีความเหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนาให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันดังนั้น อำเภอหัวหิน จึงถือได้ว่าเป็นอำเภอที่มีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาและปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียง

ตาราง 75 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญ
ภาครัฐ	มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความโดดเด่น สวยงาม และอุดมสมบูรณ์ รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในผู้ประกอบการอย่างหลากหลาย และได้มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
ภาคเอกชน	หัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบ เนื่องจากหัวหินเป็นเมืองที่ติดทะเล และอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ภูเขา น้ำตก พื้นที่ป่าอนุรักษ์ ทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกิดความสบายใจ รู้สึกสงบ อีกทั้งหัวหินยังเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่ม
ภาคชุมชน	อำเภอหัวหินเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศของพระมหากษัตริย์และเจ้านายในสังคมชั้นสูง มีพระราชวังไกลกังวลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญของชาติ ซึ่งมีอิทธิพลทางด้านความรู้สึกในด้านบวกต่อนักท่องเที่ยว อีกทั้งหัวหินยังเป็น High Class ที่แตกต่างจากเมืองตากอากาศชายทะเลอื่น ๆ ของประเทศไทย มีชายหาดที่สวยงามเป็นแนวยาวตลอด 15 กม. และมีทรายที่ขาวละเอียดเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากชายหาดของเมืองท่องเที่ยวทางทะเลอื่น ๆ มีระยะทางใกล้กับกรุงเทพมหานคร
ภาควิชาการ	เชื่อมต่อโดยตรงกับกรุงเทพฯ ผ่านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมสะดวก ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะหรือโดยรถแท็กซี่ในเวลา น้อยกว่าสามชั่วโมง ซึ่งช่วยประหยัดทั้งการเดินทางไกลไปยังจุดหมายปลายทางที่ห่างไกลมากขึ้นและค่าใช้จ่ายในการเดินทางสูงรวมอยู่ในการใช้บ่นเที่ยวบินภายในประเทศ อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายทั้งในและรอบ ๆ หัวหิน ชายหาดที่สวยงามซึ่งอยู่ในระยะที่สามารถเดินทาง การเดินทางไปยังเกาะใกล้เคียง แล่นสะดวกและอื่น ๆ อีกมากมาย

ตาราง 75 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ภาครัฐ	“หัวหิน” ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากมีรูปแบบทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ ที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเด็นความสำคัญของพื้นที่เมืองหัวหินถือได้ว่าอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก
ภาคเอกชน	หัวหินมีลักษณะความเป็นตัวตน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่ เหมาะสำหรับการพักผ่อนหรือการฟื้นฟูจิตใจ เมืองเมืองที่มีการผสมผสานระหว่างยุคใหม่และยุคเก่าอย่างลงตัว ทำให้เกิดเป็นลักษณะความเป็นตัวตนที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น อีกทั้งยังเป็นเมืองที่เดินทางสะดวกจากกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญ และเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหารโดยเฉพาะอาหารทะเล
ภาคชุมชน	เมืองหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เรียกว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และอำเภอหัวหินอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครจึงเดินทางได้สะดวก อีกทั้งยังเป็นอำเภอที่มีแต่ความปลอดภัยไม่มีโจรหรือขโมยเพราะมีการมอบหมายให้มิด้ารวจหมู่บ้านเพื่อออกตรวจพร้อมตำรวจจริง มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้มีการจัดโครงการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ภาควิชาการ	อำเภอหัวหินมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม การเดินทางสะดวก เป็นจังหวัดที่เชื่อมต่อเส้นทางการเดินทางระหว่างภาคกลางและภาคใต้ของประเทศไทย มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลาย มีเทศกาลประจำปีที่ได้โดดเด่น มีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก มีหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน และเป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว

ตาราง 75 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น จุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ภาครัฐ	การจรรยาบรรณที่ดี ปัญหาในเรื่องการบริหารงานของรัฐและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวดซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา ภาคเอกชนขาดความสามัคคีกัน ขาดการพัฒนาด้านบุคลากร ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว รายได้กระจุกตัวไม่เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน คนท้องถิ่นขาดการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการลงทุน และข้อมูลที่เป็นช่องทางธุรกิจขาดการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารข้อมูลในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ
ภาคเอกชน	ขาดความชัดเจนในแผนการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง และผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนไม่ได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และขาดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานเพื่อทำให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด
ภาคชุมชน	ถนนในเขตพื้นที่ ต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินเริ่มมีการจราจรที่หนาแน่น และบางพื้นที่ที่ไม่สามารถขยายได้ ทำให้ไม่มีพื้นที่ที่เพียงพอต่อการจอดรถของนักท่องเที่ยว สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวในบางแห่ง สำหรับพื้นที่เพื่อการจำหน่ายสินค้าชุมชนไม่มีการปรับปรุงดูแลรักษาความสะอาด และไม่มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ร่มรื่น อีกทั้งยังไม่มีจุดให้บริการความรู้เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของแต่ละสถานที่ที่ชัดเจน
ภาควิชาการ	อำเภอหัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรม และมีการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม อีกทั้งยังมีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอหัวหิน

ตาราง 75 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น โอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ภาครัฐ	นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่ได้เล็งเห็นความสำคัญของพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหัวหิน และพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว อีกทั้งในอนาคตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทั้งทางอากาศ ทางน้ำ ทางบก และระบบรางของพื้นที่ท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จากแผนการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมขนส่งของกระทรวงคมนาคม
ภาคเอกชน	นโยบายของรัฐในการเลือกพื้นที่อำเภอหัวหินเป็นโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Wellness Sandbox อีกทั้งความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีรวมทั้งสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ได้มีส่วนสำคัญที่จะทำให้อำเภอหัวหินเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
ภาคชุมชน	รัฐบาลได้ให้ความสำคัญมากกับอำเภอหัวหิน จึงได้จัดทำโครงการนำร่องต่าง ๆ มากมายที่อำเภอหัวหิน โดยได้รับความร่วมมือและได้รับความสนใจจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย
ภาควิชาการ	ปัจจุบันภาครัฐได้มีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน และได้ให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีในการพัฒนาเมืองหัวหินให้มีความทันสมัยด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพการบริการและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้มากขึ้น นอกจากนี้ยังได้มีโอกาสจากการขยายตลาดการค้าและการลงทุนของแผนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศ รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าของประเทศไทยที่มีต่อภูมิภาคต่าง ๆ อันเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในอำเภอหัวหินและในเขตพื้นที่ อื่นๆ ของประเทศไทย

ตาราง 75 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น อุปสรรคด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ภาครัฐ	การบริหารจัดการของเมืองหัวหินเองที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเมืองหัวหินลดน้อยลงจากเดิมทั้งที่เป็นเมืองที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับ พัทยา ชะอำ บางแสน และระยอง ซึ่งมีปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุที่คล้ายกัน เช่น เรื่องโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณสุขภาค ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อมปัญหาการจราจร ปัญหาจากการมีนักลงทุนที่ไม่ใช่ผู้คนในท้องถิ่นมาลงทุนประกอบกิจการต่าง ๆ ขาดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ และการรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด
ภาคเอกชน	ปัจจุบันนี้มีตัวเลือกอย่างมากมายในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นยุโรปหรือเอเชียล้วนแต่มีจุดสนใจในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการจะไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ และที่สำคัญกว่านั้นคือเศรษฐกิจท่องเที่ยวและการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในต่างประเทศถือได้ว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหิน ที่ผ่านมามา สถานการณ์ทางการเมืองก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งทำให้ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวไม่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ในตลาดต่างประเทศ รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือด้านสภาพคล่องในช่วงที่ประเทศประสบกับสภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ทำให้ผู้ประกอบการต้องปิดกิจการไปหลายแห่ง
ภาคชุมชน	ปัจจุบันภาวการณ์การแข่งขันทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่รุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรค COVID-19 ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานในภาคอุตสาหกรรมบริการ การบริหารงบประมาณของบางหน่วยงานไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ของอำเภอหัวหิน ซึ่งเกิดจากการไม่อนุมัติงบประมาณของหน่วยงานในขณะที่รัฐบาลได้สนับสนุนงบประมาณดังกล่าวมาแล้ว จึงขาดความเป็นเอกเทศในการบริหารจัดการ และขาดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานระดับชุมชนในการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่สินค้าของชุมชน อีกทั้งยังขาดการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้เป็นที่รู้จัก
ภาควิชาการ	การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพนักงานผู้ให้บริการ ในการจัดรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องและเหมาะสม ซึ่งเป็นการให้บริการที่ให้ได้จริงต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้มีประเด็นของการขาดการส่งเสริมของหน่วยงานการท่องเที่ยวในด้านการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสาร และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งประเด็นของการจัดสรรงบประมาณที่จะต้องมีความยุติธรรมและวัดผลการดำเนินงานได้ยิ่ง และประเด็นของการทบทวนแผนยุทธศาสตร์ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน

ประเด็นที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) มีประเด็นคำถามที่ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ที่พักแรม (Accommodation) และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)

ด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน

สรุปได้ว่า อำเภอหัวหินเป็นเมืองที่เจียบสงบ มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีการจัดเทศกาลต่าง ๆ มีชายหาดที่สวยงาม มีการผสมผสานระหว่างความเก่าและความใหม่ เหมาะสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ การมีสถานที่ที่มีพระราชวังและมีตลาดที่หลากหลาย อีกทั้งการขยายตัวทางการแพทย์ของหน่วยงานเอกชนที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพทั้งของชาวไทยและชาวต่างชาติ การมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับมาเป็นเวลานาน มีการสร้างหรือออกแบบสถานที่พักแรมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก มีระบบคมนาคม และมีสถานีขนส่งผู้โดยสารและยานพาหนะประเภทรถสาธารณะที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว อีกทั้งสถานที่พักแรมบางแห่งก็ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมในเชิงสุขภาพกันมากขึ้น และมีรูปแบบของกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน

สรุปได้ว่า สถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน จึงทำให้เกิดความสะดวกแก่การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งการมีห้างสรรพสินค้าในการจัดจำหน่ายสินค้า การมีตลาดเพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น การมีร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารหลากหลายประเภทและหลากหลายรูปแบบเพื่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การมีที่พักที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว การมีระบบสาธารณสุขที่เพียงพอ และการมีหน่วยงานให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เพียงพอ อีกทั้งปัจจุบันเมืองหัวหินกำลังพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่องทั้งด้านระบบสาธารณสุข ระบบขนส่ง และความปลอดภัย มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนน การติดตั้ง CCTV ทั่วทั้งเมือง การสร้างหัวหินเป็นเมือง Internet ไร้สาย เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ความปลอดภัย แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

ด้านการบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีการให้บริการแบบ One Stop Service และมีแหล่งการให้บริการที่ครบวงจร

สรุปได้ว่า อำเภอหัวหินได้เปิดศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบ One Stop Service ณ เมืองหัวหิน โดยให้บริการนักท่องเที่ยวผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งเน้นการลดขั้นตอน เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และความโปร่งใส เพื่อรองรับ Thailand 4.0 และมีแหล่งการให้บริการที่ครบวงจรหลายแห่งที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และตั้งอยู่ในบริเวณตลาดซึ่งเป็นใจกลางเมืองของอำเภอหัวหิน ทั้งร้านค้าสะดวกซื้อ โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ไบรชณีย์ ซึ่งถือเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

ด้านที่พักแรม (Accommodation) เจริญสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมากและเพียงพอต่อการให้บริการ

สรุปได้ว่า อำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มผู้ประกอบการในรูปแบบเกสต์เฮาส์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ต่าง ๆ โดยมีการให้บริการหลากหลายรูปแบบ และมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันออกไป โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพเป็นสำคัญ ซึ่งได้มีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการด้านสุขภาพที่หลากหลาย สำหรับแนวโน้มการปรับเพิ่มขึ้นของที่พักแรมคาดว่าจะมีอัตราการปรับเพิ่มขึ้นในจำนวนที่น้อยมาก เนื่องจากปัจจุบันอำเภอหัวหินมีผู้ให้บริการด้านที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมากอยู่แล้ว และมีการเปิดให้บริการมาให้ระยะเวลายาวนาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ และการปรับปรุงสถานที่ในการให้บริการมากกว่า การเปิดสาขาใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสร้างความแปลกใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) เจริญสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ของทั้ง 4 หน่วยงาน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อสร้างความสนุก สร้างแรงบันดาลใจในการเป็นนักท่องเที่ยววิถีใหม่

สรุปได้ว่า อำเภอหัวหินมีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งในเรื่องของการดูแลสุขภาพร่างกาย อาหาร และการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี เพื่อเป็นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver Age ที่เน้นความสุขที่คุ้มค่าที่สุดคือการ Fulfill ชีวิตเน้นความคุ้มค่า แสวงหาความสุขหลังจากการทำงานหนัก ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การขี่ม้าในบริเวณชายหาด ซึ่งเป็นกิจกรรมสุดคลาสสิกและเป็นกิจกรรมที่สร้างแรงดึงดูดให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมสุขภาพรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรม “หัวหินโยคะเฟสตีวัล 2023” กิจกรรมซุมบ้าในอิม Zumba Leisure Dance For Life กิจกรรมโยคะริมชายหาดหัวหิน กิจกรรม Sup Run Yo Fun Race อีกทั้งยังได้ร่วมกันรณรงค์

เพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมกับกิจกรรมเก็บขยะริมชายหาดหัวหิน เพื่อร่วมกันดูแลรักษาและคืนความสวยงามให้ชายหาด และได้มีการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยว ผ่านการเล่าเรื่องด้วยภาพ และคลิปวิดีโอ ตลอดจนแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ให้ทุกคนมาร่วมตัวกันเพื่อสร้างความสนุก สร้างแรงบันดาลใจในการเป็นนักท่องเที่ยววิถีใหม่

ตาราง 76 สรุปผลการสัมภาษณ์ประเด็นองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์ ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ
สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)	ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบ มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีการจัดเทศกาลต่าง ๆ มีชายหาดที่สวยงาม มีการผสมผสานระหว่างความเก่าและความใหม่ เหมาะสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ การมีสถานที่ที่มีพระราชวังและมีตลาดที่หลากหลาย อีกทั้งการขยายตัวทางการแพทย์ของหน่วยงานเอกชนที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพทั้งของชาวไทยและชาวต่างชาติ การมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับมาเป็นเวลานาน มีการสร้างหรือออกแบบสถานที่พักผ่อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก มีระบบคมนาคม และมีสถานีขนส่งผู้โดยสาร และยานพาหนะประเภทรถสาธารณะที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว อีกทั้งสถานที่พักผ่อนบางแห่งก็ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมในเชิงสุขภาพกันมากขึ้น และมีรูปแบบของกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตาราง 76 (ต่อ)

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์ ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ
สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)	ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า สถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน จึงทำให้เกิดความสะดวกแก่การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งการมีห้างสรรพสินค้าในการจัดจำหน่ายสินค้า การมีตลาดเพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น การมีร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารหลากหลายประเภทและหลากหลายรูปแบบเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การมีที่พักที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว การมีระบบสาธารณสุขที่เพียงพอ และการมีหน่วยงานให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เพียงพอ อีกทั้งปัจจุบันเมืองหัวหินกำลังพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่องทั้งด้านระบบสาธารณสุข ระบบขนส่ง และความปลอดภัยมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ ถนน การติดตั้ง CCTV ทั่วทั้งเมือง การสร้างหัวหินเป็นเมือง Internet ไร้สาย เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ความปลอดภัย แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มาเยือน
การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)	ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินได้เปิดศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบ One Stop Service ณ เมืองหัวหิน โดยให้บริการนักท่องเที่ยวผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งเน้นการลดขั้นตอน เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และความโปร่งใส เพื่อรองรับ Thailand 4.0 และมีแหล่งการให้บริการที่ครบวงจรหลายแห่งที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และตั้งอยู่ในบริเวณตลาดซึ่งเป็นใจกลางเมืองของอำเภอหัวหิน ทั้งร้านค้าสะดวกซื้อ โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ไปรษณีย์ ซึ่งถือเป็นบริการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก
ที่พักแรม (Accommodation)	ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มผู้ประกอบการในรูปแบบของเกสต์เฮาส์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ต่าง ๆ โดยมีการให้บริการหลากหลายรูปแบบ และมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันออกไป โดยให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพเป็นสำคัญ ซึ่งได้มีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการด้านสุขภาพที่หลากหลาย สำหรับแนวโน้มการปรับเพิ่มขึ้นของที่พักแรม คาดว่าจะมีอัตราการปรับเพิ่มขึ้นในจำนวนที่น้อยมาก เนื่องจากปัจจุบันอำเภอหัวหินมีผู้ให้บริการด้านที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมากอยู่แล้ว และมีการเปิดให้บริการมาให้ระยะเวลายาวนาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการและการปรับปรุงสถานที่ในการให้บริการมากกว่าการเปิดสาขาใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสร้างความแปลกใหม่ให้แก่ นักท่องเที่ยว

ตาราง 76 (ต่อ)

ประเด็น	สรุปผลการสัมภาษณ์ ของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ
กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)	<p>ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชา รวมทั้งสิ้น 20 คน มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินมีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งในเรื่องของการดูแลสุขภาพร่างกาย อาหาร และการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี เพื่อเป็นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver Age ที่เน้นความสุขที่คุ้มค่าที่สุดคือการ Fulfill ชีวิต เน้นความคุ้มค่า แสวงหาความสุขหลังจากการทำงานหนัก ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การขี่ม้าในบริเวณชายหาด ซึ่งเป็นกิจกรรมสุดคลาสสิกและเป็นกิจกรรมที่สร้างแรงดึงดูดให้แก่ นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมสุขภาพรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรม “หัวหินโยคะเฟสติวัล 2023” กิจกรรมซุมบ้าในธีม Zumba Leisure Dance For Life กิจกรรมโยคะริมชายหาดหัวหิน กิจกรรม Sup Run Yo Fun Race อีกทั้งยังได้ร่วมกันรณรงค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมกับกิจกรรมเก็บขยะริมชายหาดหัวหิน เพื่อร่วมกันดูแลรักษาและคืนความสวยงามให้ชายหาด และได้มีการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านการเล่าเรื่องด้วยภาพ และคลิปวิดีโอ ตลอดจนแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ให้ทุกคนมารวมตัวกันเพื่อสร้างความสนุก สร้างแรงบันดาลใจในการเป็นนักท่องเที่ยววิถีใหม่</p>

ตาราง 77 สรุปผลการสัมภาษณ์ประเด็นองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพของในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions)
ภาครัฐ	อำเภอหัวหินเป็นเมืองที่เรียบง่าย มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีการจัดเทศกาลต่าง ๆ มีชายหาดที่สวยงาม มีการผสมผสานระหว่างความเก่าและความใหม่ เหมาะสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นเมืองสำหรับการเล่นกอล์ฟ การมีสถานที่ที่มีพระราชวังและมีตลาดที่หลากหลาย
ภาคเอกชน	การที่อำเภอหัวหินมีธรรมชาติที่ยังคงมีการเก็บรักษาและอนุรักษ์ไว้อยู่ อีกทั้งการขยายตัวทางการแพทย์ของหน่วยงานเอกชนที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพ ทั้งของชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้มีการจัดทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ซึ่งเป็นการให้บริการด้านสุขภาพที่ครบวงจร นอกจากนี้อำเภอหัวหินยังมีเอกลักษณ์ด้านอาหารที่โดดเด่น
ภาคชุมชน	การมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับมาเป็นเวลานาน มีการสร้างหรือออกแบบสถานที่พักผ่อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม นอกจากนี้หัวหินถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ที่คนทุกเพศ ทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ต่างชื่นชอบหัวหิน เนื่องจากเที่ยวพร้อมไปทุกอย่าง
ภาควิชาการ	อำเภอหัวหินมีสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการมีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการดูแลสุขภาพ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีกิจกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน



ตาราง 77 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)
ภาครัฐ	นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ถนนทุกเส้นทุกสายของแหล่งท่องเที่ยวได้รับความสำคัญจากหน่วยงานภาครัฐในการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางในการเดินทางที่มีประสิทธิภาพ
ภาคเอกชน	แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในอำเภอหัวหินเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก มีระบบคมนาคม และมีสถานีขนส่งผู้โดยสารและยานพาหนะประเภทรถสาธารณะที่คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ นอกจากนี้ถนนทุกเส้นสายในอำเภอหัวหินจะมีการผ่านเข้าออกได้สะดวก สามารถเดินทางเชื่อมโยงกันได้ทั้งภายในตัวอำเภอและระหว่างอำเภอ หรือจังหวัดอื่นในบริเวณใกล้เคียง
ภาคชุมชน	การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหินนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย เพราะสถานที่พักผ่อนบางแห่งก็ส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมในเชิงสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คนในชุมชนก็เริ่มให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อจะได้เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ภาควิชาการ	นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้โดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องจากการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินกระจายกันออกไป และมีรูปแบบของกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป สำหรับทางด้านการคมนาคมถือได้ว่ามีความสะดวกเป็นอย่างยิ่งในการให้ความช่วยเหลือหรือการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวหรือการมาเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพของอำเภอหัวหิน

ตาราง 77 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities)
ภาครัฐ	สถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของอำเภอหัวหินมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน ไม่ว่าจะเป็น การจัดทำป้ายบอกทางในเส้นทาง การเดินทาง การจัดสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสะอาด ปลอดภัย และเพียงพอต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยว มีการจัดหาเจ้าหน้าที่ที่คอยให้บริการ การจัดทำร้านค้า ร้านอาหาร หรือร้านขายของฝาก ตลอดจนการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา รวมถึงระบบการสื่อสารที่ดี
ภาคเอกชน	ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมก็จะให้ความสำคัญกับการให้สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก การมีอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ ครบทุกส่วน การให้บริการด้านอาหารเพื่อรองรับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการเสริมความงามก็จะเปิดให้บริการแบบครบวงจร นอกจากนี้ยังได้มีการให้บริการด้านการจัดจำหน่ายของฝากหรือของที่ระลึก ณ สถานที่ให้บริการของโรงแรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทำการเลือกซื้อสินค้าได้โดยง่าย สำหรับการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในเขตอำเภอหัวหิน ก็จะมีป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางไว้อย่างชัดเจน จึงทำให้เกิดความสะดวกแก่การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ภาคชุมชน	หาดหัวหินอยู่ทางด้านทิศตะวันออกของตัวเมือง มีทางลงหาดซึ่งสองข้างทางลงหาดมีโรงแรมและรีสอร์ทจำนวนมากให้เลือกใช้บริการ มีร้านอาหารริมหาด ร้านค้า ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ป้ายสื่อความหมาย มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค
ภาควิชาการ	อำเภอหัวหินมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย ทั้งการมีห้างสรรพสินค้าในการจัดจำหน่ายสินค้า การมีตลาดเพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น การมีร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารหลากหลายประเภทและหลากหลายรูปแบบเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การมีที่พักที่เพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว การมีระบบสาธารณูปโภคที่เพียงพอ และการมีหน่วยงานให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เพียงพอ อีกทั้งปัจจุบันเมืองหัวหินกำลังพัฒนาเมืองอย่างต่อเนื่องทั้งด้านระบบสาธารณูปโภค ระบบขนส่ง และความปลอดภัย มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ถนน การติดตั้ง CCTV ทั่วทั้งเมือง การสร้างหัวหินเป็นเมืองไร้สาย เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย ความปลอดภัย แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

ตาราง 77 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary)
ภาครัฐ	อำเภอหัวหินได้เปิดศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแบบ One Stop Service ณ เมืองหัวหิน โดยให้บริการนักท่องเที่ยวผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งเน้นการลดขั้นตอน เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และความโปร่งใส เพื่อรองรับ Thailand 4.0
ภาคเอกชน	อำเภอหัวหินมีแหล่งการให้บริการที่ครบวงจรหลายแห่งที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า และตั้งอยู่ในบริเวณตลาดซึ่งเป็นใจกลางเมืองของอำเภอหัวหิน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาใช้บริการได้โดยสะดวก อีกทั้งยังเป็นการให้บริการที่ครบวงจร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ในอำเภอหัวหินจะมีทั้งร้านอาหาร โรงพยาบาล ไพรศณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้าต่าง ๆ ทั้งร้านจำหน่ายของที่ระลึกและร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง รวมทั้งร้านจำหน่ายอาหาร ซึ่งเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
ภาคชุมชน	อำเภอหัวหินมีหน่วยงานที่ให้บริการครบวงจรแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ในการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก
ภาควิชาการ	หัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ผู้คนน่ารัก อาหารอร่อย สามารถมาท่องเที่ยวพักผ่อน ได้ตลอดทั้งปี ไม่ว่าจะซีซั่นไหน หัวหิน ก็ยังมีสีสัน และสร้างความประทับใจให้ผู้มาเยือนได้เสมอ นอกจากนี้ หัวหินยังได้มีร้านค้าสะดวกซื้อ โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า ไพรศณีย์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐและนโยบายของภาครัฐ ยังได้ให้ความสำคัญกับการให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ด้วยการจัดให้มี One Stop Service ที่เปิดให้บริการจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการให้ความช่วยเหลือและให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่

ตาราง 77 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น ที่พักรวม (Accommodation)
ภาครัฐ	อำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ตขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มผู้ประกอบการในรูปของเกตเฮาส์ และเซอร์วิสอพาร์ทเมนท์ ต่าง ๆ
ภาคเอกชน	อำเภอหัวหินมีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมเป็นจำนวนมากและหลากหลายรูปแบบที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการแต่ละแห่งจะมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันออกไป และให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์การให้บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการมักจะมีการให้บริการด้านการทำสปาไว้ที่โรงแรมหรือสถานที่พักเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทางมาพัก นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางแห่งยังได้ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย จึงได้มีการออกแบบและตกแต่งสถานที่ที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อการออกกำลังกายของนักท่องเที่ยว โดยเน้นความเป็นธรรมชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สูดอากาศบริสุทธิ์ในระหว่างการทำกิจกรรม รวมทั้งการมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพโดยการโภชนาการ ซึ่งได้มีการเปิดศูนย์รวมอาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย โดยมีอัตราการให้บริการที่เหมาะสม
ภาคชุมชน	ปัจจุบันที่พักแรมในอำเภอหัวหินได้ให้ความสำคัญกับสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยได้มีการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการด้านสุขภาพที่หลากหลายนอกจากนี้โรงแรมบางโรงแรมยังมีความพร้อมในการให้บริการเพื่อการผ่อนคลายแบบลักซ์วี่ รวมถึงไปสปาเพื่อสุขภาพที่ผู้ที่พักที่โรงแรมจะได้รับสิทธิพิเศษสำหรับเข้าใช้บริการต่าง ๆ และคลาสออกกำลังกายแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายและแบบไม่จำกัดจำนวนครั้ง
ภาควิชาการ	แนวโน้มการปรับเปลี่ยนของที่พักแรมคาดว่าจะมีอัตราการปรับเปลี่ยนในจำนวนที่น้อยมาก เนื่องจากปัจจุบันอำเภอหัวหินมีผู้ให้บริการด้านที่พักแรมอยู่เป็นจำนวนมากอยู่แล้ว และมีการเปิดให้บริการมาให้ระยะเวลายาวนาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ และการปรับปรุงสถานที่ในการให้บริการมากกว่าการเปิดสาขาใหม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสร้างความแปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว

ตาราง 77 (ต่อ)

สรุปผลการสัมภาษณ์	ประเด็น กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities)
ภาครัฐ	อำเภอหัวหินมีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งในเรื่องของการดูแลสุขภาพร่างกาย อาหาร และการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้มีสุขภาพที่ดี เพื่อเป็นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Silver Age ที่เน้นความสุขที่คุ้มค่าที่สุดคือการ Fulfill ชีวิต เน้นความคุ้มค่า แสวงหาความสุขหลังจากการทำงานหนัก และมีความรู้สึกว่าการท่องเที่ยวคือการให้รางวัลกับชีวิต
ภาคเอกชน	อำเภอหัวหินมีกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมายและแตกต่างกันออกไป ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การเข้ามาในบริเวณชายหาด ซึ่งเป็นกิจกรรมสุดคลาสสิกที่ยังคงอยู่ในความทรงจำของใครหลาย ๆ คน และเป็นกิจกรรมที่สร้างแรงดึงดูดให้แก่นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในกิจกรรมนี้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้จากการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรม“หัวหินโยคะเฟสตีวัล 2023” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานประจวบคีรีขันธ์ ถือได้ว่าเป็นกิจกรรมเพื่อกระตุ้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้แก่เมืองหัวหินได้เป็นอย่างดี โดยกิจกรรมดังกล่าวได้รับความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างดี
ภาคชุมชน	อำเภอหัวหินมีกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งการเล่าเรื่องด้วยภาพ และนำเสนอคลิปวิดีโอ เพื่อให้ประชาชนหายคิดถึง ตลอดจนแนะนำแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาดซึ่งมีอยู่หลายแห่ง
ภาควิชาการ	กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหินมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งบางกิจกรรมได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐในการจัดกิจกรรมและการกำหนดรูปแบบของกิจกรรม เช่น กิจกรรมซุมบ้าในธีม Zumba Leisure Dance For Life อีกทั้งยังได้ร่วมกันรณรงค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมกับกิจกรรมเก็บขยะริมชายหาดหัวหิน เพื่อร่วมกันดูแลรักษาและคืนความสวยงามให้ชายหาด นอกจากนี้ยังมีการจัดกิจกรรมโยคะริมชายหาดหัวหิน เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการสร้างภาพลักษณ์ให้เมืองหัวหินเป็นจุดปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ รวมทั้งเพื่อส่งเสริมให้คนหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้นและกิจกรรม Sup Run Yo Fun Race เป็นกิจกรรมที่จัดมาอย่างต่อเนื่องในทุกปี และเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับทุกคน ทุกเพศ ทุกวัย ให้ทุกคนมาร่วมตัวกันเพื่อสร้างความสนุก สร้างแรงบันดาลใจในการเป็นนักท่องเที่ยววิถีใหม่

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) เป็นเครื่องมือวิจัยซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยได้นำไปสู่การวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ดังนี้

ตาราง 78 แสดงผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
S1 พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก**	W1 การโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์**
S2 มีลักษณะความเป็นตัวตน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่**	W2 มีการจราจรที่ติดขัด**
S3 ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว*	W3 ปัญหาในเรื่องการบริหารงานของรัฐและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวด**
S4 หัวหินมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยว และมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ**	W4 ขาดความชัดเจนในแผนการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง**
S5 ใช้บริการนวดสปาและนวดแผนไทยตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน***	W5 ผู้ประกอบการกิจการเอกชนไม่ได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ**
S6 การส่งพนักงานผู้ให้บริการไปอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง*	W6 ขาดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานเพื่อทำให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด**
S7 มีศักยภาพและมีสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก**	W7 พื้นที่เพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนไม่มีการปรับปรุงดูแลรักษาความสะอาด และไม่มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ร่มรื่น**
S8 เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ**	W8 ไม่มีจุดให้บริการความรู้เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของแต่ละสถานที่ที่ชัดเจน**
S9 มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ**	W9 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม**
S10 มีผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น*	W10 ปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม**

ตาราง 78 (ต่อ)

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threats)
O1 นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่ได้สังเกตเห็นความสำคัญ ของพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหัวหินและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อ ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว**	T1 ปัจจุบันนี้มีตัวเลือกอย่างมากมาในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นยุโรปหรือเอเชียล้วนแต่มีจุดสนใจในการ ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการจะไปหา ประสบการณ์ใหม่ ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป ท่องเที่ยวที่อื่น**
O2 การเลือกพื้นที่อำเภอหัวหินเป็นโครงการนำร่องเพื่อ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Wellness Sandbo**	T2 เศรษฐกิจท่องเที่ยว และการแข่งขันของธุรกิจ**
O3 ในอนาคตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง**	T3 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุที่คล้ายกัน เช่น เรื่องโครงสร้างพื้นฐานและระบบ สาธารณูปโภค**
O4 มีโอกาสจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีใน การพัฒนาเมืองหัวหินให้มีความทันสมัยด้านการ ท่องเที่ยว**	T4 ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง**
O5 โอกาสจากการขยายตลาดการค้าและการลงทุนของ แผนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศ**	T5 ปัญหาสิ่งแวดล้อม**
O6 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้า ของประเทศไทยที่มีต่อภูมิภาคต่าง ๆ**	T6 ปัญหาการจราจร**
	T7 ปัญหาจากการมีนักลงทุนที่ไม่ใช่ผู้คนในท้องถิ่นมา ลงทุนประกอบกิจการต่าง ๆ**
	T8 ขาดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการ เจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ**
	T9 การรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดการสูญเสียย่อย ที่สุด**
	T10 การบริหารงบประมาณของบางหน่วยงานไม่ เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ ต่าง ๆ จึงขาดความเป็นเอกเทศในการบริหาร จัดการ**
	T11 ขาดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานระดับ ชุมชนในการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่ สินค้าของชุมชน**
	T12 ขาดการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้เป็นที่ รู้จัก**
	T13 ขาดการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจและพนักงาน ผู้ให้บริการ ในการจัดรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้อง และเหมาะสม**

หมายเหตุ * หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

** หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ

*** หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกัน

ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มาทำการวิเคราะห์ TOWS Matrix สังเคราะห์ออกมาเป็นกลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) คือ การพบจุดแข็งในโอกาสที่มี ที่ได้มาจากผลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสนำมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์เชิงรุก

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) คือ การพบจุดอ่อนในโอกาสที่มี ที่ได้มาจากผลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาส มาพิจารณาร่วมกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์เชิงแก้ไข

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) คือ การใช้จุดแข็งร่วมกับอุปสรรคที่ได้มาจากการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์เชิงป้องกัน

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) คือ การนำจุดอ่อนมารวมกันกับอุปสรรคที่ได้มาจากการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์เชิงรับ



ตาราง 79 ผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพอำเภอหัวหินให้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก (S1, S3, S4, O1, O2) 2. การสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นที่รู้จักทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ (S7, S4, O5, O6)	1. การใช้เทคโนโลยีเพื่อการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ (W1, W8, O4) 2. จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง (W4, W6, O1) 3. จัดทำแผนพัฒนาเพื่อการรองรับการเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง (W2, W9, O3)
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
1. สร้างแผนความร่วมมือในทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (S9, T11) 2. จัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว (S10, S5, S6, T1, T12, T13)	1. ปรับปรุงภูมิทัศน์ โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค และกำหนดนโยบายด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว (W7, W10, T3, T4, T5) 2. จัดทำแผนยุทธศาสตร์และงบประมาณที่เหมาะสมเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการตลาดเพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (W5, W6, T8, T10)

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สรุปผลแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบสอบถามมาสังเคราะห์ด้วยวิธี SWOT Analysis และ TOWS Matrix นำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกำหนดเป็น 8 กลยุทธ์ ดังนี้

ตาราง 80 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix

<p>ปัจจัยภายใน</p> <p>S1 พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก**</p> <p>S2 มีลักษณะความเป็นตัวตน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่**</p> <p>S3 ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว*</p> <p>S4 หัวหินมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยว และมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ**</p> <p>S5 ใช้บริการนวดสปาและนวดแผนไทยตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน***</p> <p>S6 การส่งพนักงานผู้ให้บริการไปอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง*</p> <p>S7 มีศักยภาพและมีสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก**</p> <p>S8 เป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ**</p> <p>S9 มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ**</p> <p>S10 มีผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น*</p>		<p>W1 การโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์**</p> <p>W2 มีการจราจรที่ติดขัด**</p> <p>W3 ปัญหาในเรื่องการบริหารงานของรัฐและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวด**</p> <p>W4 ขาดความชัดเจนในแผนการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง**</p> <p>W5 ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนไม่ได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ**</p> <p>W6 ขาดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานเพื่อทำให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด**</p> <p>W7 พื้นที่เพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนไม่มีการปรับปรุงดูแลรักษาความสะอาด และไม่มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ร่มรื่น**</p> <p>W8 ไม่มีจุดให้บริการความรู้เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของแต่ละสถานที่ที่ชัดเจน**</p> <p>W9 การบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม**</p> <p>W10 ปัญหาค่าเช่าและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม**</p>
<p>ปัจจัยภายนอก</p> <p>O1 นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่ได้สังเกตเห็นความสำคัญของพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหัวหิน และพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว**</p> <p>O2 การเลือกพื้นที่อำเภอหัวหินเป็นโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Wellness Sandbo**</p> <p>O3 ในอนาคตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง**</p> <p>O4 มีโอกาสจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการพัฒนาเมืองหัวหินให้มีความทันสมัยด้านการท่องเที่ยว**</p> <p>O5 โอกาสจากการขยายตลาดการค้าและการลงทุนของแผนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศ**</p> <p>O6 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าของประเทศไทยที่มีต่อภูมิภาคต่าง ๆ**</p>	<p>ยุทธศาสตร์</p> <p>การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว</p> <p>กลยุทธ์เชิงรุก (SO)</p> <p>กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Destination Image)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพอำเภอหัวหินให้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก (S1, S3, S4, O1, O2) 2. การสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นที่รู้จักทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ (S7, S4, O5, O6) <p>กลยุทธ์การออกแบบบรรยากาศให้ประทับใจผู้ใช้บริการ (Design of ambience)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเปิดโอกาสให้นักการตลาดได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ (S6, S8, O4) 	<p>ยุทธศาสตร์</p> <p>การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนามูลค่าเพิ่มทางการตลาด</p> <p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)</p> <p>กลยุทธ์การพัฒนาด้วยเทคโนโลยี (Development of Technology)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้เทคโนโลยีเพื่อการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ (W1, W8, O4) 2. จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง (W4, W6, O1) 3. จัดทำแผนพัฒนาเพื่อการรองรับการเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง (W2, W9, O3) <p>กลยุทธ์การจัดการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลทางการตลาด (Data-driven management)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด (W9, O5)

ตาราง 80 (ต่อ)

<p>T1 ปัจจุบันนี้มีตัวเลือกอย่างมากมาในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นยุโรปหรือเอเชียล้วนแต่มีจุดสนใจในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการจะไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น**</p> <p>T2 เศรษฐกิจท่องเที่ยว และการแข่งขันของธุรกิจ**</p> <p>T3 ปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุที่คล้ายกัน เช่น เรื่องโครงสร้างพื้นฐานและระบบ สาธารณูปโภค**</p> <p>T4 ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง**</p> <p>T5 ปัญหาสิ่งแวดล้อม**</p> <p>T6 ปัญหาการจราจร**</p> <p>T7 ปัญหาจากการมีนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่คนในท้องถิ่นมาลงทุนประกอบกิจการต่าง ๆ**</p> <p>T8 ขาดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ**</p> <p>T9 การรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด**</p> <p>T10 การบริหารงบประมาณของบางหน่วยงานไม่เชื่ออำนาจต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ต่าง ๆ จึงขาดความเป็นเอกเทศในการบริหารจัดการ**</p> <p>T11 ขาดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานระดับชุมชนในการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่สินค้าของชุมชน**</p> <p>T12 ขาดการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้เป็นที่รู้จัก**</p> <p>T13 ขาดการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการและพนักงานผู้ให้บริการ ในการจัดรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องและเหมาะสม**</p>	<p>ยุทธศาสตร์ การพัฒนาความร่วมมือเพื่อการสื่อสาร อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) การสร้างความร่วมมือ (Collaboration)</p> <p>1. สร้างแผนความร่วมมือในทุกภาคส่วนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (S9, T11)</p> <p>2. จัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นรู้จักและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านสุขภาพ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว (S10, S5, S6, T1, T12, T13)</p> <p>การสื่อสาร (Communication)</p> <p>1. การสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง (S1, S4, T1)</p>	<p>ยุทธศาสตร์ การพัฒนาศักยภาพและการสร้างจุดเด่น แห่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเพิ่มมูลค่า ทางการตลาด</p> <p>กลยุทธ์เชิงรับ (WT) การสร้างชุมชนเข้มแข็ง (Community Building)</p> <p>1. ปรับปรุงภูมิทัศน์ โครงสร้างพื้นฐานและระบบ สาธารณูปโภค และกำหนดนโยบายด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว (W7, W10, T3, T4, T5)</p> <p>2. จัดทำแผนยุทธศาสตร์และงบประมาณที่เหมาะสมเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการตลาดเพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (W5, W6, T8, T10)</p> <p>การสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่าง (Creativity Innovation)</p> <p>1. การสร้างความร่วมมือเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในการบำบัดรักษาโรค (W6, W9, T2)</p>
--	---	--

จากตาราง 80 สามารถสรุปเป็นกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix ได้ดังนี้

1. **กลยุทธ์การจัดการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลทางการตลาด (Data-driven management)** คือ การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยผ่านสื่อทุกรูปแบบทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อกระจายข้อมูลองค์ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์เชิงลึก ให้อยู่ในกรอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพ ส่งเสริมและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

2. **กลยุทธ์การพัฒนาด้วยเทคโนโลยี (Development of Technology)** คือ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดียออนไลน์ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง จัดทำแผนพัฒนาเพื่อการรองรับการเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง

3. **กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Destination Image)** คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาพอำเภอหัวหินให้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก การสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นที่รู้จักทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ หน่วยงานภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการเผยแพร่ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4. **กลยุทธ์การออกแบบบรรยากาศให้ประทับใจผู้ใช้บริการ (Design of ambience)** คือ การเปิดโอกาสให้บุคลากรได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ

5. **กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ (Collaboration)** คือ สร้างแผนความร่วมมือในทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักและ เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยว การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว

6. **กลยุทธ์การสร้างชุมชนเข้มแข็ง (Community Building)** คือ การปรับปรุงภูมิทัศน์ โครงสร้างพื้นฐานและระบบ สาธารณูปโภค และกำหนดนโยบายด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว และจัดทำแผนยุทธศาสตร์และงบประมาณที่เหมาะสมเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการตลาด เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

7. **กลยุทธ์การสื่อสาร (Communication)** คือ การสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อกระตุ้นให้เกิดการทองเทียวนองนักทองเทียวนองอย่างต่อเนือง และการใช้เครื่องมือในการสนับสนุนการสื่อสารให้มีประลธิธิภาพ เช่น การโฆษณาประชาลัมพันธ์ การสงเสริมการขายผ่านรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ พิจารณาให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและตรงกลุ่มเป้าหมายของนักทองเทียวนองซึ่งเป็นผู้รับบริการ เน้นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารแก่นักทองเทียวนอง

8. **กลยุทธ์การสร้างสรรค้นวัตกรรมเพื่อสร้างควมแตกต่าง (Creativity Innovation)** คือ การสร้างควมร่วมมือเพื่อการผลิตผลิตภัณท์สมุญไพโรในการบำบัดรักษาสุขภาพ และการสร้างสรรค้เมนูอาหารและเครื่องดื่มนที่มีความหลากหลายจากการประยุกต์ใช้วัตถุดิบหลักในทองถิ่นมาแปรรูปเพื่อพัฒนาสร้างสรรค้ผลิตภัณท์ที่มีความแตกต่างจากเดิม



บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง “ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” เป็นการวิจัยแบบผสม คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์ 5 ข้อ ได้แก่

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
3. เพื่อศึกษาลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย การสรุปผล การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบประเด็นที่สำคัญที่สามารถนำมาสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับนานาชาติ นักวิจัยได้ผลสรุปจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ ดังนี้

การวิเคราะห์ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหินเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศริมทะเลที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นอำเภอหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทะเล น้ำตก ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยว

ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้น จึงถือได้ว่าอำเภอหัวหินมีความพร้อมที่จะได้รับการพัฒนาศักยภาพของอำเภอให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การวิเคราะห์ด้านความเหมาะสมของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีความเหมาะสมทั้งทางด้านพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว ในการจัดให้เป็นพื้นที่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่ดี มีความเป็นธรรมชาติปนกับบรรยากาศเมือง ทำให้บรรยากาศที่ได้ไม่เหมือนกับที่ไหน และถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของเมืองหัวหิน อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในฐานะสถานที่ตากอากาศที่สวยงาม และโด่งดังมากขึ้นเรื่อย ๆ มีสนามกอล์ฟระดับมาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศไทย รวมทั้งมีชายหาดที่ต่อเนื่องเป็นระยะยาวและมีความสวยงาม มีความสะอาด จึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การออกกำลังกาย ดังนั้น อำเภอหัวหิน จึงถือได้ว่าเป็นอำเภอที่มีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาและปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียง

การวิเคราะห์ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า หัวหินเป็นเมืองที่เงียบสงบ เนื่องจากหัวหินเป็นเมืองที่ติดทะเล และเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายซึ่งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติต่าง ๆ และได้มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่ม อีกทั้งหัวหินยังเป็น High Class ที่แตกต่างจากเมืองตากอากาศชายทะเลอื่น ๆ ของประเทศไทย และเชื่อมต่อโดยตรงกับกรุงเทพฯ ผ่านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมสะดวก ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะหรือโดยรถแท็กซี่ในเวลาน้อยกว่าสามชั่วโมง ซึ่งช่วยประหยัดทั้งการเดินทางไกลไปยังจุดหมายปลายทางที่ห่างไกลมากขึ้นและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยการใช้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ

การวิเคราะห์จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า “หัวหิน” ถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ มีลักษณะความเป็นตัวตน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เก่าแก่ เหมาะสำหรับการพักผ่อนหรือการฟื้นฟูจิตใจ อีกทั้งยังเป็นอำเภอที่มีแต่ความปลอดภัยไม่มีโจรหรือขโมยมีศักยภาพและมีสถานที่สำคัญเป็นจำนวนมาก เป็นเมืองที่เดินทางสะดวกจากกรุงเทพมหานคร เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมสำคัญ เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการลิ้มลองอาหาร และเป็นเมืองเป้าหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้

ยังมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายในทุกภาคส่วนระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการจัดโครงการฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การวิเคราะห์จุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า จุดอ่อนที่สำคัญคือ มีการจรรยาที่ติดขัด ปัญหาในเรื่องการบริหารงานของรัฐและการบังคับใช้กฎหมายที่ไม่เข้มงวด ขาดความชัดเจนในแผนการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง ผู้ประกอบการธุรกิจภาคเอกชนไม่ได้รับงบประมาณในการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และขาดการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานเพื่อทำให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด สำหรับพื้นที่เพื่อการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนไม่มีการปรับปรุงดูแลรักษาความสะอาด และไม่มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้ร่มรื่น อีกทั้งยังไม่มีจุดให้บริการความรู้เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของแต่ละสถานที่ที่ชัดเจน นอกจากนี้อำเภอหัวหินมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเสื่อมโทรม และมีการบริหารจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม อีกทั้งยังมีปัญหาขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของอำเภอหัวหิน

การวิเคราะห์โอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า นโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐที่ได้เล็งเห็นความสำคัญของพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองหัวหินและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการเลือกพื้นที่อำเภอหัวหินเป็นโครงการนำร่องเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Thailand Wellness Sandbox ซึ่งได้รับความร่วมมือและได้รับความสนใจจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย อีกทั้งในอนาคตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง นอกจากนี้ยังได้มีโอกาสจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการพัฒนาเมืองหัวหินให้มีความทันสมัยด้านการท่องเที่ยว และโอกาสจากการขยายตลาดการค้าและการลงทุนของแผนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับประเทศ รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการค้าของประเทศไทยที่มีต่อภูมิภาคต่าง ๆ

การวิเคราะห์อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 4 กลุ่ม มีความเห็นสอดคล้องกันหมดว่า ปัจจุบันนี้มีตัวเลือกอย่างมากในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะ เป็นยุโรปหรือเอเชียล้วนแต่มีจุดสนใจในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ต้องการจะไปหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น และที่สำคัญกว่านั้นคือ เศรษฐกิจท่องเที่ยว และการแข่งขันของธุรกิจ รวมทั้ง

ปัญหาที่เกิดขึ้นจากหลายสาเหตุที่คล้ายกัน เช่น เรื่องโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค ปัญหาการเติบโตที่รวดเร็วของเมือง ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาการจราจร ปัญหาจากการมีนักลงทุนที่ไม่ใช่ผู้คนในท้องถิ่นมาลงทุนประกอบกิจการต่าง ๆ ขาดการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ การรักษาสภาพแวดล้อมให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด การบริหารงบประมาณของบางหน่วยงานไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ต่าง ๆ จึงขาดความเป็นเอกเทศในการบริหารจัดการ ขาดความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานระดับชุมชนในการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ให้แก่สินค้าของชุมชน และขาดการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้เป็นที่รู้จัก อีกทั้งยังขาดการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจและพนักงานผู้ให้บริการ ในการจัดรูปแบบการให้บริการที่สอดคล้องและเหมาะสม ซึ่งเป็นการให้บริการที่ให้ผลได้จริงต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นักวิจัยได้ผลสรุปจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากกว่าครึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 73.75 รองลงมาเพื่อประชุม/อบรม/สัมมนา เยี่ยมญาติ และทำงาน คิดเป็นร้อยละ 11.25 9.75 และ 5.25 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับเพื่อน/กลุ่มเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาเดินทางกับครอบครัว หน่วยงาน และคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 44.50 5.75 และ 3.75 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางระหว่าง 3-5 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมามีผู้ร่วมเดินทางระหว่าง 6-10 คน ระหว่าง 1-2 คน และ 10 คนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 25.25 13.00 และ 12.25 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุด คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมาไม่แน่นอน และเดินทางท่องเที่ยววันธรรมดา คิดเป็นร้อยละ 15.75 และ 14.75 ตามลำดับ เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วมากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาเคยเดินทางมาท่องเที่ยวจำนวน 3 ครั้ง และจำนวน 2 ครั้งหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 27.00 และ 14.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายสูงกว่า 10,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมามีค่าใช้จ่ายระหว่าง 5,001-10,000 บาท ระหว่าง 3,000-5,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.25 13.75 และ 7.75 ตามลำดับ โดยทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากการออกบูธ/โปรซัวร์ คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมาโฆษณา/รายการ

โทรทัศน์/วิทยุ เพื่อน/ครอบครัว อินเทอร์เน็ต และบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.25 18 16.25 และ 1.25 ตามลำดับ มากกว่าครึ่งกลับมาท่องเที่ยวแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 93.00 รองลงมา ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นักวิจัยได้ผลสรุปจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้

ด้านลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.27) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจาก มากไปน้อย พบว่า ทิวรสป่าและนวดแผนไทย ทิวร้ออาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทิวร้อกีฬา เพื่อสุขภาพ ทิวร้อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทิวร้อฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา มีค่าเฉลี่ย ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทิวร้อป่าและนวดแผนไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ใช้บริการนวดสปา และนวดแผนไทยตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 (S.D. = 0.51) รองลงมา ได้แก่ ใช้บริการโปรแกรมการออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือที่เรียกว่า “โยคะ” และเต้นแอโรบิก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 (S.D. = 0.53) ใช้บริการอบสมุนไพรแบบ “เซาว์น่า” โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบนเตา หรือการประคบโดยสมุนไพร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ทิวร้ออาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ร่วมชิมทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรท้องถิ่นในตลาดนัดตรซัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (S.D. = 0.54) รองลงมา ได้แก่ เข้าคลาสเรียนการทำอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (S.D. = 0.52) และทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ของโรงแรมที่มีชื่อเสียงในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ทิวร้อกีฬาเพื่อสุขภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ร่วมกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.57) รองลงมา ได้แก่ เล่นกิจกรรมกีฬาทางน้ำ ได้แก่ พายเรือคายัค เล่น Kite Boarding

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.58) และเข้าคลาสเรียนชมมวยไทยในพื้นที่อำเภอหัวหิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.58) ตามลำดับ

ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 (S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เยี่ยมชมเดินเที่ยวบริเวณชายหาดหัวหิน หาดเขาตะเกียบ หาดสวนสนประดิพัทธ์ หาดเขาเต่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 (S.D. = 0.60) รองลงมา ได้แก่ เยี่ยมชมจุดชมวิวเขาหินเหล็กไฟที่สามารถมองเห็นเมืองหัวหินได้แบบ 180 องศา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.51) และเยี่ยมชมและเล่นน้ำที่น้ำตกป่าละอู ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ บวชชีพราหมณ์ ณ สำนักแม่ชีไทยสันตินิวาส ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.72) รองลงมา ได้แก่ ร่วมฝึกจิตนั่งวิปัสสนากรรมฐานเพ็ญภาวนาในสถานที่ปฏิบัติธรรมวัดเขาอติสุตโต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.62) และเยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมในศูนย์ปฏิบัติธรรมแบบทิเบตที่ศูนย์ชิววัน (มูลนิธิพันดารา) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.54) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นักวิจัยได้ผลสรุปจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ดังนี้

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (S.D. = 0.28) เมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่า ด้านบุคคล ด้านการรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านนโยบายของสถานประกอบการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ตามลำดับ และเมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า

ด้านบุคคล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ผู้ให้บริการมีการให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับก่อนการบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 (S.D. = 0.50) รองลงมา ได้แก่ ผู้ให้บริการมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อยเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 (S.D. = 0.49) จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อจำนวน

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D. = 0.55) และผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจของชายแก่นักท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจของชายมีความหลากหลายครบครัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 (S.D. = 0.51) รองลงมา ได้แก่ รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจของชายมีความคุ้มค่า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 (S.D. = 0.50) และมีรูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจของชายก่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.50) และรูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจของชายร่วมกันผสมผสานมีความลงตัว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.51) ตามลำดับ

ด้านภาพลักษณ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 (S.D. = 0.36) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ หัวหินมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยว และมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 (S.D. = 0.50) รองลงมา ได้แก่ มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.50) และมีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความสะอาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.63) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สินค้าในพื้นที่ที่สามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D. = 0.52) รองลงมา ได้แก่ ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.53) นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D. = 0.51) และมีช่องทางศึกษาสืบค้นข้อมูลติดต่อหลากหลายช่องทางผ่านโซเชียลมีเดีย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 (S.D. = 0.53) ตามลำดับ

ด้านนโยบายของสถานประกอบการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีการส่งพนักงานผู้ให้บริการไปอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 (S.D. = 0.57) รองลงมา ได้แก่ มีการพัฒนาคุณภาพและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการยกระดับมาตรฐานการบริการมากขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D. = 0.53) มีการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น สี เสียงดนตรี

กลิ่น อาหารและเครื่องดื่ม สมุนไพร ในการให้บริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 (S.D. = 0.57) และมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ได้แก่ การบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต และบริการรับฝากของ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (S.D. = 0.64) ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และไอจี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (S.D. = 0.52) รองลงมา ได้แก่ มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.50) มีการส่งเสริมการขายโดยการมอบส่วนลดการจอล่วงหน้า หรือการจอลผ่านออนไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.50) และมีการให้ส่วนลดสำหรับโอกาสพิเศษ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (S.D. = 0.52) ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.56) รองลงมา ได้แก่ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ใช้บริการมีคุณภาพน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D. = 0.51) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.55) และแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการบริการที่มีความหลากหลาย เช่น การนวด ชัดผัด ซาวน่า วารีบำบัด อาหารสมุนไพร การฝึกสมาธิ กีฬาเพื่อสุขภาพ และโภชนาการบำบัด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. = 0.63) ตามลำดับ

ด้านกระบวนการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น การจัดพื้นที่การบริการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.52) รองลงมา ได้แก่ มีมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์ในการดูแลความปลอดภัยอย่างเพียงพอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D. = 0.52) ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบข้อควรปฏิบัติให้ยึดถือและปฏิบัติตามอย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 (S.D. = 0.52) และมีขั้นตอนการเข้าชมหรือการทำกิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม สะดวก และเป็นระบบ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (S.D. = 0.63) ตามลำดับ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สถานที่จอดรถมีการจัดการที่จอดรถเป็นสัดส่วน ปลอดภัย

และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 (S.D. = 0.52) รองลงมา ได้แก่ บริเวณโดยรอบพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ทางลาดสำหรับผู้พิการ ปุ่มน้ำมัน ตู้ ATM ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D. = 0.50) สภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม เช่น สะอาด สวยงาม มีป้ายบอกข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงข้อห้ามกฎระเบียบที่อ่านง่าย และชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (S.D. = 0.60) และมีบรรยากาศการให้บริการ (แสงสว่าง เสียง และกลิ่น) อย่างเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. = 0.37) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการซ้ำ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 (S.D. = 0.51) รองลงมา ได้แก่ มีการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อบริการเป็นแพ็คเกจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D. = 0.52) มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นกลุ่ม หรือกรุ๊ปทัวร์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 (S.D. = 0.53) และมีการกำหนดราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับสถานที่ และการบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D. = 0.55) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทาง มาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการ

ในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลสรุปของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยค่าไคสแควร์ (Chi-Square) พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ในด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กัน สามารถอธิบายเป็นรายด้าน ดังนี้

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และการกลับมาท่องเที่ยว

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ และเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย และทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ และเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ และเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัด

ประจวบคีรีขันธ์ กับอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมี

ความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย

ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์ฝึกสมาธิและบำบัดเพื่อบำบัด และเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกันกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกันกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกันกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวแตกต่างกันกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลสรุปของการทดสอบด้วยการทดสอบ (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) พบว่า

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

อายุไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

สถานภาพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่

อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย และทัวร์ฝึกสมาธิ และบำเพ็ญภาวนา

ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษา

มีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

อาชีพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา และทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทัวร์สปาและนวดแผนไทย ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร และทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามเพศ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในทุกด้าน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอายุ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณา

เป็นรายด้าน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์ และเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบบรรยายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านกระบวนการ ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจ ชายแก่นักท่องเที่ยว และด้านนโยบายของสถานประกอบการ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจของแก่นักท่องเที่ยว และด้านนโยบายของสถานประกอบการ และเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่เป็นราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/พ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และราชการ/

จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

ด้านภาพลักษณ์ และด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจของชายแก่นักท่องเที่ยว และเพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบต่อโดยใช้วิธีการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีรายได้

ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 15,000 บาท และมากกว่า 30,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 15,000 บาท มีส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกับกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลสรุปของการทดสอบด้วยการทดสอบ (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way analysis of Variance: One-Way ANOVA or F-Test) พบว่า

เพศไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในทุกด้าน

อายุมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านภาพลักษณ์

สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านกระบวนการ ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจภายนอกนักท่องเที่ยว และด้านนโยบายของสถานประกอบการ

ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

อาชีพมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจภายนอกนักท่องเที่ยว และด้านนโยบายของสถานประกอบการ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว
 เชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว
 เชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา
 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ
 ด้านกระบวนการ ด้านภาพลักษณ์ และด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 5 เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
 เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอ
 หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและ
 แบบสอบถามมาสังเคราะห์ด้วยวิธี SWOT Analysis และ TOWS Matrix นำข้อมูลที่ได้ไปกำหนด
 แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัด
 ประจวบคีรีขันธ์ ที่มีชื่อว่า “4DC” คือ ยุทธศาสตร์ การพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยว
 เชิงสุขภาพอำเภอหัวหิน ที่ประกอบไปด้วย



ภาพ 17 ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอำเภอหัวหิน

1. **กลยุทธ์การจัดการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลทางการตลาด (Data-driven management)** คือ การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยผ่านสื่อทุกรูปแบบทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อกระจายข้อมูลองค์ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์เชิงลึก ให้อยู่ในกรอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพ ส่งเสริมและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

2. **กลยุทธ์การพัฒนาด้วยเทคโนโลยี (Development of Technology)** คือ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง จัดทำแผนพัฒนาเพื่อการรองรับการเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง

3. **กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Destination Image)** คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาพอำเภอหัวหินให้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก การสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นที่รู้จักทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ หน่วยงานภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการเผยแพร่ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4. **กลยุทธ์การออกแบบบรรยากาศให้ประทับใจผู้ใช้บริการ (Design of ambience)** คือ การเปิดโอกาสให้บุคลากรได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ

5. **กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ (Collaboration)** คือ สร้างแผนความร่วมมือในทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักและ เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยว การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว

6. **กลยุทธ์การสร้างชุมชนเข้มแข็ง (Community Building)** คือ การปรับปรุงภูมิทัศน์โครงสร้างพื้นฐานและระบบ สาธารณูปโภค และกำหนดนโยบายด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว และจัดทำแผนยุทธศาสตร์และงบประมาณที่เหมาะสมเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการตลาด เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

7. **กลยุทธ์การสื่อสาร (Communication)** คือ การสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และการใช้เครื่องมือในการสนับสนุนการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายผ่านรูปแบบ

ออนไลน์และออฟไลน์ พิจารณาให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและตรงกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้รับบริการ เน้นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว

8. กลยุทธ์การสร้างสรรคนวัตกรรมเพื่อสร้างความแตกต่าง (Creativity Innovation)

คือ การสร้างความร่วมมือเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในการบำบัดรักษาสุขภาพ และการสร้างสรรค์เมนูอาหารและเครื่องดื่มที่มีความหลากหลายจากการประยุกต์ใช้วัตถุดิบหลักในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากเดิม

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้ศึกษาดังนี้

1. การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพระดัตบนานาชาติ พบว่าอำเภอหัวหินเป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศริมทะเลที่เก่าแก่ที่สุด และเป็นอำเภอหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทะเล น้ำตก ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยได้รับความสนใจจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีความเหมาะสมทั้งทางด้านพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว ในการจัดให้เป็นพื้นที่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากเป็นเมืองที่มีบรรยากาศที่ดี ความเป็นธรรมชาติปนกับบรรยากาศเมือง ทำให้บรรยากาศที่ได้ไม่เหมือนกับที่ไหน และถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของเมืองหัวหิน อีกทั้งยังเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในฐานะสถานที่ตากอากาศที่สวยงาม และโด่งดังมากขึ้นเรื่อย ๆ มีสนามกอล์ฟระดับมาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศไทย รวมทั้งมีชายหาดที่ต่อเนื่องเป็นระยะยาวและมีความสวยงาม มีความสะอาด จึงเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแก่การออกกำลังกาย นอกจากนี้หัวหินยังเป็นเมืองที่เงียบสงบ เนื่องจากหัวหินเป็นเมืองที่ติดทะเล และเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายซึ่งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติต่าง ๆ และได้มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเพื่อรองรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวหลาย ๆ กลุ่ม อีกทั้งหัวหินยังเป็น High Class ที่แตกต่างจากเมืองตากอากาศชายทะเลอื่น ๆ ของประเทศไทย และเชื่อมต่อโดยตรงกับกรุงเทพฯ ผ่านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมสะดวก ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้

โดยระบบขนส่งสาธารณะหรือโดยรถแท็กซี่ในเวลาน้อยกว่าสามชั่วโมง ซึ่งช่วยประหยัดทั้งการเดินทางไกลไปยังจุดหมายปลายทางที่ห่างไกลมากขึ้นและค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยการใช้บนเที่ยวบินภายในประเทศ จึงถือได้ว่าอำเภอหัวหินเป็นอำเภอที่มีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาและปรับปรุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีชื่อเสียง

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ต้องมุ่งเน้นการพัฒนาความพร้อมของสถานที่ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ แหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทะเล น้ำตก ป่าไม้ และแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นให้รองรับการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ ญัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร (2562) ที่กล่าวว่า ศักยภาพการท่องเที่ยว คือ ความสามารถหรือความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนา โดยพิจารณาจากคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงสภาพการเข้าถึงของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมโดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมหรือพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวนี้จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหลายภาคส่วน

2. การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากกว่าครึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ โดยทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต รองลงมา เพื่อน/ครอบครัว และโฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ/การออกบูธ/โปรซัวร์ มากกว่าครึ่งกลับมาท่องเที่ยวแน่นอน ทั้งนี้เนื่องจากอำเภอหัวหินถือได้ว่าเป็นอำเภอที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ทำให้อำเภอหัวหินมีศักยภาพเพียงพอที่จะทำให้เกิดการยอมรับด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ดังนั้น อำเภอหัวหิน ควรได้รับการพัฒนาพื้นที่ที่ท่องเที่ยวให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย โดยการจัดให้มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ สอดคล้องกับแนวคิดของ Chen et al (2013) ได้ขยายความว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการเดินทางเพื่อชื่นชมความงามของแหล่งท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมสุขภาพเพื่อสร้างความสมดุล ให้กับร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ

3. การศึกษาลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน

เรียงจากมากไปน้อย พบว่า ทวีร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร ทวีร์สปาและนวดแผนไทย ทวีร์กีฬาเพื่อสุขภาพ ทวีร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทวีร์ฝึกสมาธิและบำบัดปัญหาความมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด โดยมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ใช้บริการนวดสปาและนวดแผนไทยตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน การร่วมชมทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรท้องถิ่นในตลาดนัดตรุษจีน การเยี่ยมชมเดินเที่ยวบริเวณชายหาดหัวหิน หาดเขาตะเกียบ หาดสวนสนประดิพัทธ์ หาดเขาเต่า บวชชีพราหมณ์ ณ สำนักแม่ชีไทย สันตินิวาส การร่วมกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน

ดังนั้น การจัดทำกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหิน สามารถดำเนินการจัดกิจกรรมได้หลากหลายรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Erfurt-Cooper and Cooper (2009 อ้างในราณี อิลิชัยกุล, 2557) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังรวมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับการท่องเที่ยวแบบอื่นเป็น (Health and Wellness Spa Tourism) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ารับบริการด้านสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวประเภทร้านสปาเพื่อสุขภาพ และสปาในแหล่งน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน ซึ่งสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลาย กล่าวคือ กิจกรรมในร้านสปาเพื่อสุขภาพ ได้แก่ การเลือกและปรับแผนชีวิต การป้องกันความเจ็บป่วย การดูแลความงาม เป็นต้น ส่วนกิจกรรมสปาในแหล่งน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน ได้แก่ การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อนเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด การฟื้นฟูจากความเจ็บป่วย การพักผ่อน และนันทนาการ เป็นต้น

4. การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix) อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายด้าน เรียงจากมากไปน้อย พบว่า ด้านบุคคล ด้านภาพรวมของสิ่งที่นำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว ด้านภาพลักษณ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านนโยบายของสถานประกอบการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคา มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณารายย่อย พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการซ้าลินค้าในพื้นที่สามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์ มีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และไอจี ผู้ให้บริการมีการให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับก่อนการบริการ สถานที่จอดรถมีการจัดการที่จอดรถเป็นสัดส่วน ปลอดภัย และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น การจัดพื้นที่การบริการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว หัวหินมี

ภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของนักท่องเที่ยว และมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถดึงดูดความสนใจลูกค้ามาใช้บริการ และมีการรวมผลิตภัณฑ์ด้านการบริการสปา เช่น นวดน้ำมัน อบสมุนไพร สดริบผิว นวดแผนโบราณ และโภชนาการบำบัด มีการส่งพนักงานผู้ให้บริการไปอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังพบว่า อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม

ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องดำเนินการกำหนดตลาดเป้าหมายโดยมุ่งเน้นการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายตามอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มอาจมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะความต้องการด้านการดูแลสุขภาพ และมุ่งเน้นการเกิดการให้บริการซ้ำด้วยการสร้างความประทับใจ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตานักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ กุลวรา สุวรรณพิมล (2556) ที่ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ตัดสินใจในการซื้อบริการ วิธีการซื้อและวิธีการใช้บริการนั้นจากกระบวนการ ตลาด ตลอดจนปัจจัยภายนอกต่าง ๆ เช่น สถานภาพของบุคคล ครอบครัว ซึ่งส่งผลให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

5. การกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่สำคัญได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพอำเภอหัวหินให้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ การสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นที่รู้จักทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม และต่อเนื่อง การจัดทำแผนพัฒนาเพื่อการรองรับการเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง การสร้างแผนความร่วมมือในทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การจัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักและการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว การปรับปรุงภูมิทัศน์ โครงสร้างพื้นฐานและระบบ สาธารณูปโภค และกำหนดนโยบายด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว และการจัดทำแผนยุทธศาสตร์และงบประมาณที่เหมาะสมเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการตลาด เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

ดังนั้น ในการพัฒนาศักยภาพของอำเภอหัวหิน ประจวบคีรีขันธ์ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงนั้น ควรได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานหลายฝ่ายในการวางแผนเพื่อการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสภาพแวดล้อมและสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ราณี อธิษฐ์กุล และรชพร จันทร์สว่าง (2559) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพสถานประกอบการสปา โดยพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรและด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่อยู่ในความคาดหวังและสภาพความเป็นจริงของสถานประกอบการสปา ขณะที่จุดแข็งของศักยภาพของสถานประกอบการสปาไทยหลายด้านที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการส่งเสริมให้ศักยภาพสถานประกอบการสปาไทยมีคุณภาพและมาตรฐาน

แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็น 8 กลยุทธ์ ดังนี้

1. **กลยุทธ์การจัดการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลทางการตลาด (Data-driven management)** คือ การจัดทำแผนธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยผ่านสื่อทุกรูปแบบทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อกระจายข้อมูลองค์ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์เชิงลึก ให้อยู่ในกรอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพ ส่งเสริมและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

2. **กลยุทธ์การพัฒนาด้วยเทคโนโลยี (Development of Technology)** คือ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ในการแจ้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง จัดทำแผนพัฒนาเพื่อการรองรับการเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่ง

3. **กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Destination Image)** คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอำเภอหัวหินให้มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก การสร้างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นที่รู้จักทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ หน่วยงานภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการเผยแพร่ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4. **กลยุทธ์การออกแบบบรรยากาศให้ประทับใจผู้ใช้บริการ (Design of ambience)** คือ การเปิดโอกาสให้บุคลากรได้พัฒนารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจ

5. **กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ (Collaboration)** คือ สร้างแผนความร่วมมือในทุกภาคส่วนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จัดทำแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักและ เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับชุมชนที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยว การให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เพื่อดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยว

6. **กลยุทธ์การสร้างชุมชนเข้มแข็ง (Community Building)** คือ การปรับปรุงภูมิทัศน์ โครงสร้างพื้นฐานและระบบ สาธารณูปโภค และกำหนดนโยบายด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยว และจัดทำแผนยุทธศาสตร์และงบประมาณที่เหมาะสมเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางการตลาด เพื่อดึงดูดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

7. **กลยุทธ์การสื่อสาร (Communication)** คือ การสื่อสารแบบบูรณาการเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และการใช้เครื่องมือในการสนับสนุนการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขายผ่านรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ พิจารณาให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและตรงกลุ่มเป้าหมายของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผู้รับบริการ เน้นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว

8. **กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างความแตกต่าง (Creativity Innovation)** คือ การสร้างความร่วมมือเพื่อการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรในการบำบัดรักษาสุขภาพ และการสร้างสรรค์เมนูอาหารและเครื่องดื่มที่มีความหลากหลายจากการประยุกต์ใช้วัตถุดิบหลักในท้องถิ่นมาแปรรูปเพื่อพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากเดิม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถนำแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากผลการวิเคราะห์ TOWS Matrix ไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและปรับปรุงการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถนำกลยุทธ์ทั้ง 8 กลยุทธ์ ซึ่งได้แก่ กลยุทธ์การจัดการที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลทางการตลาด กลยุทธ์การพัฒนาด้วยเทคโนโลยี กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยว กลยุทธ์การออกแบบบรรยากาศให้ประทับใจ ใช้บริการ กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือ กลยุทธ์การสร้างชุมชน

เข้มแข็ง กลยุทธ์การสื่อสาร กลยุทธ์การสร้างสรรคณ์วัตกรรมเพื่อการสร้างความแตกต่าง ไปปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอหัวหิน ให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนต่อไป

3. ผู้ประกอบการธุรกิจด้านที่พักแรม และผู้ประกอบการเกี่ยวกับสุขภาพ สามารถนำ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และการศึกษาส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไปใช้ในการ กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจให้สอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่ม นักท่องเที่ยว

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ ด้านที่พักแรม และผู้ประกอบการเกี่ยวกับสุขภาพ ควรสร้างความร่วมมือระหว่างกันเพื่อนำ ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่เขต อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's) ไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาและส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อการสร้างและส่งเสริม ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่การท่องเที่ยว

5. นักศึกษา นักวิชาการ และนักวิจัย สามารถนำแนวทางการพัฒนาและส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ได้จากการศึกษาวิจัย ในครั้งนี้ ไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเพื่อเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ที่ได้จาก การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในอนาคตควรทำการศึกษาในประเด็นของการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งนี้เพื่อเป็น การประเมินการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

2. การวิจัยในครั้งต่อไป นักศึกษา นักวิชาการ หรือนักวิจัย สามารถนำกลยุทธ์ที่ได้ จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ไปทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการประเมินผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยว่ากลยุทธ์ดังกล่าวมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

บรรณานุกรม

- กระทรวงมหาดไทย. (2549). การดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักงานกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น.
- กระทรวงมหาดไทย. (2551). การส่งเสริมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักงานกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2551). โครงการสำรวจระดับความรู้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ฝ่ายนโยบายวางแผน กองวางแผนการท่องเที่ยว.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2556). หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- จิตติณฐิติ บุญช่วย. (2562). แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- จิระวดี คุณทรัพย์ และชัชฎารักษ์ กุลาหงส์. (2556). “สถานการณ์และการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย”. จุลสารวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. Vol.4, 49-62.
- จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์. (2554). การตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร จำกัด.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 6) กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชญาณิศา วงษ์พันธุ์. (2565). แนวทางการใช้ธุรกิจสปาเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ชวัลนุช อุทยาน. (2552). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2561. จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com/>.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2542). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 4). เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- ณัฐรินทร์ ปรีวงศ์กุลธร. (2562). แนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ดุสิตพร สกทา. (2560). ยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ทวีป สิริวิคมี. (2554). การวางแผนพัฒนาและประเมินโครงการ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- ธนธรณ์ ทองหอม. (2558). การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.
- ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร. (2542). สรุปผลการสัมมนาการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือ. กรุงเทพฯ: ธีระภัทรา เอกภายชัยสวัสดิ์. (2553). การศึกษาและพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างองค์กรชุมชนเข้มแข็ง

- กรณีศึกษาตำบลวังชมพู อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.).
ธีระภัทรา เอกภายชัยสวัสดิ์. (2554). **ชุมชนศึกษา**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- นริศ คำแก่น, ศัชชญาน์ ดวงจันทร์ และฤทธิ วัฒนชัยยิ่งเจริญ. (2557). **การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
สุขภาพในสัณฐานบำบัดและสปาแบบไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย**.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- นาฏสุดา เชนนะสิริ. (2555). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**. กรุงเทพฯ: พิสิทธ์เซ็นเตอร์.
- นิคม จารุมณี. (2551). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิออน ศรีสมยง. (2559). **การวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
กรณีศึกษาผู้ประกอบการแพทย์ทางเลือกในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
หอการค้าไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: ธรรมสาร.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2557). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เพ็รินซ่าหลวง.
- ปราโมทย์ รอดจำรัส. (2553). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรชกฤษ ศุทธิเวทิน. (2559). “กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประชากรรุ่นแซด
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” วารสารธุรกิจปริทัศน์. 11 (1): 99 – 110.
- พิบูลย์ ทีปะปาล. (2545). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: เพลิดเพลินการพิมพ์.
- ภาณุวัฒน์ กิจเกศาเจริญ และพลชนันท์ บุญช่วย. (2561). **พัฒนาศักยภาพการตลาดและความต้องการ
สมุนไพรไทยของธุรกิจสปาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ**. ทูนิวิจัยสนับสนุนจาก
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์
- ราณี อิลิชัยกุล. (2557). **การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง**. นนทบุรี: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ราณี อิลิชัยกุล และรชพร จันทร์สว่าง. (2559). **การศึกษาศักยภาพสถานประกอบการสปา**. วารสารการ
จัดการสมัยใหม่, 14(1).
- วรรณภา วงษ์วานิช. (2546). **ความหมายของนักท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). ภาควิชารัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- วรลักษณ์ เขียวมีสวน และคณะ. (2561). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจสปา เพื่อตอบสนองความ
คาดหวังในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ บริเวณอำเภอหัวหิน จังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์**. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(2).
- วิภา ศรีระทุ. (2551). **ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**. สาร
นิพนธ์.วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2550). **ศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศุภชาติ เอี่ยมรัตน์กุล. (2557). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

ศุภราง จันทนวัลย์ และรัชฎา พงชนกิจ. (2562). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร**. วารสารสมาคมนักวิจัย, 24(3).

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.

สรศักดิ์ แผงสภา. (2545). **ราตรีประดับดาวที่หัวหิน**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สารคดี.

สิริรัตน์ นาคแป้น. (2555). **พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการมาท่องเที่ยวเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สุกัญญา ไชยภาณี. (2551). **เที่ยวหัวหินถิ่นผู้ดี: 100 ปีเมืองตากอากาศสยาม**. สมุทรปราการ: ดีไรท์.

สุนีย์ วรธนธรโกมล และธานีรินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). **การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ**. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์, 5(1), 53-63.

สุประภา สมพงษ์. (2560). **แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย**. VERIDIAN E-Journal, 10 (3), 2055-2068.

สุภางค์ จันทวานิช. (2556). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัทโฮลิสติก พับลิชชิ่ง จำกัด.

สุรเดช สุมะธาภิวัฒน์. (2559). **การสื่อสารการตลาดในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน**. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์นมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 2, 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม): 110-117.

สุรีย์ เข้มทอง. (2555). **พฤติกรรมของลูกค้าในการตลาดการท่องเที่ยวและการโรงแรม**. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

สุวีร์ณัฐ โสภณศิริ. (2554). **การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ก้าวแรกสู่การเป็นผู้บริหารธุรกิจท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: อินทนิล.

เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

เสวี วงษ์มณฑา. (2547). **ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

เสวี วงษ์มณฑา. (2561). **เอกสารประกอบคำบรรยายเรื่อง องค์ประกอบการท่องเที่ยว 10A**. วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา.

อรธพล จันทรสาขา. (2548). **ความคาดหวังของประชาชนจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. ศิลปศาสตร์ (รัฐศาสตร์)

- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย.
- เอกชัย บุญยาภิธาน. (2553). **คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2554). **เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Charles Atanga Adongo. (2017). **Beyond Fragmentary: A Proposed Measure for Travel Vaccination Concerns**. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. Vol.31, June 2017, (pp. 105–113).
- Chen, K. H., Chang, F. H., & Wu, C. (2013). **“Investigating the wellness tourism factors in hot spring hotel customer service”**. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol.25, 1092–1114.
- Cohen, Erik. (1979). **A Phenomenology of tourist experiences**. *Sociology Journal*, (13), 179–201.
- Erfurt–Cooper, P. and Cooper, M. (2009). **Health and Wellness Tourism: Spa and Hot Springs**. Bristol: Channel View Publications.
- Heesup Han, and Kiattipoom Kaittawsin. (2018). **The Role of Wellness Spa Tourism Performance in Building Destination Loyalty: The Case of Thailand**. *Journal of travel & Tourism Marketing*, 35(5).
- IOUTO. (1973). **Health Tourism**. Geneva: United Nations.
- Jusana Techakana, Srisuda Chongsitjiphol. (2020). **Tourist’s Satisfaction with Spa Service: A Case Study of the Eastern Region of Thailand**. *Naresuan University Journal: Science and Technology 2020*, (28)1.
- Perreault, W.D., Dorden, D.K. and Dorden, W.R. (1979). **A Psychological Classification of Vacation Life–styles**. *Journal of Leisure Research*, 9, p. 208–224.
- Seri Wongmonta, Srisuda Chongsitjiphol. (2020). **Potential of Thailand to Be A Hub of Health Tourism: A Case study of wellness Spa Business in the Eastern Region of Thailand**. *Naresuan University Journal: Science and Technology 2020*, (28)1.
- Smith, M. and Kelly, C. (2006). **“Wellness Tourism”**. *Tourism Recreation Research*, Vol. 31(1), 1–4.
- Ufuk, A., Gulfer, B., Zehra, A., & Arzu, I. (2012). **“The International Patirnt’s Portfolio and Marketing of Turkish Health Tourism”, *Procedia–Social and Behavioral Sciences***. Vol.58, 1004–1007.
- UNWTO. (2015). **Tourism Highlights 2015**. Retrieved April 25, 2017, from <http://www.E-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416899>.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd Ed. New York. Harper and Row Publications.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยพะเยา

UNIVERSITY OF PHAYAO

ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย สำหรับนักท่องเที่ยว



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา และผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของท่านจะเป็นข้อมูลในการเขียนการศึกษาค้นคว้าคุณูปการซึ่งเป็นประโยชน์ทางวิชาการในสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10P's Marketing Mix)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยความตั้งใจและครบถ้วนทุกข้อ

นางสาวสุนิสา มามาก

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม

วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20-35 ปี

36-50 ปี

มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

5. อาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

ราชการ/รัฐวิสาหกิจ

นักเรียน/นักศึกษา

พ่อบ้าน/แม่บ้าน

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

น้อยกว่า 15,000 บาท

15,000-30,000 บาท

30,001-50,000 บาท

มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

- วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

<input type="checkbox"/> 1) พักผ่อน หย่อนใจ	<input type="checkbox"/> 2) ประชุม/อบรม/สัมมนา
<input type="checkbox"/> 3) เยี่ยมญาติ	<input type="checkbox"/> 4) ทำงาน
<input type="checkbox"/> 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
- ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของท่านในครั้งนี้

<input type="checkbox"/> 1) ครอบครัว	<input type="checkbox"/> 2) หน่วยงาน
<input type="checkbox"/> 3) เพื่อน/กลุ่มเพื่อน	<input type="checkbox"/> 4) บริษัทนำเที่ยว
<input type="checkbox"/> 5) คนเดียว	
- จำนวนสมาชิกผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับท่านในครั้งนี้

<input type="checkbox"/> 1) 1-2 คน	<input type="checkbox"/> 2) 3-5 คน
<input type="checkbox"/> 3) 6-10 คน	<input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 10 คนขึ้นไป
- ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

<input type="checkbox"/> 1) วันหยุด	<input type="checkbox"/> 2) วันธรรมดา	<input type="checkbox"/> 3) ไม่แน่นอน
-------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------
- ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อปี

<input type="checkbox"/> 1) จำนวน 1 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 2) จำนวน 2 ครั้ง
<input type="checkbox"/> 3) จำนวน 3 ครั้ง	<input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป
- ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

<input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 3,000 บาท	<input type="checkbox"/> 2) 3,000-5,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3) 5,001-10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 4) สูงกว่า 10,000 บาท
- ท่านทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ช่องทางใด

<input type="checkbox"/> 1) บริษัทนำเที่ยว	<input type="checkbox"/> 2) เพื่อน/ครอบครัว	
<input type="checkbox"/> 3) โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ	<input type="checkbox"/> 4) อินเทอร์เน็ต	
<input type="checkbox"/> 5) การออกบูธ/โปรซัวร์		<input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ)
- ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อีกหรือไม่

<input type="checkbox"/> 1) กลับมาแน่นอน	<input type="checkbox"/> 2) ไม่แน่นอน	<input type="checkbox"/> 3) ไม่กลับมาแน่นอน
--	---------------------------------------	---

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับ
ความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ มากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ มาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ ปานกลาง

2 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ น้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ น้อยที่สุด

ลักษณะและกิจกรรมการใช้บริการท่องเที่ยว โดยวัดจากความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย					
1. ใช้บริการนวดสปาและนวดแผนไทยตามโปรแกรมในสถาน บริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน					
2. ใช้บริการอบสมุนไพรแบบ “เซาว์นา” โดยใช้ความร้อนจาก ถ่านหินบน เตา หรือการประคบโดยสมุนไพร					
3. ใช้บริการโปรแกรมการออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือที่เรียกว่า “โยคะ” และเดินแอโรบิก					
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร					
1. ร่วมชิมทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรท้องถิ่นในตลาด ฉัตรชัย					
2. ทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตามโปรแกรมในสถาน บริการต่าง ๆ ของโรงแรมที่มีชื่อเสียงในพื้นที่อำเภอหัวหิน					
3. เข้าคลาสเรียนการทำอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตาม โปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน					
ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
1. เยี่ยมชมและเล่นน้ำที่น้ำตกป่าละอู					
2. เยี่ยมชมเดินเที่ยวบริเวณชายหาดหัวหิน หาดเขาตะเกียบ หาดสวน สนประดิพัทธ์ หาดเขาเต่า					
3. เยี่ยมชมจุดชมวิวเขาหินเหล็กที่สามารถมองเห็นเมืองหัวหิน ได้แบบ 180 องศา					

ลักษณะและกิจกรรมการใช้บริการท่องเที่ยว โดยวัดจากความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา					
1. ร่วมฝึกจิตนั่งวิปัสสนากรรมฐานเพ็ญภาวนาในสถานที่ ปฏิบัติธรรมวัดเขาอติสุคโต					
2. เยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมในศูนย์ปฏิบัติธรรมแบบทีเบตที่ ศูนย์ชิววัน					
3. บวชชีพราหมณ์ ณ สำนักแม่ชีไทยสันตินิวาส					
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ					
1. เล่นกิจกรรมกีฬาทางน้ำ ได้แก่ พายเรือคายัค เล่น Kite Boarding					
2. เข้าคลาสเรียนชกมวยไทยในพื้นที่อำเภอหัวหิน					
3. ร่วมกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน					



ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10 P's Marketing Mix)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ มากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ มาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ ปานกลาง

2 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ น้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นระดับ น้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการบริการที่มีความหลากหลาย เช่น การนวด ชัดผิว ซาวน่า วารี บำบัด อาหารสมุนไพร การฝึกสมาธิ กีฬาเพื่อสุขภาพ และโภชนาการบำบัด					
2. พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่ใช้บริการมีคุณภาพน่าเชื่อถือ					
3. พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก					
4. พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					
ด้านราคา					
1. มีการกำหนดราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับสถานที่และการบริการ					
2. มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นกลุ่ม หรือกรุ๊ปทัวร์					
3. มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการซ้ำ					
4. มีการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อบริการเป็นแพ็คเกจ					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ					
2. สินค้าในพื้นที่สามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์					
3. มีช่องทางศึกษาสืบค้นข้อมูลติดต่อหลากหลายช่องทางผ่านสื่อโซเชียล					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
4. นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1. มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง					
2. มีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และไอจี					
3. มีการให้ส่วนลดสำหรับโอกาสพิเศษ					
4. มีการส่งเสริมการขายโดยการมอบส่วนลดการจูงจูงหน้าหรือการจูงจูงผ่านออนไลน์					
ด้านบุคคล					
1. จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว					
2. ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี					
3. ผู้ให้บริการมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อยเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน					
4. ผู้ให้บริการมีการให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับก่อนการบริการ					
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1. สภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม เช่น สะอาด สวยงาม มีป้ายบอกข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงข้อห้ามกฎระเบียบที่อ่านง่าย และชัดเจน					
2. สถานที่จอดรถมีการจัดการที่จอดรถเป็นสัดส่วน ปลอดภัย และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว					
3. มีบรรยากาศการให้บริการ (แสงสว่าง เสียง และกลิ่น) อย่างเหมาะสม					
4. บริเวณโดยรอบพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ทางลาดสำหรับผู้พิการ บิมน้ำมัน ตู้ ATM					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านกระบวนการ					
1. มีขั้นตอนการเข้าชมหรือการทำกิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม สะดวก และเป็นระบบ					
2. ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบข้อควรปฏิบัติให้ชัดเจนและปฏิบัติตามอย่างชัดเจน					
3. มีมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์ในการดูแลความปลอดภัยอย่างเพียงพอ					
4. ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น การจัดพื้นที่การบริการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว					
ด้านภาพลักษณ์					
1. มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
2. มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของให้บริการและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว					
3. มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความปลอดภัย					
4. มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความสะอาด					
ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจขายแก่นักท่องเที่ยว					
1. รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจขายรวมกันผสมผสานมีความลงตัว					
2. รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจขายมีความหลากหลายครบครัน					
3. รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจขายมีความคุ้มค่า					
4. รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจขายก่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่					

ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านนโยบายของสถานประกอบการ					
1. มีการส่งพนักงานผู้ให้บริการไปอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง					
2. มีการพัฒนาคุณภาพและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการยกระดับมาตรฐานการบริการมากขึ้น					
3. มีการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น สี เสียงดนตรี กลิ่น อาหารและเครื่องดื่ม สมุนไพร ในการให้บริการ					
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ได้แก่ การบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต และบริการรับฝากของ					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการให้ข้อมูลครั้งนี้

สุวิสา มามาก

ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย สำหรับภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และภาควิชาการ
เรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ชื่อผู้วิจัย นางสาวสุนิสา มามาก
นิสิตหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการ
โรงแรม วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ชื่อ-สกุล).....
ตำแหน่ง.....
สถานที่ทำงาน.....
เบอร์โทรศัพท์..... Email.....
วัน/เดือน/ปี ที่ให้สัมภาษณ์.....
สถานที่สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 ศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1. ท่านคิดว่าศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมืองสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่สำคัญในความคิดของท่านมีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

4. จุดแข็งทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในความคิดของท่านคืออะไร

.....

.....

.....

5. จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในความคิดของท่านคืออะไร

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

6. โอกาสทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในความคิดของท่านคืออะไร

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

7. อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในความคิดของท่านคืออะไร

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

ตอนที่ 3 องค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (6A's)

1. ท่านคิดว่าสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attractions) เชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีเอกลักษณ์โดดเด่นอย่างไร และมีการดูแลรักษาให้คงอยู่ในสภาพดีหรือไม่ อย่างไร

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

2. ท่านคิดว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ซึ่งคุณภาพในพื้นที่เขตอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่า สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) ในพื้นที่เขตอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร เพียงพอหรือไม่ เช่น ศาลา ที่นั่งพัก จุดชมวิว ป้าย แนะนำสถานที่ ป้ายสื่อความหมาย อินเทอร์เน็ต ห้องสุขา ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก ศูนย์รับแจ้งเหตุ ฯลฯ

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่า การบริการเบ็ดเตล็ด (Ancillary) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์มีเพียงพอหรือไม่ เช่น ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยว การชำระเงินด้วยบัตร เครดิต ตู้ ATM โรงพยาบาล ฯลฯ

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่า ที่พักแรม (Accommodation) ในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์เป็นอย่างไร เพียงพอหรือไม่ในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เกสต์เฮ้าส์ เป็นต้น และมีแนวโน้มจะปรับเปลี่ยนหรือไม่อย่างไร และมีหน่วยงานใด กำกับดูแล

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่ากิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) ซึ่งสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (กิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของท้องถิ่น กิจกรรม การต้อนรับประทับใจในรูปแบบพื้นถิ่น) ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม มีกิจกรรมอะไรบ้าง และท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี หรือการท่องเที่ยวในช่วงงานเทศกาลสำคัญในพื้นที่เขตอำเภอ หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

.....

.....

.....

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านสละเวลาในการให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลครั้งนี้

สุนิสา มามาก



ภาคผนวก ค ตรวจสอบความสอดคล้องด้านเนื้อหา (IOC)

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC)

เรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาเอก ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา และผลที่ได้แบบสอบถามจะเป็นข้อมูลในการเขียนการศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์ในสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

2. แบบสอบถามฉบับนี้มุ่งตรวจสอบความสอดคล้องด้านเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) ของแบบสอบถามและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. แบบสอบถามนี้มีทั้งหมด 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10P's Marketing Mix)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ขอความกรุณาผู้ทรงคุณวุฒิหรือท่านผู้เชี่ยวชาญ ช่วยพิจารณาว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับตัวแปรของการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามในระบบ IOC โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

1) ให้ 1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

2) ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

3) ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นไม่มีเนื้อหาไม่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

4. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยการเขียนเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้น ๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาวสุนิสา มามาก

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม
วิทยาลัยการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลพื้นฐานการเดินทาง
ท่องเที่ยว

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง □ ที่ตรงกับความเป็นจริง

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ: โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์เหมาะสมหรือไม่อย่างไร

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
1	เพศ <input type="checkbox"/> 1) ชาย <input type="checkbox"/> 2) หญิง	5			1
2	อายุ <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 20 ปี <input type="checkbox"/> 2) 20-35 ปี <input type="checkbox"/> 3) 36-50 ปี <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 50 ปี	5			1
3	สถานภาพ <input type="checkbox"/> 1) โสด <input type="checkbox"/> 2) สมรส <input type="checkbox"/> 3) หม้าย/หย่าร้าง	5			1
4	ระดับการศึกษา <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 2) ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> 3) ปริญญาโท <input type="checkbox"/> 4) ปริญญาเอก	4	1		0.8
5	อาชีพ <input type="checkbox"/> 1) พนักงานบริษัทเอกชน <input type="checkbox"/> 2) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย <input type="checkbox"/> 3) ราชการ/รัฐวิสาหกิจ <input type="checkbox"/> 4) นักเรียน/นักศึกษา <input type="checkbox"/> 5) พ่อบ้าน/แม่บ้าน <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	4	1		0.8

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 15,000 บาท <input type="checkbox"/> 2) 15,000-30,000 บาท <input type="checkbox"/> 3) 30,001-50,000 บาท <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป	4	1		0.8

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม: โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ: โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเหมาะสมหรือไม่อย่างไร

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
1	วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ <input type="checkbox"/> 1) พักผ่อน หย่อนใจ <input type="checkbox"/> 2) ประชุม/อบรม/สัมมนา <input type="checkbox"/> 3) เยี่ยมญาติ <input type="checkbox"/> 4) ทำงาน <input type="checkbox"/> 5) อื่น ๆ (โปรดระบุ)	5			1
2	ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ของท่านในครั้งนี้ <input type="checkbox"/> 1) ครอบครัว <input type="checkbox"/> 2) หน่วยงาน <input type="checkbox"/> 3) เพื่อน/กลุ่มเพื่อน <input type="checkbox"/> 4) บริษัทนำเที่ยว <input type="checkbox"/> 5) คนเดียว	5			1

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
3	จำนวนสมาชิกผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์กับท่านในครั้งนี้ <input type="checkbox"/> 1) 1-2 คน <input type="checkbox"/> 2) 3-5 คน <input type="checkbox"/> 3) 6-10 คน <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 10 คนขึ้นไป	4	1		0.8
4	ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ <input type="checkbox"/> 1) วันหยุด <input type="checkbox"/> 2) วันธรรมดา <input type="checkbox"/> 3) ไม่แน่นอน	5			1
5	ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ต่อปี <input type="checkbox"/> 1) จำนวน 1 ครั้ง <input type="checkbox"/> 2) จำนวน 2 ครั้ง <input type="checkbox"/> 3) จำนวน 3 ครั้ง <input type="checkbox"/> 4) มากกว่า 3 ครั้งขึ้นไป	4	1		0.8
6	ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 3,000 บาท <input type="checkbox"/> 2) 3,001-5,000 บาท <input type="checkbox"/> 3) 5,001-10,000 บาท <input type="checkbox"/> 4) สูงกว่า 10,000 บาท	4	1		0.8
7	ท่านทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ช่องทางใด <input type="checkbox"/> 1) บริษัทนำเที่ยว <input type="checkbox"/> 2) เพื่อน/ครอบครัว <input type="checkbox"/> 3) โฆษณา/รายการโทรทัศน์/วิทยุ <input type="checkbox"/> 4) อินเทอร์เน็ต <input type="checkbox"/> 5) การออกบูธ/ไปรษณีย์ <input type="checkbox"/> 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ)	4	1		0.8

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
8	ท่านจะกลับมาท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อีกหรือไม่ <input type="checkbox"/> 1) กลับมาแน่นอน <input type="checkbox"/> 2) ไม่แน่นอน <input type="checkbox"/> 3) ไม่กลับมาแน่นอน	5			1

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะและกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม: โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง มีระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับมาก

3 หมายถึง มีระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับน้อย

1 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ: โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับรูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เหมาะสมหรือไม่อย่างไร

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
ทัวร์สปาและนวดแผนไทย					
1	ใช้บริการนวดสปาและนวดแผนไทยตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน	5			1
2	ใช้บริการอบสมุนไพรแบบ “เซาว์นา” โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบนเตา หรือการประคบโดยสมุนไพร	4	1		0.8
3	ใช้บริการโปรแกรมการออกกำลังกายโดยฝึกการบริหาร หรือที่เรียกว่า “โยคะ” และเต้นแอโรบิก	5			1

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
ทัวร์อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร					
1	ร่วมชิมทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรท้องถิ่นในตลาดนัดตรซัย	4	1		0.8
2	ทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ของโรงแรมที่มีชื่อเสียงในพื้นที่อำเภอหัวหิน	4	1		0.8
3	เข้าคลาสเรียนการทำอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน	5			1
ทัวร์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
1	เยี่ยมชมและเล่นน้ำที่น้ำตกป่าละอู	5			1
2	เยี่ยมชมเดินเที่ยวบริเวณชายหาดหัวหิน หาดเขาตะเกียบ หาดสวนสนประดิพัทธ์ หาดเขาเต่า	5			1
3	เยี่ยมชมจุดชมวิวเขาหินเหล็กที่สามารถมองเห็นเมืองหัวหินได้แบบ 180 องศา	4	1		0.8
ทัวร์ฝึกสมาธิและบำเพ็ญภาวนา					
1	ร่วมฝึกจิตนั่งวิปัสสนากรรมฐานเพ็ญภาวนาในสถานที่ปฏิบัติธรรมวัดเขาอติสุคโต	4	1		0.8
2	เยี่ยมชมและร่วมกิจกรรมในศูนย์ปฏิบัติธรรมแบบทิเบตที่ศูนย์ชิววัน (มูลนิธิพันดารา)	4	1		0.8
3	บวชชีพราหมณ์ ณ สำนักแม่ชีไทยสันตินิवास	5			1
ทัวร์กีฬาเพื่อสุขภาพ					
1	เล่นกิจกรรมกีฬาทางน้ำ ได้แก่ พายเรือคายัค เล่น Kite Boarding	5			1
2	เข้าคลาสเรียนชกมวยไทยในพื้นที่อำเภอหัวหิน	4	1		0.8
3	ร่วมกิจกรรมงานวิ่งมาราธอนต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน	5			1

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10P's Marketing Mix)

คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริงหรือสอดคล้องกับความรู้สึกของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว (กรุณาตอบให้ครบทุกข้อ)

โดยกำหนดให้ 5 หมายถึง มีระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีระดับมาก

3 หมายถึง มีระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีระดับน้อย

1 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

คำชี้แจงสำหรับผู้เชี่ยวชาญ: โปรดพิจารณาว่าข้อความเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (10P's Marketing Mix) เหมาะสมหรือไม่อย่างไร

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
ด้านผลิตภัณฑ์					
1	ใช้บริการนวดสปาและนวดแผนไทยตามโปรแกรมในสถานบริการต่าง ๆ ในพื้นที่อำเภอหัวหิน	5			1
2	ใช้บริการอบสมุนไพรแบบ “เซาว์น่า” โดยใช้ความร้อนจากถ่านหินบนเตา หรือการประคบโดยสมุนไพร	4	1		0.8
3		5			1
4	ใช้บริการโปรแกรมการออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือที่เรียกว่า “โยคะ” และเต้นแอโรบิก	4	1		0.8
ด้านราคา					
1	มีการกำหนดราคาค่าบริการมีความเหมาะสมกับสถานที่ และการบริการ	5			1
2	มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาเป็นกลุ่มหรือกรุ๊ปทัวร์	4	1		0.8
3	มีราคาการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการซ้ำ	5			1
4	มีการบริการพิเศษสำหรับลูกค้าที่ซื้อบริการเป็นแพ็คเกจ	4	1		0.8

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1	ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้ทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ	4	1		0.8
2	สินค้าในพื้นที่สามารถสั่งซื้อและจัดส่งผ่านทางไปรษณีย์	5			1
3	มีช่องทางศึกษาสืบค้นข้อมูลติดต่อหลากหลายช่องทางผ่านสื่อโซเชียล	4	1		0.8
4	นักท่องเที่ยวสามารถจองที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมผ่านสื่อออนไลน์ได้สะดวก	5			1
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
1	มีการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	4	1		0.8
2	มีการโฆษณาผ่านสื่อโซเชียลออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ค และไอจี	5			1
3	มีการให้ส่วนลดสำหรับโอกาสพิเศษ	4	1		0.8
4	มีการส่งเสริมการขายโดยการมอบส่วนลดการจONGL่องหน้า หรือการจONGLONGผ่านออนไลน์	5			1
ด้านบุคคล					
1	จำนวนผู้ให้บริการมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	4	1		0.8
2	ผู้ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์และอัธยาศัยดี	5			1
3	ผู้ให้บริการมีการแต่งกายสุภาพเรียบร้อยเหมาะสมกับการปฏิบัติงาน	5			1
4	ผู้ให้บริการมีการให้คำแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับการบริการที่จะได้รับการบริการ	4	1		0.8
ด้านลักษณะทางกายภาพ					
1	สภาพแวดล้อมมีความเหมาะสม เช่น สะอาด สวยงาม มีป้ายบอกข้อมูลต่าง ๆ รวมถึงข้อห้ามกฎระเบียบที่อ่านง่าย และชัดเจน	4	1		0.8
2	สถานที่จอดรถมีการจัดการที่จอดรถเป็นสัดส่วนปลอดภัย และเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว	5			1
3	มีบรรยากาศการให้บริการ (แสงสว่าง เสียง และกลิ่น) อย่างเหมาะสม	5			1

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
4	บริเวณโดยรอบพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น ทางลาดสำหรับผู้พิการ บันไดน้ำขึ้น ตู้ ATM	4	1		0.8
ด้านกระบวนการ					
1	มีขั้นตอนการเข้าชมหรือการทำกิจกรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม สะดวก และเป็นระบบ	4	1		0.8
2	ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการกำหนดกฎระเบียบข้อควรปฏิบัติให้ชัดเจนและปฏิบัติตามอย่างชัดเจน	5			1
3	มีมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีเจ้าหน้าที่และอุปกรณ์ในการดูแลความปลอดภัยอย่างเพียงพอ	4	1		0.8
4	ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการที่ดีและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว เช่น การจัดพื้นที่การบริการด้านอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	5			1
ด้านภาพลักษณ์					
1	มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ	4	1		0.8
2	มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของให้บริการและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	5			1
3	มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความปลอดภัย	4	1		0.8
4	มีภาพลักษณ์ที่ดีในแง่ของความสะอาด	5			1
ด้านการรวมของสิ่งที่น่าสนใจเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว					
1	รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจขายร่วมกันผสมผสานมีความลงตัว	5			1
2	รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจขายมีความหลากหลายครบครัน	5			1
3	รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจขายมีความคุ้มค่า	4	1		0.8
4	รูปแบบของสินค้าและบริการที่น่าสนใจขายก่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่	4	1		0.8

ข้อ	คำถาม	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน IOC
		+1	0	-1	
ด้านนโยบายของสถานประกอบการ					
1	มีการส่งพนักงานผู้ให้บริการไปอบรมและพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่อง	4	1		0.8
2	มีการพัฒนาคุณภาพและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการยกระดับมาตรฐานการบริการมากขึ้น	4	1		0.8
3	มีการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น สี กลิ่น เสียงดนตรี อาหารและเครื่องดื่ม สมุนไพร ในการให้บริการ	5			1
4	มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ได้แก่ การบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต และบริการรับฝากของ	5			1

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ง หนังสือตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย



ที่ นบท. 066/2566

23 กุมภาพันธ์ 2566

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย

เรียน คุณสุนิสา มามาก, คุณเสรี วงษ์มณฑา, คุณผกาภาศ ชัยรัตน์

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” กองบรรณาธิการได้พิจารณาบทความโดยเสนอต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ กลั่นกรอง (Peer Review) จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของบทความก่อนการลงตีพิมพ์ ในการนี้กองบรรณาธิการขอแจ้งให้ท่านทราบว่าบทความวิจัยที่ท่านส่งมาได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองเรียบร้อยแล้วและอยู่ในขั้นตอนการตีพิมพ์ในวารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น ปีที่ 9 ฉบับที่ 8 ประจำเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2566 และขอขอบคุณที่ท่านส่งบทความวิจัยมาเพื่อเผยแพร่คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับบทความที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์จากท่านเพื่อนำลงตีพิมพ์ในวารสารฉบับต่อไป

อนึ่ง วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น จัดอยู่ในวารสารกลุ่มที่ 2 : วารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย Thai Citation Index (TCI) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI เป็นระยะเวลา 5 ปี คือในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2563 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนูวัต กระสังข์)

บรรณาธิการวารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น



สำนักงานวารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น
เครือข่ายส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรมทางสังคมศาสตร์
เลขที่ 99/173 หมู่ที่ 1 ตำบลลำไทร อำเภอลำสนธิ
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13170

ที่ วบน. 109/2566

30 มีนาคม 2566

เรื่อง ตอบรับการตีพิมพ์บทความวิจัย

เรียน คุณสุนิสา มามาก, คุณผกาภาศ ชัยรัตน์

ตามที่ท่านได้ส่งบทความวิจัยเรื่อง “ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” กองบรรณาธิการได้พิจารณาบทความโดยเสนอต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ กลั่นกรอง (Peer Review) จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของบทความก่อนการลงตีพิมพ์ ในการนี้กองบรรณาธิการขอแจ้งให้ท่านทราบว่าบทความวิจัยที่ท่านส่งมาได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองเรียบร้อยแล้วและอยู่ในขั้นตอนการตีพิมพ์ในวารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น ปีที่ 5 ฉบับที่ 5 ประจำเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566 และขอขอบคุณที่ท่านส่งบทความวิจัยมาเพื่อเผยแพร่คณะผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับบทความที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์จากท่านเพื่อนำลงตีพิมพ์ในวารสารฉบับต่อไป

อนึ่ง วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น จัดอยู่ในวารสารกลุ่มที่ 2 : วารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย Thai Citation Index (TCI) และอยู่ในฐานข้อมูล TCI เป็นระยะเวลา 3 ปี คือในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนูวัต กระสังข์)

บรรณาธิการวารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น

ภาคผนวก จ เอกสารรับรองโครงการวิจัย



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

UNIVERSITY OF PHAYAO HUMAN ETHICS COMMITTEE

19 หมู่ 2 ตำบลแม่กา อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา 56000 เบอร์โทรศัพท์ 05446 6666

เอกสารรับรองโครงการวิจัย

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากลได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ชื่อโครงการ : ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
: Potentiality of Wellness tourism in Hua Hin Prachuap Khiri Khan

เลขที่โครงการวิจัย : UP-HEC 2.2/059/66

ผู้วิจัยหลัก : นางสาวสุนิสา มามาก

สังกัดหน่วยงาน : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา

สังกัดหน่วยงาน : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

วิธีทบทวน : แบบเร่งรัด (Expedited)

รายงานความก้าวหน้า : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์
หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

ลงนาม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นำทิพย์ เสมอเชื้อ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

วันที่รับรอง : 28 มีนาคม 2566

วันหมดอายุ : 28 มีนาคม 2567

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	สุนิสา มามาก
วัน เดือน ปี เกิด	5 ตุลาคม 2528
สถานที่เกิด	สุรินทร์
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2554 บธ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น พ.ศ. 2551 ศศ.บ. (การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม), มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม
ที่อยู่ปัจจุบัน	39 ซอย 88 คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ตำบลหัวหิน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 77110
ผลงานตีพิมพ์	สุนิสา มามาก, เสรี วงษ์มณฑา และพกามาศ ชัยรัตน์. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารการบริหารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(8). สุนิสา มามาก และพกามาศ ชัยรัตน์. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น, 5(5).