

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายต่อการท่องเที่ยว  
เชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

Motivation of Thai Generation Y Tourists Towards Wellness Tourism in  
Chiang Mai Province

ปัทมพร อิมวิทยา\* และศรัญญา กัมตะบุตร\*\*

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวายที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 385 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย เป็นต้น ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 28 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานราชการ/พนักงานของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 -30,000 บาท ทำงานหรือศึกษาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในชีวิตประจำวันให้ความสำคัญต่อการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และการออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก และพบเจอความเครียดในการทำงานหรือการเรียนอยู่ในระดับมาก มีพฤติกรรมเดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่โดยเครื่องบิน และใช้รถยนต์ส่วนตัวเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ มาท่องเที่ยวกับกลุ่มเพื่อน นิยมพักที่โรงแรมหรือรีสอร์ท ค้นหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพผ่านทาง Google ใช้เวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1-3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 8,001 -11,000 บาท มีการเข้าร่วมทำกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ คือ การดูนกหรือการส่อง มีความพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด จะกลับมาและแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอีกครั้งในอนาคตอย่างแน่นอน

ผลการศึกษาด้านแรงจูงใจ จำแนกตามประเภทกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีผู้เข้าร่วมมากที่สุด 3 อันดับได้แก่ การนวดแผนไทย สปา และการนวดฝ่าเท้า พบว่าปัจจัยหลักของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ ความต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจ

ปัจจัยดึงของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมทำกิจกรรมการนวดแผนไทยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ สถานที่ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยดึงของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมทำกิจกรรมการสปาที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ สถานที่บริการมีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ถูกละมุนามัย ปัจจัยดึงของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมทำกิจกรรมการนวดฝ่าเท้าที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ สินค้าและบริการมีราคาที่เหมาะสม

\* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการและการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the motivation of Thai generation Y tourists towards wellness tourism in Chiang Mai. For a data collection, the researcher collected questionnaires completed by a sample of 385 Thai tourists visiting Chiang Mai province and analyzed them by using descriptive statistics comprising frequency, percentage and mean. The results were summarized as follow

The findings showed that most respondents are 28-year-old single females with bachelor's degrees. Most respondents are government officials, state enterprise employees and government employees, with a monthly income of approximately 15,000 - 30,000 baht. These respondents live in Bangkok and surrounding areas. They highly value consuming healthy foods and working out in daily life. However, they encounter a high level of anxiety in their work and study in daily life. They took a trip to Chiang Mai by airplane and then used cars as a main vehicle throughout the trip with their friends. They preferred staying at hotels or resorts. They searched for wellness tourism via the search engine, Google. They took the one-to-three-day trip with the expense around 8,001-11,000 baht. Apart from wellness tourism, they preferred to do bird-watching or animals-watching activities. The opinions toward providing importance on healthy food consumption together with wellness tourism appeared to be at an uncertain level. The overall satisfaction of wellness tourism service in Chiang Mai was tremendously satisfied. Moreover, they not only would revisit wellness tourism in the future but also suggest their friends or acquaintances to visit there.

The data of the respondent's motivation shows that the top 3 activities that most of the respondents participated on are traditional Thai massage, spa and foot massage. The mean of the push factors indicated that the most significant factors is physical and mental relaxation

The mean of the pull factors based on the respondents who participate on traditional Thai massage indicated that the most significant factors is there were a reliable service places. The mean of the pull factors for spa indicated that the most significant factors is there were cleanliness and hygiene of the services places. The mean of the pull factors for foot massage indicated that the most significant factors is the price of products and services should be appropriate.

## บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั่วโลกและคาดว่าจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2561:ออนไลน์) โดยจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ (Medical-Wellness Tourism) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริการสุขภาพ ซึ่งพบว่าจังหวัดเชียงใหม่มีสถานประกอบการสปามากถึง 48 แห่ง สถานประกอบการร้านนวด 648 แห่ง โรงเรียนนวดแผนไทย 14 แห่ง และบุคลากรมากกว่า 5,000 คน ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองแห่งสุขภาพที่ดี (Wellness City) ที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จึงทำให้ธุรกิจเชิงสุขภาพเป็นอีกธุรกิจที่น่าจับตามองและมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ต่อไปในอนาคต (ประชาชาติธุรกิจ, 2563) สำหรับคนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายนั้น เป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีขนาดใหญ่ มีจำนวน

มากเป็นอันดับ 2 ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมดเมื่อเปรียบเทียบกับ 5 เจเนอเรชั่น และมีการคาดการณ์ว่าการใช้จ่ายเงินของคนกลุ่มนี้จะพุ่งสูงขึ้นในอนาคต (อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร, 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้จ่ายไปกับการท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ (Brand buffet, 2016) พบว่าเกือบ 80% ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่นวายเชื่อว่าการมีสุขภาพที่ดีจะเป็นการช่วยเติมเต็มประสบการณ์ระหว่างการพักผ่อนในวันหยุดได้เป็นอย่างดี (เทรนด์ความนิยมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากทั่วโลก, 2560: ออนไลน์) ดังนั้นการทราบถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่นวายต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อหน่วยงานหรือผู้ประกอบการเชิงส่งเสริมสุขภาพเพื่อใช้ในการวางแผน ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และการบริการให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

## แนวคิดและทฤษฎี

### แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายในตัวบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมบางอย่างขึ้น โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลเกิดจากปัจจัย 2 ประเภท คือ ปัจจัยผลัก (Push Factor) เป็นความต้องการของบุคคลที่ผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวปัจจัยดึง (Pull Factor) เป็นแรงดึงดูดจากสถานที่นั้นๆ ที่ทำให้ตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น เพื่อตอบสนองแรงผลักดันของตนเอง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555)

จากการศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของแต่ละบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงเหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว โดยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ปัจจัยผลัก (Push Factor) เป็นความต้องการที่อยู่ภายในตัวบุคคล และปัจจัยดึง (Pull Factor) เป็นสิ่งที่ดึงดูดที่เกิดจากสถานที่นั้น ๆ โดยจะต้องเป็นสิ่งที่ตอบสนองต่อปัจจัยผลักด้วย

### แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม โดยเป็นการกระทำที่มุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555)

### แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness-Tourism)

Muller and Kaufmann ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นหน่วยย่อยของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) โดยเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับด้านร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ การเอาใจใส่ในตนเอง การออกกำลังกาย ความสวยความงาม การเลือกทานอาหาร การพักผ่อน การทำสมาธิ สิ่งแวดล้อม และสังคม โดยผู้ที่แสวงหาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) คือ นักท่องเที่ยวที่มีสุขภาพร่างกายสมบูรณ์แข็งแรง โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการป้องกันสุขภาพของตนเอง (Smith & Puczko, 2009)

ในงานวิจัยนี้อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไปทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน ปรับปรุง ส่งเสริมสุขภาพกายและสุขภาพใจของตนเอง

### รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของไทย

ประเทศไทยมีการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพหลายรูปแบบ ได้แก่ การนวดแผนไทย การนวดฝ่าเท้าการอบสมุนไพร ประคบสมุนไพร พฤษบำบัด หรือ สูดกลิ่นบำบัด (Aroma Therapy) การบริการอาบน้ำแร่ วารีบำบัด (Water Therapy) การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน โยคะ การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพร (ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2550 อ้างถึงใน ฉันทชนก ไชยสมบูรณ์, 2552)

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. ขอบเขตเนื้อหา

การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเจนเนอเรชันวายที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยผลัก (Push Factor) และปัจจัยดึง (Pull Factor)

### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชันวาย เกิดในปี พ.ศ. 2524-2543 ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงได้คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน 5% และจากการคำนวณดังกล่าว จึงเก็บขนาดตัวอย่างจำนวน 385 ราย (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2555)

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และเก็บตามสะดวกตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานที่ทำงานหรือสถานที่ศึกษา ระดับความสำคัญในการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและออกกำลังกายในชีวิตประจำวัน และระดับความเครียดที่พบเจอในการทำงานหรือการเรียน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1. พาหนะที่ใช้เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่ 2. พาหนะที่ใช้เดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ 3. ผู้ที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย 4. สถานที่พักแรม 5. แหล่งการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ 6. ระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 7. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ 8. กิจกรรมอื่น ๆ ที่เข้าร่วม นอกเหนือจากกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพ 9. ระดับความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ 10. ระดับความพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ 11. ระดับความคิดเห็นต่อการกลับมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอีกครั้งในอนาคต 12. ระดับความคิดเห็นต่อการแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยผลัก (Push Factor) และปัจจัยดึง (Pull Factor) โดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ประกอบด้วย มากที่สุด; 5 มาก; 4 ปานกลาง; 3 น้อย; 2 น้อยที่สุด; 1

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น

## ผลการศึกษา การอภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

## สรุปผลการศึกษา

## กิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกทำขณะท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

กิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพ	ร้อยละ
การนวดแผนไทย	45.7
สปา	32.2
การนวดฝ่าเท้า	24.2
การบริการอาบน้ำแร่	11.2
การประคบสมุนไพร	7.5
การบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร	5.7
การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสตร์	4.7
การอบสมุนไพร	4.4
โยคะ	4.2
วาริบำบัด/Water Therapy	3.1

## ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 28 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงานราชการ/พนักงานของรัฐ มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 15,000 -30,000 บาท สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษาในปัจจุบันจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญต่อการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ และการออกกำลังกายในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก และมีระดับความเครียดที่พบเจอในการทำงานหรือการเรียนในชีวิตประจำวันอยู่ในระดับมาก

## ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

พาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เดินทางท่องเที่ยวมายังจังหวัดเชียงใหม่คือ เครื่องบิน และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยท่องเที่ยวร่วมกับกลุ่มเพื่อน นิยมเลือกพักที่โรงแรมหรือรีสอร์ท มีการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพผ่านทาง Google ใช้เวลาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉลี่ย 1-3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่โดยเฉลี่ย 8,001 -11,000 บาท มีการเข้าร่วมทำกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือจากกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ คือ การดูนกหรือการส่องสัตว์ มีระดับความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับไม่แน่ใจ มีความพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับพอใจมากที่สุด มีความคิดเห็นที่จะกลับมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอีกครั้งในอนาคตอย่างแน่นอน และจะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักให้มาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่อย่างแน่นอน

แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกเข้าร่วมมากที่สุด 3 อันดับแรก

## นวดแผนไทย

ปัจจัยหลักที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ 1. ต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.52) 2. ต้องการใช้ธรรมชาติบำบัดร่างกาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) 3. ต้องการให้รางวัลตนเองจากการเรียนหรือการทำงานอย่างหนัก (ค่าเฉลี่ย 4.27)

ด้านปัจจัยดึงที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. สถานที่ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.45) 2. สถานที่บริการมีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ถูกต้องเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.45) 3. พนักงานให้บริการมีความเชี่ยวชาญชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.43)

#### สปา

ปัจจัยผลักที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ 1. ต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.55) 2. ต้องการใช้ธรรมชาติบำบัดร่างกาย (ค่าเฉลี่ย 4.35) 3. ต้องการให้รางวัลตนเองจากการเรียนหรือการทำงานอย่างหนัก (ค่าเฉลี่ย 4.28)

ด้านปัจจัยดึงที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. สถานที่บริการมีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ถูกต้องเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.48) 2. พนักงานให้บริการมีความเชี่ยวชาญชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.40) 3. สถานที่ให้บริการมีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.38)

#### นวดฝ่าเท้า

ปัจจัยผลักที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ 1. ต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.42) 2. ต้องการพบสิ่งแปลกใหม่ หรือสถานที่ใหม่ ๆ ในการปรับปรุง ส่งเสริมสุขภาพของตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.20) 3. ต้องการใช้ธรรมชาติบำบัดร่างกาย (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ด้านปัจจัยดึงที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1. สินค้าและบริการมีราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.34) 2. พนักงานให้บริการมีความเชี่ยวชาญชำนาญ (ค่าเฉลี่ย 4.33) 3. สถานที่ให้บริการมีเอกลักษณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.29)

### อภิปรายผลการศึกษา

**ปัจจัยผลัก (Push Factors)** ที่สำคัญที่สุด คือ ต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ วิคิเนย มายอร์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ซึ่งปัจจัยผลักที่สำคัญที่สุดคือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ และสอดคล้องกับ ชื่นนภา นิลสนธิ และสุวารี นามวงค์ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงพื้นที่พหุจิตวิญญาณ ซึ่งจากการศึกษา 21 งานวิจัยพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านปัจจัยผลักด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความถี่ในการใช้ซ้ำใน 11 งานวิจัยคือ การผ่อนคลาย (Relaxation) แต่ไม่สอดคล้องกับ เมลดา ธนินนท (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน ซึ่งพบว่าปัจจัยผลักที่สำคัญที่สุดคือ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาที่มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

**ปัจจัยดึง (Pull Factors)** ที่สำคัญที่สุดของผู้ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมนวดแผนไทยคือ สถานที่ให้บริการมีความน่าเชื่อถือ ปัจจัยดึงที่สำคัญที่สุดของผู้ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมสปา คือ สถานที่บริการมีความสะอาดและมีบรรยากาศที่ถูกต้องเหมาะสม และปัจจัยดึงที่สำคัญที่สุดของผู้ที่เข้าร่วมทำกิจกรรมนวดฝ่าเท้าคือ สินค้าและบริการมีราคาที่เหมาะสม ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยไม่สอดคล้องกับ

วิคิเนย มายอร์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง ซึ่งพบว่าปัจจัยดึงดูดที่สำคัญที่สุด คือ ความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ ไม่สอดคล้องกับ ชื่นนภา นิลสนธิ และสุวารี นามวงค์ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงพื้นที่พหุจิตวิญญาณ ซึ่งจากการศึกษา 21 งานวิจัยพบว่า

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ไม่มีความถี่ในการใช้ซ้ำในงานวิจัยใด และไม่สอดคล้องกับ เมลดา ธนิตนนท์ (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มาเที่ยวบ้านปางเขน ซึ่งพบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ ความสวยงามของสถานที่ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความแตกต่างของสถานที่ที่ใช้ในการศึกษา

### ข้อเสนอแนะ

ด้านปัจจัยผลัก (Push Factors) ผู้ประกอบการนวดแผนไทย สปา และนวดฝ่าเท้า ควรโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ให้เห็นว่าสถานประกอบการสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างดีเยี่ยม หากนักท่องเที่ยวเลือกมาใช้บริการยังสถานประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการผ่อนคลายร่างกาย และพักผ่อนหย่อนใจซึ่งเป็นเหตุผลในการ เลือกมาท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด

ด้านปัจจัยดึง (Pull Factors) ที่ผู้ประกอบการนวดแผนไทยควรให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งคือ ความน่าเชื่อถือ ของสถานที่ สามารถทำได้โดยจัดเตรียมพนักงานต้อนรับที่สามารถจัดการการนัดหมายลูกค้าได้อย่างดีเยี่ยม มีการสอบถาม ประวัติของผู้มาใช้บริการอยู่เสมอเพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการให้บริการ จัดเตรียมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจในงาน ที่รับผิดชอบ จัดเตรียมอุปกรณ์ให้ได้มาตรฐาน และเพียงพอต่อผู้มาใช้บริการเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพในการ ให้บริการ มีการจัดระบบการให้บริการที่มีมาตรฐานแสดงขั้นตอนการให้บริการที่ชัดเจนเพื่อให้ผู้มาใช้บริการเข้าใจถึงขั้นตอน ในการรับบริการ มีระบบติดตาม ปรับปรุงการให้บริการและประเมินความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น

ด้านปัจจัยดึง (Pull Factors) ที่ผู้ประกอบการสปาควรให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง คือ สถานที่ให้บริการจะต้องมี ความสะอาดและมีบรรยากาศที่ถูกลูกค้านามัย สามารถทำได้โดยมีการทำความสะอาดอุปกรณ์ และสถานที่ที่ใช้ทำกิจกรรม ต่างๆ ก่อนให้บริการทุกครั้ง และในทุกขั้นตอนการให้บริการจะต้องคำนึงถึงหลักสุขอนามัยของผู้มาใช้บริการเป็นหลัก นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้ควบคู่กับการให้บริการจะต้องมีการตรวจสอบให้ได้มาตรฐาน ถูกหลักสุขอนามัย และปลอดภัย ต่อผู้มาใช้บริการ เป็นต้น

ด้านปัจจัยดึง (Pull Factors) ที่ผู้ประกอบการนวดฝ่าเท้าควรให้ความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง คือ สินค้าและบริการ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่เหมาะสม สามารถทำได้โดยจัดทำรายการการให้บริการ ระบุรูปแบบการให้บริการ ระยะเวลาการให้บริการ รายละเอียดการให้บริการ และระบุราคาที่เหมาะสมกับการให้บริการแต่ละรายการ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการสามารถเลือกได้ตาม ความต้องการ และได้เห็นถึงความคุ้มค่าของการให้บริการแต่ละรายการ และความสมเหตุสมผลของราคาที่ตั้งไว้ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่เป็นที่ยอมรับและชื่นชอบของนักท่องเที่ยว ชาวไทยเจนเนอร์ชั่นวายเป็นอย่างมาก ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุน และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพใน จังหวัดเชียงใหม่ให้ดีและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น อีกทั้งยังพบว่านอกเหนือจากกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพแล้ว นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ยังมีการเลือกเข้าร่วมทำกิจกรรมการดูนก หรือการส่องสัตว์ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ จึงควรมีการสนับสนุน การท่องเที่ยวดังกล่าวไปควบคู่กัน เพื่อช่วยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่มากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2561). *รายงานการวิเคราะห์เทคโนโลยีและอุตสาหกรรม*. สืบค้นจาก <https://www.ipthailand.go.th/th/ข้อมูลเผยแพร่/item/รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ.html>
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2555). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉันทชนก ไชยสมบูรณ์ (2552). *แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษาบ่อน้ำร้อน-สวนสาธารณะรักษะวาริน อำเภอเมือง จังหวัดระนอง*. (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร).
- ชื่นนภา นิลสนธิ และสุวารี นามวงศ์ (2560). ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงฟิสิกส์. *วิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(2), 384-403.
- เชียงใหม่ต้นเมดคอลล - เวลเนส. (2563). สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/local-economy/news-494498>
- เทรนด์ความนิยมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากทั่วโลก. (2560). สืบค้นจาก [https://www.matichon.co.th/publicize/news\\_666749](https://www.matichon.co.th/publicize/news_666749)
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี: เพ็ญฟ้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิง.
- เมตตา ธนิตนนท์. (2560). *การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านกางเขน*. (การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- วิคิเนีย มายอร์. (2555). *ศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพรรั้ง จังหวัดระนอง*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์).
- อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร. (2563). *กลยุทธ์การพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพและโภชนาการสมัยใหม่ภายใต้แผนงานโครงการพัฒนาศูนย์วิจัยอุตสาหกรรมอาหาร ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563*. สืบค้นจาก [http://www.oie.go.th/assets/portals/1/files/study\\_report/Healthyfood\\_Strategy.pdf](http://www.oie.go.th/assets/portals/1/files/study_report/Healthyfood_Strategy.pdf)
- Brand buffet. (2016). *เผยตัวตนผู้บริโภคกลุ่ม Asian Millennial เปย์หนัก รักเที่ยว สุขกับการกิน*. สืบค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2016/11/asian-millennials-consumer-insight/>
- Smith, M., & Puczko, L. (2009). *Health and Wellness Tourism*. Burlington: Butterworth-Heinemann.