

พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีน

ในจังหวัดภูเก็ต

พิชญาภรณ์ ภูมิอนันท์ * และ ณารีญา วีระกิจ **

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) สำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (2) ประเมินแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (3) วิเคราะห์ผลกระทบของเพศ อายุ และประสบการณ์การท่องเที่ยวต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากตัวอย่างนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 410 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ผลจากการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรก มีการวางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 สัปดาห์ และมีระยะเวลาในการพำนักในจังหวัดภูเก็ตไม่เกิน 1 สัปดาห์แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเดินทาง คือ บริษัททัวร์ และอินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่เดินทางมากับคู่รัก/สมรส โดยจัดการเดินทางเอง สำหรับบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การชะลอวัย และการบริการสปา นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเอง โดยมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่ำกว่า 1,000 หยวน แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีความสำคัญสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ธรรมชาติ การผ่อนคลายและการพักผ่อน และความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น นอกจากนี้ ปัจจัยด้านเพศ อายุ และประสบการณ์การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อระดับความสำคัญของปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ นักท่องเที่ยวชาวจีน

* **หน่วยงานผู้แต่ง:** คณะการบริหารและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
80 หมู่ 1 ถ.วิชิตสงคราม ต.กระทุ้ง จ.ภูเก็ต 83120 อีเมล: Pitchayapron.p@gmail.com

** **หน่วยงานผู้แต่ง:** คณะการบริหารและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
80 หมู่ 1 ถ.วิชิตสงคราม ต.กระทุ้ง จ.ภูเก็ต 83120 อีเมล: nareew15gmail.com

Behavior and motivation of Chinese wellness tourists in Phuket

Phitchayapron Poom a phinunt^{*} and *Nareeya Weerakit*^{**}

Abstract

The study aims to (1) explore Chinese wellness tourists' behavior in Phuket. (2) investigate the motivation factors of Chinese wellness tourists in Phuket (3) analyze the impact of gender, age and travel experiences on Chinese wellness tourists' motivation factors. Quantitative method was applied using questionnaire to collect data from 410 Chinese wellness tourists in Phuket. The results of the study found that most of Chinese wellness tourists were first time visitors who spent less than a week to plan for the trip and the duration of stay was less than 1 week. The most popular source of travel information was travel agencies and internet/ social media. Their travel companion to visit Phuket was couple/spouse. The most popular wellness services for Chinese tourists were anti-aging and spa services. Most of them took care the cost of wellness services by themselves with the budget less than 1,000 yuan. The most important motivation factors for Chinese wellness tourists to visit Phuket were "nature" and "relaxation and escape". Moreover, gender, age, and travel experience have a significant effect on the importance of motivation factors for Chinese wellness tourist to visit Phuket.

Keywords: Wellness Tourism, Chinese Tourists, Motivation

^{*} **Affiliation:** Faculty of Hospitality and Tourism, Prince of Songkla University, Phuket Campus.
80 Moo 1 Wichitsongkram St, Kathu, Phuket 83120, Thailand. E-mail: Pitchayapron.p@gmail.com

^{**} **Affiliation:** Faculty of Hospitality and Tourism, Prince of Songkla University, Phuket Campus.
80 Moo 1 Wichitsongkram St, Kathu, Phuket 83120, Thailand. E-mail: nareew15gmail.com

บทนำ

ในปัจจุบันกระแสด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพได้รับความสนใจจากทั่วโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีวัฒนธรรมของตนเองที่ชัดเจน ประเทศไทยมีจุดแข็งและปัจจัยหนุนที่สำคัญ คือ ความคุ้มค่าต่อเงินที่นักท่องเที่ยวจ่ายไป และมีการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน เช่น มีการบริการเชิงการแพทย์ที่ได้มาตรฐาน และมีบริการสปาที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) รัฐบาลจึงได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ของประเทศไทยในการก้าวเข้าสู่ Medical and Wellness Hub of Asia ภายใต้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทย ในยุค 4.0 ด้วย S-Curve ที่มุ่งเน้นการต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ และส่งเสริมอุตสาหกรรมอนาคต ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายที่รัฐบาลให้ความสำคัญ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559)

จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทยมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวจีน และจังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจและเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมาก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ตามแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เนื่องจากภูเก็ตมีโรงพยาบาลและสถานพยาบาลที่มีการทำการตลาดนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอย่างต่อเนื่อง มีสปาเพื่อสุขภาพจำนวนมากที่ผ่านการรับรองจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต และมีสถานประกอบการที่ให้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้มาตรฐานสากล (ศิริวรรณ เชื้อผู้ดี, 2558) ดังนั้น ภูเก็ตจึงมีศักยภาพสูงในตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

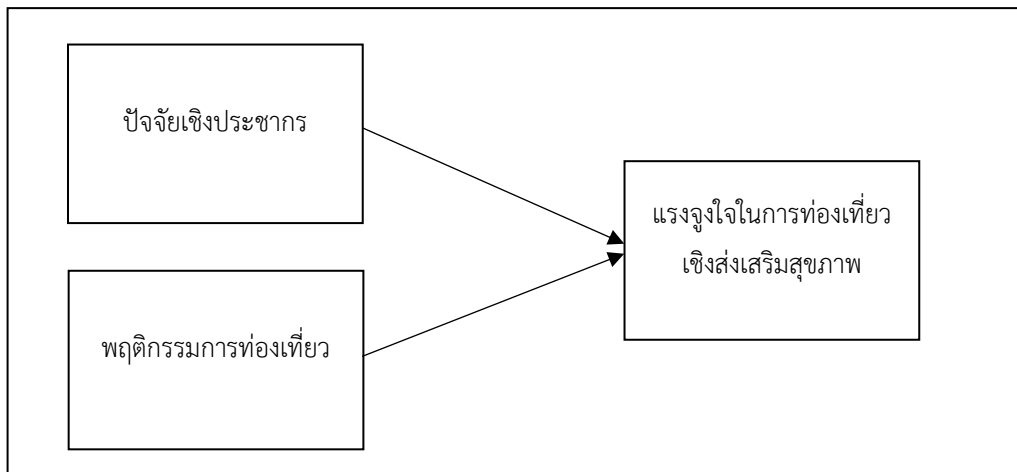
จากการสำรวจของ C9 Hotelworks (2559) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนที่มาเที่ยวภูเก็ต นิยมใช้บริการสปา การชะลอวัยและคลายเครียดความงาม แต่การทำการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนยังเน้นการขายผ่านตัวแทน และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ตยังขาดฐานข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจวางแผนการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะในตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน จากงานของ มณีรัตน์ สุขเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2559) ยังพบว่า แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และ ปัจจัยด้านเพศ อายุ และประสบการณ์ในการเดินทางมีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ดังนั้น การทำความเข้าใจพฤติกรรม แรงจูงใจและปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว

ชาวจีนจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในการทำความเข้าใจและวางกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

- (1) สำรวจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีน ในจังหวัดภูเก็ต
- (2) วิเคราะห์แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวจีน และ
- (3) วิเคราะห์ผลกระทบของปัจจัยเชิงประชากร (ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา) และพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ประสบการณ์ในการเดินทาง) ต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวจีน

กรอบแนวคิดการวิจัย



การทบทวนวรรณกรรม

1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) คือ การเดินทางเพื่อแสวงหา การบำรุงรักษา หรือการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล มีขอบเขตครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็น การดูแลและปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม โดยเป็นทางเลือกและความสมัครใจของ ผู้ใช้บริการที่จะเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังต่างประเทศ (Global

Wellness Institute, 2015) ดังนั้น นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยในระหว่างการท่องเที่ยวมีการแบ่งเวลาส่วนหนึ่งเพื่อทำกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนหรือนอกที่พักแรม เช่น การนวดและสปา การฝึกสมาธิ การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น (ชนิดา ทวีศรี, 2560) เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่าถึง 61% เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูง และมักเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเป็นเวลานาน โดยการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การบริการสปา เนื่องจากตอบสนองความต้องการ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญในสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับสปาไทยมีเอกลักษณ์ในการใช้ภูมิปัญญาไทย จึงทำให้สปาไทยเป็นบริการที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Euromonitor International, 2010)

โดยทั่วไป การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องในเรื่อง สถานที่ท่องเที่ยว ยานพาหนะ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง ตลอดจนพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว ได้รับความสนใจจากนักวิชาการและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจและใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในการทำการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (ชวัลนุช อุทยาน, 2552) ทั้งนี้ ในการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวจีนครั้งนี้ จะเน้นศึกษาปัจจัยด้าน ประสบการณ์การเดินทาง ระยะเวลาการวางแผน แหล่งข้อมูลที่ใช้ ระยะเวลาการพำนักร่วมเดินทาง รูปแบบการเดินทาง สถานที่พำนักรวมและพฤติกรรมการใช้บริการเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการทำการตลาดนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีน

2) แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

แรงจูงใจ หมายถึง การผสมผสานของแรงผลักดันที่เกิดจากความต้องการทางด้านร่างกาย จิตใจ และวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของบุคคลอย่างต่อเนื่อง จนสามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีเป้าหมาย (ฉลองศรี พิลสมพงศ์, 2544) ดังนั้น แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง คือ การเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้นั้นได้ แรงจูงใจที่แตกต่างกันจึงมีผลทำให้รูปแบบและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความแตกต่างกัน (เลิศพร ภาระสกุล, 2558)

งานวิจัยของ Konu (2009) ได้มีการประเมินความสำคัญของแรงจูงใจ 7 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง ด้านสุขภาพและร่างกาย ด้านการผ่อนคลายและการหลีกหนี ด้านการปลีกวิเวก ด้านธรรมชาติ ด้านความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น และด้านสถานะทางสังคม จากแรงจูงใจทั้ง 7 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้ความสำคัญกับแรงจูงใจมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ ด้านการพัฒนาตนเอง สุขภาพและร่างกาย และการผ่อนคลายและการหลีกหนี ซึ่งมีผลต่อแนวโน้มในการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ Laukkanen (2015) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจเพื่อทำกิจกรรมทางด้านกีฬา เพื่อดูแลรูปร่าง และเพื่อให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง และการผ่อนคลาย มีแนวโน้มจะใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในระหว่างเดินทาง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ ๆ และการเที่ยวชมธรรมชาติจะไม่สนใจทำกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพระหว่างท่องเที่ยว เช่นเดียวกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ สุขเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2559) ซึ่งพบว่า แรงจูงใจที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วย การป้องกันการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง และเพื่อให้ร่างกายเกิดความสมดุล และงานวิจัยของ สิริกร เลิศลักษณ์คร (2560) ซึ่งพบว่า แรงจูงใจหลัก 3 ประการในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ การพักผ่อนและคลายเครียด การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ส่วนความต้องการหลัก คือ ทำเลที่ตั้งของที่พักแรม ความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ นอกจากนี้ จากงานวิจัยของมณีรัตน์ สุขเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2559) พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ และประสบการณ์ในการเดินทางมีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และงานวิจัยของจิตติพรรณ ศิริตระกูลวงศ์ (2544) ยังพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันด้วย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการแบ่งเวลาระหว่างท่องเที่ยวไปใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ชัดเจนของ W.G. Cochran ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ 384 คน

การศึกษาค้นคว้าเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงประชากร จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย ภูมิภาค จำนวนครั้งที่เดินทางมา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ดัดแปลงจากงานของ อัจฉรา สมบัติ นันทา (2555) จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ การวางแผนการเดินทาง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเดินทาง ผู้ร่วมเดินทาง รูปแบบการเดินทาง ระยะเวลาพำนักร สถานที่พำนักร การบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เลือกใช้ และงบประมาณในการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ดัดแปลงจากงานของ Konu (2009) และ มณีรัตน์ สุขเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2559) จำนวน 27 ตัวแปร แบ่งได้เป็น 7 ปัจจัย ได้แก่ การพัฒนาตนเอง สุขภาพและร่างกาย การผ่อนคลายและการหลีกหนี การปลื้กวิเวก ธรรมชาติ ความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น และสถานะทางสังคม

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) กับ ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน หลังจากนั้นทำการแปลแบบสอบถามจากภาษาไทยเป็นภาษาจีน โดยใช้เจ้าของภาษาเป็นผู้แปล และให้ผู้เชี่ยวชาญทางภาษาจีนตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาอีกครั้ง และนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบ (Pilot-test) เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ จากนั้นนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 30 คน ได้ค่า Cronbach'Alpha ที่ 0.93

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล ณ สถานประกอบการเชิงส่งเสริมสุขภาพ และบริเวณท้องพัก ผู้โดยสารระหว่างประเทศ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยมีการใช้ข้อคำถามในการคัดเลือก (Screening Question) คือ “ท่านได้มีการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในระหว่างที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตหรือไม่” หากนักท่องเที่ยวตอบว่า “ใช่” นักวิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม การเก็บข้อมูลใช้เวลา 2 เดือน สิงหาคม – กันยายน พ.ศ.2560 ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และพร้อมที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 410 ชุด

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4) อายุต่ำกว่า 37 ปี (จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 84.9) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 61.7) และมีรายได้เฉลี่ย 5,000 – 9,999 หยวนต่อเดือน (จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0)

ตารางที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	หญิง	260	63.4
	ชาย	149	36.3
ช่วงอายุ	ต่ำกว่า 37 ปี	348	84.9
	38 – 52 ปี	48	11.7
	53 ปีขึ้นไป	14	3.4
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	93	22.7
	ปริญญาตรี	253	61.7
	สูงกว่าปริญญาตรี	61	14.9
รายได้เฉลี่ย (หยวน) / เดือน	ต่ำกว่า 5,000 หยวน	91	22.2
	5,000 – 9,999 หยวน	164	40.0
	10,000 – 14,999 หยวน	77	18.8
	มากกว่า 15,000 หยวน	68	16.6

พฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรก (จำนวน 283 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0) มีการวางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 สัปดาห์ (จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6) แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเดินทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับนักท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ บริษัททัวร์ (จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 43.7) อินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ (จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1) และ การแนะนำปากต่อปาก (เพื่อน ญาติ คนในครอบครัว) (จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3) สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางกับคู่รัก/สมรส (จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0) มีการจัดการเดินทางเอง (จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9) ใช้ระยะเวลาในการพำนักร้อยกว่า 1 สัปดาห์ (จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 74.6) และสถานที่พักที่นิยมใช้มากที่สุด คือ โรงแรม (จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2) และรีสอร์ท (จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4)

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ		จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการเดินทาง	เดินทางมาเป็นครั้งแรก	283	69.0
ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต	เคยเดินทางมาแล้ว	127	31.0
การวางแผนการเดินทาง	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	314	76.6
	มากกว่า 1 สัปดาห์แต่น้อยกว่า 1 เดือน	56	13.7
	1- 3 เดือน	12	2.9
	4- 6 เดือน	11	2.7
	มากกว่า 6 เดือน	15	3.7
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเดินทาง	บริษัททัวร์	179	43.7
	หนังสือพิมพ์ / นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์	39	9.5
	อินเทอร์เน็ต / สื่อสังคมออนไลน์	144	35.1
	หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว	18	4.4
	บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทน	44	10.7
	รายการโทรทัศน์	19	4.6
	การท่องเที่ยวของประเทศจีน	19	4.6
	การแนะนำปากต่อปาก	79	19.3
	อื่น ๆ	14	3.4
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	36	8.8
	เพื่อน	117	28.5
	ครอบครัว / ญาติ	90	22.0
	บริษัททัวร์	23	5.6
	ที่ทำงาน	20	4.9
	คู่รัก / คู่สมรส	123	30.0
	จัดการเดินทางเอง	217	52.9
รูปแบบการเดินทาง	ซื้อทัวร์ (มักับบริษัททัวร์)	193	47.1
	ระยะเวลาที่พำนักร		
ระยะเวลาที่พำนักร	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	306	74.6
	1 – 2 สัปดาห์	94	22.9
	3 – 4 สัปดาห์	3	0.7
	มากกว่า 1 เดือน	5	1.2
สถานที่พำนักร	โรงแรม	296	72.2
	รีสอร์ท	63	15.4
	เกสต์เฮ้าส์	9	2.2
	บังกะโล	7	1.7
	อพาร์ทเมนต์	21	5.1
	บ้านญาติ/เพื่อน	10	2.4
	อื่น ๆ	3	0.7

จากตารางที่ 3 พบว่า บริการทางการแพทย์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้หรือสนใจใช้บริการ 3 อันดับแรก คือ การชะลอวัย (จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9) การตรวจสุขภาพทั่วไป (จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4) และศัลยกรรมความงาม (จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7) สำหรับบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้หรือสนใจใช้บริการ 3 อันดับแรก คือ การบริการสปา (จำนวน 318 คน คิดเป็นร้อยละ 79.0) โยคะ (จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21) และ อาหารเพื่อสุขภาพ (จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3) สำหรับ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพครั้งนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง (จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9)

ตารางที่ 3 พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต

พฤติกรรมการเลือกใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ		จำนวน(คน)	ร้อยละ
การบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เลือกใช้บริการทางการแพทย์	ศัลยกรรมความงาม	56	13.7
	ชะลอวัย	143	34.9
	ทันตกรรม	14	3.4
	ตรวจสุขภาพทั่วไป	141	34.4
	อื่น ๆ	40	9.8
การบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เลือกใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ	โยคะ	86	21.0
	การบริการสปา	318	79.0
	การฝึกสมาธิ	44	10.7
	อาหารเพื่อสุขภาพ	79	19.3
	การล้างสารพิษ	77	18.8
	การควบคุมน้ำหนัก	34	8.3
	กิจกรรมกีฬาและฟิตเนส	69	16.8
	อื่น ๆ	6	1.5
	รวมอยู่ในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บริษัททัวร์	146	35.6
	เป็นค่าใช้จ่ายที่รับผิดชอบเอง	258	62.9

แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต

จากตารางที่ 4 พบว่า แรงจูงใจที่สำคัญมากที่สุดในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต คือ ธรรมชาติ และการผ่อนคลายและการหลีกหนี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และ 4.28) สำหรับแรงจูงใจ

ที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น การพัฒนาตนเอง สถานะทางสังคม และการปลื้มใจ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ,3.67, 3.67 และ 3.43 ตามลำดับ) ในขณะที่แรงจูงใจที่มีระดับความสำคัญต่ำสุด คือ สุขภาพและร่างกาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12) จึงกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหลักในการเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และทำกิจกรรมเพื่อการผ่อนคลายและการหลีกหนี โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งในระหว่างท่องเที่ยวเพื่อใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

ปัจจัยจูงใจ	$\bar{X}$	S.D	ระดับความสำคัญแปลผล
การพัฒนาตนเอง			
เรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง	4.36	0.90	ระดับความสำคัญมากที่สุด
ทำความเข้าใจตัวเองมากขึ้น	3.32	1.29	ระดับความสำคัญปานกลาง
สร้างแรงบันดาลใจสำหรับความคิดสร้างสรรค์	3.31	1.34	ระดับความสำคัญปานกลาง
พัฒนาทักษะและความสามารถ	3.24	1.38	ระดับความสำคัญปานกลาง
เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ	3.95	1.18	ระดับความสำคัญมาก
ค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ	4.34	0.96	ระดับความสำคัญมากที่สุด
การดูแลสุขภาพ (เช่น การเพิ่มความอ่อนเยาว์ การชะลอวัย)	3.14	1.45	ระดับความสำคัญปานกลาง
รวม	3.67	0.83	ระดับความสำคัญมาก
สุขภาพและร่างกาย			
กิจกรรมการออกกำลังกายและฟิตเนส	3.20	1.44	ระดับความสำคัญปานกลาง
รับบริการทางการแพทย์ (เช่น การศัลยกรรมทรวงอก	2.65	1.43	ระดับความสำคัญปานกลาง
ทันตกรรม ตรวจสุขภาพ เป็นต้น)			
ให้มีรูปร่างที่ดีขึ้น/การลดน้ำหนัก	2.84	1.51	ระดับความสำคัญปานกลาง
ป้องกันการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้น	3.07	1.50	ระดับความสำคัญปานกลาง
เพื่อให้ร่างกายเกิดความสมดุล	3.60	1.40	ระดับความสำคัญมาก
พัฒนาอุปนิสัยการใช้ชีวิตอย่างถูกสุขอนามัย	3.33	1.47	ระดับความสำคัญปานกลาง
รวม	3.12	1.20	ระดับความสำคัญปานกลาง

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปัจจัยจูงใจ	$\bar{x}$	S.D	ระดับความสำคัญแปลผล
การผ่อนคลายและการหลีกหนี			
ออกห่างจากกิจวัตรประจำวันที่ทำอยู่	4.32	1.00	ระดับความสำคัญมากที่สุด
ได้พักและทำให้รู้สึกผ่อนคลาย	4.47	0.91	ระดับความสำคัญมากที่สุด
ทำให้รู้สึกสดชื่น	4.26	1.01	ระดับความสำคัญมากที่สุด
รู้สึกถึงความสุขสงบจากภายใน	4.09	1.10	ระดับความสำคัญมาก
รวม	4.28	0.87	ระดับความสำคัญมากที่สุด
การปลีกวิเวก			
ต้องการอยู่คนเดียว	3.64	1.34	ระดับความสำคัญมาก
คิดถึงช่วงเวลาที่ดีในอดีต	3.22	1.42	ระดับความสำคัญปานกลาง
รวม	3.43	1.28	ระดับความสำคัญมาก
ธรรมชาติ			
การเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ๆ	4.49	0.84	ระดับความสำคัญมากที่สุด
ชมวิวทิวทัศน์	4.53	0.85	ระดับความสำคัญมากที่สุด
การได้อยู่ท่ามกลางธรรมชาติ	4.51	0.88	ระดับความสำคัญมากที่สุด
รวม	4.51	0.81	ระดับความสำคัญมากที่สุด
ความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น			
การหลุดพ้นจากภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ	4.03	1.21	ระดับความสำคัญมาก
การมีประสบการณ์ใหม่ๆ / การผจญภัย	4.02	1.16	ระดับความสำคัญมาก
ความรู้สึกเป็นอิสระหลุดพ้นจากความเครียด/ ความกดดันต่าง ๆ	3.91	1.24	ระดับความสำคัญมาก
รวม	3.99	1.06	ระดับความสำคัญมาก
สถานะทางสังคม			
ได้รับประสบการณ์ที่ทำให้เป็นคนทันสมัย	3.78	1.26	ระดับความสำคัญมาก
ได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หรูหรา	3.57	1.31	ระดับความสำคัญมาก
รวม	3.67	1.21	ระดับความสำคัญมาก

ผลกระทบของเพศ อายุ และประสบการณ์การท่องเที่ยวต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์ผลกระทบของเพศต่อปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยใช้ค่าสถิติ Independent Sample t-test มีค่า Sig. (2-tailed) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยจูงใจด้านธรรมชาติ และการผ่อนคลายและการหลีกหนี สูงกว่านักท่องเที่ยวเพศชายอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 5 ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยจูงใจ	เพศ	t-test for equal variances assumed			
		$\bar{x}$	S.D	t	Sig.
การพัฒนาตนเอง	หญิง	3.70	0.93	0.78	0.43
	ชาย	3.63	0.82		
สุขภาพและร่างกาย	หญิง	3.13	1.23	0.24	0.80
	ชาย	3.10	1.15		
การผ่อนคลายและการหลีกหนี	หญิง	4.37	0.89	2.71	0.00*
	ชาย	4.13	0.83		
การปลื้มใจ	หญิง	3.41	1.34	-0.28	0.77
	ชาย	3.45	1.18		
ธรรมชาติ	หญิง	4.59	0.75	2.67	0.00*
	ชาย	4.36	0.91		
ความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น	หญิง	4.02	1.05	0.99	0.32
	ชาย	3.91	1.07		
สถานะทางสังคม	หญิง	3.65	1.24	-0.47	0.63
	ชาย	3.71	1.16		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 6 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มอายุกับปัจจัยจูงใจทั้ง 7 ด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยจูงใจด้านการผ่อนคลายและการหลีกหนี ด้านธรรมชาติ ด้านความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุที่แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญ (p-value น้อยกว่า 0.05) ส่วนปัจจัยจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง สุขภาพและร่างกาย การปลื้มใจ และสถานะทางสังคม มีผลการทดสอบไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ (p-value มากกว่า 0.05)

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์สถิติ One way ANOVA ระหว่างอายุกับปัจจัยจูงใจแต่ละด้าน

ปัจจัยจูงใจ	F-Test	p-value
การพัฒนาตนเอง	0.38	0.68
สุขภาพและร่างกาย	0.78	0.45
การผ่อนคลายและการหลีกหนี	10.94	0.00*
การปลื้มใจ	1.87	0.15
ธรรมชาติ	5.63	0.00*
ความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น	5.20	0.00*
สถานะทางสังคม	1.41	0.24

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุกับปัจจัยจูงใจด้านการผ่อนคลายและการหลีกหนี โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบ Post Hoc (LSD) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนที่มีอายุต่ำกว่า 38 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยจูงใจด้านการผ่อนคลายและการหลีกหนี สูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 38-52 ปี และ 53 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญ (p-value < 0.05) ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 38 – 52 ปี และ 53 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยจูงใจด้านนี้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 7 การทดสอบสมมติฐานระหว่างกลุ่มอายุกับปัจจัยจูงใจด้านการผ่อนคลายและการหลีกหนี

ช่วงอายุ	N	mean	S.D	Letter
ต่ำกว่า 37 ปี	342	4.37	0.80	A
38 – 52 ปี	48	3.87	1.08	B
53 ปีขึ้นไป	14	3.66	1.21	B

จากตารางที่ 8 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุกับปัจจัยจิตใจด้านธรรมชาติ โดยใช้สถิติเปรียบเทียบ Post Hoc (LSD) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนที่มีอายุต่ำกว่า 38 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยจิตใจด้านธรรมชาติ สูงกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 53 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$) ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 38 – 52 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยจิตใจด้านธรรมชาติไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 38 ปี และ 53 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 8 การทดสอบสมมติฐานระหว่างกลุ่มอายุกับปัจจัยจิตใจด้านธรรมชาติ

ช่วงอายุ	N	mean	S.D	Letter
ต่ำกว่า 38 ปี	346	4.56	0.78	A
38 – 52 ปี	48	4.31	0.89	A,B
53 ปีขึ้นไป	14	3.92	1.14	B

จากตารางที่ 9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุกับปัจจัยจิตใจด้านความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น โดยใช้สถิติเปรียบเทียบ Post Hoc (LSD) พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนที่มีอายุต่ำกว่า 38 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยจิตใจด้านความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น สูงกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 53 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} < 0.05$) ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 38 – 52 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยจิตใจด้านนี้ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุอื่นอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 9 การทดสอบสมมติฐานระหว่างกลุ่มอายุกับปัจจัยจิตใจด้านความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น

ช่วงอายุ	N	mean	S.D	Letter
ต่ำกว่า 38 ปี	344	4.05	1.02	A
38 – 52 ปี	45	3.72	1.10	A,B
53 ปีขึ้นไป	14	3.28	1.40	B

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพต่อปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยใช้ค่าสถิติ Independent Sample t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่า

- นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาจังหวัดภูเก็ตแล้วให้ความสำคัญกับปัจจัยจูงใจด้านการปลีกวิเวก และ ด้านสถานะทางสังคม สูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตเป็นครั้งแรก อย่างมีนัยสำคัญ (p-value < 0.05)
- นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตเป็นครั้งแรกให้ความสำคัญกับปัจจัยจูงใจด้านธรรมชาติสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เคยเดินทางมาแล้วอย่างมีนัยสำคัญ (p-value < 0.05)

ตารางที่ 10 ผลกระทบของจำนวนครั้งที่เดินทางมาภูเก็ตต่อปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

ปัจจัยจูงใจ	จำนวนครั้งที่เดินทางมาภูเก็ต (รวมครั้งนี้ด้วย)	t-test for equal variances assumed			
		$\bar{x}$	S.D	t	Sig.
การพัฒนาตนเอง	เดินทางมาเป็นครั้งแรก	3.68	0.91	0.26	0.79
	เคยเดินทางมาแล้ว	3.66	0.85		
สุขภาพและร่างกาย	เดินทางมาเป็นครั้งแรก	3.09	1.23	-0.58	0.55
	เคยเดินทางมาแล้ว	3.17	1.12		
การผ่อนคลายและการหลีกหนี	เดินทางมาเป็นครั้งแรก	4.28	0.87	-0.11	0.90
	เคยเดินทางมาแล้ว	4.29	0.88		
การปลีกวิเวก	เดินทางมาเป็นครั้งแรก	3.34	1.31	-2.02	<u>0.04*</u>
	เคยเดินทางมาแล้ว	3.62	1.21		
ธรรมชาติ	เดินทางมาเป็นครั้งแรก	4.59	0.69	2.60	<u>0.01*</u>
	เคยเดินทางมาแล้ว	4.33	1.01		
ความเป็นอิสระและการสร้างแรงกระตุ้น	เดินทางมาเป็นครั้งแรก	3.97	1.05	-0.39	0.63
	เคยเดินทางมาแล้ว	4.02	1.08		
สถานะทางสังคม	เดินทางมาเป็นครั้งแรก	3.59	1.23	-2.02	<u>0.04*</u>
	เคยเดินทางมาแล้ว	3.85	1.14		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 37 ปี การศึกษาในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 – 9,999 หยวน พฤติกรรมในการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรก มีการวางแผนการเดินทางน้อยกว่า 1 สัปดาห์ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการเดินทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับนักท่องเที่ยว คือ บริษัททัวร์ ส่วนใหญ่เดินทางกับคู่รัก/สมรส มีการจัดการเดินทางเอง ใช้ระยะเวลาในการพำนักร้อยกว่า 1 สัปดาห์ และใช้บริการโรงแรมเป็นที่พัก สำหรับบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือการบริการสปา และการชะลอวัย ซึ่งสอดคล้องกับงานของ C9 Hotelworks (2016) ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใช้บริการสัณยกรรมความงาม และบริการด้านการชะลอวัยต่อต้านริ้วรอย

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต พบว่า แรงจูงใจที่สำคัญที่สุด คือ ธรรมชาติ รองลงมา คือ การผ่อนคลายและหลีกหนี ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Chen and Prebenson (2009) ซึ่งพบว่า แรงจูงใจเพื่อการผ่อนคลาย และการได้อยู่กับธรรมชาติ เป็นแรงจูงใจที่มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ดังนั้น การบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุดสำหรับชาวจีนในระหว่างท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต คือ บริการสปา เพื่อตอบสนองแรงจูงใจเพื่อการผ่อนคลายและหลีกหนี เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนเห็นว่า การใช้บริการสปาสามารถช่วยบรรเทาความเครียด ความกดดัน หรือหลีกหนีจากความจำเจในชีวิตประจำวัน (Koh, Yoo and Boger, 2010 และ สิริกร เลิศลักษณ์ธาร, 2560) และจากงานของอัศรพงศ์ อันทอง, 2558) พบว่า ความต้องการผ่อนคลายเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกใช้บริการสปาในประเทศไทย นอกจากนี้ผลการศึกษาของ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) กิรติ ตระการศิริวานิช (2552) มิ่งสรรพ ขาวสะอาดและคณะ (2541) และ จิรยุทธ บุญแต่ง (2546) พบว่า แรงจูงใจหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยคือ ภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศไทยที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงให้ความสำคัญกับระดับแรงจูงใจด้านการผ่อนคลายและการหลีกหนี และด้านธรรมชาติ สูงกว่าเพศชาย และนักท่องเที่ยวในวัยหนุ่มสาว (อายุต่ำกว่า 38 ปี) มีแรงจูงใจด้านการผ่อนคลายและการหลีกหนี ด้านธรรมชาติ และด้านความเป็นอิสระ และการสร้างแรงกระตุ้น สูงกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มสูงวัย (53 ปีขึ้นไป) ซึ่งสอดคล้องกับงานของ วิฑิต พรหม ศิริตระกูลวงศ์ (2544) พบว่า ปัจจัยเชิงประชากร ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้แรงจูงใจในการทำกิจกรรมเชิงส่งเสริมสุขภาพมีความแตกต่างกัน

ผลการวิจัยครั้งนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้วให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านการปลื้มใจ และสถานะทางสังคม สูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาภูเก็ตเป็นครั้งแรก ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตเป็นครั้งแรกมีแรงจูงใจด้านธรรมชาติสูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของแสงเดือน รตินธร (2559) และแม็คเคอร์เชอร์ และหว่อง (Mc Kercher and Wong, 2004) ที่กล่าวว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ต้องการทำการตลาดในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนควรทำความเข้าใจพฤติกรรมการเดินทางของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยเฉพาะในนักท่องเที่ยวกลุ่มเจนเนอเรชันวาย และนักท่องเที่ยวเพศหญิง ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกำหนดแนวโน้มการตลาดของการท่องเที่ยวในอนาคต โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเพศหญิงซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีกำลังใช้จ่ายสูง และนิยมใช้บริการสปา ในการทำการตลาด ควรเน้นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม และความพร้อมในเรื่องการแพทย์และสปาของจังหวัดภูเก็ต โดยทำการตลาดผ่านบริษัททัวร์และสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีลักษณะเป็นการเขียนแบ่งปันประสบการณ์ เช่น วีแชท (wechat) เว่ยโบ (Weibo) เป็นต้น

นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจแตกต่างกัน ย่อมมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวและเลือกใช้บริการเชิงสุขภาพแตกต่างกันตามความสนใจ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ ให้สามารถตอบสนองแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มตามปัจจัยด้านอายุ เพศ และประสบการณ์การเดินทางที่แตกต่างกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีในจังหวัดภูเก็ตมากขึ้น นอกจากนี้ หัวใจสำคัญของการบริการคือ พนักงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรผู้ให้บริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ ให้มีความรู้ในการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม สามารถสื่อสารและให้คำแนะนำ/ปรึกษาการดูแลสุขภาพให้แก่ผู้รับบริการ ตลอดจนสามารถจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย เช่น โปรโมชั่นลดราคาโดยการจัดโปรแกรมดูแลสุขภาพ ด้วยการเชื่อมโยงการบริการชะลอวัยซึ่งเป็นการบริการโดยบุคลากรทางการแพทย์ กับการบริการสปา และการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพอื่น ๆ เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ โยคะ การล้างพิษ และกิจกรรมกีฬาและฟิตเนส หรือ การนำศาสตร์แพทย์แผนไทยมาประยุกต์ใช้ในการดูแลสุขภาพด้วยบริการสปา โดยใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรท้องถิ่นที่มี เพื่อ

เป็นการดึงดูดใจและกระตุ้นให้เกิดการซื้อ และตอบสนองความต้องการตามแรงจูงใจที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

การศึกษานี้เป็นการสำรวจพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพชาวจีนในจังหวัดภูเก็ต สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเฉพาะกลุ่ม และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของจังหวัดภูเก็ตเพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในอนาคต

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าหากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นการเพิ่มโอกาสในการเดินทางกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยว ดังนั้นหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการเพื่อตอบสนองแรงจูงใจที่แตกต่างกันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือบอกต่อในอนาคต และที่ผ่านมายังไม่มีหน่วยงานใดทำการศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรมบุคลากรในการบริการเชิงส่งเสริมสุขภาพ ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมรรถนะของบุคลากรในการให้บริการ การฝึกอบรมบุคลากร เพื่อสามารถเชื่อมโยงทักษะและการบริการไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดความพึงพอใจและแนวโน้มในการเข้ารับบริการในอนาคตมากยิ่งขึ้นและสามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ ที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาบุคลากรควบคู่ไปกับรูปแบบการบริการ ที่นอกเหนือจากการบริการสปา

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย.

สืบค้น เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2560, จาก https://www.mots.go.th/more_news.

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต,

สืบค้น เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2560, จาก <http://www.industry.go.th/km/index.php>

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2544). แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว. สืบค้น เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2560, จาก

<http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0021.pdf>

ชนิดา ทวีศรี. (2561). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. สืบค้น เมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2560, จาก

<https://www.l3nr.org/posts/>

- มณีรัตน์ สุขเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2559). การวิเคราะห์แรงจูงใจและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 10(1), 45-55.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2558). แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอาเซียนปี 55. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2560, จาก <http://millionaire-academy.com>
- ศิริวรรณ เชื้อผู้ดี. (2558). ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โอกาสของไทยกับอาเซียนที่ไม่ควรมองข้าม, เดอะพับลิกโพสต์. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มีนาคม 2560, จาก <http://www.publicpostonline.net/2109>
- สิริกร เลิศลักษณ์ธาร, ไพบุลย์ อ่อนมั่ง, ไอยเรศ สิบลับ. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 7(1), 2-8.
- C9 Hotelworks. (2016). Phuket Medical Tourism Market, 7 March 2018. C9 Hotelworks. <https://www.c9hotelworks.com>
- Euromonitor International. (2010). *Health and Wellness Strategy Briefings*. Retrieved on March 13, 2018, from <http://www.euromonitor.com/health-and-wellness-strategy-briefings/global-briefing-subscription>
- Global Wellness Institute. (2015). *The Global Wellness Tourism Economy*. Retrieved on March 13, 2018, from <https://www.globalwellnessinstitute.org/industry-research/>
- Henna Konu and Tommi Laukkanen. (2016). *Roles of Motivation Factors in Predicting Tourists' Intentions to Make Wellbeing Holidays*. University of Eastern Finland, Finland.

Translated Thai References

- Chueapodee, Siriwan. (2015). *Health tourism & An opportunity for Thailand and ASEAN should not be overlooked*, Retrieved March 7, 2017, from <http://www.publicpostonline.net/2109>
- Kasikorn Research Center. (2012). *ASEAN Health Tourism*. Retrieved March 7, 2017, from <http://millionaire-academy.com>
- Lertluktanatorn, Sirikorn., Onmunk, Piboon., & Siblub, Iyarate. (2017). Factors Influencing Health Tourism Among Foreign Visitors to Thailand: A Promotional Model. *Academic Journal Phranakhon Rajabhat University*, 7(1), 2-8.
- Ministry of Industry. (2016). *10 Target Industries New Engine of Growth*, Retrieved March 7, 2017, from <http://www.industry.go.th/km/index.php>
- Ministry of Tourism and Sports. (2017). *International Tourist Arrivals to Thailand Statistic*. Retrieved March 7, 2017, from https://www.mots.go.th/more_news
- Parasakul, Lertporn. (2015). *The Motivations and the Attitudes Affecting the Satisfaction Level of Chinese Tourist's Visiting Thailand*, Dhurakij Pundit University Bangkok
- Pimonsompong, Chalongsri. (2001). Travel Motivations. Retrieved March 7, 2017, from Website <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0021.pdf>
- Sukkasem, Maneerat., & Pasunon, Prasopchai. (2016). Analysis of Motivation and Service Marketing Mix Factors Influencing the Choosing of Health Tourism Services by Thai Tourists: Case Study of Chao Phya Abhaibhubejhr Hospital, Prachinburi Province. *Dusit Thani College Journal*, 10(1), 45-55.
- Taveesri, Chanida. (2018). *Health Tourism*, Retrieved March 7, 2017, from <https://www.l3nr.org/posts/>