

อิทธิพลขององค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยว เชิงสุขภาพในประเทศไทย

Influence of Tourism Components on Health Tourism Image in Thailand

เพชรารณณ์ ชัชวาลชาวนกกิจ / Petcharaporn Chatchawanchanchanakij

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร / King
Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang Prince of Chumphon Campus

Corresponding author: E-mail: petch2007@hotmail.com

พรรณรัตน์ อารณพิศาล / Pannarat Arpornpisan

นักวิชาการ / Independent Scholar

E-mail: panara7979@hotmail.com

กิตติยา ชัชวาลชาวนกกิจ / Kittiya Chatchawanchanchanakij

นักวิชาการ / Independent Scholar

E-mail: Kitty_2012@Gmail.com

ประวัติบทความ

ได้รับบทความ 2 มิถุนายน 2564

แก้ไข 2 ตุลาคม 2564

ตีพิมพ์ 3 ตุลาคม 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง 3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ขึ้นไปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุ ผลการศึกษาพบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านการให้บริการมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ความเห็นภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดระนองเป็นจังหวัดอันดับ 1 ของภาคใต้ด้านการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และจังหวัดระนองมีชื่อเสียงเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง ทั้ง 6 ด้าน มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .873 ค่าสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์ ร้อยละ 76.2

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, องค์ประกอบการท่องเที่ยว, ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

Abstract

This research aimed was 1) to examine Thai tourists' opinions regarding the components of health tourism in Ranong Province 2) to investigate Thai tourists' opinions regarding the image of health tourism in Ranong Province and 3) to analyze the impact of tourism components affecting the image of health tourism in Ranong Province. The study collects the data from Thai tourists aged from 20 years old and above who visit Ranong Province through a convenient sampling method. Descriptive statistics are used to describe the general information of the findings through frequency, percentage, mean and standard deviation. Meanwhile, influential statistics are used to test the hypotheses through One Way ANOVA and Multiple Regression Analysis. Results the 6 components have the significant impacts. Meanwhile, a value of correlation coefficient is .873 and the R^2 is 76.2%.

Keywords: Tourism Components, Health Tourism, Image Tourism

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมตั้งแต่ในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน พบว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับสภาพของธรรมชาติ การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกิจกรรมและเป็นกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน มีความสำคัญในการดำเนินการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและแนวคิดต่างๆ จากข้อมูลของการจัดอันดับการท่องเที่ยว World Economic Forum (2019) มีการจัดรายงาน The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 Travel and Tourism at a Tipping Point ได้มีการจัดอันดับขีดความสามารถของประเทศต่างๆ ซึ่งจากสถิติของกรมการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่า สมรรถนะทางเศรษฐกิจโดยรวม มีภาวะที่ดีขึ้น ประสิทธิภาพของภาครัฐส่วนใหญ่ดีขึ้น ประสิทธิภาพของภาคเอกชนมีลักษณะที่ดีขึ้นทุกกลุ่ม และ โครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งรวมถึงเรื่องความพร้อมในด้านสาธารณูปโภค เกณฑ์ชีวิตส่วนใหญ่มีอันดับที่ดีขึ้น ภาคได้มีสภาพแวดล้อมที่พร้อมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ภูเขา อาหาร โรงแรม ที่พัก ซึ่งจากจำนวนการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นลำดับต้นๆ ของการเยี่ยมชมของนักท่องเที่ยวและเป็นเป้าหมายหนึ่งของการพักอาศัย ซึ่งจังหวัดระนองเป็นหนึ่งในหลายจังหวัดที่มีรอยต่อและมีทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์และมีกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ สถานที่ทางวัฒนธรรมพื้นถิ่น แหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อน Wellness Tourism หรือการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นหนึ่งในการท่องเที่ยวที่มีลักษณะของการดูแลสุขภาพ ที่สร้างสมดุลของทั้งร่างกายและจิตใจ มีการผนวกกิจกรรมต่าง ที่เกี่ยวข้องกับ อาทิ โยคะ สปา อาหารเพื่อสุขภาพและบริการทางการแพทย์ เป็นต้น กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเติบโตอย่างรวดเร็ว แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจโลกจะถดถอย แต่ธุรกิจนี้ก็กลับเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2560 ตลาด wellness tourism ทั่วโลก มีมูลค่าประมาณ 124 ล้านล้านบาท ใหญ่กว่า GDP ประเทศไทย 9,000 เท่า ซึ่งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดได้มีการกำหนดให้จังหวัดระนองเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการส่งเสริมสุขภาพ (Eco and Wellness Tourism) มุ่งเน้นนำเสนอความโดดเด่นด้านทรัพยากรทางท่องเที่ยวที่มุ่งส่งเสริมการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีคุณภาพและน่ารื่นรมย์ ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่เมืองท่องเที่ยวชั้นนำของอาเซียน

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง เพื่อประโยชน์ในพัฒนาการท่องเที่ยวและแนวทางให้ภาครัฐนำไปกำหนดนโยบายต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง
- 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

3) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของ McIntosh & Gupta (1980) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อจุดหมายต่างๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประการ คือด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ และพินพรรณ สุจารินพงศ์ (2549) การท่องเที่ยวคือมนุษย์เดินทางออกจากที่พักไปยังสถานที่ในระยะเวลาสั้นและมีการทำกิจกรรมต่างๆ ในระหว่างพักอาศัยชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร ประชุมสัมมนาหรือ เพื่อการศึกษา การศึกษา เล่นกีฬา และรักษาสุขภาพ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) จึงมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติเพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลายเป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรงปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล

แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวของ Buhalis (2000) กล่าวว่าองค์ประกอบไปด้วย 6 ประการคือ 1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ, แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้าง, สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ 2) การเข้าถึง (Accessibility) คือ ระบบการคมนาคม, สถานีขนส่งผู้โดยสารและยานพาหนะ 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) คือ ที่พัก, การจัดเลี้ยงและการบริการการท่องเที่ยว 4) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ถูกเตรียมโดยคนกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน 5) กิจกรรม (Activities) คือ กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และโทรคมนาคม เช่นเดียวกับ Pelasol, Tayoba, Mondero, Jugado, & Lahaylahay (2012) กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ 1) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) 5) ที่พัก (Accommodation) 6) กิจกรรม (Activities)

ทฤษฎีภาพลักษณ์ของ Echtner & Ritchie (2003) และ Kozak & Decrop (2009) กล่าวว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งในด้านต่างๆ ประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่ 1) ด้านองค์กร 2) ด้านสินค้าและบริการ และ 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Chen & Tsai (2007) กล่าวว่าภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวทั้งในอดีตและอนาคตซึ่งมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นการสร้างศรัทธา ความน่าเชื่อถือ และการสร้างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคล ว่าจะเป็นในเชิงลบหรือเชิงบวก

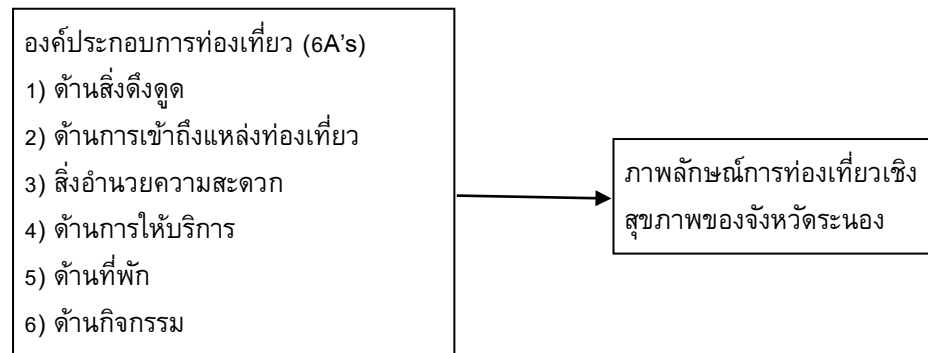
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาทิ ก่อกานต์ หมีทอง และ แอนนา จุมพลเสถียร (2559) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการรับรู้ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การรับรู้ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่นเดียวกับ กิตติมา แซ่โฮ (2560) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน:กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และของ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2561) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย สิงคโปร์และมาเลเซียตามทัศนะของชาวจีนวัยผู้ใหญ่ตอนต้น งานของ ชิตพร ประดิษฐ์รอด (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวบริเวณทลของนวนัยทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการ

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยอายุ 20 ปี ขึ้นไป ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระนองจำนวน 78,715 คน (ข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2563) เมื่อคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling Method) จึงได้นำมาวิเคราะห์ทั้งหมด ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่ออกแบบไว้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง และดำเนินการจัดเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมทุกประเด็น โดยผู้วิจัยได้แบบสอบถามทั้งสิ้น 400 คน

วิธีการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) ศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว การรับรู้ ภาพลักษณ์ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและสร้างแบบสอบถาม 2) นำแบบสอบถามตรวจสอบหาคุณภาพของเครื่องมือได้แก่ หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้เทคนิค IOC โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ทางด้านการวิจัย มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเกณฑ์การตรวจวัดคุณภาพของเครื่องมือของผู้ทรงคุณวุฒิมีค่าเท่ากับ 0.66-1.00 จึงจะนำไปใช้ได้ 3) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้วไปทำการจัดพิมพ์แล้วนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน และนำไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) จากการคำนวณได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.886 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงานผลการวิจัยด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดระนอง ส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดระนอง เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.8 มีอายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 ระดับการศึกษาสูงสุดมากที่สุดระดับปริญญาตรี/โท คิดเป็นร้อยละ 64.5 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดระนองครั้งแรกคิดเป็นร้อยละ 45.5 และส่วนใหญ่มีการได้ยินและรับรู้ข้อมูลของจังหวัดระนอง มากที่สุดจากเพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 48.3

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยภาพรวมระดับความคิดเห็นขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง	$\bar{X}$	S.D.	อธิบาย
1) ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) (X_1)	3.78	.572	เห็นด้วยมาก
2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) (X_2)	3.70	.573	เห็นด้วยมาก
3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) (X_3)	3.92	.694	เห็นด้วยมาก
4) ด้านการให้บริการ (Ancillary Service) (X_4)	3.69	.735	เห็นด้วยมาก
5) ด้านที่พัก (Accommodation) (X_5)	3.85	.596	เห็นด้วยมาก
6) ด้านกิจกรรม (Activity) (X_6)	3.72	.579	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 1 สรุปความเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง พบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) (X_3) ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = .694) รองลงมาด้านด้านที่พัก (Accommodation) (X_5) ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = .596) สิ่งดึงดูด (Attraction) (X_1) ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = .572) ด้านกิจกรรม (Activity) (X_6) ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = .579) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) (X_2) ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = .573) และด้านการให้บริการ (Ancillary Service) (X_4) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = .735)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง	$\bar{X}$	S.D.	อธิบาย
1) จังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน	3.76	.794	เห็นด้วยมาก
2) จังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงเรื่องคุณภาพของบ่อน้ำพุร้อน	3.72	.809	เห็นด้วยมาก
3) จังหวัดระนองมีชื่อเสียงเกี่ยวกับโรงแรมที่ให้บริการบ่อน้ำพุร้อนภายในที่พัก	3.66	.843	เห็นด้วยมาก
4) จังหวัดระนองมีชื่อเสียงเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.59	.812	เห็นด้วยมาก
5) จังหวัดระนองมีความโดดเด่นในการใช้การนวดบำบัดเพื่อบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	3.69	.860	เห็นด้วยมาก
6) จังหวัดระนองมีระบบการเดินทางเพื่อเข้าถึงบ่อน้ำพุร้อนได้สะดวกและปลอดภัย	3.71	.718	เห็นด้วยมาก
7) จังหวัดระนองมีระบบการขนส่งทางบก ทางอากาศ ทางราง ทางเรือแก่นักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการเดินทาง	3.60	.705	เห็นด้วยมาก
8) จังหวัดระนองเป็นจังหวัดอันดับ 1 ของภาคใต้ ด้านการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพ	3.67	.770	เห็นด้วยมาก
รวม	3.67	.596	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 2 พบว่าค่าเฉลี่ยรวมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = .596) เพื่อพิจารณารายด้านพบว่าค่าเฉลี่ยอันดับที่ 1 ได้แก่จังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อน ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = .794) รองลงมาจังหวัดระนองเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงเรื่องคุณภาพของบ่อน้ำพุร้อน ($\bar{X} = 3.72$, S.D. = .809) จังหวัดระนองมีระบบการเดินทางเพื่อเข้าถึงบ่อน้ำพุร้อนได้สะดวกและปลอดภัย ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = .718) จังหวัดระนองมีความโดดเด่นในการใช้การนวดบำบัดเพื่อบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = .860) จังหวัดระนองเป็นจังหวัดอันดับ 1 ของภาคใต้ ด้านการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพ ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = .770) จังหวัดระนองมีชื่อเสียงเกี่ยวกับโรงแรมที่ให้บริการบ่อน้ำพุร้อนภายในที่พัก ($\bar{X} = 3.66$,

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

S.D. = .843) จังหวัดระนองมีระบบการขนส่งทางบก ทางอากาศ ทางราง ทางเรือแก่นักท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X}$ = 3.60, S.D. = .705) และจังหวัดระนองมีชื่อเสียงเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{X}$ = 3.59, S.D. = .812)

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง

องค์ประกอบการท่องเที่ยว	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.610	.147		4.152	.000
ด้านสิ่งดึงดูด (x_1)	.485	.030	.465	15.990	.000
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (x_2)	.052	.027	.050	1.958	.050
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (x_3)	.240	.031	.279	7.670	.000
ด้านการให้บริการ (x_4)	.083	.028	.102	2.942	.003
ด้านที่พัก (x_5)	.103	.035	.103	2.974	.003
ด้านกิจกรรม (x_6)	.164	.029	.159	5.629	.000

R = .873, R² = .762, SE_{est} = ±.293, F = 209.424, Sig. = .000

*P < 0.05, **P < 0.01

จากตาราง 3 พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง มี 6 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูด (x_1) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) (x_2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (x_3) ด้านการให้บริการ (x_4) ด้านที่พัก (Accommodation) (x_5) และ ด้านกิจกรรม (Activity) (x_6) จะเห็นได้ว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยว (6'A) ทั้ง 6 ด้าน มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง โดยสามารถอธิบายภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง ในภาพรวม (F = 209.424, Sig. = .000) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ .873 ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย (R²) ร้อยละ 76.2 ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SE_{est}) เท่ากับ .293 อธิบายได้ว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูด (x_1) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) (x_2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (x_3) ด้านการให้บริการ (x_4) ด้านที่พัก (Accommodation) (x_5) และ ด้านกิจกรรม (Activity) (x_6) มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง โดยด้านสิ่งดึงดูด (x_1) มีค่าสัมประสิทธิ์มากที่สุดนั้นแสดงให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวถ้ามีความสวยงามมีความพร้อมในการที่จะรองรับนักท่องเที่ยวสามารถทำให้เกิดความประทับใจและสร้างความเชื่อมั่นและการเดินทางที่คุ้มค่าให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมาก และสามารถร่วมกันพยากรณ์องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง ได้ร้อยละ 76.2 โดยสามารถเขียนในรูปสมการวิเคราะห์การถดถอยได้ดังนี้

$$Y = .610 + .485(X_1) + .052(X_2) + .240(X_3) + .083(X_4) + .103(X_5) + .164(X_6)$$

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง พบว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยว (6'A) มีค่าความสัมพันธ์กันเองอยู่ระหว่าง 0.087-0.639 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ .873 ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย (R²) ร้อยละ 76.2 เมื่อเรียงลำดับค่าสัมประสิทธิ์จากมากไปหาน้อย คือตาม

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

สมการ = .465 (ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) + .279 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity + .159 ด้านกิจกรรม (Activity)) + .102 ด้านการให้บริการ (Ancillary Service) + .103 ด้านที่พัก (Accommodation) + .050 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและมีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวให้มีการให้ข้อมูลที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวของ Buhalis (2000) สอดคล้องกับ Pelasol, Tayoba, Mondero, Jugado, & Lahaylahay (2012) กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 6 ประการ ได้แก่ 1) ความสามารถในการ เข้าถึง (Accessibility) 2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) 5) ที่พัก (Accommodation) 6) กิจกรรม (Activities) สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติมา แซ่โฮ (2560) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวชาวไทย วิทยานิพนธ์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าภาพลักษณ์การท่องเที่ยวด้านประสบการณ์ และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และ ค่านิยมในการท่องเที่ยวส่วนบุคคล แนวทางเดียวกับ ชิตพร ประดิษฐ์รอด (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทผลของคณวิยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทผลของคณวิยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง ทำให้ทราบถึงระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนองจากโดยได้นำผลการวิจัยมาเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการต่อไป

1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (3.92) โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับจังหวัดระนองมีร้านค้าสวัสดิการของอุทยานจำหน่ายสินค้า อุปกรณ์ เครื่องใช้สุขภาพมากที่สุด (4.36) และจังหวัดระนองจัดให้มีส่วนบริการอาบน้ำพุร้อนแยกชาย-หญิงชัดเจนมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.64) ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลมีการปรับปรุงเกี่ยวกับการบริการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมพร้อมสำหรับให้นักท่องเที่ยวบริการ และปรับปรุงในส่วนของการให้บริการแบบแยกส่วนเพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป

2) ระดับความคิดเห็นค่าเฉลี่ยรวมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง เกี่ยวกับจังหวัดระนองเป็นจังหวัดอันดับ 1 ของภาคใต้ด้านการท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนเชิงสุขภาพ (3.76) และจังหวัดระนองมีชื่อเสียงเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.59) หน่วยงานภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลข่าวสาร และเข้าถึงข้อมูลอย่างต่อเนื่องในทุกด้าน

3) จากค่าสัมประสิทธิ์ที่มากที่สุดในด้านด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ประกอบกับความเห็นของนักท่องเที่ยวที่จังหวัดระนองมีบ่อน้ำพุร้อนที่มีชื่อเสียงมากที่สุดของภาคใต้ หน่วยงานภาครัฐควรพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างเรื่องราวที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์และกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลรวมทั้งการพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมต่างๆ เพื่อรองรับการบริการและด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐควรมีการกำหนดแนวทางในการนำไปกำหนดเป็นนโยบายในการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2564)

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (*The Royal Coast หรือ Thailand Riviera*) พ.ศ.2560-2564. สืบค้นจาก www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11583.
- พิมพ์พรณ สุจารินพงศ์. (2549). *มัคคุเทศก์*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ก่อกานต์ หมีทอง และ แอนนา จุ่มพลเสถียร. (2559). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการรับรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิตติมา แซ่โฮ. (2559). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ภาพลักษณ์คุณภาพบริการ และค่านิยมในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อทัศนคติการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวไทยทางธรรมชาติ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2561). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย สิงคโปร์ และมาเลเซียตามทัศนะของชาวจีนวัยผู้ใหญ่ตอนต้น. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 13(2), 16-24.
- ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2559). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมาณของนักท่องเที่ยวทำงานในเขต กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21, 97-116.
- Chen, C., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. *Tourism Management*, 28(4), 1115-1122.
- Cronbach, L. (1990). *Essentials of Psychological Testing*. 5th ed. New York: Harper & Row.
- Echtner, C., & Ritchie, J. (2003). The meaning and measurement of destination image. *The Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- McIntosh, R. (1980). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley Press.
- Kozak, M., & Decrop, A. (2009). *Handbook of tourist behavior: theory & practice*. New York: Routledge.
- Pelasol, M., Tayoba, M., Mondero, E., Jugado, K., & Lahaylahay, C. (2012). Igcabugao: A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines. *JPAIR Multidisciplinary Research*, 8(1), 90-97.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: HarperCollins.