

## พฤติกรรมและความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย

### THE BEHAVIOR AND DEMAND OF WELLNESS TOURISM SERVICES BASED ON THE CONCEPT OF CREATIVE ECONOMY IN LOEI PROVINCE

วรารกรณ์ ใจน้อย<sup>1\*</sup>, เหมวดี ภายใหญ่<sup>2</sup>, ญาณินท์ ทองมาก<sup>3</sup>, นรชัย สอนใส<sup>4</sup>, รัศมิสา ชาติกุล<sup>5</sup>, เกศณี จิ่งวัฒน์ตระกูล<sup>6</sup>  
Warakorn Jainoi<sup>1\*</sup>, Hemwadee Kaiyai<sup>2</sup>, Yanin Thongmak<sup>3</sup>, Norachai Sornsai<sup>4</sup>, Rapassa Chartkul<sup>5</sup>,  
Kasanee Juengwattanatrakul<sup>6</sup>

<sup>1,5</sup>สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

<sup>2,4</sup>สาขาวิชาการจัดการ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

<sup>3</sup>สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

<sup>6</sup>สาขาวิชาการบัญชี สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

<sup>1,5</sup>Department of Tourism and Hotel, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

<sup>2,4</sup>Department of Management, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

<sup>3</sup>Department of Economic, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

<sup>6</sup>Department of Accounting, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

\*Corresponding author's e-mail: warakorn.jainoi@gmail.com<sup>1\*</sup>, kaiyai.lru@gmail.com<sup>2</sup>,  
yanin\_ph14@hotmail.com<sup>3</sup>, ajnorachailru@gmail.com<sup>4</sup>, glassy2514@gmail.com<sup>5</sup>, Kasanee.jueng@hotmail.com<sup>6</sup>

Received: May 25, 2024

Revised: June 9, 2024

Accepted: June 25, 2024

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย 2) ศึกษาความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีประชากรในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาในจังหวัดเลย ไม่สามารถระบุจำนวน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1953) วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว คือ เยี่ยมญาติ เพื่อน มีแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น เดินทางระหว่างวันหยุด เป็นแบบครอบครัว ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว วิธีที่นิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ หาข้อมูลจาก

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับจังหวัดเลย คือ การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) บริการอาบน้ำแร่ในบ่อน้ำแร่ น้ำพุ สบปลา การแช่น้ำนม ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความสนใจในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและส่งเสริมสุขภาพอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสนใจในกิจกรรม ชมการสาธิต เรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรับบริการนวดไทยแผนโบราณตามโปรแกรมนวดในศูนย์บริการต่าง ๆ พร้อมทั้งสนใจในบริการการสูดดมกลิ่นหอมจากน้ำมันหอมระเหยที่กระจายออกไปทั่วบริเวณ ชอบให้มีกลิ่นหอมและสามารถบำบัดอาการต่าง ๆ ได้

**คำสำคัญ:** พฤติกรรม; ความต้องการ; การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ; เศรษฐกิจสร้างสรรค์

### Abstract

This research aimed to 1) study the behavior of wellness tourists according to the concept of creative economy in Loei Province; 2) study the needs for receiving wellness tourism services according to the concept of creative economy in Loei Province. The research tool was a questionnaire the sample in the study was the medical tourists traveling in Loei Province that was unable to specify quantity. Therefore, a sample size of 400 persons was determined by using the Cochran (1953) formula, a simple sampling method. Descriptive statistics were used to analyze the data, including frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. The results of the study found that the main purpose of traveling was to visit relatives and friends. The favorite tourist attractions were historical tourist attractions such as temples, historical sites, museums, historical parks, etc., They traveled during holidays as family trip. Factors affecting interest in wellness tourism formats were the safety of tourist destinations. A popular way to find wellness tourism information was to find information from the Tourism Authority of Thailand. Most agreed that the form of wellness tourism, which was suitable for Loei Province, was mineral bathing (Spa) services (mineral bathing services in mineral springs, springs, fish spas, or milk baths). The results of the data analysis of interest data in the form of wellness tourism activity type was that overall respondents were interested in wellness tourism activity type. Wellness promotion tourism was at a high level. When considering each issue and sorting the average value from highest to lowest, it was found that watching demonstrations/learning and practicing traditional Thai massage methods was at the highest level, followed by traditional Thai massage services according to massage programs in various service centers, and inhaling the aroma from essential oils that spread throughout the area, and treat various symptoms.

**Keywords:** behavior; demand; wellness tourism; creative economy

## ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบันทั่วโลกให้ความสำคัญ โดย Global Wellness Institute ได้จัดอันดับประเทศไทยอยู่ในอันดับ 3 ของประเทศชั้นนำของโลกจากการจัดอันดับใน 48 ประเทศ ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว (Global Wellness Institute, 2018) ประเทศไทยมีความได้เปรียบในทรัพยากรที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งนี้นโยบายของรัฐบาลให้การสนับสนุนตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566 – 2570 จึงเป็นโอกาสของแต่ละจังหวัดที่จะให้ความสำคัญรวมทั้งต้องศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการทางการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อเตรียมความพร้อมและวางแผนในการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และสิ่งสำคัญเพื่อสร้างรายได้อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ และเกิดการบริการด้านการตลาดท่องเที่ยวถึงภาพลักษณ์ของสถานที่ต่าง ๆ ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของแต่ละจังหวัด

จังหวัดเลยเป็นหนึ่งในจังหวัดที่อยู่ทางภาคอีสานตอนบนของประเทศไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี มีทรัพยากรที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ภูกระดึง ภูเรือ ภูหลวง ภูทอก ภูทอก เป็นต้น รวมทั้งแหล่งน้ำสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำเลย แม่น้ำโขง และแม่น้ำเหือง อีกทั้งยังเป็นแหล่งที่เต็มไปด้วยสมุนไพรที่หลากหลาย หินแม่น้ำ รวมทั้งภูมิปัญญาของชุมชนที่จะนำสิ่งเหล่านี้มาสร้างเป็นศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดเลย เพื่อส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวที่มาจากจังหวัดเลย

อย่างไรก็ตาม ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว จึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างมาก เนื่องจากการศึกษาดังกล่าวสามารถบอกถึงพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยสามารถบอกได้ว่าปัจจัยใดมีความสำคัญ ซึ่งหากปัจจัยมีการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและความต้องการในทิศทางใด คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย ให้ได้ข้อมูลเพื่อนำไปเป็นแนวทางในพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัด ซึ่งข้อมูลที่ได้ผู้เกี่ยวข้อง อันได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ตลอดจนประชาชนในท้องถิ่นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย

## การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (wellness tourism) คือ เดินทางที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหาการบำรุงรักษาหรือการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล มีขอบเขตครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลและปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม โดยเป็นทางเลือกและความสมัครใจของผู้ใช้บริการที่จะเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังต่างประเทศ (Global Wellness Institute, 2018) นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ ในหลากหลายมุมมอง โดยสามารถแยกออกได้เป็นบริการส่งเสริมสุขภาพทางร่างกาย เช่น ฟิตเนส อาหารสุขภาพ สปาและเสริมความงาม บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตใจ เช่น โยคะสมาธิ และไทชิ บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตวิญญาณ เช่น สมาธิบำบัด

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เขมลักษณ์ คุปดีตพันธ์, 2563) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ สมุนไพรที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถให้ความร่มรื่น และยังมีประโยชน์ในด้านอาหารและยาเพื่อสุขภาพได้ด้วย เช่น พืชสมุนไพรต่าง ๆ ทั้งนี้ รวมถึงน้ำแร่ ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติด้วย เช่น บ่อน้ำร้อน เป็นต้น

2) ตลาดการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่เดินทางในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากจะมีวัตถุประสงค์ในการชมความงามของธรรมชาติแล้ว อาจต้องการใช้บริการเกี่ยวกับความสวยความงาม การนวดเพื่อสุขภาพ ตลอดจนสมุนไพร อาหารเสริมเพื่อสุขภาพด้วย ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เน้นการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุหรือสตรีที่สนใจดูแลสุขภาพเพื่อความสวยงาม เป็นต้น

3) การบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ บริการห้องอบซาวน่า ห้องอบสมุนไพร เพื่อการศึกษา รวมทั้งการบริการนวดแผนโบราณ เป็นต้น

### ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ลักษณะการดูแลสุขภาพในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถแบ่งได้ 3 ระดับ ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ และการท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ คือ การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ได้อยู่แล้วให้คงสภาพดีหรือดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวลักษณะนี้กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเอง โดยมีการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ การนวดแผนโบราณ เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ คือ การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวหรือการรักษาในระยะพักฟื้น ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องอาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีท่ามกลางธรรมชาติ มีอากาศบริสุทธิ์ รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและออกกำลังกายตามความเหมาะสมเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการในลักษณะนี้ ได้แก่

ชีวาศรม สถานพักตามอากาศ ชายทะเล สถานพักตากอากาศในบริเวณภูเขา เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรค คือ การท่องเที่ยวเพื่อรักษาโรคของนักท่องเที่ยว ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ กำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างสูง เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยมีราคาถูกกว่าประเทศอื่น ๆ

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (ชวลินุช อุทยาน, 2564)

อุปสงค์การท่องเที่ยว คือ ปริมาณความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเดินทางไปท่องเที่ยว โดยผู้ที่เลือกเดินทางหรือเป็นนักท่องเที่ยวนั้นต้องมีอำนาจซื้อ ทั้งมีความเต็มใจที่จะจ่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยมีค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้มากกว่าหนึ่ง ซึ่งค่าความยืดหยุ่นต่ออุปสงค์ต่อราคาของการท่องเที่ยวนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามเวลา นโยบายสถานการณ์และปัจจัยต่าง ๆ

Mathieson & Wall (2009) ได้จำแนกอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้ เป็น 3 ประเภท ได้แก่

1) อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (actual demand) หมายถึง จำนวนประชากรหรือผู้คนที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวได้จริง เป็นอุปสงค์ที่มีความครบถ้วนตามความหมายอุปสงค์ คือ มีความต้องการ มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ขณะนั้น

2) อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (potential demand) ได้แก่ จำนวนประชากรหรือนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเดินทางโดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ด้านความต้องการแล้วแต่ยังขาดองค์ประกอบด้านการเงินด้านเวลาหรือการจัดการด้านการเดินทาง อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพอาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากระบบการตลาดให้ความสำคัญเข้ามาแก้ปัญหาเรื่องการให้เครดิต การจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

3) อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจคล้อยตามได้ (deferred demand) คล้ายกับข้อที่ 1) และ 2) ภายใต้สมมติฐานที่ว่า มนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวอยู่ อุปสงค์ประเภทนี้เป็นอุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้และความต้องการที่จะเดินทางไปยังจุดหมายใดที่หนึ่ง เนื่องจากไม่มีข้อมูลรวมทั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ (เงิน เวลา การจัดการ) นอกจากนี้ยังมีผู้กล่าวถึงอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยให้ความหมายว่าปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้บริการของการท่องเที่ยวและสามารถทำการซื้อได้ภายในเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับอัตราค่าบริการต่าง ๆ กัน และจะเกิดขึ้นต้องประกอบด้วยสองสิ่งคู่กันไป คือ มีความต้องการบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (willing to buy) และมีอำนาจซื้อ (ability to pay) ด้วย

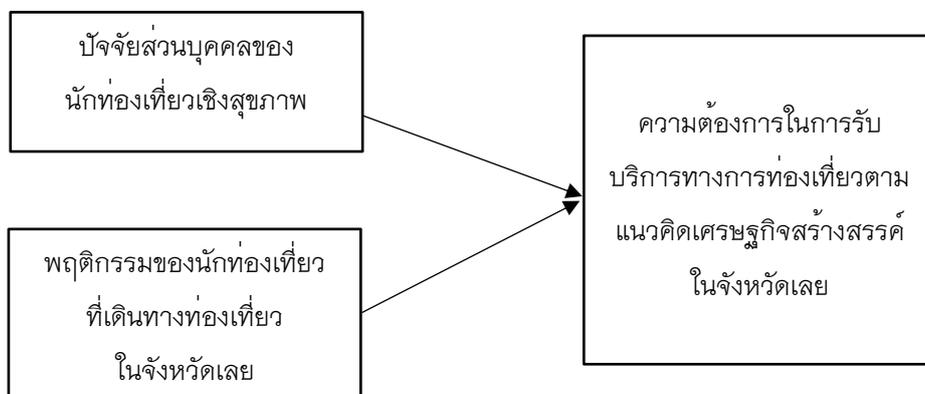
### แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Hawkins (2001) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าหมายถึง “การสร้างมูลค่าที่เกิดจาก ความคิดของมนุษย์” โดยสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries: CI) ซึ่งหมายถึงกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญซึ่งต่อมามองค์กรต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากขึ้นเป็นลำดับ

สรุปได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึงการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการโดยใช้องค์ความรู้ทางการศึกษา การสร้างสรรค์งานโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาโดยนำจุดเด่นในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทยที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนำมาสร้างความโดดเด่นให้เกิดเป็นสินค้าและบริการแก่ผู้บริโภคจนเกิดการขับเคลื่อนและพัฒนาทางเศรษฐกิจในชุมชนรวมทั้งของประเทศไทย

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเทศไทย จำแนกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วยกลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ กลุ่มบริการสร้างสรรค์ กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ และกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง รวม 15 สาขา คือ กลุ่มรากฐานทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ดนตรี 3) ศิลปะการแสดง 4) ทักษะศิลป์ กลุ่มคอนเทนต์และสื่อสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 5) ภาพยนตร์ 6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) การพิมพ์ 8) ซอฟต์แวร์ กลุ่มบริการสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 9) การโฆษณา 10) การออกแบบ 11) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม กลุ่มสินค้าสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 12) แฟชั่น กลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย 15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561)

### กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยโดยแยกประเด็นพิจารณาดังต่อไปนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเลย ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้

1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเลย แต่ทั้งนี้ ไม่สามารถระบุได้ว่าประชากรกลุ่มไหนเป็นผู้มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเลย คณะวิจัยจึงเลือกใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1953) งานวิจัยเลือกใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญ .05 หรือความเชื่อมั่น 95% และให้สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ขนาดกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 384.16 คน ทั้งนี้เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดจากการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random)

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปหรือข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ ภูมิลำเนา ที่อยู่ปัจจุบัน และภาวะสุขภาพโดยทั่วไปในปัจจุบันของนักท่องเที่ยว ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตอนที่ 3 ความต้องการในการรับบริการรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (wellness promotion tourism) การวิเคราะห์ข้อมูลความสนใจในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม เป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความต้องการในการรับบริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยเป็นการให้ค่าคะแนน 5 ระดับ และ ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ด้วยวิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จากการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence: IOC) โดยข้อคำถามทุกข้อในเครื่องมือมีค่า IOC มากกว่า .5 และมีค่าเฉลี่ย IOC เท่ากับ .98 ซึ่งแสดงถึงความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามพฤติกรรมและความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย จากกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย จำนวน 400 ตัวอย่าง

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าความถี่ และร้อยละ ในส่วนของตอนที่ 3 ความต้องการในการรับบริการรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ วิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาในการหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

## ผลการวิจัย

### 1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นชาย จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.30 อายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 สถานภาพสมรส จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 ประกอบอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ภาวะสุขภาพโดยทั่วไปในปัจจุบันอยู่ในเกณฑ์ดี (สามารถทำงานได้ปกติดี ทำงานที่ใช้กำลังหรือออกกำลังกายอย่างหนัก หรือใช้เวลาในการออกกำลังกาย 30 – 60 นาที โดยไม่เหน็ดเหนื่อย) จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30

1.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว คือ เยี่ยมญาติ เพื่อน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 มีความถี่ของการท่องเที่ยว คือ 2 ครั้ง/ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 โดยส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแบบเดินทางระหว่างวันหยุด จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย คือ ครอบครัวหรือญาติ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.30 ในแต่ละครั้ง 4 – 5 คน จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 ซึ่งเดินทางเอง จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 นิยมเดินทางด้วยเครื่องบิน จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 การเดินทางเป็นแบบพักค้างคืน จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.40 โดยเลือกที่พักเป็นแบบโรงแรม จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ช่วงโอกาสในการท่องเที่ยว คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คือ 3-4 วัน จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คือ 2,001 – 3,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 วิธีที่นิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ หาข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30 ส่วนใหญ่เห็นว่ารูปแบบ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับจังหวัดเลย คือ การบริการอาบน้ำแร่ (spa) บริการอาบน้ำแร่ในบ่อน้ำแร่ น้ำพุ สปาปลา การแช่น้ำนม จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80

### 2. ผลการศึกษาความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถแสดงได้ดังนี้

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. ชมการสาธิต/เรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณ	4.31	.92	มากที่สุด
2. บริการนวดไทยแผนโบราณตามโปรแกรมนวดในศูนย์บริการต่าง ๆ	4.14	.82	มาก
3. บริการการอบสมุนไพรแบบ “ชาวนา” โดยใช้ความร้อน	3.95	.73	มาก
4. บริการการอบเปียก โดยใช้หม้อต้มสมุนไพรที่มีท่อส่งไอน้ำเข้าไปภายในห้องอบ	3.98	.64	มาก
5. บริการการประคบสมุนไพร โดยการนำสมุนไพรสดห่อใส่ผ้ารวมกัน โดยใช้วิธีนึ่งไอร้อนเพื่อให้เกิดน้ำมันหอมระเหยซึมผ่านผิวหนังด้วยการประคบสัมผัสไปตามบริเวณร่างกาย	3.95	.69	มาก
6. บริการการสูดดมกลิ่นหอมจากน้ำมันหอมระเหยที่กระจายออกไปทั่วบริเวณ เพื่อให้มีกลิ่นหอมและบำบัดอาการต่าง ๆ	4.11	.71	มาก
7. บริการอาบน้ำผสมน้ำมันหอมระเหย เพื่อให้ น้ำมันหอมระเหยเข้าสู่ร่างกายได้ 2 ทาง คือ การสูดดมกลิ่นที่ระเหยขึ้นมาจากน้ำและการแทรกซึม เข้าทางผิวหนัง	3.93	.71	มาก
8. บริการทาน้ำมันหอมระเหยบนผิวหนังแล้วนวดร่างกายด้วยมือเปล่าแบบถูไปมาด้วยน้ำหนัที่สม่ำเสมอ ช่วยคลายเครียดและลดความปวดเมื่อย	3.81	.72	มาก
9. บริการสปาเพื่อสุขภาพ	3.76	.68	มาก
10. บริการวาริบำบัด (water therapy)	3.68	.74	มาก
11. การออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือโยคะ	3.69	.78	มาก
12. โยคะร้อน	3.62	.80	มาก
13. การนั่งวิปัสสนา/บำเพ็ญภาวนาในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติหรือสถานที่ปฏิบัติธรรม	3.72	.92	มาก
14. บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในร้านอาหารชีวจิต	3.69	.95	มาก
15. บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในร้านอาหารมังสวิรัส	3.66	.86	มาก
16. ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางหรือผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ	3.81	.83	มาก
17. สมุนไพรในการทำความสะอาดและบำรุงผิวพรรณ เช่น พอก ขัดตามร่างกาย	3.83	.87	มาก

ตาราง 1 (ต่อ)

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
18. การใช้โคลนในการทำความสะอาดและบำรุงผิวพรรณ เช่น พอก ชัดตามร่างกาย	3.74	.97	มาก
รวม	3.85	.80	มาก

จากตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสนใจในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.85, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .80) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ชมการสาธิต/เรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.31, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .92) รองลงมา คือ บริการนวดไทยแผนโบราณตามโปรแกรมในศูนย์บริการต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.14, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .82) บริการการสูดดมกลิ่นหอมจากน้ำมันหอมระเหยที่กระจายออกไปทั่วบริเวณ เพื่อให้มีกลิ่นหอมและบำบัดอาการต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .71) บริการการอบเปียก โดยใช้หม้อต้มสมุนไพรที่มีท่อส่งไอน้ำเข้าไปภายในห้อง อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.98, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .64) บริการการอบสมุนไพรแบบ “ชาวนา” โดยใช้ความร้อน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .73) บริการการประคบสมุนไพรโดยการนำสมุนไพรสดห่อใส่ผ้ารวมกัน โดยใช้วิธีนึ่งไרותนเพื่อให้เกิดน้ำมันหอมระเหยซึมผ่านผิวหนังด้วยการประคบสัมผัสไปตามบริเวณร่างกาย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.95, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .69) บริการอาบที่ผสมน้ำมันหอมระเหย เพื่อให้ให้น้ำมันหอมระเหยเข้าสู่ร่างกายได้ 2 ทาง คือ การสูดดมกลิ่นที่ระเหยขึ้นมาจากน้ำและการแทรกซึมเข้าทางผิวหนัง อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.93, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .71) สมุนไพรในการทำมาความสะอาดและบำรุงผิวพรรณ เช่น พอก ชัดตามร่างกาย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.83, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .87) บริการทาน้ำมันหอมระเหยบนผิวหนังแล้วนวดร่างกายด้วยมือเปล่าแบบลูบไล้ไปมาด้วยน้ำหนักที่สม่ำเสมอ ช่วยคลายเครียดและลดความปวดเมื่อย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.81, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .72) ผลิตภัณฑ์/เครื่องสำอางหรือผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีสารสกัดจากธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.81, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .83) บริการสปาเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.76, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .68) การใช้โคลนในการทำความสะอาดและบำรุงผิวพรรณ เช่น พอก ชัดตามร่างกาย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.74, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .97) การนั่งวิปัสสนา/บำเพ็ญภาวนาในสถานที่ที่จัดเตรียมไว้ในวัดป่าธรรมชาติหรือสถานที่ปฏิบัติธรรม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.72, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .92) การออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือโยคะ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.69, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .78) บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในร้านอาหารชีวจิต อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.69, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .95) บริการวาริบำบัด (water therapy) อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.68, ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน = .74) บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในร้านอาหารมังสวิรัต อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.66, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .86) และ โยคะร้อน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.62, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .80) ตามลำดับ

## การอภิปรายผล

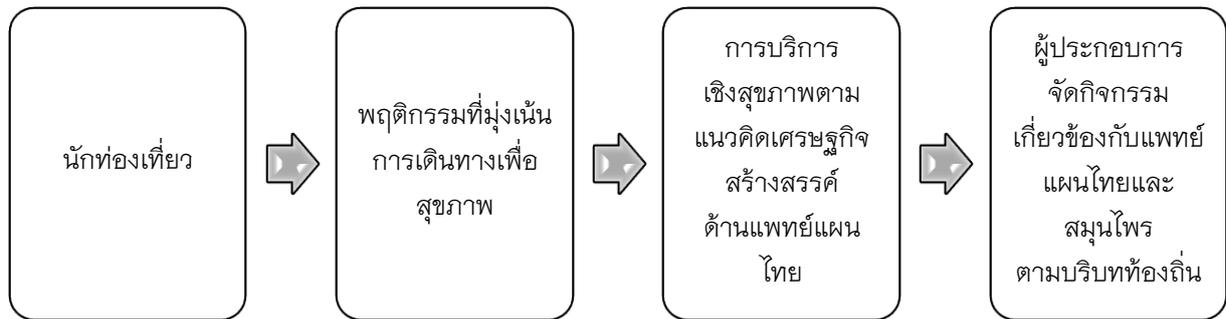
ผลการวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในจังหวัดเลย พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว คือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน มีความถี่ของการท่องเที่ยว คือ 2 ครั้ง/ปี โดยส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวต่างประเทศ แหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ อุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น พฤติกรรมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแบบเดินทางระหว่างวันหยุด มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วย คือ ครอบครัวหรือญาติในแต่ละครั้ง 4 – 5 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันทนัทย์ เกาตระกูล และภัทรพรรณ วรณลักษณ์ (2563) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวและมากับเพื่อน มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ พักผ่อนหย่อนใจ ถ้ามา 2 คน จะนิยมเดินทางด้วยเครื่องบิน การเดินทางเป็นแบบพักค้างคืนโดยเลือกที่พักเป็นแบบโรงแรม ช่วงโอกาสในการท่องเที่ยว คือ ทุกโอกาสตามความสะดวก ระยะเวลาในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คือ 3-4 วัน มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คือ 2,001 – 3,000 บาท ส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ถ้าจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจได้แก่ ทำบุญไหว้พระ กิจกรรมนวดแผนไทยและมีการชมการสาธิต/เรียนรู้และฝึกปฏิบัติวิธีการนวดไทยแผนโบราณ มีการให้บริการนวดไทยแผนโบราณตามโปรแกรมนวดในศูนย์บริการต่าง ๆ พร้อมทั้งต้องการสถานที่ส่งเสริมสุขภาพบริการให้เกิดบรรยากาศที่มีกลิ่นหอมจากน้ำมันหอมระเหยจากสมุนไพรที่กระจายออกไปทั่วบริเวณเป็นการบำบัดอาการต่างๆ ในด้านสุขภาพกายสุขภาพจิต โดยใช้แนวคิดสร้างสรรค์ โดยใช้หม้อต้มสมุนไพรที่มีท่อส่งไอน้ำเข้าไปภายในห้องไวกับริการ และบริการการอบสมุนไพรแบบ “ชาวนา” โดยใช้ความร้อนสอดคล้องกับงานวิจัยของมนโท เหมัญญะ (2564) พบว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจทำกิจกรรมเชิงสุขภาพ การกวดจุด นวด สปา สุนทรบำบัด ภายในโรงแรมหรือที่พัก สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดเลย ที่มี กลุ่มธุรกิจเพื่อสุขภาพ (สปา นวด สมุนไพร) ที่ได้นำภูมิปัญญาด้านการนวด ที่ใช้ส่วนของร่างกายเป็นเครื่องมือในการนวด (การนวดโดยใช้มือ คอก เท้า และอุปกรณ์เสริม) ภายในครัวเรือนที่สืบต่อกันมาสอดคล้องกับการศึกษาของกอกแก้ว จันทรกึ่งทอง, และวิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง (2564) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดสงขลาที่พื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล) และปิรันธ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันติก (2559) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้งและการบริหารความเสี่ยงของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อีกทั้งภาครัฐให้การสนับสนุน ให้ความรู้ด้านการนวดแผนไทยโดยเข้ารับการอบรมหลักสูตรนวดไทย 150 ชั่วโมง ซึ่งปัจจุบันกรมแพทย์แผนไทยได้มาทำการถอดความรู้การของผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาเป็นหลักสูตรของเส้น (योग หมายถึง

การนวด การคั้น) ที่ได้รับการรับรองโดยกรมแพทยแผนไทยต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (การพัฒนากระบวนการเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัย ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม) สอดคล้องกับกลุ่มสาขาของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในด้านแพทย์แผนไทย (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2566) จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยนั้นมีสาเหตุมาจากปัจจัยสภาพแวดล้อม ที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของโลก และประเทศไทยที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ วิถีชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการบำบัดความเครียดโดยการแสวงหาวิถีการผ่อนคลาย กิจกรรมจากการวิจัยทำให้ผู้คนมีความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกันมากขึ้น และสามารถนำไปสู่การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดเลย ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์กับนักท่องเที่ยว และตอบโจทย์ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลยต่อไป

## องค์ความรู้ใหม่

1. องค์ความรู้ที่เกิดจากงานวิจัยพฤติกรรมและความต้องการในการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย
  - 1.1 องค์ความรู้ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเป็นพฤติกรรมที่มุ่งเน้นการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
  - 1.2 องค์ความรู้ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย
    - 1.3 องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. องค์ความรู้ที่นำไปใช้และต่อยอด เพื่อให้เกิดประโยชน์
  - 2.1 ผู้ประกอบการหรือธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวหรือการบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น
  - 2.2 ผู้ที่สนใจหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปต่อยอดในการวางแผน กลยุทธ์ นโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่พฤติกรรมที่มุ่งเน้นการเดินทางเพื่อสุขภาพ  
ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านแพทย์แผนไทย

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1) ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดเลย เข้าใจในพฤติกรรมและความต้องการในการรับบริการของนักท่องเที่ยวเพื่อสามารถปรับปรุงการบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้

1.2) ผลของการวิจัยสามารถนำไปเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเป็นประโยชน์ต่อการวางนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างเหมาะสมกับความพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรนำแนวทางในการวิจัยไปใช้วิจัยสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

2.2) ควรทำการวิจัยเชิงพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามบริบทพื้นที่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต

## กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) ภายใต้งานโครงการพลิกโฉมมหาวิทยาลัย (Re-inventing University) ที่สนับสนุนและส่งเสริมในเรื่องทุนวิจัยและการดำเนินงานกิจกรรมการ

## เอกสารอ้างอิง

- กอบแก้ว จันทร์กึ่งทอง และวิวัฒน์ จันทร์กึ่งทอง. (2564). แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดสงขลา กับพื้นที่เชื่อมโยง (พัทลุง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสตูล). *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 13(1), 45-69.
- เฉลิมลักษณ์ คุปต์พันธ์ และปริญญา บรรจงมณี. (2563). แนวทางการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ชาวยุโรปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 14(1), 1-13.
- ชวัลนุช อุทยาน (2564). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. สืบค้น 13 กุมภาพันธ์ 2566 จาก <https://touristbehaviour.wordpress.com>
- นัทธ์หทัย เกาตระกูล และภัทรพรธน์ วรณลักษณ์. (2563). การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน*, 26(2), 72-83.
- ปวีร์ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 9(1), 250-268.
- พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561. (2561, 10 สิงหาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 135 ตอนที่ 59 ก หน้า 27.
- มนไท เจริญญะ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชาวไทยผู้ที่สนใจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิชาการสาระศาสตร์*, 4(3), 664-677.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2552). *โครงการศึกษาแผนภาพอนาคตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries Foresight) เพื่อใช้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Mathieson, A., & Wall, G. (2009). *Tourism: Change, Impacts, and Opportunities*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Global Wellness Institute. (2018). *Global Wellness Tourism Economy Executive Summary NOVEMBER 2018*. Global Wellness Institute.
- Hawkins, D. I. & Best, R. J., & Coney, K. A. (2001). *Customer Behavior: Building Marketing Strategy*. Boston: McGraw-Hill.