

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน

Factors Influencing Chinese Elderly Tourists' Decision to Engage in Health Tourism in Thailand

Yan Chen¹, Ming Li^{2*} และ ธันยนันท์ จันท์ทรงพล³

Yan Chen¹, Ming Li^{2*}, and Thanyanant Chansongpol³

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศิลปการจัดการ สถาบันรัชต์ภาคย์

Master of Arts Program in Arts of Management, Rajapark Institute, Thailand

**Corresponding author. E-mail: ming.li@rajapark.ac.th*

Received July 4, 2025; Revised August 18, 2025; Accepted September 5, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูดในการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวจีน 2) ศึกษาการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวจีน และ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวจีน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง กับเป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงวัยชาวจีน ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และเคยมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 5 ปีเท่านั้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และ F และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านแนะนำให้บุคคลอื่นเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย 3) กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน แต่ในด้านภูมิภาคที่อาศัย และประเภทของการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย แตกต่างกัน 4) ปัจจัยด้านสุขภาพหรือกายภาพ ด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง ด้านคุณภาพบริการด้านการแพทย์ และด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ; ปัจจัยดึงดูด; ปัจจัยหลัก; นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน

Abstract

This research aimed to (1) study the push and pull factors influencing the participation of elderly Chinese tourists in health tourism in Thailand; (2) examine the decision-making process regarding health tourism in Thailand among elderly Chinese tourists; and (3) identify the factors affecting their decision to engage in medical tourism in Thailand. This research employed a quantitative approach. Data were collected through a questionnaire. The sample consisted of 400 elderly Chinese tourists aged 60 years and above. A purposive sampling method was employed, targeting Chinese elderly tourists aged 60 years and above who had engaged in health tourism in Thailand within the past five years. Data were analyzed using frequency, mean, standard deviation, t-test, F-test, and multiple regression analysis. The research results were as follows: 1. The overall push and pull factors were rated at a high level. 2. The overall level of decision to engage in health tourism in Thailand was high. The item with the highest average score showed that respondents were most likely to recommend health tourism in Thailand to others. 3. No significant differences were found in the decision to travel to Thailand for health tourism when grouped by gender, education level, or average monthly income. However, significant differences were observed based on region of residence and preferred type of tourism. 4. Health and physical factors, economic conditions, quality of medical services, and supportive economic policies were found to significantly influence the decision of elderly Chinese tourists to choose Thailand for health tourism.

Keywords: health tourism; pull factors; push factors; Chinese elderly tourists

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเจริญเติบโต และมีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม จากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยที่มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับประชาชน และนำเงินตราเข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล (PhramahaJumnong Siriwan et al., 2020) ในภาพรวมการท่องเที่ยวไทยในปี 2568 ในช่วง 2 สัปดาห์แรกของปี 2568 พบว่าประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสะสมตั้งแต่วันที่ 1-12 มกราคม 2568 ทั้งสิ้น 1,319,005 คน เพิ่มขึ้น 19.89% สร้างรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติแล้วประมาณ 66,089 ล้านบาท โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) จีน 205,521 คน 2) มาเลเซีย 138,387 คน 3) รัสเซีย 109,767 คน 4) เกาหลีใต้ 78,147 คน

และ 5) อินเดีย 72,970 คน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดหลักระยะใกล้ (Short haul) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้น 35.76% จากการสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวของรัฐบาล และมาตรการด้านวีซ่า อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดระยะไกล (Long haul) เดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นเช่นกัน (Pruksanusak, 2025) ปัจจุบันมีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวที่สูง สะท้อนได้จากการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวจีนใน หลายประเทศดีกว่าไทย และในปี 2567 ประเทศญี่ปุ่น มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนสูงกว่าไทยแล้ว ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา หลายประเทศใช้นโยบายวีซ่าฟรีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน ข้อมูลจาก VisaIndex พบว่า มี 44 ประเทศที่คนจีนสามารถเดินทางไปเที่ยวโดยไม่ต้องขอวีซ่า และ 36 ประเทศที่สามารถขอวีซ่าได้ที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง ทำให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางสะดวกและมีทางเลือกในการเดินทางมากขึ้น (Kasikorn Research Center, 2024; Kobkaew, 2025)

ประเทศจีนมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุถึงประมาณ 240 ล้านคน จากการสำรวจของ The National Working Commission on Aging พบว่า ผู้สูงอายุชาวจีนนิยมออกเดินทางท่องเที่ยวกันมากขึ้น ปัจจุบันมีจำนวนผู้สูงอายุชาวจีนที่ออกเดินทางท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดของจีน จากข้อมูล iiMedia Research พบว่า ในปี 2565 ตลาดอุตสาหกรรมการดูแลผู้สูงอายุของจีนพุ่งสูงถึง 10.3 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 51.5 ล้านล้านบาท) ซึ่งโตขึ้นร้อยละ 16.7 หากเทียบกับปีก่อนหน้า และจำนวนประชากรสูงวัยของจีนยังคงมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Department of International Trade Promotion (DITP), 2023)

การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้จำแนกรูปแบบการท่องเที่ยวไว้หลายรูปแบบ โดยรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมไปมากที่สุด 10 อันดับก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ ตามลำดับ (Khunnaiver, 2019) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและ / หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/ อบ/ ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจนการตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่นๆ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) จึงมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีชีพพลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรงปรับ

สภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล จากข้อมูลการท่องเที่ยวของไทยดังกล่าว ทำให้คนจีนสนใจเลือกมาท่องเที่ยวในไทยมากยิ่งขึ้น

ผลจากการที่ไทยเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนนิยมเดินทางมาเที่ยว จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวของไทยที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพ บทความวิจัยนี้จะนำเสนอผลการศึกษาถึงปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน รวมถึงศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับนักธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจีนและของไทยในการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพการให้บริการเพื่อให้ผลตอบรับในการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด ในการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวจีน
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวจีน
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของผู้สูงอายุชาวจีน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Wellness Tourism เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) และเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการรบกวนความเจ็บป่วยโดยนักท่องเที่ยวจะมีแรงจูงใจในการป้องกันสุขภาพและส่งเสริมการมีสุขภาพดีรวมทั้งต้องการรูปแบบการให้บริการแบบองค์รวมที่ประกอบด้วยความสมบูรณ์ทางกายภาพหรือการรักษาความงาม อาหารที่ดีต่อสุขภาพ การผ่อนคลายหรือการทำสมาธิและกิจกรรมหรือการศึกษาทางจิตใจ จึงอาจสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีซึ่งจะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องได้รับการรักษาหรือมีปัญหาทางด้านสุขภาพ (Global Wellness Institute, 2025)

รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีรูปแบบการจัดโปรแกรมการทัวร์ที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างหลากหลาย สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1. กิจกรรมแบบ Active เป็นกิจกรรมที่ต้องทำด้วยตัวเอง เช่น การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การทำโยคะ การทำสมาธิ เป็นต้น 2. กิจกรรมแบบ Semi-Active เป็นกิจกรรมที่ผู้ช่วยแนะนำเพื่อให้ผู้เรียนสามารถดำเนินการต่อไปได้ด้วยตัวเอง เช่น การเรียนนวด การเรียนทำอาหาร โภชนาบำบัด วาริบำบัด การบำบัดทางความรู้สึกและจิตใจ และ 3. กิจกรรมแบบ Passive

เป็นกิจกรรมที่มีผู้อื่นเป็นผู้ทำให้ เช่น Body Care, Spa Dental Care การนวด อบสมุนไพร ผังเข็ม ซึ่งในการให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับทรัพยากรของแต่ละพื้นที่

Buhalis (2000) อธิบายว่าองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต องค์ประกอบหลักของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ หรือที่เรียกว่า 6As ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 2) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Packages) 5) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) และ 6) การบริการเสริมในแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services)

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดังกล่าว ผู้วิจัยนำมาเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สำคัญ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 2) สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibilities) 4) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) และ 5) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Administration)

แนวคิดทฤษฎีของปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (Push – Pull Factor)

แนวคิดของปัจจัยผลัก หมายถึงความจริงที่ว่าเราต้องการเดินทางเพื่อสนองความต้องการของเราเองซึ่งเป็นความปรารถนาที่เกิดจากภายใน แรงผลักดันจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานเป็นแรงจูงใจด้านจิตวิทยาภายในที่ผลักดันให้คนต้องการเดินทางท่องเที่ยว และแนวคิดของปัจจัยดึง หมายถึง ความจริงที่ว่านักท่องเที่ยวได้รับแรงดึงดูดจากแหล่งท่องเที่ยวซึ่งได้รับการออกแบบหรือมีกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลดึงดูดให้คนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการ โดยปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวและการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Dann, 1977; Crompton, 1979)

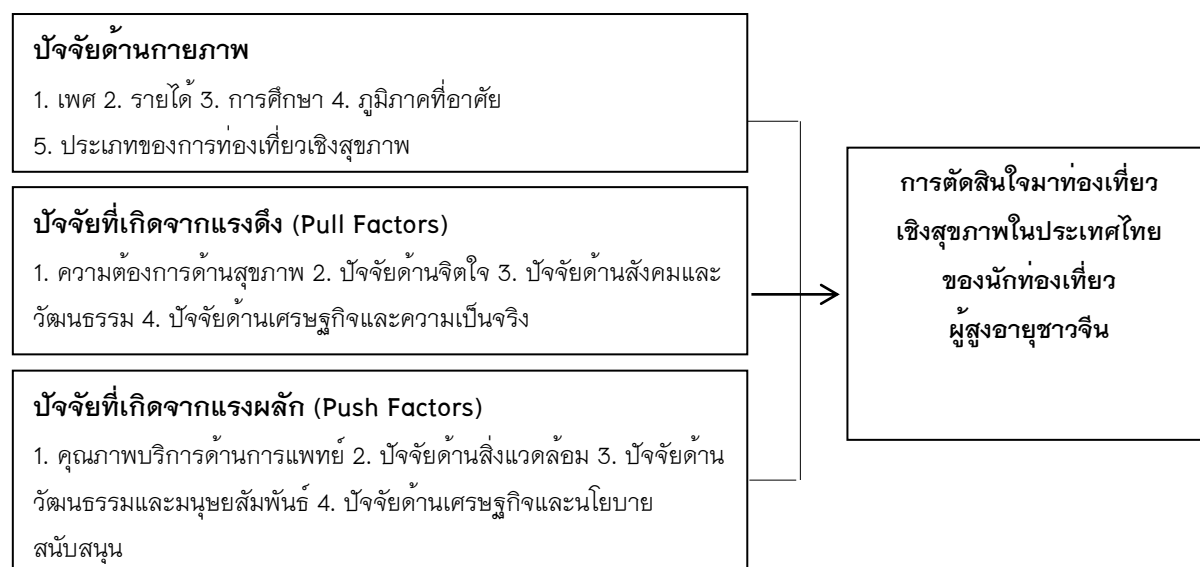
โดยปัจจัยดึง (Pull Factors) เป็นปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดให้คนอยากเดินทางไปท่องเที่ยว โดยมีผู้ทำการศึกษาในด้านต่างๆ ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติ (Natural) 2. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 3. ปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) 4. ปัจจัยด้านกิจกรรมท่องเที่ยว (Activities) และ 5. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสวนเกษตร (Wongthawethong et al., 2023)

ปัจจัยผลัก (Push Factors) เป็นปัจจัยภายในที่ผลักดันให้คนอยากเดินทางไปท่องเที่ยว โดยมีผู้ทำการศึกษาในด้านต่างๆ ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านสรีระหรือกายภาพ (Physical) 2. ปัจจัยด้านอารมณ์และความรู้สึก (Emotion) 3. ปัจจัยด้านส่วนบุคคล (Personal) 4. ปัจจัยด้านสถานภาพ (Status) 5. ด้านสถานภาพ (Status) เชิงเกษตร (สวนเกษตร) โดยตรง 6. ปัจจัยด้านการพัฒนาตนเอง (Personal Development) และ 7. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural) (Nilsoniti & Namwong, 2018)

กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของปัจจัยผลักดันของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยนำมาเป็นตัวแปรในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านสุขภาพหรือกายภาพ (Physical) ปัจจัยด้านอารมณ์และความรู้สึก (Emotion) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง และจากแนวคิดปัจจัยแรงดึงดูด (Pull Factors) ผู้วิจัยได้นำมาเป็นองค์ประกอบของตัวแปรในการวิจัย ดังนี้ คุณภาพบริการด้านการแพทย์ (Healthcare Quality) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและมนุษยสัมพันธ์ (Cultural and Human Factors) และปัจจัยด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน (Economic and Policy Factors)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีแรงผลัก-แรงดึงดูด เน้นว่าการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเป็นผลลัพธ์ของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างแรงผลักและแรงดึงดูด โดยแรงผลัก (Push Factors) ซึ่งเป็นแรงจูงใจจากภายในตัวนักท่องเที่ยว และแรงดึงดูด (Pull Factors) ซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูดจากปลายทางการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย จากประชากรนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 6,733,162 คน (Ministry of Tourism and Sports, 2024) กลุ่มตัวอย่าง

คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ที่ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย โดยคำนวณจากสูตรทราบขนาดของ Yamane (1973) ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 จำนวน 400 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกได้แก่ เป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป และเคยมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 5 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพ โดยผ่านการตรวจสอบความเชื่อถือ (Reliability) ด้วยค่าความเชื่อมั่นของ Cronbach's Alpha = 0.97 ซึ่งอยู่ในระดับดี และความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.66–1.00 แสดงถึงความเหมาะสมของเครื่องมือในการเก็บข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง และจัดทำแบบสอบถามออนไลน์จาก wxj.cn จัดส่งแบบสอบถามทาง Application Wechat และพิมพ์ QR code โดยการส่งแบบสอบถามไปยังบริษัททัวร์ในประเทศไทย และประเทศจีน จำนวน 400 คน ใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience sampling) หลังจากนั้น จัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสอบถามออนไลน์จาก wxj.cn ให้ครบจำนวน 400 ชุด และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อตรวจสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม การทดสอบค่า t-test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม การทดสอบค่า F-test การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อตรวจสอบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านอารมณ์และความรู้สึก ส่วนปัจจัยดึงดูดในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
ปัจจัยที่เกิดจากแรงผลัก (Push Factors)			
1. ปัจจัยด้านสุขภาพหรือกายภาพ	4.05	0.61	มาก
2. ปัจจัยด้านอารมณ์และความรู้สึก	4.08	0.62	มาก
3. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม	3.98	0.67	มาก
4. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง	4.06	0.61	มาก
รวม	4.01	0.54	มาก
ปัจจัยที่เกิดจากแรงดึง (Pull Factors)			
1. คุณภาพบริการด้านการแพทย์	3.98	0.63	มาก
2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	3.79	0.82	มาก
3. ปัจจัยด้านวัฒนธรรมและมนุษยสัมพันธ์	4.14	0.70	มาก
4. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน	4.28	0.65	มากที่สุด
รวม	4.05	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับปัจจัยที่เกิดจากแรงผลัก (Push Factors) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.01 (SD = 0.54) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านอารมณ์และความรู้สึก ค่าเฉลี่ยที่ 4.08 (SD = 0.62) รองลงมาคือปัจจัยด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง ค่าเฉลี่ยที่ 4.06 (SD = 0.61) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยที่ 3.98 (SD = 0.67) ในส่วนของระดับปัจจัยที่เกิดจากแรงดึง (Pull Factors) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.05 (SD = 0.62) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน ค่าเฉลี่ยที่ 4.28 (SD = 0.65) รองลงมาคือปัจจัยด้านวัฒนธรรมและมนุษยสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ยที่ 4.14 (SD = 0.70) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ยที่ 3.79 (SD = 0.82)

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านแนะนำให้บุคคลอื่นเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน

การตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยว	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
ท่านแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอในการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย	4.15	0.74	มาก
ท่านได้รับความคุ้มค่าในการเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่นๆ	4.17	0.74	มาก
ท่านตัดสินใจเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย	3.96	0.86	มาก
ท่านแนะนำให้บุคคลอื่นเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย	4.32	0.72	มากที่สุด
ท่านจะเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอีกครั้งอย่างแน่นอน	4.25	0.72	มากที่สุด
รวม	4.17	0.63	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยที่ 4.17 (SD = 0.63) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านแนะนำให้บุคคลอื่นเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ค่าเฉลี่ยที่ 4.32 (SD = 0.72) รองลงมา คือ ท่านจะเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอีกครั้งอย่างแน่นอน ค่าเฉลี่ยที่ 4.25 (SD = 0.72) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านตัดสินใจเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ค่าเฉลี่ยที่ 3.96 (SD = 0.86)

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านภูมิภาคที่อาศัย และประเภทของการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนแตกต่างกัน

ตารางที่ 3 การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยรวม	
	t-test/F-test	P-value
เพศ	2.257	0.134
ระดับการศึกษา	2.845	0.059
รายได้ต่อเดือน	1.878	0.133
ภูมิภาคที่อาศัย	8.448	0.000*
ประเภทของการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ	2.800	0.040*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบของผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ไม่แตกต่างกัน แต่ในด้านภูมิภาคที่อาศัย และประเภทของ

การท่องเที่ยวที่ชื่นชอบที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน

ตารางที่ 4 การศึกษาปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน

ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด	การตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทย			t	p – value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน			
	การถดถอย	มาตรฐาน			
	(b)	(β)	S.E.		
ค่าคงที่ (a)	.16		.14	1.092	.275
ด้านสุขภาพหรือกายภาพ	.19	.19	.04	4.616	.00**
ด้านอารมณ์และความรู้สึก	.02	.02	.06	.354	.72
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	-.04	-.04	.05	-.834	.41
ด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง	.10	.10	.05	2.177	.03**
ด้านคุณภาพบริการด้านการแพทย์	.16	.17	.05	3.382	.00**
ด้านสิ่งแวดล้อม	.02	.03	.04	.663	.51
ด้านวัฒนธรรมและมนุษยสัมพันธ์	-.09	-.09	.06	-1.458	.15
ด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน	.58	.61	.06	10.580	.00**
R =0.84 R2 =0.70 Adjusted R2=0.69			SEE =0.35	F =112.50	

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน พบว่า ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ด้านสุขภาพหรือกายภาพ ด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง ด้านคุณภาพบริการด้านการแพทย์ และด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ปัจจัยทั้ง 4 สามารถอธิบายผลการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ได้ร้อยละ 69 (Adjusted R² เท่ากับ 0.69) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ตัวพยากรณ์ที่มีค่า Beta สูงสุด คือ ด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน (0.61) แสดงให้เห็นว่า ด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุนนั้น มีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการพยากรณ์ เมื่อนำมาสร้างสมการพยากรณ์ ได้สมการพยากรณ์ปัจจัยการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ปัจจัยที่เกิดจากแรงผลัก (Push Factors) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านอารมณ์และความรู้สึก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยว นอกจากจะให้ความเพลิดเพลิน สร้างความผ่อนคลาย ทำให้เกิดอารมณ์ที่ดี มีความสุข และช่วยให้เราสามารถหลีกเลี่ยงจากความเครียดในชีวิตได้แล้ว การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในครั้งนี้นอกจากจะได้ท่องเที่ยวแล้วยังได้รับความเพลิดเพลินในการได้พักผ่อนอีกด้วย อารมณ์และความรู้สึกจึงเป็นปัจจัยที่ทำให้คนอยากเดินทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับทฤษฎีการจัดลำดับขั้นความต้องการของ Maslow ตามที่ Pearce and Caltabiano (1983) ที่ได้อธิบายการประยุกต์ใช้แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นลำดับขั้น 5 ขั้น เช่นเดียวกับทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้น ก็จะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการในลำดับที่สูงขึ้น โดยลำดับแรกคือ ขั้นผ่อนคลายอารมณ์เป็นขั้นที่ถูกกำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง ได้แก่ความต้องการทางร่างกายที่ต้องการพักผ่อนหรือทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงขึ้น หรือมีการผ่อนคลายทางอารมณ์ นับเป็นจุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวที่จะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และผลการศึกษา ยังสอดคล้องกับการศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มความสวยงาม (Beauty Visitor) ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดย International Spa Association: ISPA (2004) พบว่าปัจจัยแรงจูงใจที่สำคัญ ได้แก่ (Smith & Puczko, 2014) 1) การหลีกเลี่ยงจากความเครียด (Escape) 2) การสนองต่อตนเอง (Indulgence) 3) การปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้น (Self-improvement)

ในส่วนของปัจจัยที่เกิดจากแรงดึง (Pull Factors) ผลการศึกษา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยถือว่ามีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมากเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ที่สำคัญนำเงินตราต่างประเทศก่อให้เกิดการสร้างงานเพิ่มรายได้ประชาชาติและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ดังนั้นรัฐจึงมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องนโยบายวิชาที่เอื้อต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีคำรักษาพยาบาลและค่าครองชีพที่ต่ำกว่าประเทศตะวันตก ยิ่งเป็นปัจจัยจูงใจ ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเชิงสุขภาพในไทย สอดคล้องกับการศึกษาของ Na (2022) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อบรรยากาศภายนอกด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยีและการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากทุกด้าน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ผลการศึกษาพบว่าในภาพรวมมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านแนะนำให้บุคคลอื่นเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ดีและน่าประทับใจ ทำให้อยากจะแนะนำให้กับบุคคลอื่นได้รับด้วย สอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อของ Prempre (2021) กล่าวไว้ว่า กระบวนการในการเลือกหรือตัดสินใจที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ของสินค้าและบริการที่มีอยู่เสมอ โดยที่ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค ซึ่งพฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เกิดหลังจากที่มีการซื้อสินค้าผู้บริโภคจะเกิดความพอใจหรือไม่พอใจและจะก่อพฤติกรรมหลังการซื้อขึ้น ปัญหาอยู่ที่ว่าอะไรเป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อพอใจหรือไม่พอใจในการซื้อ คำตอบก็คือขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการปฏิบัติการของสินค้า ถ้าสินค้าน้อยกว่าความคาดหวังผู้บริโภคจะผิดหวัง ถ้าตรงกับความต้องการผู้บริโภคจะพอใจ ถ้าดีเกินความคาดหวังผู้บริโภคจะปลื้มและยินดีมากผู้บริโภคจึงความคาดหวังไว้กับข่าวสารที่ได้รับ และเกิดการแนะนำบอกต่อได้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของ Kotler and Keller (2006) กล่าวว่าระดับความพึงพอใจจะมีความสัมพันธ์กับความแตกต่างระหว่างผลงานที่รับรู้กับความคาดหวังถ้าผลงานที่รับรู้สูงกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะมีความรู้สึกน่ายินดีหรือพึงพอใจมาก เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าบริการนั้นแล้ว จะทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำอีก และส่งผลทำให้เกิดการตลาดแบบบอกต่อ ส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรเพิ่มขึ้น ส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ไม่แตกต่างกัน แต่ในด้านภูมิภาคที่อาศัยและประเภทของการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบต่างกัน มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนแตกต่างกัน และพบว่ากลุ่มที่อยู่ในภาคเหนือ มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่ากลุ่มที่มีภูมิภาคที่อาศัยอื่นๆ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะจีนเป็นประเทศขนาดใหญ่ แต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกันอย่างมากทั้งอากาศ ภาษา อาหารการกิน รวมถึงแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างภูมิภาคกันย่อมมีความต้องการที่จะเที่ยวในสถานที่แตกต่างกัน รวมถึงประเภทของแหล่งท่องเที่ยวก็จะแตกต่างกันไปตามความต้องการของแต่ละคน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Somruk and Polyothi (2022) ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอันประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ที่พบว่า ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ข้อมูล ของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ผลการทดสอบ พบว่า ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูดได้แก่ ด้านสุขภาพหรือกายภาพ ด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง ด้านคุณภาพบริการด้านการแพทย์

และด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน และตัวแปรอิสระร่วมกันอธิบายผลการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ได้ร้อยละ 69 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูดทั้งในด้านสุขภาพหรือกายภาพ ด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง ด้านคุณภาพบริการด้านการแพทย์ และด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน เป็นแรงจูงใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการผลักและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจีนมาเที่ยวที่ไทย สอดคล้องกับแนวคิดของ Dann (1981) กล่าวว่า สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้คนตัดสินใจที่จะเดินทาง ได้แก่ ปัจจัยดึงดูดทางด้านประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านที่พักและการเดินทาง สอดคล้องกับแนวคิดของ Dann (1981) นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญเรื่องภาวะไร้ศีลธรรม การเสริมสร้างอัตตา และการท่องเที่ยว กล่าวว่า ปัจจัยหลักจะเกิดก่อนปัจจัยดึงดูด นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวชนิดใดหรือแบบใดก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลักในตัวของเขา และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Wongthawethong et al. (2023) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึง ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสวนเกษตร โดยที่ปัจจัยด้านธรรมชาติและปัจจัยด้านกิจกรรมท่องเที่ยวส่งผลต่อปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของสวนเกษตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน พบองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ด้านสุขภาพหรือกายภาพ ด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง ด้านคุณภาพบริการด้านการแพทย์ และด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ดังนั้นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว รัฐ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าว เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจและเกิดการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทยต่อไป โดยมีแนวทางในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

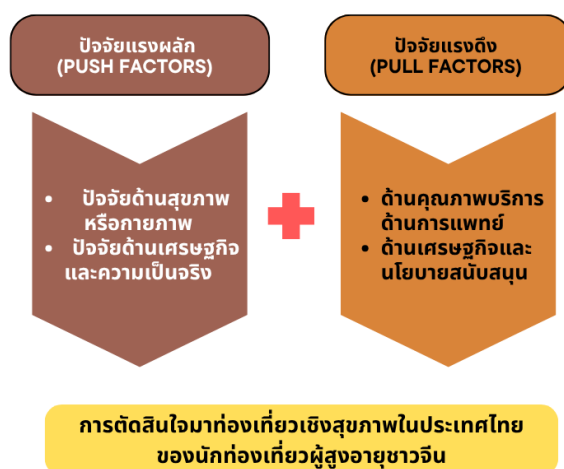
1. ปัจจัยด้านสุขภาพหรือกายภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่คนมีความต้องการออกไปสัมผัสกับธรรมชาติ ความต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมเดิม และความต้องการที่จะพักผ่อนและผ่อนคลายรวมถึงการดูแลสุขภาพของตน นักท่องเที่ยวที่มีปัญหาสุขภาพ เช่น ปวดข้อ หรือโรคเรื้อรัง มักมองหาสถานที่ที่มีบริการดูแลสุขภาพ เช่น สปา การแพทย์ทางเลือก หรือบริการกายภาพบำบัด เพื่อให้เหมาะกับการท่องเที่ยวรวมกับการดูแลสุขภาพ

2. ด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง ประเทศใดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีเยี่ยมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศนั้นมีอำนาจทางการซื้อสูง (High purchasing power) และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้มาก ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว

โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องพิจารณาทั้งค่าใช้จ่าย ความคุ้มค่าที่ได้รับ และความเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ

3. ด้านคุณภาพบริการด้านการแพทย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เดินทางมาเพื่อการรักษาพยาบาลเป็นหลัก (dedicated medical tourist) และตัดสินใจเรื่องนี้มาก่อนที่จะออกเดินทาง รวมทั้งเน้นการรักษาพยาบาลเป็นเหตุผลหลักในการเดินทางหรือให้น้ำหนักเท่ากันระหว่างการรักษาพยาบาลกับการท่องเที่ยว โดยจะให้ความสำคัญกับอัตราค่ารักษาพยาบาลและการซื้อยาที่มีราคาถูกกว่าในประเทศของตนเอง เครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านและมีใบประกอบวิชาชีพในโรงพยาบาล

4. ด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน ซึ่งปัจจัยนโยบายสนับสนุนเป็นการดำเนินงานของภาครัฐหรือภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ที่มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เติบโตอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 2 แนวทางการสร้างปัจจัยให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

สรุป

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนในครั้งนี้ พบองค์ความรู้ที่สำคัญคือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนในประเทศไทย มีความแตกต่างกันตามภูมิภาคที่อยู่อาศัยและประเภทของการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ ปัจจัยผลัก (Push Factor) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) เช่น สุขภาพกาย เศรษฐกิจ ความเป็นจริงในชีวิต ประสิทธิภาพของบริการทางการแพทย์ รวมถึงนโยบายและมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ ล้วนส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง รวมถึงการพัฒนาบริการจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวควบคู่กับการสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้น จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งต้องการความปลอดภัยทั้งทางร่างกายและจิตใจ

ความสะดวกสบาย และความชัดเจนในทุกขั้นตอน นโยบายที่เอื้อต่อการเข้าถึงบริการสุขภาพ การเดินทางที่สะดวกและระบบบริการที่มีคุณภาพ ทุกปัจจัยมีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจมาเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรมุ่งพัฒนารูปแบบการให้บริการที่ตอบสนองปัจจัยด้านอารมณ์และความรู้สึก ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว อาทิ ความทรงจำเชิงอารมณ์ ความโรแมนติก ความสงบทางจิตใจ จินตนาการ และความตื่นเต้นเชิงผจญภัย ขณะเดียวกัน ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรรักษาและยกระดับนโยบายสนับสนุนด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนามาตรการเชิงรุกใหม่ ๆ เพื่อเสริมศักยภาพการดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

1.2 ผลการวิจัยชี้ว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีนมีระดับการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยอยู่ในระดับสูง โดยประเด็นที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความตั้งใจแนะนำบุคคลอื่นให้เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) โดยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวเผยแพร่ประสบการณ์ผ่านสื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคม เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกและเพิ่มความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว

1.3 ผลการวิจัยพบว่าภูมิภาคที่อยู่อาศัยและประเภทการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบมีความสัมพันธ์ต่อความแตกต่างในการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ดังนั้น ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ที่สะท้อนความหลากหลายของแหล่งและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจากภูมิภาคต่าง ๆ

1.4 ผลการวิจัยชี้ว่าปัจจัยแรงผลักดันและแรงดึงดูดด้านสุขภาพหรือกายภาพ ด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง ด้านคุณภาพบริการทางการแพทย์ และด้านเศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ดังนั้น ผู้ประกอบการ ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าว เพื่อเสริมแรงจูงใจและเพิ่มโอกาสการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบองค์ความรู้ที่สำคัญ คือ ปัจจัยแรงผลักดันและแรงดึงดูด โดยเฉพาะด้านสุขภาพหรือกายภาพ ด้านเศรษฐกิจและความเป็นจริง ด้านคุณภาพบริการทางการแพทย์ และด้าน

เศรษฐกิจและนโยบายสนับสนุน มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวจีน ข้อค้นพบนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและกำหนดนโยบายภาครัฐให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มอื่น เช่น จากยุโรปและอเมริกา ซึ่งมีแนวโน้มความสนใจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำมาปรับปรุงการให้บริการให้มีความหลากหลายและตอบสนองตลาดได้ดียิ่งขึ้น

References

- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97–116. [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)
- Crompton, L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6, 408–424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Dann, G.M.S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4, 184–194. [http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](http://dx.doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
- Dann, G.M.S. (1981). Tourist motivation an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8, 187–219. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90082-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90082-7)
- Global Wellness Institute. (2025). *Global wellness institute releases new data on Thailand's fast-growing \$40.5 billion wellness market*. <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/geo-thailand-renewal/>
- Kasikorn Research Center. (2024, October 15). *Seven million Chinese tourists expected to visit Thailand in 2024, amid China's economic slowdown and intense competition in tourism*. <https://www.kasikornresearch.com/en/analysis/k-econ/business/Pages/Ch-Tourism-CIS3522-KR-15-10-24.aspx>
- Khunnaiver. (2019). *10 popular types of tourism that people like the most – Which one do you prefer?*. Khunnaiver Travel Blog. <https://khunnaiver.blogspot.com/2019/10/10-type-of-tourism-popular.html>
- Kobkaew, J. (2025, January 26). *4 challenging factors: Penetrating the Chinese tourist market is not as easy as it used to be*. SALIKA. <https://www.salika.co/2025/01/26/chinese-tourist-market-in-thailand/>

- Kotler, P., & Keller, L. K. (2006). *Marketing management*. Pearson Education.
- Ministry of Tourism and Sports. (2024). *Foreign tourist statistics, Q1 2024: 9.4 million visitors; China remains number one with 1.76 million arrivals*. Ministry of Tourism and Sports, Thailand.
- Na, R. (2022). *Factors influencing the decision-making process of Chinese tourists traveling to Thailand*[An Individual Study, Master of Business Administration, Dhurakij Pundit University].
- Nilsonti, C., & Namwong, S. (2018). Motivation factors on wellness tourism influencing tourist satisfaction of spiritual retreat visitors. *Dusit Thani College Journal*, 12(2), 384–403. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/126089>
- Department of International Trade Promotion (DITP). (2023). *Aging Society in China*. <https://www.ditp.go.th/post/fcgkr00i21je2revsio6puxk>
- Pearce, P. L., & Caltabiano, M. L. (1983). Inferring travel motivation from travelers' experiences. *Journal of Travel Research*, 22(2), 16–20.
- Prempee, N. (2021). *Decision process for online food ordering service of the population of the Don Mueang area Bangkok*. Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University. <https://mmm.ru.ac.th/MMWIS/sun18/6214070021.pdf>
- Pruksanusak, A. (2025, January 17). *Government reveals 1.3 million foreign tourists visited Thailand in the first 2 weeks of January 2025, a 19.89% increase; Chinese tourists lead with over 200,000 arrivals*. Royal Thai Government. <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/92464>
- PhramahaJumnong Siriwan., Maneesaeng, B., & Noichareon, P. (2020). The role of local government on the community tourism Promoting. *Mahachulagajasara Journal*, 11(1), 1–12. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/gajasara/article/view/252691/170569>
- Smith, M., & Puczko, L. (2014). *Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel*. Routledge.
- Sommuk, P., & Polyothi, P. (2022). Factors influencing on sustainable historical area tourism decisions in Numphu intersection, Mak Khang sub-district, Mueang district, Udonthani province. *Journal of International and Thai Tourism*. 18(1), 26–44. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt/article/download/254369/172776>

- Wongthawethong, S., Intuwonges, S., & Sukhaparamate, S. (2023). Motivation of the push-pull factor affecting agritourism decisions in Thailand. *Journal of MCU Buddhapanya Review*. 8(1), 68–82. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/view/260009/176948>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.